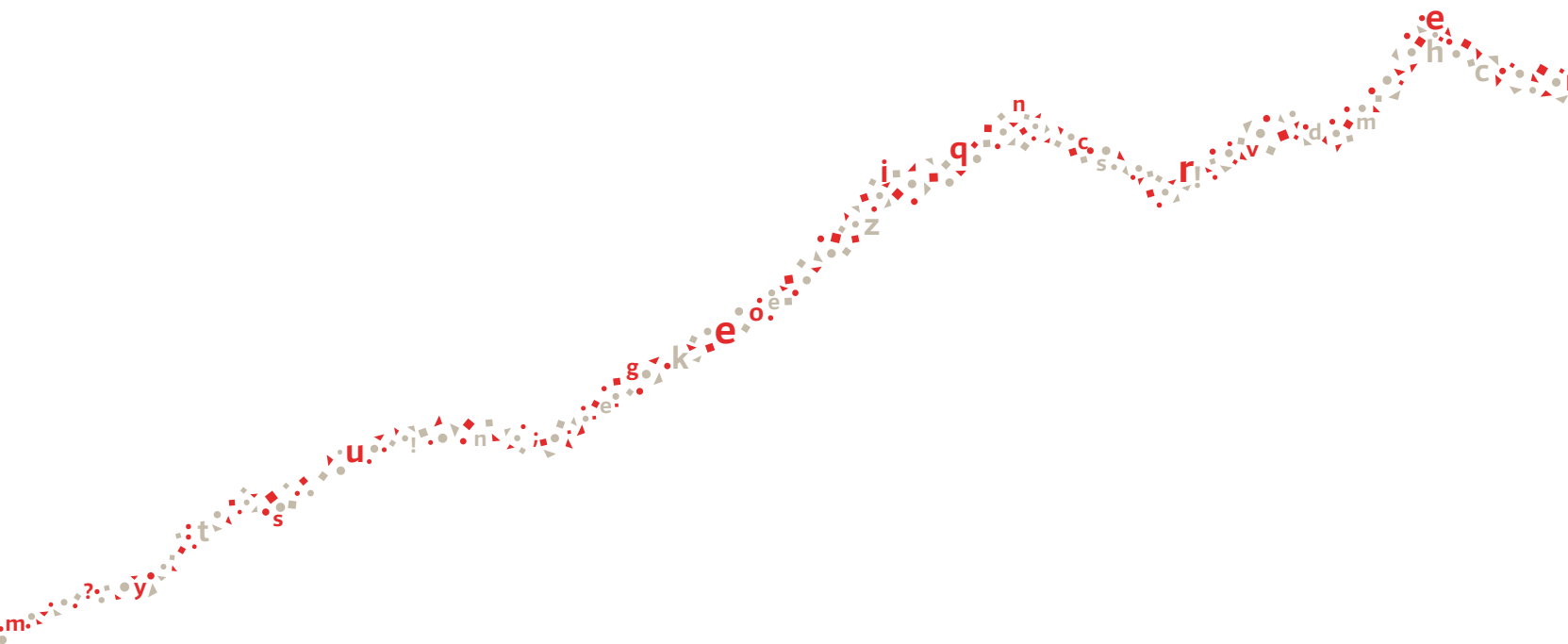


link

1/2026





Zum Papier

Fischer Papier, der Hersteller des Papiers, das wir für diesen Brunner-Link verwendet haben, nennt dieses «Genesis – das Papier der Schöpfung». Was hat es damit auf sich? Genesis ist das erste Buch in der Bibel, es erzählt vom Ursprung der Welt: der Natur und der Menschheit. Tatsächlich geht dieses Papier auf etwas Ursprüngliches zurück – es ist nämlich recycelt und zu 100 Prozent aus Altpapier. «Und es hat eine Weisse, die das vergessen lässt», merkt Fischer Papier dazu an. Auch wenn man über die Fläche streicht, würde man wohl nicht auf 100 Prozent Recycling tippen. Papier erzielt Wirkung und spricht die Sinne an, das ist die eine Erkenntnis. Die andere: Es leistet einen wichtigen Beitrag, um Ressourcen zu schonen und das Ursprüngliche zu würdigen.

Print wirkt!

Liebe Leserin, lieber Leser

Wir freuen uns, Ihnen die neue Ausgabe des Brunner-Link zu präsentieren. Wir führen das gedruckte Kundenmagazin bewusst weiter, denn wir sind überzeugt: Gerade in der Kundenkommunikation kann ein Printprodukt seine Stärken voll ausspielen. Print wirkt, wenn es darum geht, Geschichten zu erzählen und Informationen weiterzugeben – heute mehr denn je.

