

rigen Direktzahlungen – die 75 Prozent des GAP-Haushalts ausmachen – haben traditionell die intensive Landwirtschaft gefördert“, stellt der Umweltausschuss fest. Deshalb will er „die Philosophie der GAP grundlegend ändern“. In eine ähnliche Richtung gehen auch Aussagen zweier Sonderausschüsse der EU, die im Gesetzgebungsverfahren angehört werden müssen: der Ausschuss für regionale Entwicklung und der Wirtschafts- und Sozialausschuss (EWSA). Erstgenannter „unterstützt die Idee, die Direktzahlungen an die Landwirte an ehrgeizige Umweltauflagen zu knüpfen“, hält die Vorschläge der Kommission aber für „zu weich“, um „einen Richtungswechsel hin zu modernen nachhaltigen Bewirtschaftungssystemen herbeizuführen“. Und auch der EWSA begrüßt die „Ökologisierungskomponente“, da er sich schon früher für „zielorientierte Direktzahlungen“ eingesetzt hat. Die Ziele hier: Boden-, Arten-, Natur- und Umweltschutz.

Zukunftsvision zur GAP nach 2020?

Derzeit gibt es eine Grundprämie (Direktzahlungen, erste Säule) mit Bonuszuschlägen für Umweltleistungen (Ökoprämien für Agrarumweltmaßnahmen, zweite Säule). Zukünftig wäre Folgendes vorstellbar: die Festlegung eines ökologisch und sozial nachhaltigen Standards mit höchsten Ansprüchen (Best Practice). Gefördert werden Betriebe, die dem höchsten Standard entsprechen. Hier muss der ökologische Landbau Vorbild sein. 100 Prozent Zahlungen erhalten nur Betriebe, die allen ökologisch-gesellschaftlichen Anforderungen gerecht werden. Ein Staffelsystem mit Abschlägen folgt. Betriebe, die lediglich bestehende gesetzliche Normen einhalten, werden nicht gesondert unterstützt. Aber auch eine solche Steuerung kann nur ein Übergang sein. Letztendlich muss es das Ziel sein, ein nachhaltiges Ernährungssystem zu entwickeln, das die Begrenztheit

von Ressourcen sowie die Bedürfnisse von und den respektvollen Umgang mit Tieren wirklich ernst nimmt, Erzeugern ein gutes Auskommen bei fairen Produktpreisen ermöglicht und eine gesunde Ernährung für Verbraucher sicherstellt, ohne auf Kosten anderer Regionen der Erde zu wirtschaften.

Der Ökolandwirt Martin Häusling ist seit Juni 2009 für die Grünen Mitglied des Europäischen Parlaments.

Im Ausschuss für Landwirtschaft und ländliche Entwicklung ist er Schattenberichterstatter zum Bericht „Direktzahlungen“.

Kontakt:

Tel. +32 (0)2 /

2845820, E-Mail:

[martin.haeusling@](mailto:martin.haeusling@europarl.europa.eu)

[europarl.europa.eu,](mailto:europarl.europa.eu)

www.martin-haeusling.de



Umweltfreundliche Produktion

Wie grün sind deine Blätter?

In der Sprache der Verlage und Druckereien heißt Umweltbewusstsein „Green Publishing“

Ökologische Achillesfersen bewusst ausgleichen – das ist das Ziel von umweltbewussten Verlagen. Am Anfang des Buches steht der Baum oder das Recyclingpapier. Im gesamten Produktionskreislauf lassen sich Energie und Ressourcen einsparen, aber dazu muss das Thema zur Chefsache werden. Doch der Weg zur vollständig klimaneutralen Publikation ist noch weit. ■ VON ANKE OXENFARTH, OEKOM VERLAG

Klimawandel und Ressourcenengpässe machen auch vor der Verlagswelt nicht halt. Bislang haben die meisten Verlage über den ökologischen Fußabdruck ihrer Produkte und Produktionsprozesse jedoch kaum fundiertes Wissen. Dabei haben die Produktion und die Verbreitung von Publikationen eine große Umwelrelevanz. Vorreiter der Branche suchen deshalb unter dem Label Green Publishing seit einigen Jahren nach Wegen, um das Herstellen und Verlegen von Büchern und Zeitschriften nachhaltiger zu gestalten.

Ohne Papier geht nichts in Verlagen.

