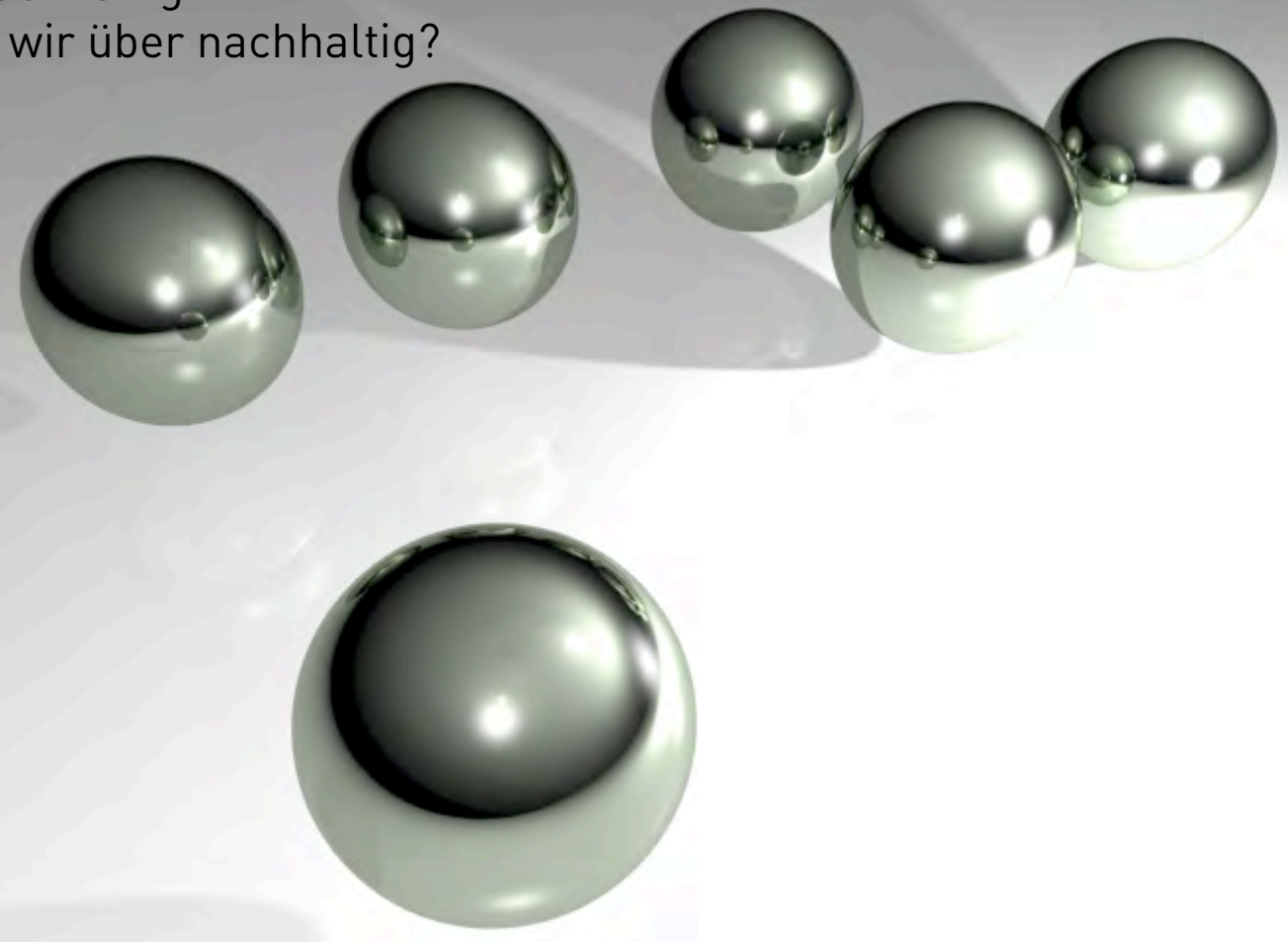




Wie nachhaltig
reden wir über nachhaltig?





Gestern Öko, heute Nachhaltigkeit?

Worüber reden wir eigentlich?

Klimaneutraler Ökodruck?

Tradition als Zukunftskonzept – geht so was?

Die Krise: Katastrophe oder Korrekturphase?





