

## Das Print-Paradoxon

Es ist paradox: Während Papierverpackungen als Alternative zum Kunststoff von Konsumenten positiv bewertet werden, stehen Druckprodukte aus Grafischen Papieren zunehmend in der Kritik. Auch wenn jeder Konsum, von der Dusche, über die Google-Suche bis zum Butterbrot, seine Spuren hinterlässt, sieht sich die Druck- und Papierbranche einem Rechtfertigungsdruck ausgesetzt, der im Vergleich mit anderen Gütern und Dienstleistungen ungerechtfertigt erscheint. Unser Metier argumentiert, klärt auf und relativiert. Oft im direkten Vergleich zur digitalen Mediennutzung. Das ist richtig und wichtig, denn zur Selbstausslöschung sind wir noch lange nicht bereit. Dafür gibt es auch keine guten Gründe, denn Papier, in Form von Werbung und Verlagsprodukten, steht oft zu Unrecht am Pranger, wie folgende Daten und Relationen belegen.

## Klimakiller Papier?

Auch wenn die öffentliche Wahrnehmung eine andere ist: Der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck, den die Druckindustrie mit ihren Produkten hinterlässt, ist ausgesprochen klein. Zuletzt belegte das der Bundesverband Druck und Medien (bvdM). Er untersuchte über 100.000 Klimabilanzen aus Druckereien für verschiedene Druckaufträge aus allen gängigen Druckverfahren, bildete einen Durchschnitt und versah ihn mit einem großzügigen Sicherheitsaufschlag. Das Ergebnis: Pro bedruckter Tonne Papier entstehen knapp 2 Tonnen CO<sub>2</sub>. Diesen Wert multiplizierte der bvdM mit der Gesamtmenge des jährlich in Verkehr gebrachten Papiers und setzte diese Zahlen ins Verhältnis zur CO<sub>2</sub>-Bilanz eines deutschen Bürgers. Demnach verursachen wir pro Kopf in Deutschland 7,9 Tonnen klimaschädliche Gase pro Jahr. Druckerzeugnisse haben daran einen Anteil von unter einem Prozent.

Betrachten wir eine Drucksache wie dieses Magazin, das ca. 300 Gramm wiegt, ergibt sich somit ein Durchschnittswert von rund 600 Gramm CO<sub>2</sub>. Und da Zahlen ohne Relationen in einem bedeutungslosen Vakuum irren, sind folgende CO<sub>2</sub>-Emissionen erhellend, um Print im Kontext alltäglicher Konsumgüter einzuordnen:

<b>Objekt</b>	<b>CO<sub>2</sub></b>
Druckprodukt, ca. 300 Gramm:	0,60 kg
Heiße Dusche, pro Minute:	1,00 kg
1 Steak, 250 Gramm:	3,3 kg
1 Mischbrot:	0,75 kg
1 Stück Butter:	6,0 kg
1 Stunde Videokonferenz:	0,62 kg
1 Tafel Schokolade:	0,35 kg
1 km Mittelklassewagen:	0,20 kg
Rose aus Holland:	2,9 kg / Stk.
Hotelübernachtung, 3*:	16,9 kg p.P.
Hotelübernachtung, 5*:	47,6 kg p.P.
Hauskatze:	1,0 kg / Tag
mittelgroßer Hund:	2,7 kg / Tag

Auch wenn hier bewusst Äpfel mit Birnen verglichen werden und diese Werte nur eine Tendenz erlauben, erkennen Sie anhand dieser Gegenüberstellungen, dass Druckerzeugnisse im Verhältnis zu anderen alltäglichen Emittenten relativ wenig CO<sub>2</sub> verursachen. Und da

Print, anders als beim Konsum digitaler Inhalte, während der Nutzungszeit keine zusätzlichen Emissionen erzeugt, können wir das Gedankenspiel fortführen. Angenommen, drei Personen aus Ihrem Betrieb sind jeweils eine Stunde mit diesem Magazin beschäftigt. Dann ergibt sich ein Wert von 200 Gramm CO<sub>2</sub> pro Nutzungsstunde. Das ist dreimal weniger als eine Stunde Videokonferenz, vierzehnmal weniger als eine einzige Rose aus den Niederlanden und entspricht ungefähr der Menge CO<sub>2</sub>, die ein Mittelklassewagen pro Kilometer emittiert.

Egal ob absolut oder relativ betrachtet: Das Lesen aus gedruckten Publikationen ist im Vergleich mit anderen Gütern und Dienstleistungen eine klimaschonende Angelegenheit. Eine relative Bewertung in Bezug auf die Nutzungszeit zeigt uns zudem eindringlich auf, wie wichtig es ist, kurzlebige Produkte, wie wir sie aus dem werblichen Kontext kennen, möglichst attraktiv zu gestalten.

