



**Bundesverband
Digitalpublisher und
Zeitungsverleger**

PRESSEMITTEILUNG

Unternehmenserfolg durch Nachhaltigkeit

Umweltverträglich, ökologisch, grün: Fachforum von BDZV und BVDA zeigt, wie Presseunternehmen nachhaltiges Handeln umsetzen.

Berlin, 27. Juni 2024

Nachhaltigkeit ist nicht nur ein zentrales gesellschaftliches Anliegen, sondern auch ein echter Erfolgsfaktor für die Wirtschaft. Das wurde auf dem Fachforum Nachhaltigkeit von Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) und Bundesverband kostenloser Wochenzeitungen (BVDA) in Berlin deutlich, wo sich die Verlagsbranche intensiv mit nachhaltigem Handeln auseinandersetzte.

BDZV und BVDA hatten zu diesem Expertenaustausch eingeladen, um „weiter für das Thema zu sensibilisieren und die erfolgreiche Umsetzung in der Verlagspraxis aufzuzeigen“, erklärte Andreas Müller, BVDA-Vizepräsident und Geschäftsführer des Medienhauses Aachen.

Welche wirtschaftlichen Vorteile die proaktive Auseinandersetzung mit der eigenen Nachhaltigkeit sowohl für große wie für kleine Unternehmen bedeutet, machte Dr. Katharina Reuter in ihrer Keynote anhand konkreter Beispiele deutlich. Die Geschäftsführerin des BNW Bundesverbands Nachhaltige Wirtschaft wurde im vergangenen Jahr für ihr Engagement mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichnet. Ihr Appell an die Verlagsbranche: „Sorgen Sie dafür, dass Ihr Unternehmen Teil der Lösung wird und nicht Teil des Problems bleibt.“

Carsten Wilkesmann vom Dewezet-Druckzentrum Hameln betonte, dass pragmatisches Handeln wichtiger sei als große Pläne, die in der Schublade verschwinden. Sein Beispiel: Durch Effizienzmaßnahmen konnte die regionale Zeitungsdruckerei den Gasverbrauch um 40 Prozent senken. Schon 2023 stellte die Druckerei auf mineralölfreie Schwarzfarbe um – ein bedeutender Schritt Richtung nachhaltiger Zeitungsdruck. Die Verbände der Druck- und Verlagsbranche haben sich im vergangenen Jahr dazu verpflichtet, bis 2028 komplett auf Mineralöl in Druckfarben zu verzichten.

Auch die digitale Kommunikation stand im Fokus. Luisa McLachlan, Senior Manager Sustainability bei Axel Springer, und Joana Fiedler, Senior Product Managerin Digital bei Media Impact, zeigten am Beispiel der „Green Products“ für BILD und WELT, wie Emissionen reduziert werden können. Nachhaltige Werbeplatzierungen bieten einen Wettbewerbsvorteil, da Kunden, Mitarbeitende und die Öffentlichkeit umweltbewusstes Handeln erwarten.

„Nachhaltigkeit sollte in der Unternehmenskommunikation genauso selbstverständlich sein wie Produkt- oder Arbeitgeberkommunikation“, empfahl PR-Beraterin Vera Klopprogge. „Tue Gutes und rede darüber – transparent und authentisch.“

Kontakt

Dr. Andrea Gourd, Leiterin Fachkommunikation, E-Mail: [gourd\(at\)bdzv.de](mailto:gourd(at)bdzv.de), T. +49 (0) 30 726298-216

Folgen Sie uns auf Instagram [bdzbv.de](https://www.instagram.com/bdzbv.de), LinkedIn und X [@BdzbvPresse](https://twitter.com/BdzbvPresse)