

Wie können Polygrafinnen und Polygrafen zum Klimaschutz beitragen?

Auf einen Blick

- Die Produktion von Medien- und Kommunikationsmassnahmen erzeugen Treibhausgasemissionen.
- Sie haben vor allem aber auch einen Einfluss auf das Verhalten von Konsument*innen, Personen und Betrieben – z.B. in Zusammenhang mit dem Klimaschutz.
- Polygrafen tragen zum Klimaschutz bei, indem sie sich für umweltfreundliche Druckmethoden einsetzen und eine effektive Kommunikation für Klimathemen ermöglichen.

Der Beruf

Klimaschutz durch Polygrafinnen und Polygrafen

Polygraf*innen können drei Ebenen nutzen, um zum Klimaschutz beizutragen. Auf den Ebenen Betrieb, Werbe- oder Kommunikationskampagne und als Multiplikator in Wirtschaft und Gesellschaft.¹

- **Im Betrieb:** Polygrafen setzen Massnahmen des Umweltschutzes im Büro um. Das bedeutet, sie achten auf einen tiefen Energieverbrauch der Geräte, nutzen Büromaterial sparsam und setzen sich für ein umweltgerechtes Recycling ein.
- **In den Werbe- und Kommunikationskampagnen:** Kampagnen haben nicht immer den gleichen Fussabdruck. Polygraf*innen setzen sich daher dafür ein, Medienprodukte nach ökologischen Kriterien zu gestalten. Das bedeutet, sie verwenden umweltfreundliche Druckmethoden, setzen zertifiziertes Papier (FSC) ein und achten auf den Energieverbrauch von Medienprodukten auf digitalen Endgeräten (z.B. benötigt weisse Schrift auf schwarzem Hintergrund auf einem grossen Werbescreen bis zu 90% weniger Energie als schwarze Schrift auf weissem Hintergrund²).
- **Als Multiplikator:** Den wichtigsten Unterschied können Polygrafen allerdings mit ihren Messages machen. Sie machen es möglich, komplexe Themen wie den Klimawandel, Lösungen dazu und Anpassungsstrategien an die neuen Klimaverhältnisse verständlich darzustellen. Damit sind sie ein wichtiges Bindeglied zwischen Expert*innen und der breiten Bevölkerung.

Weiterbildungen

Polygraf*innen haben unterschiedliche Weiterbildungsmöglichkeiten, bei denen eine vertiefte Auseinandersetzung mit dem Klimathema möglich ist. Zum Beispiel diese:

¹ [Green Media Switzerland \(green-media.ch\)](http://green-media.ch)

² [Nachhaltigkeit im Marketing: Serviceplan und CO2-neutrale Werbung \(xplr-media.com\)](http://xplr-media.com)

- **Techno-Polygraf*innen mit eidg. Fachausweis** spezialisieren sich auf den Druckprozess und können sich so verstärkt mit der klimaneutralen Produktion auseinandersetzen.
- **Typograf*innen für visuelle Kommunikation EFA** vertiefen sich im gestalterischen Teil der Polygraf*innen-Arbeit. Sie entwickeln also ihre konzeptionellen und gestalterischen Fähigkeiten weiter, um beispielsweise die Kommunikation für nachhaltige Themen zu verbessern.³
- **Publikationsmanager*in ED** ist eine fortgeschrittene Weiterbildungsstufe. Sie arbeiten in der Führungsebene von Unternehmen und sorgen dafür, dass der Betrieb ökonomisch und ökologisch nachhaltig funktioniert, Arbeitsabläufe und Betriebsmittel optimal ausgelastet sind und umweltgerecht produziert wird.⁴

Mögliche Fragen

- *Werden für die Produktion von Drucksachen Bäume gefällt und damit das Klima beschädigt?*

Grundsätzlich besteht Papier aus dem Rohstoff Holz. Es gibt aber Möglichkeiten, wofür Polygraf*innen sich einsetzen können, damit Medienproduktionen klimafreundlicher werden: Erstens, indem rezykliertes und FSC Papier anstatt neues verwendet wird. Zweitens, indem die Druckprozesse so energieeffizient wie möglich gemacht werden und drittens, indem auf digital anstelle von Papier umgestellt wird (aber Achtung, die Gesamtbilanz ist dabei nicht in jedem Fall besser).

- *Kann man als Polygraf*in beeinflussen, wie Marketing- und Kommunikationsmassnahmen umgesetzt werden?*

Polygraf*innen führen Gespräche und planen Konzepte mit der Kundschaft für Marketing- und Kommunikationsmassnahmen. In dieser Arbeitsphase geben sie Empfehlungen ab und können damit auch klimarelevante Aspekte ansprechen und beeinflussen.