Als Krienser Unternehmen sind wir stolz darauf, die monatliche Informationszeitschrift «kriensinfo» in wertschätzender Zusammenarbeit mit der Stadt Kriens produzieren zu dürfen. «kriensinfo» ist für die Stadt Kriens, aber auch für die Krienser Vereine und das Gewerbe ein wichtiges Informationsmedium. Das grosse Interesse der Bevölkerung und unserer treuen Inserenten zeigt: Print wirkt!

Darüber hinaus stellen wir Ihnen unser engagiertes Team aus Verkauf und Medienvorstufe vor. Nach der Zusammenlegung des Maschinenparks im Rahmen der Produktionsgemeinschaft mit der Engelberger Druck AG in Stans legen wir in Kriens noch grösseren Wert auf Top-Beratung und eine effiziente, kreative Medienvorstufe mit eigenem Korrektorat. Gerade für unseren Verlagsbereich ist das ein entscheidender Faktor – denn hier stellen wir sicher: Print wirkt!

Auch punkto Nachhaltigkeit hat «Print wirkt» seine Gültigkeit! Wie energieeffizient ist Print? Wir schauen genau hin. Dann bringen wir Ihnen noch eine speziell schöne Publikation näher: die Kinderzeitschrift «jumi». Sie zeigt, dass gut gemachte Printprodukte auch bei jungen Leserinnen und Lesern ankommen.

Tauchen Sie ein in unsere Welt, entdecken Sie spannende Einblicke und spüren Sie auch, dass Print wirkt!

Alex Fischer
Leiter Verlag und Verkauf



Inhalt

- | | | | | | |
|---|---|----|---|----|---|
| 4 | Zu Besuch bei unseren Kunden
Kriens – Stadt und Dorf zugleich | 10 | Brunner Medien
«Spezialisierung ist der Schlüssel zur Qualität» | 14 | Verlag
jumi – ein Fest für Kinder |
| 8 | Brunner-Team
Geballte Expertise | 12 | Print wirkt
Die Mär vom schmutzigen Druck | 15 | Verlag
Drei Topseller aus dem Webshop |



Im 2018 erbauten Stadthaus von Kriens sind neben der Stadtregierung und dem Einwohnerrat auch alle behördlichen Stellen zentral untergebracht. (Foto: stadt-kriens.ch)

Kriens – Stadt und Dorf zugleich

Die Stadt Kriens ist ein Hotspot. Die drittgrösste Gemeinde im Kanton Luzern wächst und wächst. Trotzdem hat sie sich einen dörflichen Charakter bewahrt – im positiven Sinne. Im Gespräch mit Stadtpräsidentin Christine Kaufmann-Wolf erfahren wir mehr über das Geheimnis von Kriens.

Es ist ein kühler, wolkenverhangener Morgen – und dazu noch Montag. Der Stadtplatz muss am Wochenende belebt gewesen sein. Zeltstangen und Blachen, die noch wegtransportiert werden müssen, zeugen davon. Das Krienser Stadthaus – ein sechsgeschossiger Bau mit bronzefarbener Aluminiumfassade, 2018 errichtet – kenne ich nur von aussen. Entsprechend neugierig bin ich auf das Innenleben.

Viel Zeit für einen ersten Eindruck bleibt mir allerdings nicht. Kaum habe ich mich beim Empfang gemeldet, kommt mir auch schon eine gut gelaunte Stadtpräsidentin entgegen. Ihr Tatendrang macht mir Eindruck, es ist ja Montagmorgen. Wir wechseln in ein helles Sitzungszimmer – und schon geht es los mit unserem Gespräch.

Ein steiler Einstieg

Bei Christine Kaufmann-Wolf bin ich an der richtigen Adresse, um mehr über Kriens zu erfahren. Seit dem 1. September 2020 ist sie Präsidentin der nach der Stadt Luzern und Emmen drittgrössten Gemeinde im Kanton Luzern. Ende 2024 knackte Kriens die Marke von 30 000 Einwohnern.

Zuvor war Christine Kaufmann-Wolf acht Jahre Einwohnerin in Kriens (2008–2016), 2013/2014 präsidierte sie den Rat. 2015 erfolgte die Wahl in den Kantonsrat, die Luzerner Legislative. Zwei vierjährige Amtszeiten vertrat sie hier die Mitte-Partei.

