



Von Dipl.-Ing. Hans-Georg Wenke

Drucken ist nicht teuer. Druckfehler sind es!

Wie die Druckindustrie ökologisch sehr ökonomisch sein kann

KOMMENTAR



Was ist eigentlich ein Druckfehler? Ein »Vertipper« oder ein falsch geschriebenes Wort?

Ja, auch. Aber eben nicht nur. Die falsche Auflage: auch ein Druckfehler. Veralteteter, inzwischen nicht mehr gültiger Inhalt, und sei es eine Zahl, ein Wort, im wenige Monate alten Katalog: auch ein Druckfehler. Die Massendrucksache, die einen Response von extrem wenigen Prozent erzielt. Ebenfalls ein Druckfehler. Farbe, die nicht stimmig ist, Daten, die nicht rechtzeitig zum geplanten Drucktermin bereitstehen, Drucksachen, die erst gar nicht gedruckt wurden. Und, und, und. Letztendlich sind das alles Druck-Fehler.

Gegen Tippfehler, falsche Grammatik, falsche Farben oder unvollständige Druck-Jobs gibt es inzwischen jede Menge Korrekturprogramme. Und es gibt per Software zertifizierte Inhalte als sicher geltende Dateiformate, es gibt Proof-Verfahren jeder Preis- und Qualitätsklasse, es sind x-mediale Publishing-Konzepte verfügbar, die das »Setzen« über netbasierte Browser ermöglichen, und es setzen sich e-Procurement-Lösungen durch, die Fehler beim noch so komplexen Geschäftsprozess vermeiden.

Mit weniger Masse mehr Qualität

Solche Werkzeuge machen die Druckindustrie und ihre Produkte effizienter und tragen dazu bei, mit weniger Masse mehr Qualität zu erzeugen. Hinzu kommen etliche »knallhart ökonomische« Ansätze wie FSC-Papiere, Umwelt-Zertifizierungen und mehr, um sich die Quellen, von denen man lebt, nicht zu verstopfen. Greenpeace und andere haben Papier und die renommierten Papierhersteller aktuell wieder im Visier. Sie werden genau darüber wachen, ob hier nicht doch Sünden begangen werden, obwohl die Verbände allesamt den Finger zum Schwur heben.

Die Druckindustrie ist Teil einer Fertigungskette. Egal, ob man es auf virtueller Ebene sieht und Informationen, Dokumentationen, Publikationen als Produkt oder Produktbe-

gleitung, Markt oder Marktunterstützung betrachtet. Oder ob man die Integration der Printprodukte in andere Services und Produkte betrachtet.

Kontraproduktive Bilanz

Die »Öko-Bilanz« kann nicht aufgehen, wenn ein Gegenstand nach allen Regeln des Umweltschutzes gefertigt wurde, aber beispielsweise die beiliegende gesetzlich notwendige Gebrauchsanweisung so falsch, so schlecht, so füllig gedruckt ist, dass nur Bruchteile davon wirklich von Nutzen sind. Wir können nicht den Öko-Unsinn von Joghurtbechern (die mehrfach per LKW quer durch Europa geschickt werden) beklagen und meinen, Zeitungen und Kataloge, Preislisten und Dokumentationen, die ungelesen im Müll landen, wären cool.

Andrucke, die fünfmal wiederholt werden müssen, Daten-Wiedererfassungen, die Geld verschlingen, das woanders fehlt, Farbe, die sich nicht recyceln lässt – und sehr vieles mehr ist keine Werbung für ein Produkt, das auf Dauer dem Planeten Erde erhalten bleiben soll. Dies ist im Zusammenhang mit dem Image unserer Branche eher kontraproduktiv.

Doch die rein technischen und organisatorischen Themen der Druckindustrie, der gesamte digitale Workflow, wird nur selten unmittelbar mit dem (für viele) scheinbar realitätsfremden Heile-Welt-Thema Ökolo-



gie, Umweltschutz und Nachhaltigkeit in Verbindung gebracht.

Auch Fachleute, die sich ansonsten noch nie intensiv mit diesem Thema auseinandergesetzt haben, glauben, Ökologie, Umweltschutz und Nachhaltigkeit seien teuer oder minderten die Qualität.

Und in der Öffentlichkeit hat sich die »grüne Bewegung« selbst eine völlig überflüssige Barriere aufgebaut, weil die meisten Menschen überzeugt sind, alles was mit »Öko« zu tun hat, sei erstens teurer (weil nicht industriell), nicht so perfekt (weil nicht industriell), zwar »besser«, aber auch irgendwie improvisierter, unzuverlässiger und, nur in Kleinmengen verfügbar (weil eben nicht industriell hergestellt). Dabei sind

Nein, es ist nicht die Anlaufmakatur, die ökonomisch und ökologisch keinen Sinn macht und die Branche in ein Zwielficht bringt. Es sind die vergeudeten Ressourcen, die wirklich vermeidbaren Fehler, die leichtsinnig (weil ohne einen Gedanken daran zu verschwenden) unnötigen Arbeiten, die die Öko-Bilanz einer Drucksache verhaseln. Mit etwas mehr »gesundem Menschenverstand« lässt sich das Thema Ökologie fast beiläufig meistern.



die Vorurteile längst widerlegt, das Gegenteil ist bewiesen und damit unumstößlicher Fakt.