### **Papierkonsum in Deutschland und der Welt**

Wagen wir einen Blick auf unseren Papierkonsum, der aufgrund der Menge ebenfalls Gegenstand von Kritik ist. Laut bifa Umweltinstitut wurden 2019 rechnerisch 18,9 Mio. t Papier in Deutschland eingesetzt. Grafische Papiere haben mit 6,8 Mio. t. einen Anteil von 36 %, Verpackungspapiere 51 %, Hygienepapiere 8 % und Spezialpapiere schlagen mit 5 % zu Buche.

Nicht nur durch den Zuwachs des Onlinehandels wird der Anteil der Verpackungspapiere in den nächsten Jahren weiterhin zunehmen. Die Druckbranche und Papierfabriken reagieren bereits entsprechend. Auf der anderen Seite wird die Nachfrage für Grafische Papiere durch die stetige Digitalisierung und höhere Kosten für Produktion und Distribution vermutlich weiter sinken. Ein Blick in die Vergangenheit spricht Bände: Der inländische Pro-Kopf-Verbrauch von Grafischen Papieren hat sich laut NABU seit dem Jahr 2000 um satte 32 % reduziert.

Der Anteil der Substrate, die wir für z.B. Werbung und Verlagsprodukte benötigen, nimmt kontinuierlich ab und hat mit rund 36 % einen relativ geringen Anteil am Gesamtpapierverbrauch. Nichts Neues soweit. Betrachten wir jedoch den weltweiten Papierkonsum ausgewählter Länder im Jahr 2018, dann zeigt sich, dass in Deutschland 242 kg, im EU-Durchschnitt 160 kg, in den USA 216 kg, in China 79 kg und in Indien lediglich 15 kg Papier pro Einwohner verbraucht wird.

Der im internationalen Vergleich hohe Papierbedarf hängt jedoch weniger mit Werbe- und Verlagsprodukten zusammen. Vielmehr ist er mit der wichtigen Rolle von Papier, Karton und Pappe in der Logistik der exportstarken deutschen Wirtschaft in Verbindung zu bringen, die das Material für ihre Transport- und Produktverpackungen benötigt. Weniger als die Hälfte entfällt auf Privatkonsumenten, die im Jahr 2019 laut Intecus 105 kg pro Kopf verbrauchten, wovon der größte Teil im Verpackungsbereich zu verorten ist. Auch wenn der Papierbedarf in Deutschland zweifellos hoch ist, und ebenfalls im Geschäftsumfeld analoge Werbung betrieben wird, ergeben die in der Öffentlichkeit kursierenden Zahlen kein sauberes Gesamtbild. Beim Vergleich des Papiereinsatzes im Verhältnis zum Bruttoinlandsprodukt zeigt sich, dass Deutschland mit 5,1 Mio. Tonnen Papier pro Millionen US-Dollar BIP nahe am Weltdurchschnitt von 4,9 t Papier / Mio. US\$ liegt. China, die exportstärkste Nation kommt übrigens auf einen Wert von 7,9 t Papier / Mio. US\$.

Der hohe Papierverbrauch ist folglich weniger im werblichen Kontext zu verorten, als es allgemein wahrgenommen wird. Er hängt im stärkeren Maße mit unserer exportorientierten

Wirtschaft und dem Onlinehandel zusammen. Gemessen am Bruttoinlandsprodukt ist unser Verbrauch nahezu durchschnittlich.

### **Werbung für die Tonne?**

Die von der papierkritischen Initiative *Letzte Werbung* veröffentlichten Zahlen sind hilfreich, um den privaten Papierkonsum im Kontext weiterer Abfallarten zu bestimmen. Rund 14 kg Papier landen laut dem gemeinnützigen Verein jährlich als adressierte Werbesendungen in unseren Briefkästen. Unadressierte Werbung und kostenlose Zeitungen schlagen mit über 43 kg pro Haushalt deutlicher zu Buche. Laut Destatis verursachen wir in Deutschland pro Kopf und Jahr 457 kg Haushaltsmüll. Das macht bei durchschnittlich 2 Personen pro Haushalt 914 kg. Bedeutet: Volladressierte Werbung hat einen Anteil von 1,5 % und Unadressiertes einen Beitrag von 4,7 % am Gesamtabfallaufkommen deutscher Haushalte.

Sollten die Daten der Initiative korrekt sein, dann macht unadressierte Werbung mit 1,3 Millionen Tonnen Papier rund 19 % des Gesamtgewichts Grafischer Papiere aus. Material, das sich sicherlich auch in hochwertigen Druckprodukten gut machen würde.

