Zeitschrift: Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft

Band: - (1993)

Heft: 1

Artikel: Massenmedien als ökologisches Problem

Autor: Deltenre, Ingrid

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-790879

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 14.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Ingrid Deltenre

Massenmedien als ökologisches Problem

Massenmedien berichten nicht nur über die ökologischen Probleme unserer Gesellschaft, sondern sind selbst auch ein Teil des Ökosystems: Indem sie Energie, Papier, Chemikalien u.a.m. verbrauchen, beeinflussen sie mit ihren Produkten unsere Umwelt. Der folgende Beitrag schildert am Beispiel "Ringier", mit welchen konkreten Massnahmen ein Verlag seine Umweltverantwortung ernst nehmen will.

1. Die ökologische Herausforderung

Die globale Wirtschaftsleistung hat sich seit dem zweiten Weltkrieg etwa verzehnfacht. Die Stoffströme in die Umwelt stossen heute an die Grenzen der Aufnahmekapazität von Atmosphäre, Gewässer, Böden wie der Biosphäre. Doch das Bewusstsein der Bevölkerung über die Endlichkeit unseres Planeten wächst, nicht zuletzt als Ergebnis der Konferenz von Rio. Die Unternehmen im Norden stehen vor der langfristigen Aufgabe, ihre Wertschöpfung zu steigern, dafür aber weniger Material und Energie zu verbrauchen. Wie wird das bewerkstelligt?

Bis heute übernimmt der Staat die Entsorgungspflicht unserer Abfälle und garantiert die Energieversorgung, ohne dass die Verursacher und Verbraucher dafür einen Preis bezahlen, der die vollen volkswirtschaftlichen Kosten einschliesst. Doch Abfallstoffe werden in der Wirtschaftlichkeitsrechnung erst dann zu verschwendeten Ressourcen, wenn die Verursacher dafür die vollen Umwelt- und Folgekosten bezahlen. Darum wird auch in Wirtschaftskreisen längst davon ausgegangen, dass ohne entsprechende Veränderungen der politischen Rahmenbedingungen und der eingesetzten Technologien das Wirtschaftswachstum weitherhin mit zunehmender Umweltzerstörung verbunden bleiben muss. Der Bundesrat hat nun in der gegenwärtig laufenden Legislaturperiode die Leitidee des qualitativen Wachstums, das Konzept einer dauerhaften wirtschaftlichen Entwicklung vorangestellt.

2. Politisch-juristische Rahmenbedingungen für die Medienbranche

Eine Reihe von Verordnungen, die für die grafische Branche von besonderer Relevanz sind, gibt es schon. Das Gewässerschutz- und das Umweltschutzgesetz sind als Rahmengesetze formuliert und in Ausführungsbestimmungen konkretisiert. Der Vollzug der Gesetze und Verordnungen liegt bei den Kantonen, die ihrerseits gestützt auf die Bundesgesetzgebung kantonale Ausführungsbestimmungen erlassen. Dem Bund obliegt die Oberaufsicht. Für die ***grafische Branche*** sind in erster Linie die folgenden Verordnungen von Bedeutung:

Die Luftreinhalte-Verordnung: Sie umfasst produkt- und abgasbezogene Luftreinhaltevorschriften (Lösungsmittel, Abgase von der Heisslufttrocknung) sowie die Emissionsbegrenzungen für Feuerungsanlagen, die für Raumheizung und Erzeugung von Prozesswärme, Warm- oder Heisswasser sowie Dampf eingesetzt werden.

Die Verordnung über den Verkehr mit Sonderabfällen: Sie ordnet im wesentlichen an, dass eine Vielzahl nichthäuslicher Abfälle, kurz als Sonderabfälle bezeichnet, weder in die Kanalisation abgeleitet noch dem Kehricht beigegeben werden dürfen. Betroffen davon sind in erster Linie die Entwicklungs- und Fixierlösungen, ölhaltiges Wasser, Schmierfett, andere Öle, Abfälle von Druckfarben, Lampen, Batterien, verschiedene Chemikalien usw.

