

Informatiecentrum Papier en Karton adviseert over duurzaamheid

Duurzaamheid is een keten aangelegenheid

Klimaatverandering, mondiale bevolkingsgroei en uitputting van bodemschatten: duurzaamheid wordt steeds belangrijker. De duurzaamheid van uitgeefproducten hangt af van verschillende factoren. Het Informatiecentrum Papier en Karton adviseert uitgeverijen over het verduurzamen van hun producties.

Tekst: Erik Timmermans, directeur Informatiecentrum Papier en Karton | Foto Dirk Brand

F

Het productie- en distributieproces van uitgeefproducten kent diverse duurzaamheidsaspecten. Iedere productiefase heeft gevolgen voor het milieu, kost energie en grondstoffen, en levert afval op. Dit geldt zowel voor digitale als papieren producten. Duurzaamheid is in essentie een verdelingsvraagstuk. Duurzaamheid betekent (ook) efficiency. De duurzaamheid van een uitgeefproduct is de optelsom van grondstoffen, productie, transport en herbruikbaarheid. De uitgever vervult een wezenlijke rol bij de verduurzaming van het eindproduct. De eerste vraag die

hij zich kan stellen is een basale: dient het (papieren) boek of tijdschrift überhaupt te verschijnen? Zijn er alternatieven die mogelijk minder belastend zijn voor het milieu? Het e-boek of biedt Printing on Demand mogelijkheden? Bij de productie van een papieren product zijn veel duurzame overwegingen mogelijk. Goed ontwerp- en opmaakwerk voorkomen fouten in het vervolgtraject, bieden efficiencyvoordelen. Papierverlies bij grafische bedrijven kan worden beperkt door rekening te houden met standaardmaatvoering van drukvellen. Omvang en gewicht ►

van het eindproduct kunnen worden teruggebracht door vermindering van het aantal blanco pagina's (boeken) en/of keuze voor een kleiner lettertype. Papier met een lager gramgewicht bespaart materiaal en energie. Gebruik van milieuvriendelijke grondstoffen bevordert duurzaamheid. Metallic inkt en spot uv-lakken zijn niet altijd even milieuvriendelijk. Niet alle vormen van veredeling zijn noodzakelijk voor een fraai en onderscheidend eindproduct. Duurzaamheid en kostenbesparing kunnen hand in hand gaan. Duurzaam ondernemen vereist een denkomslag. Een procesmatige benadering van de productie zorgt voor bewustzijn van de gevolgen van keuzes, het delen van kennis en het afstemmen met ketenpartijen (zoals de ontwerper, uitgever, drukker en groothandel).

Papier

De consumptie van informatie zal de komende jaren veranderen. Papier is nog altijd vanzelfsprekend voor veel uitgeverijen. Papier is een natuurproduct en een duurzame keuze – onder voorwaarden! Bij de inkoop van papier kan een uitgever zijn stem laten horen! Veel uitgevers gebruiken papier met een FSC- of PEFC-certificaat. Die keurmerken hebben primair betrekking op duurzaam bosbeheer. Papier maken vergt naast hout en/of oud papier relatief veel water. Bovendien is de papierindustrie energie-intensief. Geen industrie gaat echter zo zorgvuldig om met grondstoffen als de papierindustrie. Door gebruik van oud papier en bio-energie uit hout(resten) kan de industrie voor een groot deel in haar eigen energiebehoefte voorzien. De papierpulp die ontstaat uit houtvezels van bomen en/of oud papier, is getint (bruin of grijs) en wordt gebleekt maar daarvoor wordt al jaren geen chloor meer gebruikt.