### **Wie viel Wald steckt im Papier?**

Um die Relevanz von Papier im Gesamtkontext der Waldnutzung beurteilen zu können, ist es hilfreich zu wissen, wie viel Wald im Papier und in anderen Gütern unseres alltäglichen Konsums steckt. Und tatsächlich ist es so, dass die Papierproduktion einen geringeren Einfluss auf die Wälder nimmt, als allgemein hin angenommen wird.

Laut bifa Umweltinstitut werden 51 % der weltweiten Rohholzgewinnung überwiegend für Möbel, Fußbeläge, Gebäude und Papierprodukte verwendet. 14-19 % der globalen Holzentnahme kommt in der Papierproduktion zum Einsatz, wobei neben dem Stammholz Sägewerkabfälle, Äste, Schad- und Durchforstungshölzer für die Zellstoffgewinnung verwertet werden. Hinzu kommt das Papierrecycling, ein Paradebeispiel für eine funktionierende Kreislaufwirtschaft, das den Wald durch Kaskadennutzung entlastet. In Deutschland liegt die Altpapierereinsatzquote bei rund 80 %. Daher ist nicht frisches Holz, wie oft angenommen, die primäre Faserquelle in der Papierproduktion, sondern Altpapier. Zum Vergleich: Der Anteil an recyceltem Plastik in Kunststoffverpackungen in Deutschland liegt bei 5,8 %. Auch wenn der Einsatz von Recyclingpapieren insbesondere bei kurzlebigen Produkten wünschenswert und sinnvoll ist, sollten wir Frischfaserpapiere nicht als ökologisch schlechten Konkurrenten betrachten. Vielmehr sind beide Papiersorten unterschiedliche Generationen einer Materialfamilie.

Und was passiert mit der anderen Hälfte der globalen Rohholzgewinnung? Die erschreckende Antwort lautet: 49 % des weltweit geschlagenen Holzes wird verbrannt. In Entwicklungsländern, um auf primitiven Öfen Nahrung zuzubereiten und in der westlichen Welt, um elektrische Energie und Wärme zu gewinnen. Mit extremen Folgen für die Umwelt, denn Ruß-Emissionen absorbieren Sonnenlicht und heizen somit die Erdatmosphäre auf. Sie sind nach Kohlenstoffdioxid der größte Stimulus für den Klimawandel. In Europa wird Holz energetisch genutzt, weil diese Form der Energiegewinnung als besonders nachhaltig gilt. Doch laut Umweltbundesamt übersteigen die Feinstaubemissionen aus der Holzverbrennung die Auspuffemissionen von Lkw und Pkw bei weitem. Dabei ist das Abfackeln von Holz ohne Zwischennutzung die denkbar schlechteste Form, diesen wertvollen Rohstoff zu nutzen. Durch die direkte energetische Verwertung entsteht zudem eine Nutzungskonkurrenz, die wiederum zu einem Anstieg der Holz- und Zellstoffimporte führt.

Der Wald gerät zusätzlich durch neue Landnutzungsformen, wie Soja- oder Palmölplantagen, durch Rinderwiesen und durch Infrastrukturprojekte unter Druck. Verschärft wird die Situation durch den Klimawandel, der wiederum zu mehr Dürren, Schädlingsbefall und Waldbränden führt. Es steht nicht gut um unsere grüne Lunge, auch, wenn die Waldflächen durch Aufforstungsprojekte in vielen Regionen der Erde wieder zunehmen. Die Papierindustrie hat jedoch einen deutlich kleineren Anteil an der Waldnutzung, als es in der Öffentlichkeit dargestellt und wahrgenommen wird.

### **Das Paradoxon auflösen**

Auch wenn Gedrucktes im direkten Vergleich mit anderen Konsumgütern ökologisch deutlich besser abschneidet als allgemein hin angenommen, wird der Rechtfertigungsdruck vermutlich bleiben. Die Fehlinterpretation seitens der Öffentlichkeit liegt in meinen Augen auch darin begründet, weil Gedrucktes Verschwendung unmittelbar sichtbar und erfahrbar macht. Wenn ein Mailing oder ein unadressiertes Käseblatt unbeachtet und nach wenigen Sekunden im Abfall landet, wenn nur ein kleinster Teil der in einem Katalog abgebildeten Produkte für den Empfänger interessant sind, dann ist das keine gute Propaganda für ein Medium, das wir als nachhaltig proklamieren. Neben den umweltschonenden Produktionsfaktoren, deren künftige Standards die Öko-Pioniere unserer Branche schon heute definieren, müssen wir uns auf dem Druck vor- und nachgelagerten Prozesse konzentrieren, früher mit am Tisch sitzen, Nachhaltigkeit gemeinsam mit Kunden ganzheitlich denken und erfolgreiche Produkte in die Welt bringen, deren Wert Rezipienten zu schätzen wissen. Das Paradoxon „Weniger ist mehr“ kann dabei ein guter Kompass sein.