Die Verordnung über umweltgefährdende Stoffe: Die grafische Industrie ist selber zwar kaum mit dieser Verordnung konfrontiert, aber sie betrifft die Zulieferer vor allem aus den Sparten Druckfarben, Fotochemikalien und Druckhilfsmittel. Die Herstellerbetriebe sind dazu angehalten, bereits eingeführte wie auch neue Stoffe in Bezug auf die Umweltverträglichkeit zu prüfen und bei der zuständigen Amtsstelle anzumelden.

Die Technische Verordnung über Abfälle: Angefangen von der Zulieferindustrie, über die verarbeitende Industrie bis hin zum Konsumenten und den Betreibern von Entsorgungsanlagen sind alle gleichermassen in das Konzept eingebunden. Von der Industrie wird gefordert, dass schadstoffarme Produkte eingesetzt werden und mit verbesserten Produktionsmethoden dem Entstehen von Abfällen vorzubeugen ist.

Die Verordnung über die Abwassereinleitungen: Innerhalb der grafischen Branche fällt Abwasser vorab aus Entwicklungs- und Fixierprozessen der Druckvorstufe an.

Zur Zeit werden im Parlament eine Reihe weiterer wichtiger Lenkungsmassnahmen diskutiert, namentlich eine Energiesteuer und die CO_2-Abgabe. Aber auch vorgezogene Entsorgungsgebühren und die Rücknahmeverpflichtung von Verpackungen werden in Kommissionen und Branchenverbänden beraten.

3. Ökologische Verantwortung der Verlage

Ein Verlag ist nun ein vergleichsweise harmloses und kleines Teilsystem der Biosphäre. Aber auch Verlage verbrauchen Energie, Papier, Chemikalien, verursachen Emissionen und tragen mit ihren Produkten zur ökologischen, ökonomischen und kulturellen Beeinflussung der Umwelt bei. Sie stehen zwar nicht im Scheinwerferlicht

der Umwelt-Diskussion. Dennoch dürfen sie sich nicht aus der ***Umweltverantwortung*** ausklammern. Dafür gibt es sechs Gründe:

- Die Leser erwarten nicht, dass ihre Zeitung oder Zeitschrift grosse ökologische Probleme verursacht, sind aber positiv von neuen Lösungen überrascht.
- Druckunternehmen produzieren immer noch eine Reihe von Abfällen, die vermieden werden können.
- Der Abfallberg Papier lässt eine stärkere Sensibilisierung der Bevölkerung erwarten. In der Schweiz werden jährlich rund 1.6 Mio Tonnen Papier und Karton verbraucht. Das sind dreimal mehr als noch vor 30 Jahren. Davon sind 200'000 Tonnen fürs Recycling nicht verwertbar. Rund 730'000 Tonnen, rund 51% des verbrauchten Papiers, werden wieder eingesammelt und fliessen zum grössten Teil (80%) wieder in die Papier- und Kartonproduktion zurück.
- Rund 880'000 Tonnen werden anders entsorgt. Der grösste Teil wird verbrannt. Der Papieranteil in unseren Kehrichtsäcken liegt zwischen 20% und 30%.
- Das Prinzip der Produkteverantwortung über den Augenblick der Abgabe an den Kunden hinaus, die sogenannte Rücknahmeverpflichtung, wie sie für gewisse Produkte und Verpackungen in Deutschland bereits eingeführt ist, wird auch in der Schweiz geprüft.
- Politische Massnahmen wie die Energiesteuer und Lenkungsabgaben sind in Vorbereitung.
- Der weitaus bedeutendste Punkt ist für mich allerdings, dass die Verlage als Kulturträger und intellektuelle Vorreiter Signale setzen müssen für eine ökologische Wende, generell und in den eigenen Reihen. Ziel jedes Verlags muss doch sein, einen maximalen Beitrag zur kulturellen Vielfalt zu leisten bei minimaler Belastung der natürlichen Lebensgrundlagen. Entsprechend der intellektuellen Position, die die Verlagsbranche beansprucht, müsste sie eine Leitbildfunktion für die Wirtschaft übernehmen.

