

Das Cradle-to-Cradle-Prinzip – Abstract

Zur Zeit des ausgehenden zweiten Jahrzehnts des 21. Jahrhunderts, konkret ab August 2018, manifestierte sich eine Bewegung, ausgehend von Jugendlichen, die sich den Klimaschutz zur Aufgabe machten. Aus der Bewegung, die sich „Fridays for Future“ nannte, entstand aus dem Sitzstreik einer individuellen Person, Greta Thunberg. Diese weltweit agierende Bewegung verursachte eine heftige Debatte, und brachte den Klimaschutz wieder ins Gespräch, nachdem er seit der 68er-Generation nicht mehr so aktiv im Focus stand.

Die Forderung von „Fridays for Future“ war ein radikales Umdenken, geprägt von Verzicht oder zumindest drastische Einsparungen von CO₂-Emissionen, Plastik und ähnliche klimaschädigende Materialien. Also kurz zusammengefasst: Die Forderung nach Nachhaltigkeit.

Nachhaltigkeit ist im Zeitalter des Klimawandels, der, einigen Ignoranten zum Trotz, deutlich messbar und wissenschaftlich belegbar ist, von essentieller Bedeutung. Die oben angesprochene Bewegung „Fridays for Future“ propagiert den Schulterchluss mit der Wissenschaft, um auf die klimatischen Probleme unserer Erde hinzuweisen, und damit die Wirtschaft, die Ökonomie, dazu zu bewegen, ein ökologisches Gewissen zu implementieren.

Ein, zugegeben radikaler, Ansatz, der dieser von „Fridays for Future“ geforderten Nachhaltigkeit entspricht, ist das „Cradle-to-Cradle-Prinzip“, das bereits Ende der 90er Jahre vom deutschen Chemiker Michael Braungart und dem US-amerikanischen Architekten William McDonough entwickelt wurde. Konkret geht es darum, alle Materialien eines Produkt-Lebenszyklus in Kreisläufen zu belassen, und diesen immer wieder zurückzuführen. Dieses Prinzip basiert also auf Nachhaltigkeit.

Bezogen auf die Printmedien-Industrie, und speziell die Buchbranche, die traditionell für Neuerungen eher unzugänglich ist, stellt sich jedoch die Frage, in wieweit Nachhaltigkeit einerseits möglich, andererseits sogar gewünscht sein kann. Die Arbeit will die Fragen beantworten, welchen Stellenwert die Nachhaltigkeit im Allgemeinen und das „Cradle-to-Cradle“ im Speziellen für Unternehmen der Printmedien-Industrie einnehmen kann.

Dieser Gegensatz, dieses Spannungsfeld zwischen betriebswirtschaftlichem Kalkül und Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Aspekt in dieser Arbeit. Ist die Printmedien-Industrie bereit, weg von der reinen Ökonomie, dem profitmaximierten Wirtschaften, ein ökologisches Gewissen, das ohne Frage auch ein Kostenfaktor darstellt, einzugehen? Welche Möglichkeiten bieten sich überhaupt, um Nachhaltigkeit, konkret: das „Cradle-to-Cradle-Prinzip“¹ in die Printmedien-Industrie zu bringen? Mit diesen Fragen setzt sich dieser Essay auseinander.

¹ Hier sei erwähnt, dass das „Cradle-to-Cradle-Prinzip“ in seiner strengen Reinform ein sehr radikaler Ansatz für Nachhaltigkeit ist. Es geht also nicht darum „ein bisschen Umweltschutz“ zu betreiben, sondern konkrete Maßnahmen zu ergreifen, einen Kreislauf der Materien herzustellen.