Der Einstieg in ihre Aufgabe als Stadtpräsidentin war mutig und steil, er erfolgte nach einem mittleren politischen Beben in Kriens. 2020 war der gesamte Stadtrat abgewählt worden, Auslöser war die prekäre finanzielle Situation der Stadt. Christine Kaufmann-Wolf kandidierte erst im zweiten Wahlgang – als erfahrene und verlässliche Politikerin schaffte sie die Wahl. Zusammen mit ihren neuen Stadtratskollegen gewann sie das Vertrauen der Bevölkerung zurück. Bei den Erneuerungswah-

«Kriens ist selbstbewusst, eigenständig und gesellig.»

Christine Kaufmann-Wolf



Seit 2020 ist Christine Kaufmann-Wolf Stadtpräsidentin von Kriens. 2024 wurde sie mit Bestresultat bestätigt.

len im April 2024 wurde sie mit dem Bestresultat bestätigt.

Kriens ist besonders

Viele Städte nehmen für sich in Anspruch, besonderer als andere zu sein. Sie begründen es mit der idyllischen Lage, dem hypen Lifestyle oder der internationalen Ausstrahlung. Kriens hat all das nicht, und trotzdem trifft das mit dem Besonderen, ja Einzigartigen mehr auf Kriens zu als auf viele andere. Nicht wegen dem erhabenen Pilatus, der von Kriens aus mit der Gondelbahn über die Fräkmüntegg erschlossen ist. Und auch nicht wegen dem kleineren Bruder, dem Sonnenberg, auf den die 1902 erbaute berühmte Sonnenbergbahn führt. In der Zeit der Belle Époque chauffierte sie die noblen Gäste hinauf zum Grandhotel, heute sind es Einheimische und Tagestouristen auf der Suche nach Abwechslung

«Die Herausforderung besteht darin, das Wachstum von Kriens gut zu lenken.»

Christine Kaufmann-Wolf

oder in Vorfreude auf einen feinen Schmaus im Restaurant auf 700 Meter über Meer.

Kriens ist nicht wie andere Städte, weil es immer auch Dorf geblieben ist – und das im positiven Sinne. Wohl ist Kriens seit dem 1. Januar 2019 offiziell eine Stadt, das Stimmvolk hatte sich 2017 dafür entschieden. Die Umbenennung war ein Ausdruck des Selbstbewusstseins, genährt durch den Bauboom, die Wahrnehmung als städtisches Siedlungsgebiet, die steigenden Einwohner- und Schülerzahlen, die hohe Medienpräsenz. Auch die gegenwärtige Entwicklung im südlichen Teil von Kriens mit dem neuen Stadtquartier Matthof und den zahlreichen Hochbauten unterstreicht diese Ausrichtung.

Nichtsdestotrotz hat sich Kriens seinen dörflichen Charakter bewahrt. Er zeigt sich in den vielfältigen Bräuchen der Samichlauszeit im Dezember oder bei der Dorffasnacht mit den traditionellen Figuren Krienser Deckel, Wöschwiib, Bärnerwiib und Buuremaa. Das Vereinsleben in Kriens ist äusserst bunt und deckt alle Interessen ab – Quartier, Musik, Sport, Kultur, Politik, Gesellschaft, Jugend und Alter. Und wo in der Schweiz gibt es sonst eine Gemeinde, die sowohl über einen Stadtplatz als auch über einen Dorfplatz verfügt? Auf die Frage, welche Eigenschaften ihr besonders auffallen, wenn sie die Wesensart von Kriens beschreiben müsste, antwortet Christine Kaufmann-Wolf: «selbstbewusst, eigenständig, gesellig». Eben – Stadt und Dorf zugleich.

Die Zeichen stehen auf Wachstum

Zweifellos ist Kriens auch eine attraktive Stadt, sowohl zum Wohnen als auch zum Arbeiten. Das Kulturangebot ist breit und vielfältig. Weiterum bekannt ist das Kulturcluster im Krienser Südteil mit Kulturhaus Südpol, Musikhochschule und dem Orchesterhaus des Luzerner Sinfonieorchesters. Über 900 Angebote finden jährlich in diesen drei Häusern statt. Aber auch das Museum im Bellpark, das Kulturquadrat Schappe mit seinen Galerien und die zahlreichen kulturellen



Christine Kaufmann-Wolf ist wichtig, dass Kriens offen und lernfähig bleibt, um den Herausforderungen einer wachsenden Stadt begegnen zu können.

Zwischennutzungen im Bell-Areal spielen eine wichtige Rolle.