Öko

Die Natur steht im Mittelpunkt.
Konservatives Konzept
Bewahrung der Ökologie

Nachhaltigkeit

Der Mensch steht im Mittelpunkt.
Progressives Konzept
Förderung der Ökonomie

Nützlicher Nebeneffekt:
Eine nachhaltige Ökonomie ist ohne eine gesunde Ökologie nicht möglich.

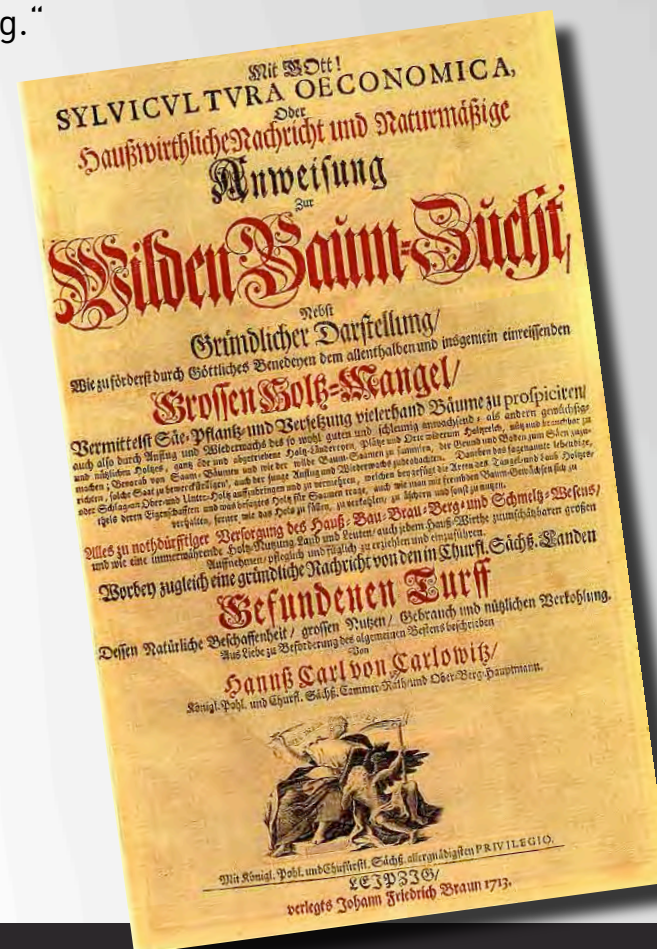




Nachhaltigkeit

„Wird derhalben die größte Kunst/Wissenschaft/Fleiß und Einrichtung hiesiger Lande darinnen beruhen / ... / daß es eine continuiertliche beständige und nachhaltende Nutzung gebe / weil es eine unentberliche Sache ist / ohne welche das Land in seinem Esse nicht bleiben mag.“

