

Video-Dokumentation des MediaMundo-Kongresses

Umfassende Informationen zum Thema „Nachhaltige Medienproduktion und Ökologie“

Der erste MediaMundo-Kongress, der am 7. und 8. Mai 2009 in Berlin stattfand, setzte mit seinem Programm und den Inhalten der Vorträge einen Meilenstein im Umfeld der Informationen zur Thematik „Nachhaltige Medienproduktion“ und „Ökologie“.

Wie auf kaum einem Kongress – zu einem so umfassenden und weitreichendem Thema – wurde in 12 Referaten die Thematik kontrovers aus mehreren Perspektiven erörtert und ausgiebig diskutiert.



Unsere Bemühungen, diesen Kongress auf Video konservieren zu dürfen, hatten Erfolg und so können wir Ihnen heute die Referate (inkl. der anschließenden Fragerunden) als Videobeiträge für Ihren Computer (Mac und/oder PC) zum Erwerb anbieten.

Sie selbst können so die Beiträge nutzen, obwohl Sie nicht am Kongress teilgenommen hatten – und Sie können die Beiträge innerhalb Ihres Unternehmens weitergeben bzw. mit Ihren Kolleginnen und Kollegen teilen, so dass die umfassenden und damit wertvollen Informationen zu dieser Thematik eine größere Verbreitung erfahren und Sie selbst die Wissensanreicherung in Ihrem Unternehmen vorantreiben.

Durch die bereits bewährte „Bild-in-Bild“-Technik sind die Vortragsinhalte (Folien) mit den gesprochenen Worten der Vortragenden Personen synchronisiert und gewähren so eine reale 1:1-Konservierung des Vortrags. Dies ermöglicht auch Personen, die selbst nicht anwesend waren, den Vortrag in gleicher Weise wie ein Teilnehmer zu nutzen. Und darüber hinaus haben Sie und Ihre Kolleg(inn)en die Möglichkeit die Vorträge beliebig oft, wann immer und wo immer zu nutzen.

6 ¼ Stunden Vortragszeit (netto) – 7 ¾ Stunden Beitragszeit (inkl. Fragen)

7 ¾ Stunden Fachwissen – für den Erfolg Ihres Unternehmens!

Selbstverständlich wurden die Beiträge wieder mit „Bild-in-Bild“-Technik produziert um eine reale 1:1-Konservierung zu gewährleisten. Mit einer Auflösung von 1280 x 720 sind auch die Inhalte der Folien gut lesbar.



Nach Eingang Ihrer Bestellung (Formular auf der letzten Seite) versenden wir die DVD innerhalb von 24 Stunden. Auf der DVD befinden sich alle freigegebenen Vorträge in HD-Auflösung und in 2 Dateiformaten (wmv, mov). Die Rechnung legen wir der Sendung bei.

Sollten Sie nur einzelne Beiträge erwerben wollen, so können Sie dies direkt über unsere Website „www.printmedia.tv“ abwickeln.

Inhalt

- **Begrüßung und Einleitung**

(Rüdiger Maaß, fmp; 4 min)

Herr Maaß begrüßt die Teilnehmer, gibt einen kurzen Programmüberblick und führt dann in die Thematik der nachhaltigen Medienproduktion ein.

- **Keynote: Die wirtschaftlichen Chancen des Klimaschutzes – Innovation statt Depression**

(Prof. Dr. Claudia Kemfert, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung; 30 min / 42 min inkl. Fragen)

Prof. Dr. Claudia Kemfert präsentiert in Ihrem Vortrag Zahlen und Fakten zur globalen Ressourcen- und Emissionslage und erläutert welche wirtschaftlichen Folgen der Klimawandel haben kann, welche Branchen zu den Gewinnern und welche zu den Verlierern der nächsten Jahre gehören werden (können). Daraus ableitend zeigt sie Potentiale und Wege auf die wirtschaftlichen Chancen des Klimaschutzes zu nutzen und legt dar warum es an den Industrienationen ist hier eine Vorreiter-Rolle einzunehmen.

- **Corporate Publishing – neue Chancen für nachhaltige Medienproduktion**

(Michael Höfllich, Forum Corporate Publishing; 30 min / 33 min inkl. Fragen)

Zunächst stellt Herr Höfllich das Forum Corporate Publishing vor und erläuterte den davon betroffenen Marktanteil der Medienproduktionen, präsentiert einige Titel und Formate und beschreibt die Zukunftsperspektiven dieser Mediengattung. Mit Beispielen von namhaften Unternehmen verdeutlicht er die Trends innerhalb der Kundenkommunikation und unterstreicht die zentrale Rolle des Mediums Print. Als weiteren Trend beschreibt er die Entwicklung hin zum Community-Publishing und der sich weiter verästelnden Individualisierung.