Sportlich hat sich neben dem SC Kriens, der aktuell von der Tabellenspitze der Promotion League grüsst, insbesondere der Handball einen Namen gemacht. Der Handballclub Kriens-Luzern gehört zur nationalen Elite. Seine Heimspiele trägt er in der vor Kurzem eröffneten Pilatus Arena aus. Die topmoderne Sporthalle ist Bestandteil eines grösseren Areals, zu dem auch zwei Hochhäuser gehören. Eines davon ist der Pilatus Tower, mit 113 Meter das grösste Wohnhaus der Zentralschweiz.

Bei den gedruckten Medien setzt Kriens auf das Stadtmagazin «kriensinfo».



In diesem Zusammenhang verweist Christine Kaufmann-Wolf auf die anhaltende Bautätigkeit in Kriens. Sinnbildlich dafür stehen die Entwicklungen im neuen Stadtquartier südlich von Kriens. Es sei ein tiefgreifender Wandel zu beobachten, räumlich und gesellschaftlich, sagt die Stadtpräsidentin. Kriens spüre dies jeden Tag. Die Bevölkerung wächst und die Quartiere verändern sich. «Die Herausforderung besteht darin, das Wachstum gut zu lenken und zu schauen, dass es nicht nur eine quantitative, sondern auch eine qualitative Entwicklung gibt», ist Christine Kaufmann-Wolf überzeugt. Es gilt auf allen Ebenen Schritt zu halten – beim Schulraum, in der Verwaltung, bei den Dienstleistungen. Zentral für Christine Kaufmann-Wolf ist, dass Kriens offen und lernfähig bleibt. Strategischer Kompass ist das Stadtentwicklungskonzept STEK, in das die Bevölkerung partizipativ einbezogen worden ist.

Geschätztes Stadtmagazin «kriensinfo»

Ihren Beitrag für die Stadtentwicklung leistet auch die Kommunikation. Sie ist ein wichtiges Instrument dafür, dass sich die Menschen mit ihrer Stadt identifizieren, dass sie Kriens und seine Leistungen und Angebote wahrnehmen und diese mitgestalten.

Der Stadt Kriens stehen verschiedene digitale und analoge Kommunikationskanäle zur Verfügung. In den vergangenen Jahren hat die Bedeutung der Kommunikation über die Website und die sozialen Medien stetig zugenommen. Kriens steht noch mittendrin in diesem Digitalisierungsprozess.

Bei den gedruckten Medien setzt Kriens vor allem auf das Stadtmagazin «kriensinfo», das einmal im Monat in alle Briefkästen verteilt wird. So erhalten die Bewohnerinnen und Bewohner zentrale Informationen rund um das Leben und Geschehen in der Stadt.

Neben den Behörden können sich auch Handel, Gewerbe, Vereine, Organisationen und Parteien im Magazin präsentieren. Diese direkte und niederschwellige Information auf Papier wird vom Stadtrat wie von der Bevölkerung gleichermaßen geschätzt.

Hier ist denn auch der direkteste Berührungspunkt zwischen der Stadt Kriens und Brunner Medien. Seit Jahren besteht eine vertrauensvolle und erfolgreiche Partnerschaft. Brunner ist für Verlag, Anzeigenakquise, Gesamtkoordination, Layout, Korrektorat und Druck des «kriensinfo» zuständig. Aushängeschild ist Medienberater Roland Peter, die Ansprechperson für alle, die im «kriensinfo» inserieren und sich vernetzen möchten.

Als ich nach dem Gespräch mit der Stadtpräsidentin wieder auf den Stadtplatz trete, ist die Stadt erwacht und die Menschen sind unterwegs zu ihren nächsten Terminen. Dieses Gewusel bildet einen schönen Kontrast zum trotzigen Grau des Himmels. Spätestens gegen Mittag wird sich dann die Sonne durchsetzen.

Text: Armin Barmet
Fotos: Ruben Koch

Geballte Expertise

Wir von Brunner Medien bedienen Sie von Kriens aus mit massgeschneiderten Dienstleistungen. Expertinnen und Experten aus Kundenberatung, Medienvorstufe, Korrektorat und Verlag beraten und begleiten Sie auf dem Weg vom Konzept bis zum fertigen Printprodukt.

«Aus digitalen Ideen entstehen schöne Printprodukte. Und ich kann den ganzen Prozess mitprägen, das macht Spass.»

Niccolo Infanger, Polygraf in Ausbildung

«Wir lesen hier die ganze Palette. Das macht meine Arbeit vielfältig und spannend.»

Barbara Villiger, Korrektorin



KORREKTORAT



MEDIENVORSTUFE

«Mir gefällt der Kontakt mit unseren Kunden – auch, weil sie aus den verschiedensten Branchen stammen.»