Hanns Carl von Carlowitz
Sylvicultura Oeconomica
1713









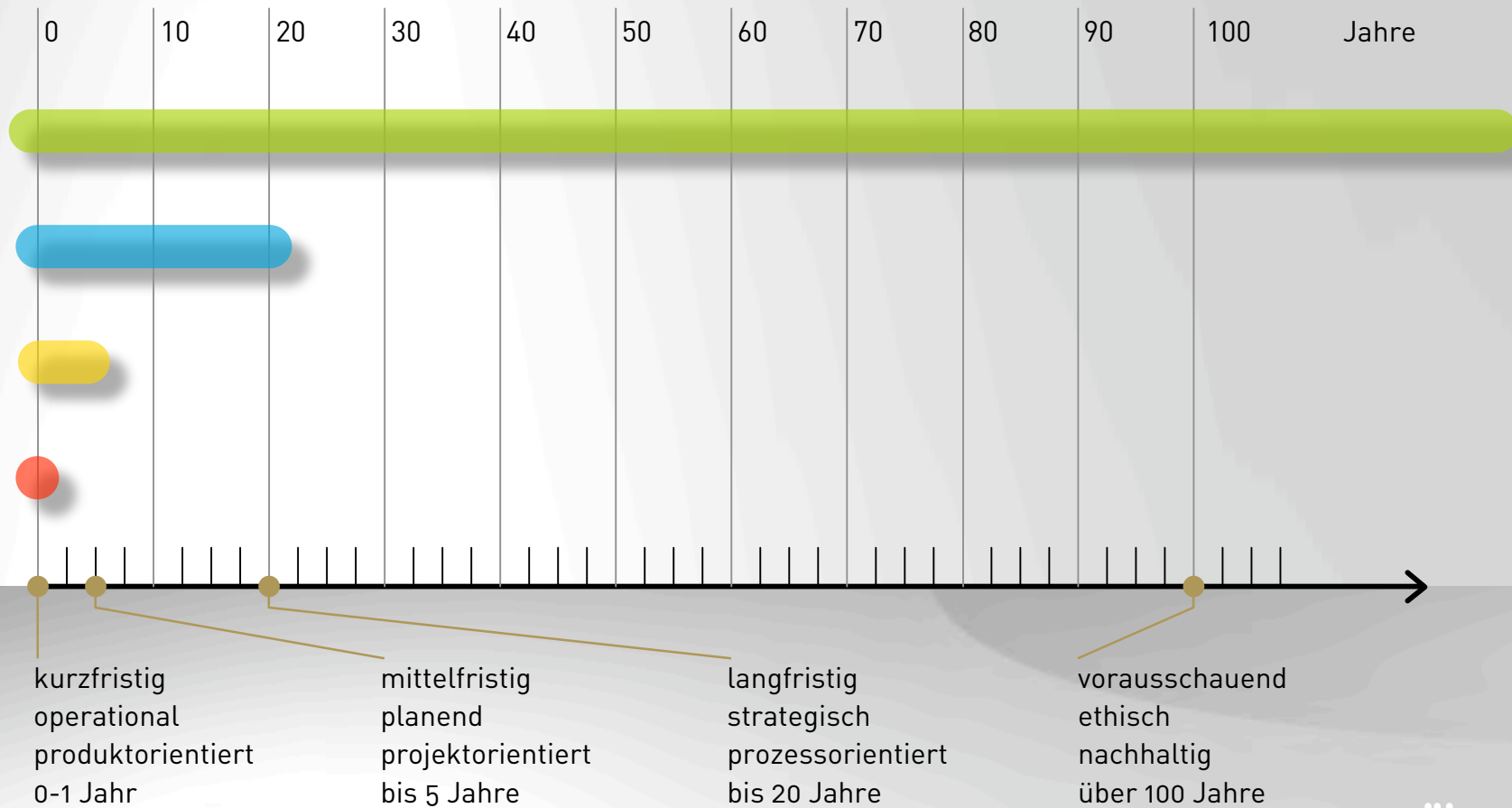
Nachhaltigkeit

Nachhaltig heißt, dass die gegenwärtige Generation ihre Bedürfnisse befriedigt, ohne die Fähigkeit der zukünftigen Generation zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse befriedigen zu können.





Von operationalem zu nachhaltigem Planen







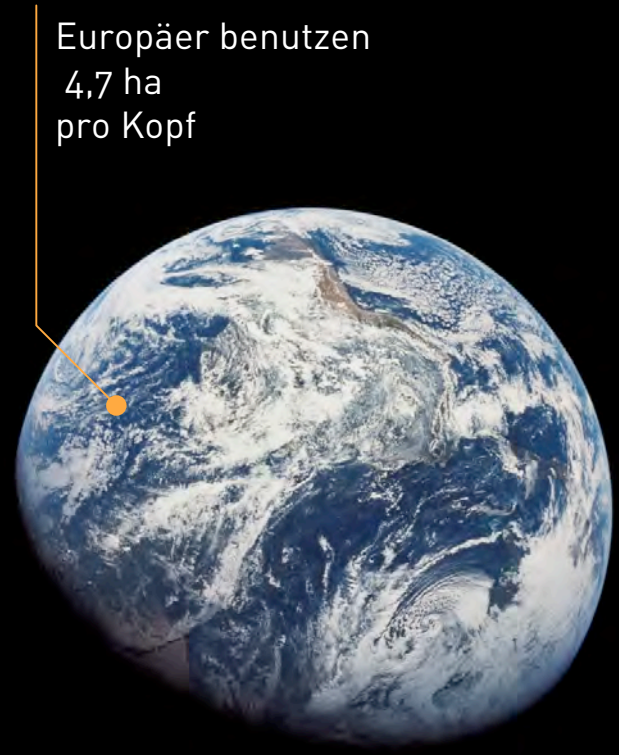
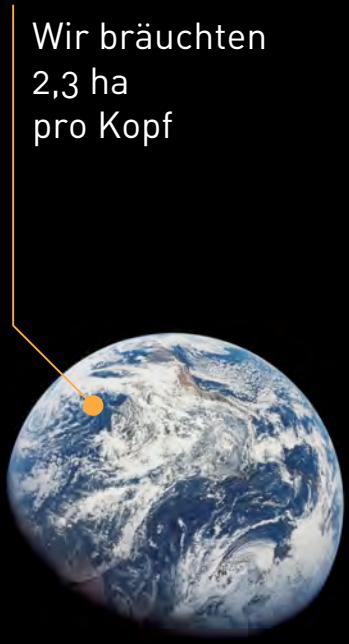
Der ökologische Fußabdruck