Bisher hat noch kein Unternehmen ungestraft über seine Aktivitäten zur ***Steigerung der Öko-Effizienz*** berichtet. Die Überführung der Scheinheiligkeit droht jedem, der seine bereits realisierten und geplanten Massnahmen öffentlich kundtut. Dennoch möchte ich im folgenden das ***Projekt "ÖkoProgress"*** als praxisbetontes Beipiel für eine Steigerung der Öko-Effizienz in einem Unternehmen vorstellen.

4. Das Ringier-Projekt "ÖkoProgress"

Als weltweit tätiges Medienunternehmen ist sich Ringier seiner doppelten Verantwortung gegenüber der Umwelt bewusst:

Einerseits werden bei Ringier seit Beginn der siebziger Jahre der Energieverbrauch und ausgewählte Öko-Daten erfasst. Mit einem koordinierten Paket von Massnahmen wurde zum Beispiel der Energieverbrauch und der Schadstoffausstoss je Tonne im Tiefdruck bearbeitetes Papier im vergangenen Jahrzehnt substantiell gesenkt. Im Offsetdruck werden silberhaltige photographische Chemikalien recycliert. In der für 1993 angestrebten Endausbaustufe können über 80 % der photographischen Abwässer vermieden werden. Andererseits trägt Ringier als Medienunternehmen eine besondere Verantwortung nach aussen, in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten bedarf es publizistischer Anstrengungen, der Bevölkerung zu kommunizieren: Es lohnt sich, für eine gesunde Umwelt einen Preis zu entrichten. Investitionen in den Umweltschutz verhindern künftige Kosten und sind deshalb volkswirtschaftlich sinnvoll.

Die Unternehmensleitung der *Ringier AG* hat vor rund zwei Jahren eine neue Unternehmensvision und strategische Zielsetzungen erarbeitet, die nun unter dem ***Motto "Progress"*** projektorientiert umgesetzt werden. Die Projekte werden aufgrund einer sorgfälltigen Analyse der Wettbewerbsbedingungen im Leser-, Anzeigenmarkt sowie im Markt um Kundendruckaufträge evaluiert. Beeinflusst werden sie von den Entwicklungen im Bereich der Ökologie, der Technik und der Gesellschaft. Die Unternehmensleitung ist überzeugt, dass die Herausforderung zugunsten unserer Umwelt auf den Märkten der neunziger Jahre neue unternehmerische Perspektiven öffnet.

Eine Projektgruppe erhielt darum den Auftrag, die Öko-Effizienz bei der Herstellung von Zeitungen und Zeitschriften weiter zu verbessern. Der Ressourceneinsatz je Produktionseinheit soll verringert werden und die Schadstoffemissionen und Abfallmengen je Produktionseinheit gesenkt. Die Projektgruppe *ÖkoProgress* hat daraufhin ein ganzheitliches Umweltkonzept zusammen mit einem spezialisierten Beratungsbüro entwickelt. Es bezieht sämtliche Phasen des Produktionsprozesses, von der Materialbeschaffung über die Vorstufen, den Druck und die Weiterverarbeitung bis zur Verpackung und schliesslich der Entsorgung mit ein. Das Leitbild fasst die wichtigsten Grundsätze für die ökologisch orientierte Unternehmensführung zusammen und gliedert sich in Grundsätze, Handlungsbereiche und Handlungsrahmen. Alle Aktivitäten haben schliesslich zum Ziel, die Stoffkreisläufe wieder zu schliessen. Belastungen sollen wenn möglich vermieden, sicher jedoch vermindert werden. Die Stoffe sollen wo möglich rezykliert und nur im äussersten Notfall entsorgt werden. Als Basis für die Schwachstellenanalyse hat die Projektgruppe eine ***Ökobilanz*** erstellen lassen. Dabei handelt es sich im Wesentlichen um eine Darstellung der wichtigsten Stoffflüsse im Unternehmen, um eine Input-Outputanalyse. Darüber hinaus wurde die Umweltbelastung der einzelnen Stoffflüsse bewertet. Diese ***Ökobilanz*** dient der Projektgruppe als Basis für die Bewertung der ökologischen Relevanz von Zielsetzungen und der entsprechenden Massnahmen. Ausserdem ermöglicht dieses Instrumentarium auch die verlässliche Fortschrittskontrolle.

