

Nachhaltig kommunizieren mit Print

Mehr Informationen über umwelt- und klimafreundlichen Druck sowie über die Klimainitiative der Druck- und Medienverbände finden Sie unter bvdm-online.de und klima-druck.de.



Machinegrey
C 8 M 9 Y 11 K 20

Recycling

83 Prozent der grafischen Papiere werden recycelt.

Der Altpapierkreislauf in Deutschland ist Weltklasse, vor allem, weil die Abfalltrennung hervorragend funktioniert. In der Druckproduktion wird bereits beim Einsatz verschiedener Materialien (Papier, Pappe, Farben, Lacke, Klebstoffe) darauf geachtet, dass diese den Recyclingprozess nicht behindern bzw. dass sie recycelbar sind. Dafür setzt sich die AGRAPA ein.

Papierfasern können bis zu sechs Mal wiederverwendet werden und bieten so einen guten Rohstoff für neues Recyclingpapier.



Woodbrown
C 19 M 54 Y 75 K 19

Holzvorräte

Deutschland hat die größten Holzvorräte in Europa.

Unsere Wälder leiden nicht unter Druckproduktionen. Holz wächst in Deutschland in sehr produktiven Wäldern mit Zuwachsraten von über 120 Millionen Kubikmeter im Jahr. Der Wald in Deutschland wird ständig aufgeforstet und ist damit über viele Generationen nachhaltig bewirtschaftet.

Dadurch haben sich Vorräte von mehr als 3,74 Milliarden Kubikmetern Holz aufgebaut.



Moneycopper
C 0 M 43 Y 90 K 0

Günstig

Klimaneutrale Druckerzeugnisse sind nicht teuer.

Aus der Praxis des bvdm: Für 1.500 Broschüren (vierfarbig gedruckt im Bogenoffset auf 100 Seiten) kostete die Kompensation der CO₂-Emissionen 56 Euro.

Für 6.000 Magazine (vierfarbig gedruckt im Rollenoffset auf 56 Seiten) bietet die bvdm-Klimainitiative Zertifikate ab rund 100 Euro an. Das entspricht zwei Cent pro Exemplar.



Energyyellow
C 0 M 0 Y 100 K 0

Energie

Druckindustrie und Papierwirtschaft gehen sorgsam mit Energie um.

Bereits vor langer Zeit hat die Druck- und Medienwirtschaft begonnen, Energie einzusparen und auf erneuerbare Quellen zu setzen.

Strom macht durchschnittlich zwei Prozent der Gesamtkosten eines Druck- und Medienunternehmens aus. Und trotzdem versuchen Unternehmer, ihren Bedarf auf ein Minimum zu reduzieren, oder produzieren den Strom sogar selbst.



Saviorgreen
C 36 M 0 Y 88 K 0

Durchforstung

Für Druckprodukte wird kein Wald gerodet.

Das Stammholz ausgewachsener Bäume ist viel zu wertvoll für die Papier- und Druckindustrie. Es wird vor allem für Häuser und Möbel verwendet. Frischfasern für Papier kommen in Deutschland überwiegend aus Durchforstungsholz und Sägewerksabfällen.

Bei der Durchforstung nehmen Forstwirte schwächere Bäume aus dem Wald heraus, um den übrigen Bäumen bessere Wachstumschancen zu geben.



Forestgreen
C 68 M 0 Y 89 K 0

Wachstum

Die Wälder in Europa schrumpfen nicht – sie wachsen.

Rund 80 Prozent der Holzfasern, die in der europäischen Papierindustrie verwendet werden, stammen aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern Europas. Da fortlaufend mehr aufgeforstet als abgebaut wird, werden die Wälder immer größer. Jeden Tag um 1.500 Fußballfelder.



Rainforestgreen
C 97 M 0 Y 86 K 18

Regenwald

Für Druckprodukte wird kein Regenwald abgeholzt.

Die europäische Holzhandelsverordnung (European Timber Regulation EUTR) beaufsichtigt den Holzimport nach Europa strengstens. Damit dürfen illegal geschlagenes Holz und Holzprodukte nicht in der EU vermarktet werden. Alle Händler, die erstmals Holz oder Holzprodukte, also auch Papier, in der EU verkaufen, müssen die Sorgfaltspflichten der EUTR erfüllen.

Aus Regionen wie Indonesien, in denen Raubbau betrieben wird, bezieht die europäische Papierindustrie daher keine Rohstoffe.



Memberpetrol
C 100 M 0 Y 40 K 0

Mitgliedschaft

Jedes Unternehmen kann Mitglied der Klimainitiative der Druck- und Medienverbände sein.

Mitglied der Klimainitiative kann jedes Unternehmen sein – auch wenn es kein Mitglied der Druck- und Medienverbände ist.

Die Klimainitiative der Druck- und Medienverbände bietet mehr als den reinen Ausgleich der CO₂-Emissionen. Mitglieder der Klimainitiative unterziehen ihre Energie- und Stoffflüsse einer Energieeffizienzanalyse. Entsprechende Optimierungen führen zu einer besseren Energiebilanz und ressourcensparendem Arbeiten des Unternehmens.

Alle Mitglieder der Klimainitiative können ihren Kunden klimaneutrale Druckprodukte anbieten.



