

# Ein Engel für Nachhaltigkeit

Seit 25 Jahren hat sich der oekom Verlag dem Thema Ökologie und Nachhaltigkeit verschrieben. Er und weitere Partner streben ein Umweltzeichen für die Herstellung von Druckereiprodukten an: Der »Blaue Engel für umweltfreundliche Druckprodukte« könnte 2016 in Kraft treten.

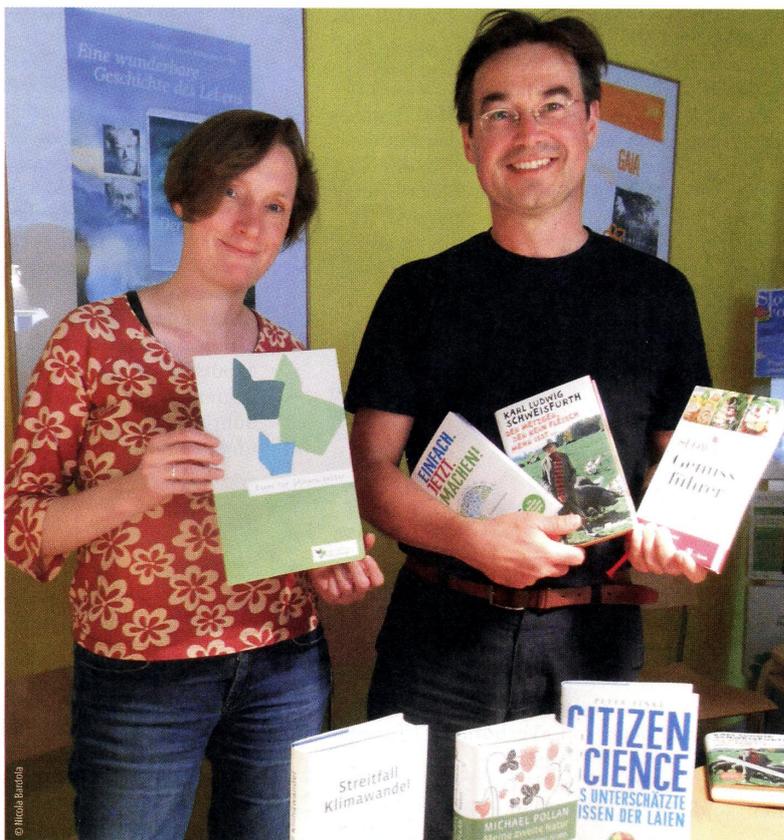
**D**ie Nachhaltigkeitsbeauftragte von oekom zeigt auf die Broschüre »Ideen für grünere Seiten – Nachhaltig Publizieren«: Anke Oxenfarth, deren Aufgabenbereich direkt an die Geschäftsführung angeschlossen ist, hat das im oekom Verlag erschienene Heft redigiert und gemeinsam mit dem IFEU (Institut für Energie und Umweltforschung), dem IÖW (Institut für ökologische Wirtschaftsforschung) und der Frankfurter Buchmesse im Rahmen des vom Umweltbundesamt finan-

zierten Projekts »Neue Umweltstandards für die Verlagsbranche« veröffentlicht. Als E-Paper sind diese Handlungsempfehlungen, wie Verlage umweltfreundlicher werden können, auch auf der Website nachhaltig-publizieren.de nachzulesen.

»All unsere Bemühungen zeigen, dass noch viel gemacht werden muss«, erklärt Oxenfarth. »Wir wollen den anderen Verlagen Hilfe leisten, indem wir Probleme, die wir hatten, schildern und unser Wissen weitergeben.« Ökologisch zu handeln, was Papierwahl,

Druckfarben oder Vertrieb betrifft, sei oft kompliziert: »Unsere klaren Leitlinien können Kollegen ermuntern, sich mit dem Thema Green Publishing zu beschäftigen.«

**Wie komplex das Thema** ist, zeigt schon der Vermerk auf der Broschüre des Verlags und des Druckkollektivs in Gießen, das sich das Logo »gründrucken« schützen ließ: »Print CO<sub>2</sub> kompensiert, Id-Nr. 1327127, www.bvdm-online.de. Gedruckt auf 120g/m<sup>2</sup> Recycstar Polar, zertifiziert nach RAL ZU 14 – Blauer Engel. Die eingesetzte Druckplatte PRO-T3 von Fuji arbeitet ohne jeglichen Chemiezusatz. Neueste Walzentechnologie ermöglicht eine alkoholfreie Produktion und damit einen auf ein Minimum VOC-reduzierten Offsetdruck mit mineralöl- und kobaltfreien Druckfarben.«



Nachhaltigkeitsbeauftragte Anke Oxenfarth und Verlagsleiter Jacob Radloff: Vorreiter beim Green Publishing

## oekom verlag

- **Profil:** 1989 gegründeter Fachverlag für Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen mit sieben Fachzeitschriften, Sach- und Fachbuchprogramm
- **Motto:** »Vom Wissen zum Handeln«
- **Fachkompetenz:** oekom hat einen wissenschaftlichen Beirat mit Vertretern aus den Bereichen Umwelt, Wissenschaft und Wirtschaft
- **Neuerscheinungen:** rund 60 Titel pro Jahr; insgesamt sind 350 Titel lieferbar



Auf solche Details und auf Glaubwürdigkeit legt Verlagsleiter Jacob Radloff Wert. »Glaubwürdigkeit ist das Wertvollste. Wenn man sie verliert, wird alles andere teurer.« Zudem wolle der Verlag seinen Inhalten gerecht werden. All das bringe viele Vorteile, nicht zuletzt auch finanziell: »Beispielsweise verschafft uns das Autoren, die wir uns eigentlich nicht leisten könnten.«