Fredy Burch, Kundenberater

Unsere Dienstleistungen

- **Kundenberatung:** Ihre Ansprechpartner vom Start bis zum Abschluss Ihres Projekts.
- **Medienvorstufe:** Bringt Zeitschriften und Drucksachen in Farbe und Form.
- **Korrektorat:** Redigiert und lektoriert für den letzten Schliff in Ihren Texten.
- **Verlag:** Fullservice für Ihre Zeitschrift mit Inseratemanagement, Aboverwaltung, Produktion und Versand.

KUNDENBERATUNG

«Jeder neue Auftrag bringt kreative Arbeit mit sich. Dann blühe ich auf.» Ronja Banz, Customer-Success-Managerin Verlag

VERLAG

«Spezialisierung ist der Schlüssel zur Qualität»

Vor einem Jahr haben die Brunner Medien AG in Kriens und die Engelberger Druck AG in Stans eine Produktionsgemeinschaft vereinbart. Ein idealer Aufhänger, um mit dem Brunner-Geschäftsführer Roland Schnyder über Aktuelles und Zukünftiges zu sprechen.

Roland Schnyder ist seit März 2025 Geschäftsführer von Brunner Medien.

Roland Schnyder, die Produktionsgemeinschaft mit Engelberger feiert Geburtstag. Welches erste Fazit ziehst du?
Ein sehr positives. Die Zusammenarbeit erweist sich als äusserst wertvoll. Das erste Jahr war intensiv, aber sehr erfolg-

reich. Die Integration unserer Produktionsprozesse in die neue Gemeinschaft war eine grosse Herausforderung, die wir gemeinsam gemeistert haben. Wir haben nicht nur Maschinen und Technik zusammengeführt, sondern auch Teams und Arbeitsabläufe harmonisiert. Heute profitieren wir von klar definierten Prozessen, einer höheren Effizienz und einer deutlich besseren Auslastung. Die Produktionsgemeinschaft hat sich auch strategisch als richtig erwiesen: Sie stärkt unsere Wettbewerbsfähigkeit, schafft Synergien und bietet unseren Kunden mehr Flexibilität und Sicherheit.

«Das erste Jahr war intensiv, aber sehr erfolgreich.»

Die Druckmaschinen sind nach Stans gezügelt worden. Was läuft in Kriens?

Der Standort Kriens bleibt das kreative und organisatorische Zentrum. Hier konzentrieren wir uns auf Dienstleistungen, die für die Wertschöpfungskette entscheidend sind. In Kriens sind die Bereiche Medienvorstufe und Korrektorat angesiedelt, ebenso die Verlagsaktivitäten. Zudem erbringen wir hier all unsere Verkaufs- und Beratungsdienstleistungen.

«Alle machen alles» ist ein schlechter Ratgeber. Wo hat Brunner Medien die Spezialisierungen?





5 Fragen

... an Roland Schnyder,
Geschäftsführer

Richtig, wir sehen in der Spezialisierung den Schlüssel zur Qualität. Unsere Kernkompetenz liegt im Bereich Zeitschriften. Hier haben wir jahrzehntelange Erfahrung in Gestaltung, Korrekturen, Verlagsmanagement und Produktion. Dank der Produktionsgemeinschaft können wir im Offset- und Digitaldruck auch besondere Wünsche unserer Kunden erfüllen – sei es bei hochwertigen Magazinen, individuellen Kleinauflagen oder speziellen Veredelungen. So kombinieren wir kreative Stärke mit technischer Exzellenz.

Wie geht es weiter mit der Druckbranche, wo sind die Chancen?

Die Druckbranche steht zweifellos weiterhin vor grossen Veränderungen. Wir spüren den Wandel – digitale Medien gewinnen an Bedeutung, Auflagen sinken und die Anforderungen an die Flexibilität steigen. Aber wir sehen auch klar die Chancen: Print bleibt ein starkes Medium, gerade wenn es um Glaubwürdigkeit, Haptik und hochwertige Markenkommunikation geht. Gedruckte Zeitschriften und Magazine schaffen Vertrauen und bieten ein Erlebnis, das digitale Kanäle nicht ersetzen können. Ich bin überzeugt: Es wird weiterhin gedruckt, aber mit mehr Fokus auf Qualität, Individualität und Nachhaltigkeit.

«Der Standort Kriens bleibt das kreative und organisatorische Zentrum.»

Das neue Jahr hat begonnen, Zeit für gute Wünsche: Was ist deiner für das Brunner-Team?