Der ***Handlungsbedarf*** in einem Druckunternehmen ist an vielen Orten gegeben: Im Bereich der Materialbeschaf-

fung geht es darum, den Anteil Recycling-Papier zu erhöhen, nur noch vollständig chlorfrei gebleichte Papiere zu verwenden, Farben einzusetzen, die auch wieder leicht «deinkt» werden können. Im Bereich der Produktion geht es darum, möglichst wenig Energie zu verbrauchen, Entwickler und Fixierbäder zu vermindern und nach Gebrauch wieder aufzubereiten, für die Maschinenreinigung umweltschonende Produkte einzusetzen und die anfallenden Abfälle sinnvoll zu verwerten. Die Transportwege für die an- und ausgelieferten Produkte sollen möglichst kurz sein. Ein wichtiger Bereich ist selbstverständlich auch derjenige der Büroökologie, wo es in erster Linie darum geht, den Energiebedarf beispielsweise für die Klimaanlage, Beleuchtung, Heizung, Computeranlagen zu senken und das Sortiment der verwendeten Büromaterialien zu überprüfen, einige davon zu reduzieren.

Die Arbeitsgruppe *ÖkoProgress* hat darum ***Zweijahreszielsetzungen*** und Massnahmen zu folgenden Handlungsbereichen erarbeitet:

- Material - und Produktebeschaffung
- Energie- und Luftreinhaltung
- Transporte
- Entsorgung und Recycling
- Chemikalien und Sicherheit
- Ausbildung
- Kommunikation

Als Dienstleister kann Ringier aber auch mittelbar auf die Produktion von umweltgerechten Zeitungen, Zeitschriften, Werbemitteln der Kunden einwirken. Eine konsequente ***umweltgerechte Ausrichtung der Produkt- und Dienstleistungspalette*** ist nur möglich, wenn auch bei den Kunden und Lieferanten Bewusstseins- und Verhaltensänderungen erfolgen. Es gilt daher, beide Seiten von der Notwendigleit eines verstärkten Umweltschutz-Engagements zu überzeugen.

Der Beitrag hat die Überschrift: *"Massenmedien als ökologisches Problem"*. Wann wird nun ein Unternehmer zu einem ökologischen Problem?

Dann wenn er von seinem Umweltnutzungsrecht im Übermass Gebrauch macht. Das Übermass möchte ich einmal weich mit "mehr als nötig" umschreiben. Solche Unternehmer gibt es überall. Es gibt auch in der Verlagsbranche noch Leute, die ihre Verantwortung bezüglich der Umwelt durch ablenken oder ignorieren erledigen: *"Alles bloss halb so schlimm - im übrigen tun das andere auch"*. Ich möchte hinzufügen: Auch bei Ringier kann Umweltschutz nicht um jeden Preis betrieben werden. Die ***Versöhnung zwischen Ökonomie und Ökologie*** ist auch bei uns noch nicht in jedem Fall erfolgt. Aber wir wollen nicht einfach ein Branchenproblem aus allem machen, sondern eine Vorreiterposition bezüglich Umweltschutz einnehmen.

4. Quellen

UGRA-Kommission "Umweltschutz in der graphischen Branche" (Hg.): Kompendium zum Umweltschutz in der graphischen Branche. 1991.

BUWAL Abt. "Abfall": Abfallmengen und Recycling im Überblick 1991. Bern 1991.

Anschrift der Autorin: Ingrid Deltenre, Ringier AG, Pressehaus, Dufourstr. 23, 8008 Zürich, Tel. 01/259 61 11