Ökologie vermindert Fehler

Durch eine konsequente Ausrichtung auf ökologische Aspekte auch beim Drucken werden Auftraggeber und Drucker nicht nur ihrer gesellschaftlichen und humanen Verantwortung gerecht. Im Gegenteil profitieren sie sogar in einem hohen Maße wirtschaftlich davon. Konsequente ökologische Produktion vermeidet Doppelarbeiten, unnützen Materialeinsatz, reduziert Entsorgungskosten und spart damit in der gesamten Produktionskette konkret Geld und Zeit.

Ökologie vermindert Fehler und verbessert die Kommunikations-Effizienz. Verantwortungsbewusste Firmen (Druck-Auftraggeber) auf der ganzen Welt suchen ihre Dienstleister längst nach diesen Faktoren aus. Druckunternehmen, die sich seriös mit diesem positiven Trend beschäftigen, können sich als Lieferanten profilieren und bieten eine Attraktivitätssteigerung des Druckens und der Druckprodukte. Dabei nutzt Öko-Printing digitale Elektronik und modernste Produktionstechnik auf effektive Art und Weise.

Natürlich hat Ökologie mit »grünen« Produktionswegen, Materialien und Möglichkeiten zu tun. Doch nicht nur. Ökologie ist auch: minimalster Zeitverbrauch, geringster finanzieller Aufwand, Mehrfachnutzung von Ressourcen, Vermeiden von Fehlern, Minimieren von Abfall und »Druckmüll« sowie Nachhaltigkeit im Sinne von Konstanz und Wiederholbarkeit. Dass man, um es einmal so auszudrücken, so wenig wie möglich »Schaden anrichtet«: Schaden in Form von Kosten, von Fehlern, von Substanzverlust. Dabei ist es vor allem die digitale Elektronik, die hilft, so wenig Substanz wie möglich zu verbrauchen.

Nachhaltigkeit, ein Begriff, der aus dem Umweltschutz stammt, umfasst nämlich nicht nur die Belange der Natur. Er schließt industrielles, produktives, profitables Wirtschaften ein. Nachhaltigkeit ist, heute von dem zu profitieren, was gestern vorbereitet wurde und heute richtig mit

Ressourcen umzugehen, damit sie auch morgen zur Verfügung stehen. Es ist das Denken über den Tag hinaus, die Strategie, die mehr umfasst als die momentanen Probleme. Es ist vor allem auch das Gefühl, seinen Entscheidungen, Handlungen und Ergebnissen einen Sinn zu geben, der nachwirkt – eben nachhaltig ist.

Sinnvoll, notwendig, machbar

Die wachstums- und profit-orientierte (um nicht zu sagen: wachstumsgeile) Realität des Berufsalltags hat vielen in einem erschreckenden Maße den Blick für die positiven Qualitäts-, Wachstums-, und Nachhaltigkeits-Faktoren versperrt. Es ist also Zeit, sich zu vergewissern, was sinnvoll, notwendig oder machbar ist, um ökologisch fit und ökonomisch effektiv zu sein.

Einige der Unternehmen, die auf diesen Wegen bereits weit fortgeschritten sind, werden wir in dieser (siehe unseren Bericht über die Initiative »equal« auf Seite 10) und den nächsten Ausgaben intensiver vorstellen,

über deren Ziele, Erfolge sowie den Nutzen von Nachhaltigkeit und Ressourcenmanagement berichten. Der »Druckmarkt« wird die Initiativen von Unternehmen und Herstellern unterstützen und das Thema im deutschsprachigen Raum forcieren. Denn Ökologie basiert auf »alten Werten« und längst erfolgreichen Methoden, die einer modernen und verantwortungsbewussten Druckindustrie gut zu Gesicht stehen.

Am 17. September 2003 finden in Küsnacht am Zürichsee zwei Seminare zum Thema Ökonomie und Ökologie statt, die alle Aspekte der Thematik abklopfen und für verschiedene Zielgruppen ausgelegt sind:

- »Ökoeffizientes Drucken bringt die Wende«. Eine Session für Drucker und Druckdienstleister.
- »Ökologie verbessert die Print-Effizienz«. Eine Session für Werber, Marketer und Designer.

Nähere Informationen und Anmeldungen unter www.gjb.ch

Endlich ein **Wert-Papier**, das garantiert **Rendite** bringt!



www.dienes.de






Modernisieren
Rollenschneider und Querschneider

Schneidwerkzeuge
Lang- und Rollenschneidmesser sowie Messerhalter

Jetzt kostenlos anfordern:
Broschüre Papier

Unter Hot-Line: 0 22 06 / 605 - 215
oder unter: Dienes-Werke, Postfach 1320
51484 Overath
oder per e-mail: sales@dienes.de


 Dienes Deutschland Dienes USA Dienes Ungarn Dienes Polen Dienes Asien