

Green Publishing

Klimawandel und Ressourcenengpässe machen auch vor der Verlagswelt nicht halt. Doch bislang kennen die meisten Verlage den ökologischen Fußabdruck ihrer Produkte nicht. Eine riskante Strategie für die Zukunft.

Von Anke Oxenfarth

Ökologische Achillesfersen gibt es im Produktionsprozess von Büchern und Zeitschriften einige. Das beginnt schon bei der Herstellung des Stoffes, ohne den nichts geht: Papier. Um eine Tonne Frischfaserpapier herzustellen, benötigt man 5,5 Kubikmeter Holz und etwa genauso viel Energie wie für die Herstellung einer Tonne Primärstahl. Holzernte und Transport tragen zum Raubbau an borealen Urwäldern bei, treiben den Klimawandel voran und zerstören unwiederbringlich den Lebensraum vieler Tier- und Pflanzenarten.

Die andere zentrale Herausforderung ist der Druck. Die meisten Druckfarben enthalten noch immer überwiegend mineralölbasierte Pigmente, Bindemittelsysteme aus konventionellen Harzen, organische Lösemittel und verschiedenartige Zusätze, die umwelt- und gesundheitsschädlich wirken können. Problematisch sind neben den hohen Emissionen flüchtiger organischer Verbindungen (VOC) auch der große Energiebedarf sowie die Abwasser- und Abfallmengen.

Der Versand und die Auslieferung der Publikationen wirken sich aufgrund der entstehenden CO₂-Emissionen ebenfalls negativ auf die Umweltbilanz von Verlagen aus.

Eine Frage der ökonomischen Vernunft

Es stellt sich aber nicht nur aus ökologischen Gründen die Frage, wie sich Publikationen umweltfreundlicher herstellen und vertreiben lassen. Angesichts knapper werdender Ressourcen und steigender Preise für Rohstoffe wie Holz und Erdöl sind Verlage auch aus ökonomischen Gründen gut beraten, sich aktiv mit ihrer Umweltbilanz zu beschäftigen. Ideen und Verfahren für eine umweltverträglichere Verlagsarbeit gibt es eine Menge. Die Umsetzung in der Unternehmenspraxis findet bislang aber nur zögerlich und punktuell statt. Das liegt zum einen daran, dass es Teilen der Branche wirtschaftlich eher schlecht geht und Investitionen in Umweltmanagement nur als zusätzliche Kosten, nicht aber als Einsparpotenziale gesehen werden. Oft fehlt es auch schlichtweg am Know-how, denn das bestehende Wissen zu einzelnen Aspekten umweltfreundlichen Publizierens ist weit verstreut.

Vorreiter der Branche suchen unter dem Label „Green Publishing“ seit ein paar Jahren verstärkt nach Wegen, um das Herstellen und Verlegen von Büchern und Zeitschriften nachhaltiger zu gestalten. So auch das Pilotprojekt „Nachhaltig Publizieren. Neue Standards für die Verlagsbranche“. Es wurde 2010 vom oekom verlag initiiert und dank einer finanziellen Förderung durch das Bundesumweltministerium von August 2011 bis März 2013 umgesetzt – gemeinsam mit dem ifeu – Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg, dem Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) in Berlin und der Buchmesse in Frankfurt.

Das Projekt will Verlage für ihre gesellschaftliche Verantwortung sensibilisieren, neue Standards für nachhaltiges Publizieren entwickeln und der gesamten Branche zugänglich zu machen. Wichtig war es, keine gänzlich neuen Anforderungen zu generieren, sondern den Anwendern in der Praxis einfache Entscheidungskriterien an die Hand zu geben.

Die bisherigen Projektergebnisse und Empfehlungen sind im ausführlichen Hintergrundpapier „Anforderungen zur Nachhaltigkeit bei Druckpapieren und in Druckprozessen“ und zusammengefasst in der Broschüre „Ideen für grünere Seiten“ nachzulesen – die Zeit der Ausreden ist also vorbei.

ANKE OXENFARTH

leitet im oekom verlag die Stabsstelle Nachhaltigkeit und koordiniert das Projekt „Nachhaltig Publizieren“.
Tel. +49 (0)89 / 54 41 84- 43
E-Mail: oxenfarth@oekom.de
www.oekom.de

Zum Weiterlesen



Broschüre „Ideen für grünere Seiten“ und das Hintergrundpapier unter www.nachhaltig-publizieren.de/index.php?id=1239