Bereits bei der Holzernte und beim Transport verursacht die Papierherstellung zahlreiche Umweltprobleme. Die Papierindustrie ist zudem der fünftgrößte industrielle Energieverbraucher in Deutschland, weshalb der Energieeinsparung eine herausragende Bedeutung zukommt. Aufgrund der weltweit steigenden Nachfrage bei abnehmenden Ressourcen sind Verlage auch aus finanzieller Sicht gut beraten, auf nachhaltige Kriterien bei der Papierbeschaffung und -nutzung zu achten. Absatzgesteuerte Auflagezahlen und Drucken auf Nachfrage (Print-on-Demand-Angebote) können den Papierbedarf deutlich verringern. Betrachtet man die Ökobilanz von Frischfaser- und Recyclingpapieren, wird der Vorteil von Recyclingprodukten deutlich sichtbar. So werden zur Herstellung eines Papiers aus Primärfasern wesentlich mehr Energie, Wasser und Chemikalien benötigt als für Recyclingpapier, daher ist Letzteres zu bevorzugen. Zumal sich die Recyclingpapiere – entgegen einem hartnäckigen Vorurteil – qualitativ, optisch und haptisch (fühl- und greifbar) längst mit Frischfaserpapieren messen können. Auch die Auswahl ist inzwischen recht groß. Den höchsten Anspruch erfüllen Recyclingpapiere, die mit dem Blauen Engel gekennzeichnet sind. ▶

Sofern sich der Einsatz von Frischfaserpapier nicht vermeiden lässt, ist darauf zu achten, dass das Holz zur Papierherstellung aus nachhaltiger Produktion stammt. Zur Bewertung der Nachhaltigkeit von Druckpapieren etablieren sich zunehmend Gütezeichen wie Forest Stewardship Council (FSC) und Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes (PEFC).

Ein anderes Drucken ist möglich

Weiteres ökologisches Optimierungspotenzial liegt beim Druck selbst. Daher gilt es, die Druckprozesse genau unter die Lupe zu nehmen, um umweltschädliche Stoffe zu ersetzen, Energie effizient zu verwenden, Abwasser- und Abfallmengen zu begrenzen und die Emissionen flüchtiger organischer Verbindungen (VOCs) zu verringern. So wäre es aus gesundheitlicher und ökologischer Sicht wünschenswert, keine mineralöhlhaltigen Druckfarben einzusetzen. Einerseits um die begrenzten Erdölvorhaben zu schonen, andererseits um während der Verarbeitung der Druckfarben entstehende Emissionen und unerwünschte Reste im bedruckten Medium zu vermeiden.

Dafür gibt es seit mehr als zehn Jahren Lösungen. Der Offsetdruck kann prinzipiell vollständig auf mineralöhlhaltige Lösemittel in Druckfarben verzichten. Der Einsatz mineralölfreier Druckfarben in vorhandenen Offset-Druckmaschinen ist genauso einfach wie der Einsatz konventioneller Druckfarben. Allerdings sind sie (noch) teurer, weshalb sie in der Praxis kaum verwendet werden.

Problematisch ist die noch immer un-

einheitliche Definition des Begriffs „ökologische Druckfarbe“. Dazu zählen Druckfarben aus nachwachsenden Rohstoffen, die im Bindemittel kein Mineralöl, sondern Monoester von Pflanzenölfettsäuren enthalten.⁽¹⁾ Darüber hinaus existieren für den Tiefdruck umweltschonende Druckfarben, deren Bindemittelsystem wasserverdünnbar und komplett lösemittelfrei ist und durch UV-Strahlung vernetzt werden kann. Außerdem sind auch unter den konventionellen Druckfarben solche aus ausschließlich mineralischen farbgebenden Pigmenten tendenziell umweltfreundlicher als solche, deren Farbgebung auf synthetischen Pigmenten basiert, da die Produktion Letzterer mit einem hohen Energieaufwand verbunden ist. Die Druckqualität auf 100-Prozent-Recyclingpapier ist mit dem Druck auf Standard-Offsetpapier, das chlorfrei gebleicht wurde, gleichwertig.