- **Wirkungen des FSC – neue Möglichkeiten für effektives Marketing**

(Dr. Uwe Sayer, FSC Deutschland; 35 min / 55 min inkl. Fragen)

Wer ist der FSC? Welche Ziele hat der FSC und welche Vorteile bieten FSC-zertifizierte Produkte? Nur einige der Fragen auf die Herr Dr. Uwe Sayer (Geschäftsführer FSC Deutschland) in diesem Vortrag eingeht.

Wenn Sie schon immer wissen wollten, was FSC-Zertifizierung tatsächlich bedeutet und welche Inhalte bzw. Botschaften (an Auftraggeber, Dienstleister und Konsumenten) mit dem FSC verbunden werden können, dann ist dieser Beitrag ein Muss für Sie selbst und Ihr Unternehmen – keine Gerüchte und Fehlinformationen aus dritter Hand, sondern detaillierte, sachliche Informationen vom FSC selbst.

- **Nachhaltige Markenkommunikation – mit Weitblick für das Wesentliche**

(Michael Löffler, Gute Aussicht Kommunikations GmbH; 53 min)

Herr Löffler eröffnet seinen Vortrag mit der zentralen Fragestellung "Was ist nachhaltige Markenkommunikation?" und beschreibt in weiteren Verlauf welche Mechanismen bei der Entwicklung und der Kommunikation über eine Marke eine Rolle spielen und verdeutlicht die Importanz der Wertevermittlung. Weiter beschreibt er den Wandel der Wertevorstellungen in der Gesellschaft und führt aus, welche Werte für die aktuelle Zielgruppe der "Lohas" von Bedeutung sind. Mit zahlreichen Beispielen (positive und negative) veranschaulicht Herr Löffler die "DOs" und "DON'Ts" der Marken- und Werbekommunikation. Zusammenfassend gibt er dem Auditorium 9 Empfehlungen für die Etablierung und Durchführung einer nachhaltigen Markenkommunikation.

- **Die Bedeutung der Medienproduktion im Umfeld der nachhaltigen Medienproduktion**

(René Theiler, Verband der Schweizer Druckindustrie; 36 min / 41 min inkl. Fragen)

René Theiler lässt den Wandel des Verständnisses für Ökologie der letzten Jahrzehnte Revue passieren und stellt die Frage wo denn eigentlich Nachhaltigkeit beginnt - erst im Druck und bei der Papierauswahl?

Im weiteren Verlauf seines Vortrags beschreibt er das Nachhaltigkeits-Konzept des Schweizer Verbands und welche Chancen sich dadurch für die teilnehmenden Firmen ergeben haben bzw. können.

Besondere Importanz weist er der Beratungskompetenz der Mediendienstleister zu und erläutert wie diese aufgebaut und gepflegt werden kann. Weitere Aspekte des Vortrags sind "Zertifizierungen", "Marketing-Strategien" "Öko-Trends auf der auftraggebenden Seite" und die "Mehrwertigkeit von Schadstoff- und Emissionsreduzierungen in produzierenden Betrieben".

- **Klimaneutrale Druckprodukte – Trend, Hype oder Mehrwertstrategie?**

(Alexander Rossner, ClimatePartner; 54 min / 58 min inkl. Fragen)

"Klimaneutrales Drucken" – für Viele ein Reizthema.

Herr Rossner beantwortet in seinem Vortrag einige der wesentlichen und grundsätzlichen Fragen rund um dieses Thema: "Was ist klimaneutrales Drucken?", "Ist klimaneutrales Drucken überhaupt sinnvoll?", "Sind die Ausgleichszahlungen eine Spende?", "Welche Projekte werden durch die Ausgleichszahlungen gefördert und wie werden diese ausgewählt?", etc., etc.

Zum einen ein Grundlagenvortrag, zum anderen ein erörternder, vertiefender Vortrag, der umfassend zur Themenstellung informiert.

- **Gestern Öko, heute Nachhaltigkeit – worüber reden wir eigentlich?**

(Prof. Michael Hardt, Zukunftsforscher; **29 min / 35 min inkl. Fragen**)

"Ökologie" und "Nachhaltigkeit" - zwei Begriffe die immer wieder für Verwirrung sorgen, da sie oft missverständlich verwendet und miteinander vermischt werden. Herr Prof. Hardt klärt dieses Missverständnis auf und gibt eine eindeutige Definition für die beiden Begriffe. Anschließend betrachtet er die Kommunikationsmedien im Wandel der Zeit und legt dar, dass sich die sozioökonomische Wertigkeit der Printmedien negativ entwickelt hat. Die Frage nach der Nachhaltigkeit von Printmedien beantwortet er mit der Gegenfrage, wie nachhaltig denn die neuen Medien seien und veranschaulicht mit beeindruckenden Beispielen die Gefahr des Wissens- und Informationsverlustes – verursacht durch die unzulängliche Lebensdauer und mangelnde Aufwärtskompatibilität der neuen Medien und ihrer Speicherformen. Abschließend wagt er einen Blick in die Zukunft und weist der Printmedien-Industrie eine veränderte Rolle in der Informationskette zu – welche durchaus Potentiale für Wachstum und anhaltend gute Margen bieten kann.

