



inapa

Kompendium Sustainable Publishing

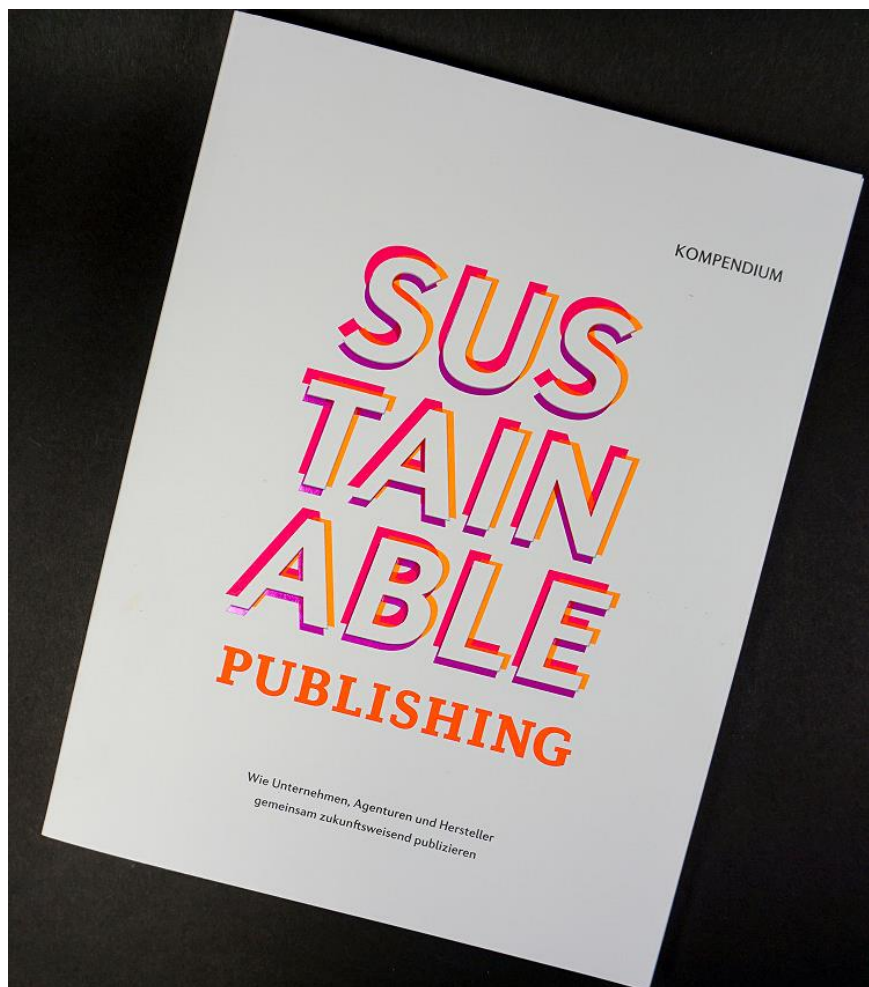
Nachhaltig ist, was nachhaltig wirkt

Print & Digital Convention - 21. Oktober 2021

Herzlich Willkommen!

Silvia Wiener







Wie nennt man das, was Eindruck schafft?

inapa

Wie nennt man das, was Eindruck schafft, auch nach der ersten Begegnung und nach dem ersten Erleben?

Wie nennt man das, was in seiner Wirkung anhält, indem man innehält, um es in den Händen zu halten?

Nachhaltig

„**Nach**“ bedeutet Weiterbestehen in der Zeit. „**Halten**“ steht für Qualität, die greifbar ist.



Wie wird Print nachhaltig – wie wirkt Print nachhaltig?

Dazu braucht es:

- Mut
- Substanz
- Ideen
- Haltung
- Langfristiges nachhaltiges Denken
- Nachhaltiges Handeln

Wieso...

...setzt ein professioneller Fürsprecher der „Welt ohne Abfall“ auf ein Nachhaltigkeitsmagazin auf Papier?

...hält eine Bank in digitaler Transformation an einer Broschüre fest?

...steht ein hochtechnisierter Logistikdienstleister auf volumige, streichzarte Doppelseiten?