Der Tiefdruck stellt besonders hohe Anforderungen an die Qualität der Druckfarben. Ein umweltschonenderes Tiefdruckverfahren wird derzeit im Laboratorium für Werkstofftechnik der Helmut-Schmidt-Universität Hamburg entwickelt.⁽²⁾

Geld sparen und gleichzeitig die Umwelt entlasten können Druckereien auch, wenn sie ihren Stromverbrauch analysieren. Laut dem Energieinstitut der Wirtschaft hat die Druckbranche im Vergleich mit verschiedenen anderen Branchen den höchsten Stromverbrauch. Energieeffizienzmaßnahmen im Verlagswesen betreffen deshalb vor allem den Druckbetrieb und dort drei besonders relevante Verbrauchsbereiche: Druckluft, Wärme/Abwärme und elektrische Antriebe mit zum Teil erheblichen Unterschieden hinsichtlich effizienter Energienutzung zwischen den einzelnen Druckmaschinenfabrikaten.

Klimaneutraler Vertrieb und grünes Büromanagement

Seit der Einführung des Emissionshandels ist der CO₂-Verbrauch eine weitere Größe, den Unternehmen im Blick haben müssen. Durch Versand und Auslieferung der Publikationen entstehen CO₂ und andere klimaschädliche Gase. Auch während und zwischen den einzelnen Phasen des Pro-

duktlebenszyklus finden Transporte statt. So können sich Verlage und Druckereien beispielsweise bei den Papierherstellern dafür einsetzen, dass die nötigen Papiertransporte mit der Bahn erledigt werden. Um den Vertrieb möglichst klimafreundlich zu gestalten, ist systematisch auf den Einsatz energieeffizienter Fahrzeuge und die Optimierung der Logistik – etwa durch eine Gewichtsreduzierung von Verpackungsmaterialien und die Vermeidung von Leerfahrten – zu achten.

Vor allem aber ist es nötig, Transportwege insgesamt zu reduzieren. Dafür müssen Verlage bewusst mit regionalen Druckereien zusammenarbeiten und die Großhändler auffordern, Lieferaufträge für Druckerzeugnisse in den Einzelhandel vorrangig an regionale Dienstleister zu vergeben. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, die Klimafolgen des Versands zu kompensieren. So bieten verschiedene Paketdienste einen CO₂-neutralen Versand der Ware an, bei dem Beiträge zu internationalen Klimaschutzprojekten die durch den Transport entstehenden Emissionen kompensieren.

Ein weiteres Minus auf dem CO₂-Konto lässt sich verbuchen, wenn MitarbeiterInnen und Geschäftsführung des Verlags für Dienstreisen und tägliche Arbeitswege konsequent auf Bus, Bahn und Fahrrad umsteigen.

Auch im Büroalltag gibt es viele Möglichkeiten, umweltfreundlich zu agieren. Durch die Nutzung von Ökostrom und einen bewussten Umgang mit Energie lassen sich CO₂-Emissionen um ein Vielfaches verringern. Der Einsatz von energieeffizienten Geräten und deren sparsamer Gebrauch schonen Klima und Geldbeutel. Die Verwendung von ökologisch unbedenklichem Büromaterial ist mittlerweile genauso problemlos möglich wie der Einsatz von umweltfreundlichem Druck- und Kopierpapier.

Wichtigste Voraussetzung für Green Publishing ist jedoch eine von der Sache überzeugte Geschäftsführung. Nur wenn die MitarbeiterInnen sehen, dass Führungskräfte bereit sind, dem verlagsinternen Nachhaltigkeitsmanagement einen hohen Stellenwert einzuräumen, ziehen

Tiefdruck

Wie der Name schon sagt, bezeichnet Tiefdruck ein Verfahren, bei dem die zu druckenden Elemente als Vertiefung auf der Druckplatte angelegt sind. Die Farbe sammelt sich dann in den durch chemische oder mechanische Verfahren erzeugten Vertiefungen.

sie aktiv mit. Spezielle Broschüren und -veranstaltungen oder bereichsspezifische Workshops, die über Green Publishing informieren, sind nötig und wichtig, reichen allein aber nicht aus. Das Nachhaltigkeitsmanagement muss personell und organisatorisch im Verlag verankert sein.

Neue Standards für die Verlagsbranche

Es mangelt also offensichtlich nicht an guten Ideen und Verfahren. Allerdings ist das bestehende Wissen zu einzelnen Aspekten umweltfreundlichen Publizierens weit verstreut – eine große Hürde für mehr Umweltengagement in der Verlagsbranche.

