

DAS MAGAZIN

# NUTZEN

DER DRUCK- UND MEDIENVERBÄNDE

UMWELT  
BEWUSST  
GEDRUCKT



## Recycling- weltmeister!

84 Prozent der grafischen  
Papiere in Deutschland  
werden recycelt - das macht  
Druckprodukte so nachhaltig.

[www.umweltbewusstgedruckt.de](http://www.umweltbewusstgedruckt.de)

Verband  
Druck + Medien

JCDecaux

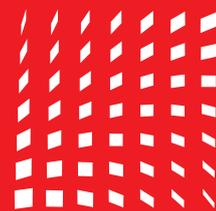
## PRINT – eine sehr saubere Sache

Entwaldungs-Verordnung: So geht's nicht!

Die drupa 2024

Tarifverhandlungen: ver.di fordert 12 %

# we create the future



## drupa

no. 1 for printing  
technologies



## think digital - be sustainable

Seien Sie dabei, wenn sich die internationale Printbranche auf der drupa 2024, der weltweit führenden Fachmesse für Drucktechnologien, trifft. Als Schwerpunktthemen stehen die beiden Megatrends Nachhaltigkeit und Digitalisierung, die entscheidenden Treiber globaler Transformation, im Fokus. Erleben Sie, wie Innovationen die Branche verändern. Profitieren Sie von hochkarätigem Wissenstransfer und intensivem Networking.  
drupa 2024 - we create the future

28. Mai - 7. Juni 2024

Düsseldorf

[www.drupa.de](http://www.drupa.de) [#drupa2024](https://twitter.com/drupa2024)     [drupa.com/blog](https://drupa.com/blog)



Messe  
Düsseldorf

# EDITORIAL



Foto: Messe Düsseldorf/ctillmann



Kirsten Hommelhoff,  
Hauptgeschäftsführerin  
Bundesverband Druck  
und Medien

*Liebe Leserin, Lieber Leser,*

das Frühjahr hat es wie immer in sich, und das gilt 2024 umso mehr. Nach acht Jahren findet endlich wieder eine drupa statt. Firmen aus aller Welt kommen nach Deutschland und präsentieren neue Print-Produkte, innovative Produktionsprozesse, Maschinen und damit Chancen für die Weiterentwicklung unserer Branche. Dabei ist der Messeplatz Düsseldorf für uns ein wunderbarer Heimvorteil, den wir nutzen sollten. Um die vergleichsweise kurze Anreise beneidet uns die gesamte internationale Druck- und Medienwirtschaft.

Herausfordernd indessen sind Themen, die die Rahmenbedingungen für die Branche prägen. So ist die geplante EU-Verordnung gegen Entwaldung nachweislich so praxisfern, dass wir zusammen mit zahlreichen Spitzenverbänden dafür arbeiten, die Vorgaben mit der unternehmerischen Realität in Einklang zu bringen. Auch das Lieferkettengesetz birgt für Betriebe Hürden und bürokratische Anforderungen, die wir versuchen abzuwenden. Und nicht zuletzt würde die Postreform der Druck- und Medienwirtschaft erheblich zusetzen, wenn damit längere und weniger zuverlässige Zustellzeiten ver-

bunden wären. Auch dagegen gehen wir auf allen politischen Ebenen an. Denn die Betriebe dürfen nicht weiter belastet werden. Das erklären wir aktuell auch der Gewerkschaft ver.di. Ihre historische Rekord-Forderung von 12% mehr Lohn ist angesichts der aktuellen wirtschaftlichen Lage der Betriebe nicht finanzierbar und daher völlig unrealistisch. Vielmehr muss es darum gehen, die Zukunft der Branchen-Unternehmen zu sichern. Dafür stehe ich als Hauptgeschäftsführerin des Bundesverbandes Druck und Medien und natürlich im engen Schulterschluss mit den Landesverbänden.

Ich wünsche Ihnen eine angenehme Lektüre.

