



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 Druck-Fehler. Veralteter, inzwischen nicht mehr gültiger Inhalt, und sei es nur eine Zahl oder ein Wort im wenige Monate alten Katalog: auch ein Druckfehler. Die Massendrucksache mit einem Response von extrem wenigen Prozent: ebenfalls ein Druck-Fehler. 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-Business-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 »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 das Papier und die renommierten Papierhersteller 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 oder Publikationen als Produkt oder Produktbegleitung, Markt oder Marktunter-

stützung 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 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 dem Planeten Erde auf Dauer erhalten bleiben soll. Dies ist im Zusammenhang mit dem Image der 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 Ökologie, Umweltschutz und Nachhaltigkeit in Verbindung gebracht. Auch Fachleute, die sich ansonsten noch nie intensiv mit diesem Thema



auseinandergesetzt haben, glauben, Ökologie – also Umweltschutz und Nachhaltigkeit – sei teuer oder mindere die Qualität.

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 teuer (weil nicht industriell), nicht so perfekt (weil nicht industriell), zwar »besser«, aber auch irgendwie improvisierter, unzuverlässiger, nur in Kleinmengen verfügbar (weil nicht industriell). Dabei ist längst das Gegenteil bewiesen und Fakt.

Ökologie vermindert Fehler

Durch eine konsequente Ausrichtung auf ökologische Aspekte beim Drucken werden Auftraggeber und Drucker nicht nur ihrer gesellschaftlichen und humanen Verantwortung

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



gerecht. Sie profitieren sogar in hohem Maße wirtschaftlich davon. Konsequenterweise vermeidet ökologische Produktion 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, Materiali-

en und Möglichkeiten zu tun. Doch nicht nur. Ökologie ist auch: geringer 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.

Denken über den Tag hinaus

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

Denn Ökologie basiert auf »alten Werten« und erfolgreichen Methoden, die einer modernen Druckindustrie gut zu Gesicht stehen.



print media messe

drupa

world market print
media, publishing &
converting

Der ganzen Welt begegnen.

one world - one drupa

29.5. - 11.6.2008

düsseldorf, germany

www.drupa.de

Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 101006
40001 Düsseldorf
Germany
Tel. +49(0)211/4560-01
Fax +49(0)211/4560-668
www.messe-duesseldorf.de


Messe
Düsseldorf