

**AFDI** — Das Wort zum Print — Gedankenspiele von Nils Gustorff, FDI-Mitglied und Buchbinder

## (Teil 22) »Alle verwendeten Materialien wurden nach ökologischen Aspekten ausgewählt«

So steht es im Impressum des nun 15 Jahre alten Gesangbuchs. Jedenfalls war es einst ein Gesangbuch. Jetzt ist es ein ausgeleiertes Printprodukt: Die Folienprägung auf dem Vorderdeckel ist nur noch rudimentär erkennbar, die drei Zeichenbänder sind nur noch in Resten vorhanden, das Überzugmaterial (kunststoffbeschichtetes Papier) ist im Rückenfalz gebrochen.

Landauf, landab werde ich von kirchlich engagierten Zeitgenossen angesprochen, welcher Buchbinder denn für wenig Geld die Gesangbücher der Gemeinde reparieren könne. Ja, sage ich immer, ich kenne die richtigen Handwerker für diese Aufgabe, aber ganz billig wird das nun einmal nicht: Buchblock aus der Decke lösen, kleinere Flickarbeiten an einzelnen, zum Teil herausgefallenen Blättern oder Viertelbogen ausführen, Vor-/Nachsatz anbringen, Zeichenbänder anbringen und einziehen, mit geeignetem Gewebe hinterkleben, Block beschneiden und runden, Decke machen, mit belastbarem Gewebe wie z. B. Buckram oder Durabel, Decke prägen, Einhängen.

Sobald der Pfarrsekretärin die Kosten für eine lohnende Reparatur genannt werden, ist die Angelegenheit mit einem zaghaften »... wir melden uns dann ...« erledigt. Die Bücher werden nicht repariert. Dann aber geht nichts mehr. Dann hilft nur Neukauf, der mit ca. 20 € je Exemplar kostengünstiger ist als eine Reparatur. Ökologisch ist das nicht!

Nun hat das verantwortliche Gremium vor 15 Jahren bei der Herausgabe der evangelischen Gesangbücher den ungeeigneten Überzug angeblich »nach ökologischen Aspekten ausgewählt«? – **Dieser Satz im Impressum ist tatsächlich nicht mehr als zielgruppenbezogenes Marketing-Geschwätz. Ökologisch wäre es gewesen, Materialien zu verwenden, die dauerhafte Haltbarkeit bieten!**

Wer damals mit den an der Produktion beteiligten Kollegen gesprochen hat, weiß noch heute, wie unsachlich Kirchengremien die beteiligten Druckereien und Verarbeiter zu den dann verwendeten Materialien und Abläufen getrieben haben. Und wie allein kurzfristige

Kostengesichtspunkte ausschlaggebend waren.

Mein 20-jähriger Neffe hat mein Entsetzen bemerkt und flüstert mir während der Predigt ins Ohr: »Da braucht die Menschheit kein Buch; ein Beamer und ein E-Gesangbuch wären doch viel ökologischer!« Was soll man da entgegenen?

Wenn ich hochrechne, wie die Frequenz einzuschätzen ist, mit der das Gesangbuch innerhalb von 15 Jahren beansprucht wurde, wird mir klar, dass es ein deutlich höheres Alter erreichen müsste!

Damals hat man vielleicht 20 Cent je Exemplar gespart, indem man ein ungeeignetes Papier einem geeigneten Gewebe vorgezogen hat. Alleine dieser Aspekt bewirkt den heutigen Haupt-Schaden. Was daran ökologisch war? Ich weiß es nicht. – Jedenfalls haben damalige Verlagshersteller nicht begriffen, dass **eine ganzheitliche Produktkonzeption ökologischer gewesen wäre als ein Applaus heischendes Ökologie-Gefasel im Impressum.**

Sie haben damit flächendeckend dem Ruf eines Printproduktes geschadet. Alle Streiter für das Buch

preisen das Buch für seine Belastbarkeit und Dauerhaftigkeit im Vergleich zum E-Book. **Print muss seine Trümpfe und Vorzüge offen ausspielen gegenüber sämtlichen E-Alternativen.** Und nun fallen mir heutigem Kämpfer für das Buch die damaligen Krämerseelen so unsäglich noch im Nachhinein in den Rücken!

Gewiss sind heutige Verlagsleute klüger. Sie werden wissen, dass ein Gebrauchsbuch, egal ob Gesangbuch oder Schulbuch, weiter gedacht werden muss, um zu zeigen, dass das Buch ökologischer ist, als die flächendeckende Versorgung der Schüler mit »iPad«, wovon Apple derzeit laut träumt.

In einer lockeren Serie möchten wir Ihnen das Thema »Ein Wort zum Print« von den verschiedensten Seiten beleuchten

Teil 17: Thema Kostenrechnung: Was sind »Unkosten«?, DD Nr. 19

Teil 18: Den Bikini im Winter wählen, DD Nr. 20

Teil 19: »Papa, das ist Angeberei!« – »Nein, das ist Marketing«, DD Nr. 21

Teil 20: Fremdsprachen – Ganz wichtig!, DD

Nr. 22

Teil 21: NEU – Ein Wort auf Kundenfang, DD

Nr. 23

Teil 22: »Alle verwendeten Materialien wurden nach ökologischen Aspekten ausgewählt«