Ich bin stolz auf das Engagement und die Kreativität, die jede und jeder Einzelne einbringt. Mein Wunsch ist, dass wir gemeinsam weiterhin Freude an unseren Projekten haben, offen für neue Ideen bleiben und uns gegenseitig unterstützen. Wenn wir diesen Spirit bewahren, können wir jede Herausforderung meistern.

Auf was dürfen sich die Kundinnen und Kunden im neuen Jahr freuen?

Wir stehen ihnen mit der gleichen Verlässlichkeit und Qualität zur Seite wie bisher. Wir bieten weiterhin Lösungen, die begeistern – sei es in der Gestaltung, im Druck oder in der individuellen Beratung. Mein Ziel ist, dass unsere Zusammenarbeit geprägt bleibt von Vertrauen, Offenheit und gemeinsamen Erfolgen. Und natürlich wünsche ich allen ein gutes Jahr, Gesundheit und viele inspirierende Momente.

1

Mit welchem Musikinstrument vergleichst du dein aktuelles Leben?

Mit dem Klavier – vielseitig, manchmal still, manchmal laut, immer in vielen Tönen unterwegs. Und am besten klingt's, wenn jemand die richtigen Tasten findet.

2

Welches Risiko würdest du für deine Liebsten eingehen?

Für mich ist die Familie die Basis, das Fundament, die Motivation meines Lebens, die wichtigste Quelle der Kraft und Freude. Deshalb würde ich dafür alles geben.

3

Was braucht seine Zeit, bis es gut ist?

Gute Dinge entstehen nicht von heute auf morgen, sie brauchen Geduld, Sorgfalt und Reife, um wirklich gut zu werden. Da kommt mir spontan natürlich der Wein in den Sinn, der wird mit der Zeit meist auch besser und runder. Bezogen aufs Unternehmen sind es ganz viele Themen: Leadership, Teamarbeit, Prozesse, partnerschaftliche Kundenbeziehungen.

4

Welches Buch gehört ins Reisegepäck?

Ich liebe es, Biografien zu lesen. Jeder Mensch hat seinen eigenen Weg, gefüllt mit verschiedenen Erlebnissen und Erfahrungen. Das finde ich fesselnd und spannend.

5

Was ziehst du vor?

Ibergeregg oder Ibiza?

Ibergeregg, Ibiza kenne ich noch nicht.

Knigge oder Freestyle?

Grundsätzlich Freestyle, aber je nach Anlass und Situation sind mir Manieren schon wichtig.

Fasnacht oder Skiferien?

Skiferien, wir verbringen bestimmt 30 Tage in der Saison auf der Skipiste.

Schnulze oder Thriller?

Geht beides. Eher Schnulze, dann schaut die ganze Familie mit.

Zahnbehandlung oder Steuererklärung?

Zahnbehandlung – ist wie Wellness.



Die Mär vom schmutzigen

Viele Unternehmen und Organisationen haben ihre Kommunikation komplett auf Digital umgestellt. Sie sehen in ihrem Abschied vom Print einen Beitrag zur Nachhaltigkeit. Bei genauem Hinschauen erweist sich das jedoch meist als Trugschluss. ...

Kein Print mehr. Die Kundenzeitschrift wird eingestellt, neu hält ein Blog auf der Webseite die Interessierten auf dem Laufenden. Mailings und Flyer werden nur noch digital verschickt, Gedrucktes würde sowieso ungelesen im Papierkorb landen, wird behauptet. Argumentiert wird, die Umstellung von Print auf Digital sei im Sinne der Umwelt und ein Zeichen gegen Ressourcenverschwendung und für mehr Nachhaltigkeit. Einige stellen sich damit sogar ins Scheinwerferlicht, bis zum Greenwashing ist es dann nicht mehr weit.

Printmedien haben eine gute Ökobilanz

Über den gesamten Prozess – den sogenannten Produktlebenszyklus – darf sich die Ökobilanz von Printmedien im Vergleich zu anderen Gütern durchaus sehen lassen. Ausser Frage steht, dass für die Herstellung von Papier ein hoher Ressourcenbedarf besteht. In der Printherstellung rücken vor allem Holz, Wasser und Energie in den Fokus. Eine exakte Analyse des Zyklus setzt bei der Gewinnung und Bewirtschaftung von Holz an. Sie untersucht weiter die Umwandlung von Holz in Fasern, die Herstellung des Papiers aus den Fasern, das Bedrucken des Papiers, den Vertrieb, die Umwandlung in neue Papierfasern bei recyceltem Papier sowie die Entsorgung.