Unter dem ökologischen Fußabdruck wird die Fläche auf der Erde verstanden, die notwendig ist, um den Lebensstil und Lebensstandard eines Menschen (unter Fortführung heutiger Produktionsbedingungen) dauerhaft zu ermöglichen.

Das schließt Flächen ein, die zur Produktion seiner Kleidung und Nahrung oder zur Bereitstellung von Energie, aber z. B. auch zum Abbau des von ihm erzeugten Mülls oder zum Binden des durch seine Aktivitäten freigesetzten Kohlendioxids benötigt werden.

Wackernagel / Rees 1993









Der ökologische Fußabdruck und Printmedien

Die heutigen Printmedien sind maßgeblich an der Umweltproblematik beteiligt.

Waldrodungen für die Papierindustrie.

Indirekter Beitrag zum Anheizen des Massenkonsums durch Verbreitung konsumorientierter Werbebotschaften.

Hohe CO₂ Belastung durch Transport von Papier, unbedruckt und bedruckt.

Hoher Müllanteil (z.B. im Verpackungsbereich).







Nachhaltigkeit und Printmedien

Früher:

Gutenbergs Erfindung der beweglichen Lettern und die daraus resultierende Druckindustrie waren in hohem Maße nachhaltig:

- Nahezu unendlich wieder verwendbare Druckstöcke
- Papier aus natürlichen Grundstoffen ohne chemische Zusätze
- Druckfarbe aus Abfallstoffen (Ruß)
- geringer Energiebedarf
- negierbarer Transportaufwand
- langlebige Endprodukte

Über Generationen relevanter Inhalt.

Gutenberg Bibel

Incipit libri genesis quem nos genesi dicimus.
In principio creauit deus celum. **cap. pr^m**
 et terram. Terra autem erat inanis et
 uacua: et tenebre erant super faciem abyssi:
 et spiritus dei ferebatur super aquas.
 Dixitque deus. **Fiat lux.** Et facta est lux.
 Et vidit deus lucem quod esset bona: et
 diuisit lucem a tenebris. appellauitque
 lucem diem et tenebras noctem. **factum**
 est uespere et mane dies unus. **Dixit**
 quoque deus. **Fiat firmamentum** in me-
 dio aquarum: et diuidat aquas ab a-
 quis. **Et fecit deus firmamentum:** diui-
 sitque aquas que erant sub firmamen-
 to ab hijs que erant super firmamen-
 tum: et factum est ita. **Vocauitque deus**
firmamentum celum: et factum est uespere
 et mane dies secundus. **Dixit vero de-**
us. **Congregetur** aque que sub celo
 sunt in locum unum. et appareat arida.
Et factum est ita. **Et uocauit deus** ari-
 dam terram: congregationesque aquarum
 appellauit maria. **Et vidit deus quod es-**
set bonum. et ait. **germinet terra herbas**

possent dici ac nocti: et diuideret lucem
 ac tenebras. **Et uidit deus quod esset bonum:**
 et factum est uespere et mane dies quartus.
Dixit etiam deus. **Producant** aque
 reptile anime uiuentis et uolacile super
 terram: sub firmamento celi. **Creauitque**
deus cete grandia. et omnem animam ui-
 uentem atque motabilem quam produxe-
 rant aque in species suas: et omnem uo-
 lacile secundum genus suum. **Et uidit de-**
us quod esset bonum: benedixitque ei dicens.
Crescite et multiplicamini. et replete a-
 quas maris: auesque multiplicentur
 super terram. **Et factum est uespere et mane**
dies quintus. **Dixit quoque deus.** **Pro-**
ducat terra animam uiuentem in gene-
 re suo: uumenta et reptilia. et bestias ter-
 re. secundum species suas. **factum est ita.** **Et**
fecit deus bestias terre iuxta species su-
as: uumenta et omnem reptile terre in ge-
 nere suo. **Et uidit deus quod esset bonum:**
 et ait. **faciamus** hominem ad imaginem et
 similitudinem nostram: et prelit piscibus maris.