- Qualität – Substanz – Sinnlichkeit
- Anspruchsvolle Konzepte sind das Papier wert, auf dem sie gedruckt sind.
- Neben Tweeds und tagesaktuellen Informationen vermittelt das Printformat im ausgewogenen Kommunikationsmix Haltbarkeit. Aufgepasst: hier sollten nur die guten Sachen rein, die wertbeständigen.

Nachhaltigkeit

- Ist populär und positiv besetzt
- Ist ein Wort mit Substanz
- Die Nutzung wirkt hohl, da es zum Mode-Wort geworden ist

- Wirkt nach
- Wirkt durch Langlebigkeit
- Wirkt durch inhaltliche Relevanz
- Wirkt durch Glaubwürdigkeit
- Überzeugung ist der wahre Grundstein

Die Dankebox produziert aus haptischem farbigem Gmund Colors

- Schenken neu denken
- Nachhaltigkeit und Wertschätzung stehen im Mittelpunkt
- In Deutschland produzierte „All-in-One-Geschenkbboxen“
- Ein Düsseldorfer Startup – 2016 gegründet

Viva con Agua

- Setzt sich für sicheren Zugang zu sauberem Trinkwasser & sanitärer Grundversorgung für alle Menschen ein
- Gute Laune, motivierte Menschen voller Musik und Leidenschaft
- 2006 gegründet
- Jubiläumsbuch, welches 15 Jahre Ideen & Engagement dokumentiert





Nachhaltige Entwicklung

- Seit über 25 Jahren gibt es akzente, die Nachhaltigkeitsberatung
- Partner für Unternehmen, die Zukunft verantwortungsbewusst gestalten
- Thema Nachhaltigkeit hat enormen Bedeutungszuwachs quer durch die Gesellschaft
- Transparenz und Tatendrang sind Pole des Nachhaltigkeitsmanagements
- Beispiel nachhaltiger Printkommunikation: Nachhaltigkeitsbericht der Nassauischen Heimstätte Wohnstatt