**In vielen Verlagen denkt** man sehr kurzfristig, wechselt oft die Druckereien. Oekom hat seit vielen Jahren dieselben Partner – »Verlage, die jetzt schon Partner hier in Deutschland suchen, sind auf der Gewinnstrecke«, sagt Radloff. In China oder anderswo zu drucken, habe keine Perspektive: »Die Transportkosten steigen rasch. Es gibt noch andere Werte, als Kosten der Zulieferer zu drücken.« Radloff weiß, dass oekom kein großer Auftraggeber ist. »Aber wir haben einiges auch in den Druckereien bewegt: Vorschläge werden umgesetzt, wenn wir hartnäckig drangeblieben sind.«

**Gestartet wurde die** Initiative »Nachhaltig Publizieren« 2011, als unter anderem auch der Frankfurter Buchmesse klar wurde, dass es noch keine Handreichungen für Verlage gibt, die umweltfreundlich produzieren wollen. Anke Oxenfarth erinnert sich an die Mühen der Projektbeantragung beim Bundesumweltministerium. Doch was laut Zeitplan ein halbes Jahr hätte dauern sollen, geschah in vielen Bereichen sehr schnell, so dass schon 2012 die erste Fachtagung auf der Frankfurter Buchmesse im Forum Verlagsherstellung stattfinden konnte. Damals wie heute ist das Erstellen von Kriterien für nachhaltiges Drucken von besonderer Bedeutung,

vom Fällen des Holzes bis zur Auslieferung. »Wir sind mit unserem Projekt ein Katalysator, der die Szene zusammenbringt«, erklärt Radloff.

Er handelt aus Überzeugung: Bereits 1978 berichtet die »Süddeutsche Zeitung« in Wort und Bild von der Gründung des Anti-Chemikalienclubs und des gleichnamigen Informationsblatts »ACC-Kurier« durch den zwölfjährigen Jacob Radloff.

**Der größte Erfolg** des Projekts »Nachhaltig Publizieren«? »Aus den von uns entwickelten Kriterien hat uns das Bundesumweltministerium beauftragt, Vergabekriterien für ein neues Umweltzeichen zu entwickeln: einen Blauen Engel für umweltfreundliche Druckprodukte. Es könnte am 1. Januar 2016 in Kraft treten«, sagt Radloff und vergisst nicht, auf die positive Entwicklung von oekom und das Herbstprogramm zu verweisen. Vom Kleinverlag entwickelte Radloff sein Haus zum Markt- und Meinungsführer für Ökologie und Nachhaltigkeit, mit Zeitschriften, Fachbüchern und dem populären Sachbuchprogramm. Für den größten Erfolg des Verlags hält Radloff, entscheidend daran mitgewirkt zu haben, dass das Thema Nachhaltigkeit heute ganz oben auf der Agenda stehe und in der Mitte der Gesellschaft angekommen sei. »Die Mutter der Nachhaltigkeit ist die Geduld. Nicht nur engstirnig im Tagesgeschäft zu verharren, sondern die große Linie zu verfolgen«, meint Radloff. Klar, dass die Jubiläumsherbstvorschau des Verlags ein Stempelaufdruck zielt: »nachhaltig weiterdenken.«

eb  
Nicola Bardola

### Radloffs Tipps für Kollegen

- **Druck:** Nah am Produktionsort, möglichst in Deutschland. So, dass ihr kurze Transportwege habt.
- **Farbe:** Verwendet, wo immer möglich, mineralölfreie Druckfarben.
- **Papier:** Benutzt RC-Papier, wo es nur geht. Kommuniziert, dass ihr es tut. Erklärt es euren Kunden.
- **CO<sub>2</sub>:** Kompensiert die CO<sub>2</sub>-Emissionen.

## Nie wieder radebrechen

Präzisionsoffensive: Ein neues Fachwörterbuch dürfte für reibungsarme Kommunikation in der Verlagswelt sorgen.



Mit zweisprachigen Infografiken: das »Fachwörterbuch Druck & Medien« der HTWK Leipzig, 316 S., 10 Euro (Bestellungen über [woerterbuch@verlagsherstellung.de](mailto:woerterbuch@verlagsherstellung.de))

**G**estammel, Erröten oder gar Schwitzattacken – wer im Geschäftsleben öfter fremdsprachige Termini benötigt, kennt vermutlich sämtliche Symptome. Peinlichkeitsgefühle im deutsch-englischen Geschäftsdialog zu minimieren, verheißt das »Fachwörterbuch Druck & Medien« der HTWK Leipzig, das nun gedruckt vorliegt. Mit seinem Reservoir von mehr als 7500 Vokabeln übersetzt es verlässlich nicht nur »Ab- und Anführung«, »Kronenkorken« oder »Schreibkrampf«, sondern auch abseitigere Wörter wie »Feuchtmittelauftragswalze«, »Quetschfalte« oder »Zugfestigkeitsprüfmaschine«. Geballte Präzision eben.

Seit Oktober vorigen Jahres ist das Nachschlagewerk bereits online zugänglich ([fachwoerterbuch-medien.htwk-leipzig.de](http://fachwoerterbuch-medien.htwk-leipzig.de)), aber die Anschaffung der Printausgabe lohnt sich – und das nicht nur wegen der zusätzlichen Illustrationen, etwa zum Thema Werkstoffe. Denn obendrein taugt das bibliophile Bändchen mit seinem klaren Layout und dem streichelglatten Papier als Augenweide und Handstreichler. Sodass es verlockend ist, auch ohne akute Verständigungsnot darin zu blättern. eb