Bei der Rohstoffgewinnung ist zu sagen, dass Holz eine nachwachsende Ressource ist. In Europa werden weit mehr Bäume gepflanzt als gefällt. Zahlen der FAO (Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der UNO) belegen, dass die Fläche an Wald, der für die Herstellung von Produkten aus Holz genutzt wird, täglich um über 58 000 m² wächst, weit mehr als die Fläche der Schweiz. Das Stammholz ausgewachsener Bäume wird vorwiegend für Häuser und Möbel verwendet. Die Holzfasern fürs Papier stammen aus Sägewerksabfällen und Durchforstungsholz – also Holz, das aus der Waldpflege gewonnen wird. Die europäische Forstwirtschaft produziert ausserdem nach den Vorgaben des Forest Stewardship Council (FSC) oder anderer zertifizierter Methoden.

Hohe Recyclingquote

Papierherstellung und Printproduktion sind energieintensiv. Aber auch da wurden bedeutende Fortschritte erzielt. Papier hat in Europa die höchste Recyclingquote aller Materialien. In



58 000 m²
neuer Wald pro Tag

Druck



90 %
Recyclingquote

der Schweiz werden gemäss dem Bundesamt für Umwelt 90 % der für die Papierherstellung benötigten Faserstoffe aus wiederverwertetem Altpapier gewonnen, ein sehr hoher Wert. Selbstredend sind Recyclingfasern im Vergleich zu Frischfasern für die Papiergewinnung energieschonender. Das Wasser für die Produktion wird ebenfalls im Kreislauf gefahren, mehrmals verwertet und am Ende gesäubert in die Umwelt zurückgeführt.

Bei der Printproduktion wird die Energieeffizienz laufend gesteigert. Nicht zuletzt ist das auch eine Auflage der Kunden an die Branche und der Branche an die Maschinenhersteller. Die Druckunternehmen selbst haben ein Interesse, ihre Betriebskosten zu senken. Systemverbesserungen und Innovationen, die den CO₂-Fussabdruck reduzieren, tragen massgeblich dazu bei.

Es gibt keinen Gewinner

Betrachten wir den Produktlebenszyklus von digitalen Medien, müssen wir die Herstellung und den Vertrieb der Geräte, ihren Energieverbrauch, die Emissionen des Internets und auch das Recycling und die Entsorgung der Geräte berücksichtigen. Die Bilanz zeigt, dass der digitale Kanal in Sachen Nachhaltigkeit im Vergleich zum Print nicht besser abschneidet.

Papier hat in Europa die höchste Recyclingquote aller Materialien.

Probleme bereiten nach wie vor der erhöhte Bedarf nach den nicht erneuerbaren seltenen Erden für die Herstellung von Smartphones und am Ende der Kette die Berge von Elektroschrott. Computer und Smartphones sind zwar energieeffizienter geworden, aber wegen der fortschreitenden Digitalisierung, dem Trend zum Bewegtbild, Videostreaming und der künstlichen Intelligenz steigt der Energiebedarf in den Serverfarmen dieser Welt ungebrochen an. Zudem ist der sogenannte Rebound-Effekt zu bedenken. Digitale Produkte ersetzen zwar energieintensive analoge Produkte, aber die Nachfrage steigt durch die Vorteile neuer Technologien so stark an, dass die Emissionen unter dem Strich nicht zurückgehen, sondern sogar steigen.

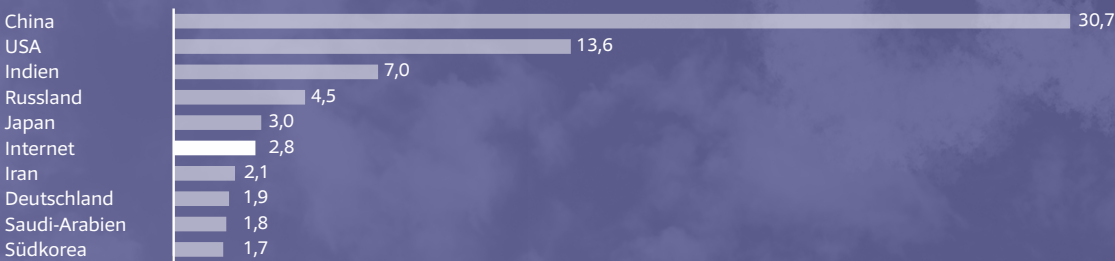
Die Auswirkungen auf die Umwelt hängen letztlich vom Nutzerverhalten ab. Wobei sich eine verlängerte Nutzungsdauer und Mehrfachnutzungen von Printmedien positiv auf deren Ökobilanz auswirken. Bei digitalen Medien ist wegen des erhöhten Energiebedarfs das Gegenteil der Fall. Zusammenfassend lässt sich sagen: Die Umwelt hat von einer blinden Umstellung von Print auf Online nichts. Entscheidend für die Wahl des Kanals sollte sein, wo er seine Wirkung optimal und nachhaltig entfalten kann.