- **Klimaneutrale Medienproduktion – Die Antwort auf den Klimawandel?**

(Rainer Litty, wwf Deutschland; **35 min / 42 min inkl. Fragen**)

Herr Litty konstatiert einen voranschreitenden Klimawandel und dass es deshalb dringend notwendig sei zu Handeln. Er betont, dass Einzellösungen kein wirklicher Lösungsansatz seien und fordert stattdessen ein gemeinsames und ganzheitliches Handeln. Besondere Bedeutung, ja eine Schlüsselrolle, komme hierbei der Medienproduktion zu, da sie zum einen ressourcen- und energieintensiv sei und zum anderen, da sie ihre grundlegende Kommunikationsfunktion auch für die Zwecke des Klimaschutzes nutzen könnte (müsse). Weiter führt er aus, dass sich diese Schlüsselrolle keinesfalls auf Ausgleichszahlungen beschränken darf, sondern mit der Vermeidung von Emissionen beginnen muss. In zweiter Instanz müssen existierende Emissionen vermindert werden und erst dann sollten die übriggebliebenen, unvermeidbaren Emissionen ausgeglichen werden. Mit eindrucksvollen Zahlen und Beispielen unterstreicht Herr Litty die Zusammenhänge und macht Mut sich für die Erhaltung der Umwelt und den Klimaschutz zu engagieren.

- **Grau war gestern – Umdenken beim Papier**

(Sönke Nissen, Initiative Pro Recyclingpapier; **31 min / 46 min inkl. Fragen**)

Recyclingpapier ist grau und schlecht zu bedrucken - kein Vorurteil, sondern veraltetes Wissen über ein Medium bzw. ein Produkt, das in den letzten Jahren markant weiterentwickelt und verbessert wurde.

Herr Nissen beschreibt in seinem Vortrag, welche Veränderungen erreicht wurden und verdeutlicht mit zahlreichen Beispielen, dass modernes Recyclingpapier praktisch für jede Publikation verwendet werden kann und wird. Die Frage nach der Auswahl des Anbieters bzw. der Papiersorte beantwortet Herr Nissen eindeutig mit der Empfehlung von Recyclingpapieren mit dem "Blauen Engel", da es die höchsten ökologischen Ansprüche erfüllt und vergleicht verschiedene Papierlabels miteinander. Abschließend präsentiert Herr Nissen eindeutige Indizien für die Chancen des Recyclingpapiers als strategischen Mehrwert für Auftraggeber und Mediendienstleister.

- **Nachhaltige Printproduktion als Innovation für Mediendienstleister**

(Dieter Ebert, Druckhaus Berlin-Mitte; **26 min / 34 min inkl. Fragen**)

"Warum sollte sich ein Mediendienstleister für den Klimaschutz engagieren?", "Welche Maßnahmen müssen in den Unternehmen ergriffen werden?", "Welche einmaligen und welche laufenden Aufwendungen entstehen dabei?" und "Welche ökologischen, ökonomischen und strategischen Ziele können durch ein solches Engagement erreicht werden?".

Nur einige der Fragen und Informationen auf die Herr Ebert in seinem Vortrag eingeht und detailliert erläutert. Auch wenn sich nicht unbedingt jeder Betrieb in diesem Vortrag wiederfinden kann, so enthält er doch wichtige Informationen, die für Ihr eigenes Unternehmen wichtig sein (werden) können.

- **Nachhaltigkeit in der Produktion und dem Verbrauch von elektrischer Energie**

(René Meißner, NaturEnergie AG; **20 min / 23 min inkl. Fragen**)

Emissionen entstehen nicht nur auf direktem Wege durch Automobil- und Industrieabgase, sondern zu einem großen Teil auch durch die Emissionen der Stromerzeuger. Herr René Meißner skizziert in seinem Vortrag die Rolle der Endverbraucher für die Entwicklung des nationalen und internationalen Energiemixes und stellt die tatsächlich CO₂-emissionsfreien Kraftwerke der NaturEnergie AG vor. Weiter erläutert er die Zusammensetzung des Strompreises und widerlegt das Vorurteil das Ökostrom teurer als herkömmlicher Strom (auch "Graustrom" genannt) sei. Gerade für gewerbliche Kunden, die in Mehrschicht-Systemen produzieren, können sich mit Ökostrom erhebliche Einsparpotentiale ergeben und eine maßgebliche Reduktion der CO₂-Emissionen der Unternehmen mit sich bringen.

- **Umweltfreundliche Papiere im Rahmen der nachhaltigen Medienproduktion**

(Daniela Fitzel / Marten Scheibel, Deutsche Papier Vertriebs GmbH)

--- Dieser Beitrag wurde nicht zur Veröffentlichung freigegeben ---