Long Room Dublin Trinity College







Nachhaltigkeit und Printmedien

Heute:

Die zunehmende Industrialisierung führte zu einer abnehmenden Nachhaltigkeit.

Nicht wieder verwendbare Druckstöcke
Papier mit chemischen Grundstoffen
Einsatz umweltfeindlicher Chemikalien
hoher Energiebedarf
hohe Distributions- und Transportkosten
kurzlebige Endprodukte

geringe Relevanz bis Bedeutungslosigkeit des Inhalts.





Nachhaltigkeit und Printmedien

„Was wir heute für ein paar Euro am Kiosk erstehen, in der Bahn lesen und wegwerfen, hätten wir noch vor wenigen Jahren als Kleinod im Bücherregal verwahrt.“

Bernhard Schreier, Quo Vadis Druckindustrie? Stuttgart 2003





Nachhaltigkeit und Printmedien

Die zunehmende Quantität der Printmedien ging einher mit einer Abnahme der inhaltlichen Qualität.

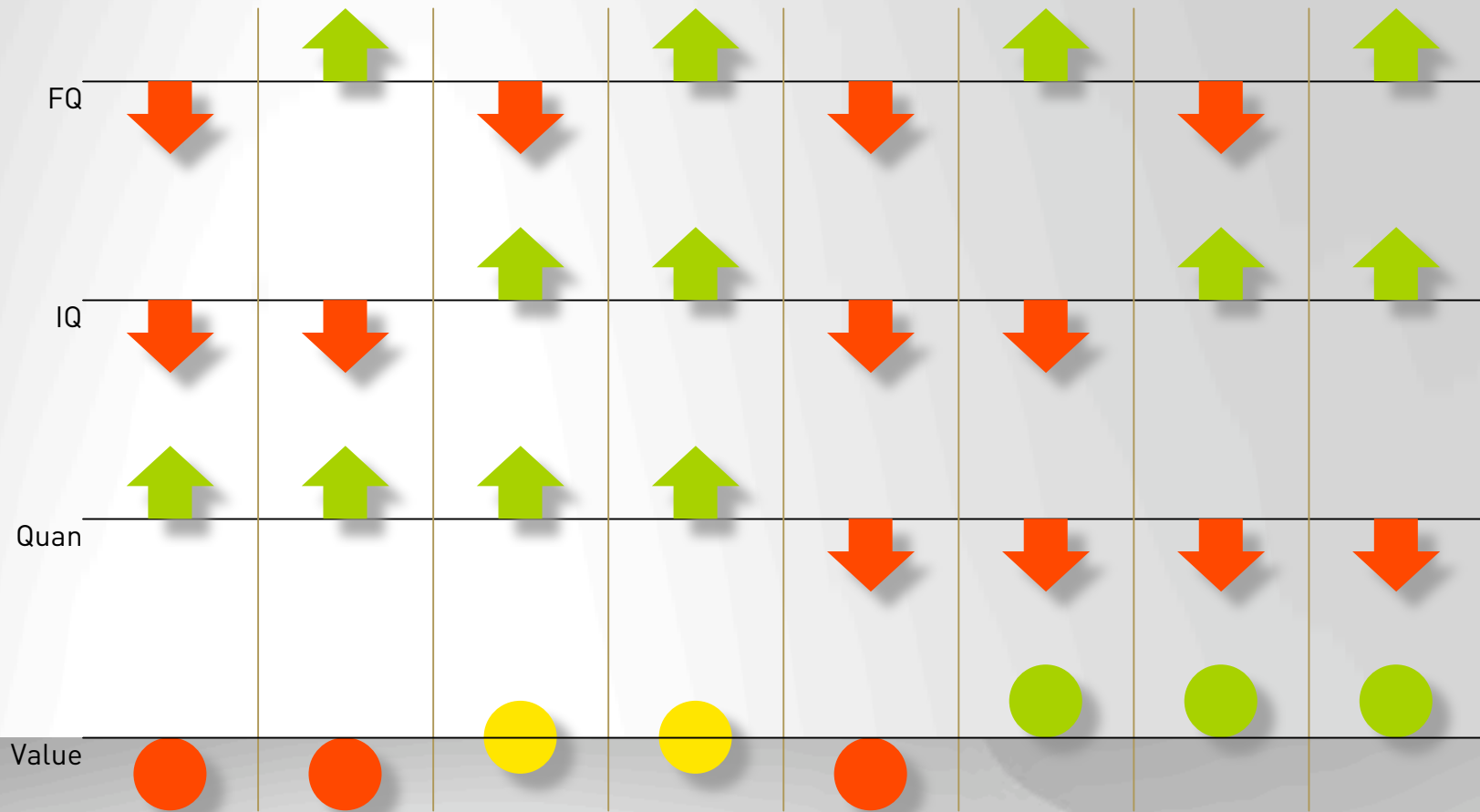
Die Verbesserung der formalen Qualität hat paradoxe Wirkung:

„Der Wert einer Drucksache nimmt mit der Steigerung der Herstellungsqualität durch die massenhafte Verbreitung von hochwertigen Druckprodukten ab.“

Bernhard Schreier, Quo Vadis Druckindustrie? Stuttgart 2003



Wert zu Qualität und Quantität



FQ Formal ästhetische Qualität
IQ inhaltlich funktionale Qualität
Quan Quantität / Auflage
Value sozioökonomischer Wert





Nachhaltigkeit und Printmedien

These:

Wenn der Wert einer Drucksache mit der Steigerung der Herstellungsqualität durch die massenhafte Verbreitung von hochwertigen Druckprodukten abnimmt,

muss der Wert einer Drucksache durch die Steigerung der inhaltlichen Qualität bei gleichzeitiger Reduktion der Quantität zunehmen.





Druck ist nicht mehr nachhaltig.

Druck ist langsam und umständlich.

Druck ist nicht zeitnah.

Druck ist ein Wegwerfprodukt.

Druck belastet die Umwelt.

Es gibt bessere Technologien für die Kommunikationsdistribution.

Brauchen wir weiterhin Print?





Sind die neuen Medien nachhaltiger?

Die rasante Entwicklung der Technologie der neuen Medien führte und führt zu immer kurzlebigeren Produkten.