- *Werbung führt oft dazu, dass mehr gekauft und verbraucht wird, kann das klimaschützend sein?*

Werbung kann diesen Effekt haben. Sie kann aber noch für ganz andere Zwecke eingesetzt werden, z.B. dass Menschen bewusster einkaufen, oder dass sie über neue effizientere Produkte informiert werden. Ausserdem: Nicht jede Polygraf*in arbeitet in der Werbung. Kommunikation ist ein sehr viel breiteres Feld.

³ https://www.gateway.one/de-CH/berufe-von-a-z/berufsbeschreibung/typograf-in_fuer_visuelle_kommunikation_bp.html#:~:text=Beschreibung,Werbeagenturen%20und%20Werbeabteilungen%20gr%C3%B6sserer%20Unternehmen.

⁴ [Publikationsmanager/in HFP - berufsberatung.ch](#)

Die Branche

Darum ist Klimaschutz in der Werbe und Kommunikationsbranche relevant

Die Werbe- und Kommunikationsbranche gehört zu den klassischen Dienstleistern für andere Industrien. Sie stellen einen Service im Betrieb intern oder für Kunden bereit. Der gesamte Dienstleistungssektor stiess im Jahr 2020 7.5% der Gesamtemissionen der Schweiz aus. Die Kommunikations- und Werbebranche trägt allerdings nur einen Bruchteil dazu bei. Trotzdem werden Emissionen ausgestossen.

Als Beispiel: Eine Werbekampagne von CHF 1 Mio. Budget stösst (je nach Medienmix) zwischen 300 und 500 Tonnen CO₂ aus.⁵ Zudem darf man nicht vergessen, dass die von Werbe- und Kommunikationsmassnahmen eine grosse Multiplikatorenwirkung haben. Ob eine Kampagne für ein Auto mit Verbrennungsmotor oder für die Klimaschutz-Strategie der öffentlichen Hand ist, macht einen grossen Unterschied.

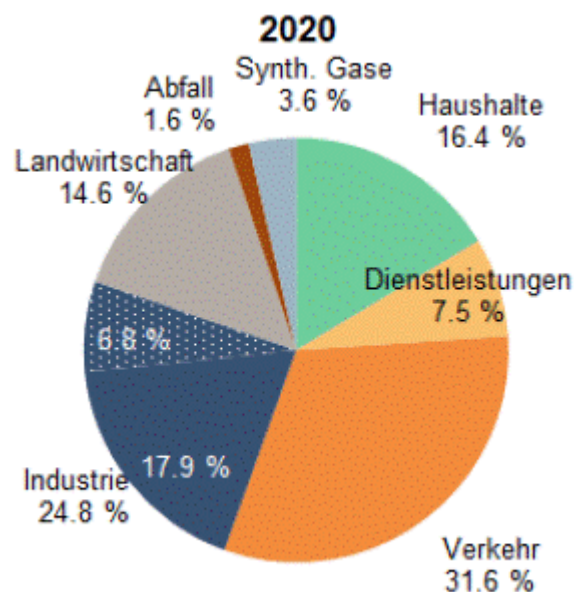


Abbildung 1: Der Dienstleistungssektor macht einen vergleichsweise kleinen Anteil der schweizweiten Treibhausgasemissionen aus.

Quelle: [BAFU](#)

Lösungsansätze

Das Klimaschutzpotential der Werbe- und Kommunikationsbranche ist demnach gross. Betriebe verringern einerseits den eigenen Fussabdruck. Andererseits gibt es bereits eine breite Allianz an Unternehmen, die sich für klimaneutrale Werbung einsetzen und sich bei ihrer Kundschaft auch dafür einsetzen.⁶

Ausblick

Auf unsere Gesellschaft kommen wegen des Klimawandels Veränderungen und Anpassungen zu. Dazu gehören eine drastische Reduktion der Treibhausgasemissionen mit dem Netto-Null-Ziel genauso wie die Anpassung an ein sich veränderndes Klima. Oft sind dies komplexe Themen. Die dadurch entstehenden Massnahmen gefallen nicht allen Akteuren gleich. Damit wir als Gesellschaft diese Veränderungen bewältigen können, benötigt es Fachpersonen in der Kommunikation. Sie sind entscheidend, wenn es darum geht, die Veränderungen und Anpassungen sinnvoll und verständlich kommunizieren.⁷

⁵ Tobias Zehnder und Rolf Suter über die Klimaallianz Green Media ([persoenlich.com](#))

⁶ Green Media Switzerland ([green-media.ch](#))

⁷ [291.pdf \(occc.ch\)](#)