Drukken en distributie

Het drukproces is eveneens energie-intensief, maar de grafische sector is zeer actief op het gebied van verduurzaming. Veel drukkerijen hebben zich verbonden aan strenge milieueisen: ISO 14001, FSC- en PEFC Chain of Custody-certificaten bieden een handvat aan de uitgever om dat te beoordelen. Veel drukkers produceren zelfs CO₂-neutraal. Voor het drukken kan bio-inkt worden gevraagd. Deze inkt bevat geen schadelijke chemicaliën en is biologisch afbreekbaar. Ook zijn er inkefficiënte lettertypes. CO₂-uitstoot kan ten slotte ook teruggebracht worden door dicht bij huis te produceren.

Recycling

De bewaarfunctie en andere eigenschappen van papieren uitgeefproducten ten spijt, worden zij in veel gevallen ooit afgedankt. Geen probleem! Papier is uitstekend recyclebaar. In Nederland wordt

89 procent van het gebruikte papier en karton ingezameld en hergebruikt. Gebruikte boeken en tijdschriften zijn geen afval, maar voedsel voor nieuwe uitgaven.

Papier versus digitaal

Ondanks de digitale ontwikkelingen groeit het papiergebruik wereldwijd jaarlijks. Dat neemt niet weg dat digitale middelen steeds vaker worden ingezet en voor bepaalde toepassingen voordelen bieden: snelheid, flexibiliteit en lagere kosten. Digitaal en papier kunnen prima naast elkaar bestaan, elkaar versterken. Beide middelen bieden bijzondere productspecifieke eigenschappen. Beide hebben ook impact op het milieu. Het creëren van content kost energie. Tot aan de keuze van de uiteindelijke verschijningsvorm dan wel drager is er op dat vlak nauwelijks verschil tussen digitaal en papier. Daarna volgt bij de foliovariant de papierproductie, het drukken en verspreiden van bijvoorbeeld een tijdschrift. Is het digitale magazine daarmee duurzamer? Dat hoeft niet. De digitalisering en dematerialisering van content hebben niet alleen gevolgen voor de waardeperceptie ervan. Het besef van de energiekosten van bijvoorbeeld distributie lijken er eveneens door verminderd. Om een indicatie te geven van het energieverbruik van digitale media: het maken van een glossy magazine levert net zo veel CO₂-uitstoot op als 110 Google-zoekopdrachten. Het verzenden van een e-mail kost energie en levert CO₂-uitstoot op. Hoe zwaarder de mail (bijlage, illustraties) hoe meer uitstoot. Aan iedere mail plakken circa 95 spam mails. Door protectiefilters ziet de ontvanger deze niet. De spam levert wel extra energieverbruik en netwerkbelasting op. Ook de duurzaamheid van de drager (pc, iPad, smartphone etc.) wordt nauwelijks in verband gebracht met het eindproduct. Tegenover de 89 procent recycling van papier wordt krap 18 procent van de elektronische dragers gerecycled. En dan is nog niets gezegd over de vaak erbarmelijke arbeidsomstandigheden waaronder (de halffabricaten van) de dragers in elkaar worden gezet in ontwikkelingslanden; over het gebruik van niet hernieuwbare grondstoffen (metalen, aardolie etc.) en over de CO₂-uitstoot tijdens de duizenden transportkilometers om de dragers in de winkels te krijgen. Ieder product heeft zijn milieubelasting. Zowel papier als digitaal.

Duurzaamheid is bewuste keuzes maken

Duurzaamheid speelt ook rond zaken als effect (van advertenties) en bereik. Als blijkt dat het effect van een advertentie via een bepaald medium veel hoger is dan dat van een ander medium dat meerdere keren moet worden gebruikt om een gelijk resultaat op te leveren, dan heeft dat milieugevolgen. Duurzaamheid betekent het maken van bewuste keuzes voor de inzet van het meest geschikte middel voor het beoogde doel. Dat is efficiënt en effectief en voorkomt onnodige vervuiling. Met papier als drager maken uitgevers een duurzame start. ■

Informatiecentrum Papier en Karton

Meer informatie en inspiratie is te vinden op de website van het Informatiecentrum Papier en Karton: papierenkarton.org.