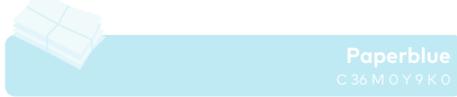
Lucidgreen
C 54 M 0 Y 30 K 0

Green Printing

Ist Online-Kommunikation nachhaltiger als Print?

Immer wieder rufen Unternehmen oder Organisationen dazu auf, auf Druckerzeugnisse zu verzichten. Online wäre besser fürs Klima, meinen sie. Experten wissen: Die Rechnung geht nicht so einfach auf.

Die digitale Kommunikation mit ihrem enormen Bedarf an Energie und nicht nachwachsenden Rohstoffen ist nachweislich nicht umweltfreundlicher als Druck – nur viel weniger transparent. Darum: Green Printing statt Greenwashing!



Paperblue
C 36 M 0 Y 9 K 0

Altpapier

Altpapier ist kein Müll, sondern ein gefragter Rohstoff.

Für viele Papierprodukte werden schon lange keine oder kaum noch Frischfasern aus Holz verwendet. Die Produzenten von Zeitungen, Büchern, Haushalts- und Hygieneartikeln, Verpackungen und vielem mehr arbeiten mit dem deutlich günstigeren Rohstoff Altpapier. Dadurch werden viele Ressourcen wie z.B. Wasser und Energie eingespart.

Zeitungen sind heute zu 100 Prozent recycelbar bzw. werden aus 100 Prozent Altpapier hergestellt.



Waterblue
C 77 M 12 Y 0 K 0

Wasser

Die Druck- und Papierwirtschaft verschwendet kein Wasser.

Wasser ist eine kostbare Ressource und der Verbrauch wird kontinuierlich optimiert. Bei der Papierherstellung wird das Wasser im Kreislauf gefahren, das heißt zu 80 Prozent wiederverwertet. Im Druckprozess wird Wasser nur bei der Befeuchtung der Druckplatten und der technischen Anlagereinigung eingesetzt. Der Trend geht dahin, dass selbst diese Prozesse wasserlos erfolgen können.



Supportblue
C 88 M 32 Y 0 K 0

Unterstützung

Die Klimainitiative wird vom Bundesumweltministerium unterstützt.

Die Klimainitiative der Druck- und Medienverbände zeichnet sich dadurch aus, dass sie Unternehmen Wege aufzeigt, wie sie besonders klimafreundlich arbeiten können. Damit verfolgt sie den nachhaltigen Ansatz: ermitteln – vermeiden – ausgleichen. Deshalb wird sie als einzige Initiative dieser Art offiziell vom Bundesumweltministerium unterstützt.



Cloudblue
C 79 M 54 Y 0 K 0

Kompensieren

Der CO₂-Fußabdruck eines Druckproduktes kann kompensiert werden.

Alles, was Menschen tun und produzieren, hinterlässt einen CO₂-Fußabdruck. Die Emissionen, die bei der Produktion von Druckprodukten entstehen, können nach anerkannten Methoden kalkuliert, optimiert und dann auch kompensiert werden. Durch den Ankauf von Emissionszertifikaten werden Projekte gefördert, die an anderen Orten Emissionen einsparen.



Varnishpurple
C 56 M 79 Y 0 K 3

Lacke und Farben

Lacke und Farben sind keine Umweltsünder.

In Europa unterliegen Publikationsdruckfarben der Rohstoff-Ausschlusspolitik des europäischen Druckfarbenverbandes EuPIA. Damit dürfen gefährliche Stoffe, die ein Risiko für die menschliche Gesundheit darstellen könnten, bei der Herstellung von Druckfarben grundsätzlich nicht verwendet werden.

In Publikationsdruckfarben kommt ferner eine Vielzahl an nachwachsenden Rohstoffen zum Einsatz, wie z.B. Kolophoniumharze und Pflanzenöle.



Attentionpink
C 8 M 88 Y 0 K 0

Regelwerk

In Deutschland sind die Standards besonders hoch.

Die hiesigen Gesetze sorgen dafür, dass der gesamte Beschaffungs- und Produktionsprozess rund um ein Druckprodukt nachvollziehbar und sauber ist. Das Einhalten strengster Vorschriften für den Papiereinkauf, im Umgang mit Chemikalien oder bei der Abfallentsorgung kostet die Unternehmen jedoch Geld und kann ein in Deutschland produziertes Druckprodukt um ein paar Cent teurer machen.

Aber unsere hohen Standards tragen zum Schutz der Umwelt bei. Immer mehr Kunden schätzen das sehr und die Natur sagt ebenfalls DANKE!



Amazingred
C 5 M 94 Y 100 K 2

Druckprodukte

Druckprodukte haben eine einmalige Wirkung.

Werbeprospekte im Briefkasten helfen Unternehmen, ihren Absatz zu steigern. Beilagen in Paketen von Onlineshops steigern die Konversionsrate. Gedruckte Wahlzettel sind die fälschungssicherste Methode für Wahlen. Gedruckte Mailings verzeichnen beste Erfolge beim Spendensammeln. Zeitschriften bieten größtmögliche Orientierung, gedruckte Zeitungen Infos auf einen Blick und Etiketten liefern nicht nur wichtige Verbraucherinformationen, sondern helfen, Shampoo von Haarentfernern zu unterscheiden.

Gut, dass sich alle Druckprodukte unkompliziert klimaneutral stellen lassen.