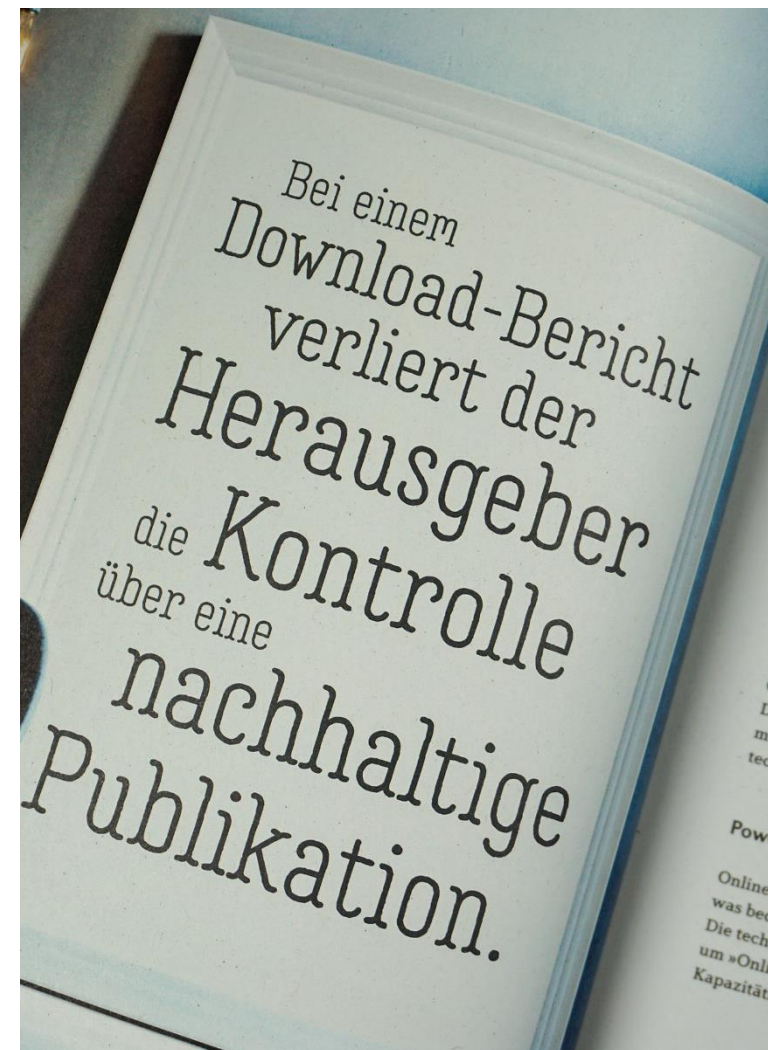


Nachhaltiges Handeln

Kompendium S.128 – Albrecht-Q

inapa

Über Zeit, Ressourcen und kontrolliertes Publizieren





Wie wird Print nachhaltig – wie wirkt Print nachhaltig?

inapa

Dazu braucht es:

- Druckveredelungen
- Bewusster Einsatz von Papier und Druckmöglichkeiten
- Inspiration
- Langfristige und nachhaltige Zusammenarbeit
- Liebe



Nachhaltige Druckveredelung für die Markenkommunikation

- Nutzung von recyclingfreundlichen Veredelungsverfahren wie Prägetransfer- und Kalttransferverfahren
- Für den Pionier im Bereich Green Printing stehen Nachhaltigkeit und hochqualitative Druckprodukte nicht im Widerspruch





Bewusster Einsatz von Papier

Kompendium S.58 & 170 – Berichtsmanufaktur & Inapa

inapa

Zuverlässige Zertifikate

- **Cradle to Cradle:** Das neue Paradigma des Wirtschaftens, erste Ansätze 1990 – umfassende Kreislaufwirtschaft
- **Blauer Engel:** Deutschlands bekanntestes und weltweit erstes Umweltzeichen
- **EU Ecolabel:** 1992 von der Europäischen Kommission ins Leben gerufen
- **FSC®** und **PEFC™**





Inspiration

Kompendium S.26 – MINI

inapa

MINI setzt zur Inspiration Ihrer Kunden auf einen Mix aus Magazin und Katalog.

Gedruckt wird auf dem Cradle to Cradle zertifizierten Papier Munken.



Beispiele guter und nachhaltiger Zusammenarbeit und Beziehung

- Anzinger Rasp mit den Bayerischen Staatsforsten (Seiten 50 und 6)
- Polarwerk mit GEWOBA (Seiten 90 und 24)
- ZETWEKA z.B. mit Ford Werke (Seite 164)



Gestaltung und Produktion ist eine Herzensangelegenheit

- Sorgsam ausgewähltes Trägermaterial
- Entscheider über Haptik und Publikation
- Schöpferisch – wertschöpfend
- Nachhaltig weil langfristig
- Aus Überzeugung das Richtige



Ökonomie – Ökologie – Soziales

Egal was wir machen – unser Wirken hat Einfluss auf unsere Umwelt.

Mein Plädoyer

Lasst uns Printprodukte produzieren, die auf das Konto dieser Eigenschaften einzahlen:

- Zukunftsfähig
- Bestandertaltend
- Umweltverträglich
- Wertig
- Wertschätzend
- Langlebig
- Sozial
- NACHHALTIG



Nachhaltigkeit unserer Branche: Chancen

inapa

Wir verstehen den Wandel unserer Branche als **Chance** und werden den Weg der **nachhaltigen Printproduktion** weiter begleiten.

Nachhaltigkeit ist für uns keine einmalige Handlung, sondern vielmehr ein Prozess, ein Lernen, eine Entwicklung und vor allem eine Haltung.

Printprodukte, nachhaltig produziert und gut gemacht, lösen etwas in uns aus. Sie stehen für **Qualität, Glaubwürdigkeit, Wert, Tradition** und **Individualität**.



Vielen Dank

Inapa Deutschland GmbH
Zentrale
Osterbekstraße 90 a
22083 Hamburg

Mehr zu unserem Sortiment erfahren Sie hier:

Print-Medien Beratungscenter
+49 40 72 70 84 40
beratung.de@inapa.com
www.inapa.de