Herzlichst,

Ihre Kirsten Hommelhoff



# IN HA LT

Die **Druck- und Medienverbände** vertreten die Interessen der deutschen Druck- und Medienwirtschaft auf allen politischen und technischen Ebenen. **Regional, national, international.** Und sie unterstützen die Betriebe auf sämtlichen Feldern ihrer Geschäftstätigkeit. **Praxisnah, persönlich, kompetent.**



## TITELTHEMA: PRINT – EINE SEHR SAUBERE SACHE!

### 08 – PRINT – EINE SEHR SAUBERE SACHE!

- » Für Print werden keine Naturwälder gerodet
- » Der sorgsame Umgang mit Wasser
- » REWE und Co. führen die Verbraucher in die Irre
- » Der Altpapierkreislauf in Deutschland ist Weltklasse
- » Die Kommunikationsoffensive der Verbände

**Nachhaltig drucken: Eine Frage der Haltung und Perspektive**

### 03 – EDITORIAL

Herzlich willkommen zum neuen NUTZEN

### 06 – UMWELT BEWUSST GEDRUCKT

Zahlen, Daten, Fakten

### 14 – WIRTSCHAFT

Druckindustrie in schwierigem Fahrwasser

## IMPRESSUM

HERAUSGEBER: Bundesverband Druck und Medien e.V. (Kirsten Hommelhoff)  
Markgrafenstraße 15, 10969 Berlin, Tel: (0 30) 20 91 390, Fax: (0 30) 20 91 39 113,  
E-Mail: info@bvdm-online.de

VERANTWORTLICH: Bettina Knappe

REDAKTIONSTEAM UND TEXTE: Kathrin Duschek, Melanie Erlewein, Katrin ten Freyhaus, Cordula Hofacker, Bettina Knappe, Silke Leicht-Sobbe, Marian Rappl, Antje Steinmetz, Ronny Willfahrt

LAYOUT: Verena Rembeck, Verband Druck und Medien Bayern e. V.

DRUCK: Schleunungdruck GmbH

Eltertstraße 27, 97828 Marktheidenfeld, Tel: (09391) 6005 0, Fax: (09391) 6005 90

GEDRUCKT AUF: GardaMatt Art 135 g/qm (Innenteil) und 250 g/qm (Umschlag),  
geliefert von Carl Berberich GmbH

ANZEIGEN: Bundesverband Druck und Medien e. V.

**16 – DER NUTZEN**

Nachhaltigkeit aus Überzeugung

**18 – DRUPA 2024**

Die drupa – das Top-Event der globalen Druckindustrie

**20 – DIE FIRMA**

MakeMyMosaic:  
1000 Fotos – ein Bild

**22 – TARIF**

Tarifverhandlungen der Druckindustrie 2024

**25 – GESTALTUNGSWETTBEWERB**

Gestaltungswettbewerb 2024 für Azubis

**26 – ONLINE PRINT SYMPOSIUM**

KI revolutioniert Print

**28 – AUSBILDUNG**

Mitmachen statt zuschauen



Seite **28**

**32 – DRUCK AUF BERLIN UND BRÜSSEL**

» Entwaldungs-Verordnung: So geht's nicht!  
» Überarbeitung der Postreform gefordert

**34 – KURZMELDUNGEN**

Informationen aus den Verbänden

**36 – LESERUMFRAGE**

Der NUTZEN ist nützlich

**37 – PAPERCONNECT**

Innovative Lösungen für den Papiereinkauf

**38 – VDM BERATUNG**

VDM Beratung verleiht Flügel

**41 – Stellenbörse**

Jobbörse hilft bei der Stellenbesetzung

**42 – RECHT**

Green Claims – neue Spielregeln für Umweltaussagen

**44 – PRINT ACADEMY**

Die neue Dimension der Weiterbildung

**45 – ZUKUNFTSFONDS**

Mit Betriebsrente bei Mitarbeitenden punkten

**46 – TERMINE**

Regionale, nationale und internationale Branchenveranstaltungen



Seite **26**

Wir hoffen, dass Ihnen die achtundzwanzigste Ausgabe des Magazins der Druck- und Medienverbände gefällt und es Ihnen NUTZEN bringt. Möchten Sie uns Feedback geben, Kritik äußern oder Anregungen mitteilen?

Schreiben Sie uns an [nutzen@bvdm-online.de](mailto:nutzen@bvdm-online.de)

Wir freuen uns auf Ihre Rückmeldungen!





Altpapier ist kein Müll,  
sondern ein wertvoller  
Rohstoff.

# UMWELT BEWUSST GEDRUCKT

Bei der  
Papierproduktion  
werden

# 90 %

des Wassers  
wiederverwendet.



Der Energieverbrauch der Druck- und  
Medienwirtschaft sinkt seit Jahren.