Diesen Mangel zu beheben, ist das Ziel des Projektes „Nachhaltiges Publizieren. Neue Standards für die Verlagsbranche“, das der oekom verlag initiiert und dank einer finanziellen Förderung durch das Bundesumweltministerium von August 2011 bis Ende 2012 umgesetzt hat – gemeinsam mit dem ifeu – Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg, dem Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW), der Buchmesse Frankfurt und dem Umweltbundesamt.⁽³⁾ Das Projekt hat sich zum Ziel gesetzt, Verlage für ihre gesellschaftliche Verantwortung als Unternehmen zu sensibilisieren, neue, branchenspezifische Standards für nach-

haltiges Publizieren zu entwickeln und der gesamten Branche zugänglich zu machen. In der ersten Projektphase standen die besonders umweltrelevanten Bereiche Papiereinsatz und Druckverfahren im Fokus. Für 2013 ist die Beschäftigung mit den Bereichen Vertrieb und Logistik sowie dem umweltfreundlichen Büroalltag geplant.

Es wurden bestehende und praktizierte Umweltschutzansätze und -standards im Verlags- und Druckereiwesen identifiziert und daraufhin untersucht, ob sie prinzipiell Anforderungen an nachhaltige Papierbeschaffung und Druckprozesse formulieren und inwieweit diese als ausreichend anzusehen sind. Noch existiert – neben dem aus Sicht der Projektpartner noch unzureichenden EU-Umweltzeichen für Druckerzeugnisse – kein Standard, der Anforderungen zur Nachhaltigkeit bei Druckpapieren und in Druckprozessen umfassend thematisiert und der von Unternehmen erfüllt wird. Daher hat das Projekt Kriterien für Umweltstandards erarbeitet und in themenspezifischen Expertenworkshops sowie anlässlich mehrerer Branchenveranstaltungen mit Stakeholdern der Verlagsbranche ausführlich diskutiert. Auf der Buchmesse in Frankfurt im Oktober 2012 wurden die „Anforderungen zur Nachhaltigkeit bei Druckpapieren und in Druckprozessen“ präsentiert.⁽⁴⁾

Aktiver Umweltschutz und Nachhaltigkeit sind für Verlage längst keine Zukunftsmusik mehr, die Nachfrage nach ökologischen Produkten boomt. Das ressourcen-, energie- und klimaschonend oder gar wirklich klimaneutral und nicht „nur“ klimakompensiert hergestellte Verlagsprodukt wäre allerdings eine echte Neuheit. Diese Marktlücke gilt es zu besetzen.

Anmerkungen

- ▶ (1) www.hdm-stuttgart.de/printing-green/do3-tosq.htm#nach
- ▶ (2) www.nachhaltigkeit.org/201101066425/materialienprodukte/nachrichten/umweltschonender-tiefdruck
- ▶ (3) www.nachhaltig-publizieren.de
- ▶ (4) www.nachhaltig-publizieren.de/index.php?id=1239

Die Geistes- und Sozialwissenschaftlerin Anke Oxenfarth arbeitet seit 1999 beim oekom verlag, seit 2002 in der Chefredaktion der Fachzeitschrift politische ökologie. Sie ist stellvertretende Leiterin des Unternehmensbereichs Zeitschriften und leitet seit 2011 die Stabsstelle Nachhaltigkeit des Verlags.

Kontakt:
Tel. +49 (0)89 / 544184-43,
E-Mail:
oxenfarth@oekom.de,
www.oekom.de





Slow Food®

Magazin

Genießen mit Verstand

Wissen Sie, wo Ihre Milch herkommt? Kennen Sie Ihren Metzger persönlich? Können Sie eine Räucherfischpfanne zubereiten? Haben Sie schon einmal echte Alblinsen, Ahle Wurscht aus Nordhessen oder ein Ramelsloher Blaubein probiert?

Das *Slow Food Magazin* bringt Ihnen die Welt der Lebensmittel näher – getreu dem Motto „gut, sauber und fair“. Lassen Sie sich kulinarisch inspirieren, lassen Sie sich mitnehmen auf *Genussreise* und ins *Geschmackslabor* – und erfahren Sie außerdem, warum Essen politisch ist!

Testen Sie das *Slow Food Magazin* im günstigen Probeabonnement:
Drei Ausgaben für nur 10 Euro. Sie werden auf den Geschmack kommen!

Erhältlich bei: www.oekom.de/slowfood, slowfood@oekom.de