Die Umwelt hat von einer blinden Umstellung von Print auf Online nichts.

Der Anteil der Schweiz am weltweiten CO₂-Ausstoss lag 2020 bei etwa 0,1 %.
(Quelle: Statista)

Wäre das Internet ein Land, läge es weltweit beim CO₂-Ausstoss auf Platz 6

Top 10: Anteil am weltweiten CO₂-Ausstoss 2020 in %



jumi – ein Fest für Kinder

Die Kinderzeitschrift jumi ist eine Perle in unserem Verlagsportfolio. Sie ist thematisch vielfältig und wunderschön illustriert. Und sie eignet sich für den Einsatz im Unterricht.



jumi online
Auch online macht jumi ganz viel Spass. Zudem kann man sich für den kostenlosen Newsletter anmelden und Lehrpersonen erhalten viele Anregungen für den Unterricht.



jumi.ch/de

In der aktuellen Ausgabe von jumi geht es um Fabelwesen – für Layouter Samuel Jordi und Illustratorin Melanie Grauer die perfekte Einladung, ihrer Kreativität freien Lauf zu lassen. Entsprechend bunt und einladend kommt das Heft daher.

Wer die Seiten durchblättert, hält immer wieder inne und entdeckt die Vielfalt der Inhalte. Gestartet wird mit einem Rätsel, dann stellt Chefredaktorin Christine Weber den Kindern das Heftthema vor. Zu diesem folgen dann verschiedene Geschichten, allerhand Wissenswertes und Kurioses und auch eine Bastelmöglichkeit.

Jede Ausgabe nimmt Bezug auf ein kulturelles Thema oder einen religiösen Brauch. Zum Jahresbeginn sind in vielen Regionen der Schweiz die Sternsinger unterwegs.

jumi stellt ein Projekt vor und druckt gleich ein Sternsingerlied mit Noten ab. Weiter gibt es eine Bibelgeschichte, einen Wettbewerb und die beliebte Seite mit den Witzen. Immer wieder stellen sich im «Steckbrief» auch junge jumi-Leseratten vor.

Im jumi lesen bereitet Vergnügen – selbst Erwachsene können sich verweilen. Neben dem Spassfaktor ist jumi aber auch ideal für den Einsatz im Unterricht, in der Jubla oder in Ateliers mit Kindern.



**Leistungen von
Brunner Medien**
Leitung jumi Verlag und
Gesamtproduktion



Brunner Verlag

Drei Topseller aus dem Webshop

Methodenstark

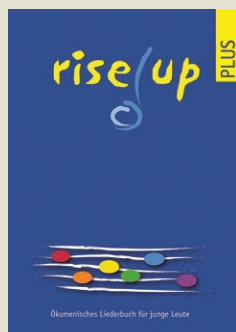


Ideensammlung für vielfältige Aus- und Weiterbildung
(5. Auflage 2025)

Das Handbuch zeigt, wie Ausbildungsinhalte in der Jugend- und Erwachsenenarbeit erfolgreich vermittelt werden können. Über 100 Methoden für die Gruppenarbeit sind zusammengetragen, strukturiert in die Phasen Einführung, Wissensvermittlung, Wissenssicherung und Auswertung.



rise up plus



Ökumenisches Liederbuch
(4. Auflage 2025)

In diesem weitem bekannten Liederbuch finden sich 299 Titel, von liturgischen Gesängen über meditative Lieder bis hin zu Popsongs. «rise up plus» erscheint als Broschur und in einer Ausgabe mit Wiro-Bindung.



Jo und der Kampf um die Zauberflasche



Fantasy-Roman von Michael Treina
(2. Auflage 2025)

Jo verirrt sich im Wald und wird von Fahrennden aufgenommen. Er schliesst Freundschaft mit Waldtieren und macht sich mit ihnen auf die Suche nach einer Zauberflasche. Doch nicht alle wollen, dass Jo die Flasche findet. Ein spannendes Abenteuer beginnt.



Brunner Medien AG

Arsenalstrasse 24
6010 Kriens
T 041 318 34 34
info@bag.ch • www.bag.ch

Auflage: 2500 Ex.
Papier: Genesis White,
100% Altpapier, 170 gm²
Gestaltung: Sara Mehrotra
Druck: Brunner Medien AG

Gedruckt auf FSC-Papier