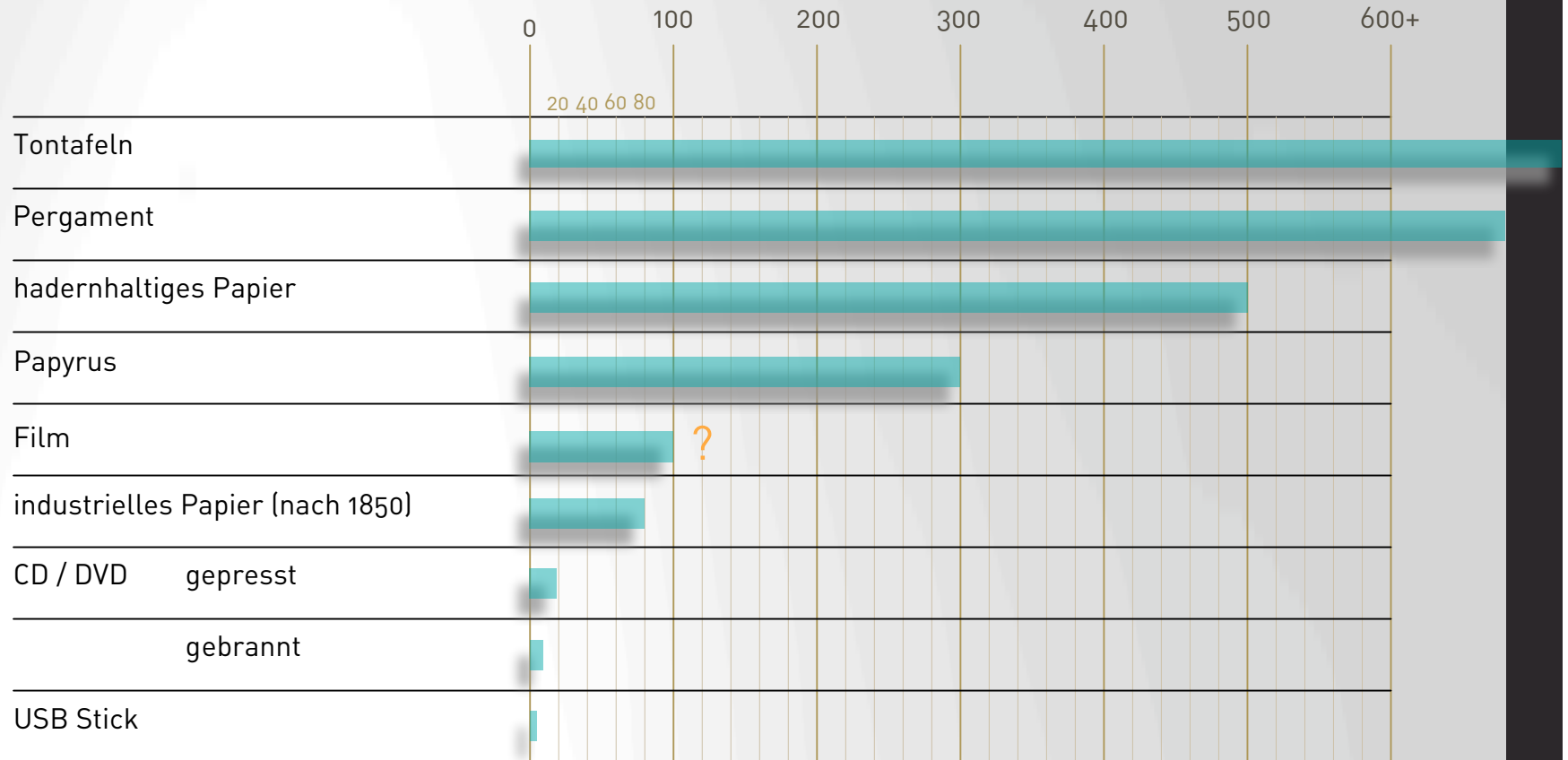
Die Nutzungsdauer der Hardware liegt im Durchschnitt unter 4 Jahren. Ständige Softwareupdates und immer neue Datenspeichersysteme machen ältere Dokumente unlesbar.

Die Lebensdauer der gespeicherten Daten ist minimal.





Haltbarkeit von Datenträgern





Die digitale Demenz.

Dem digitalen Zeitalter droht eine gigantische Gedächtnislücke.

Forscher prophezeien den Totalverlust des gespeicherten Wissens unserer Zeit:
Die digitale Technologie hat ein sehr geringes Mindesthaltbarkeitsdatum.

Die derzeitigen medientechnischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen
Veränderungen beinhalten dramatische Gefahren für die gesamte menschliche Kultur.

Misslingt eine Rettung, drohen immense volkswirtschaftliche Schäden, die weit
schwerwiegender sein werden als die derzeitige Finanzkrise.



320 n Chr.

Der erste Mediengau der Geschichte wurde in letzter Minute verhindert.





Back to the roots:

Die Druckindustrie hatte früher zwei Kernkompetenzen:
Wissensdistribution und Wissensarchivierung.





Die Druckindustrie als Retter vor kulturellem Gedächtnisschwund.

Wissensarchivierung statt Informationsdistribution.

Papier und Druckfarben mit Langzeithaltbarkeit.

Druckmaschinen für Kleinauflagen mit höchster Qualität.

Verarbeitungstechniken zur Archivierung.

Nachhaltige Klasse statt vergänglicher Masse.

Werte konservieren statt Wertloses produzieren.

Aufheben statt wegwerfen.





Nachhaltigkeit und Printmedien

Nachhaltigkeit als oberflächliches Marketingversprechen ist eine leere Worthülse.
Nachhaltigkeit dient nicht als Werbeaussage.

Aber:

Nachhaltig ethische Unternehmensphilosophie ist eine (die) Chance, als Druckerei zu überleben und in Zukunft wieder zufrieden stellende nachhaltige Gewinne zu machen.

hohe Auflage ist Eitelkeit.
nachhaltige Rendite ist Intelligenz.





m@michael-hardt.com
www.michael-hardt.com