2021

2022

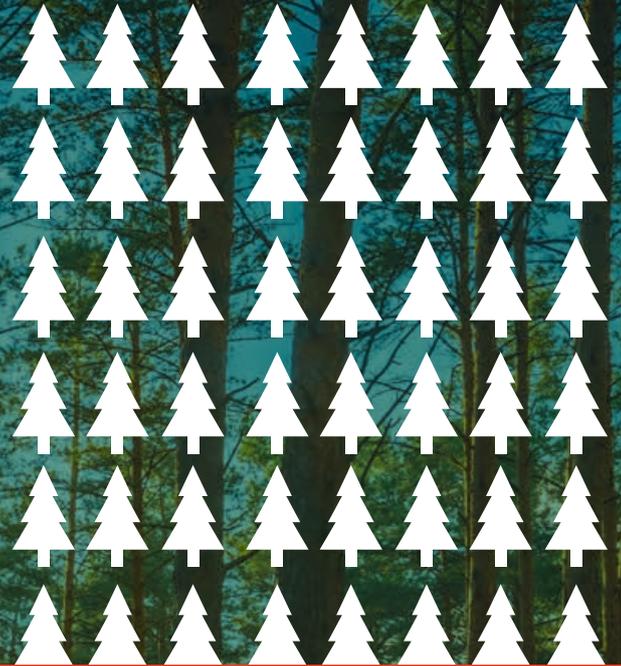
2023

2024



**84%**

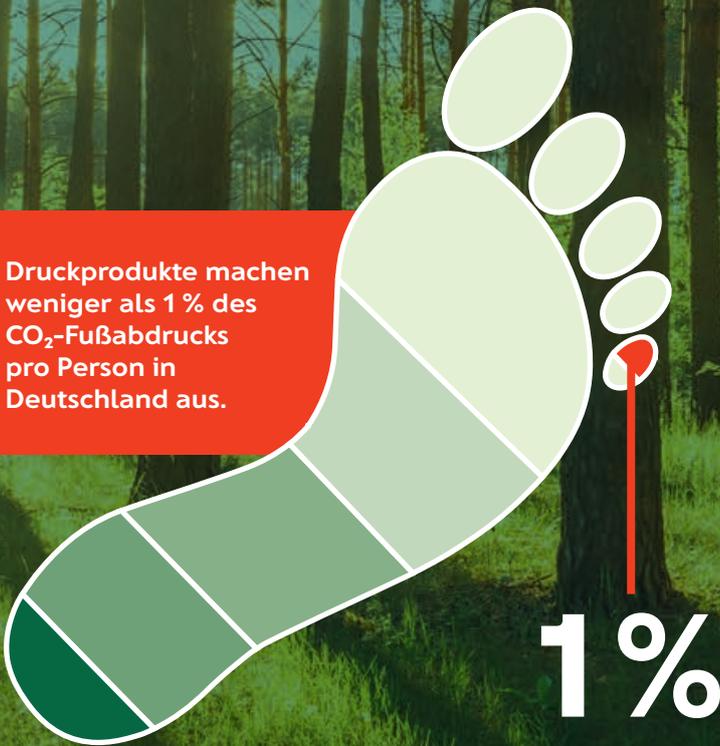
der grafischen Papiere  
in Deutschland  
werden recycelt.



Für unsere Druckprodukte werden  
keine Naturwälder gerodet.



Druckprodukte machen  
weniger als 1% des  
CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks  
pro Person in  
Deutschland aus.



**1%**



Der Wald in Europa wird  
täglich um

**1500**

Fußballfelder größer.

# PRINT – EINE SEHR SAUBERE SACHE!

**N**achhaltigkeit ist das zentrale Thema unserer Zeit. Gibt man den Begriff bei Google ein, erscheinen innerhalb von 0,25 Sekunden 514.000.000 Ergebnisse. Das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung definiert den Begriff wie folgt: Nachhaltigkeit oder nachhaltige Entwicklung bedeutet, die Bedürfnisse der Gegenwart so zu befriedigen, dass die Möglichkeiten zukünftiger Generationen nicht eingeschränkt werden. Dabei ist es wichtig, die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit – wirtschaftlich effizient, sozial gerecht, ökologisch tragfähig – gleichberechtigt zu betrachten. Nachhaltigkeit wird dabei als „ethisches Prinzip“ verstanden, das als Querschnittsthema eine ganzheitliche Betrachtung von gesellschaftlichen Herausforderungen einfordert. Das gilt sowohl für die Politik als auch für das Agieren von Organisationen und Unternehmen und letztlich auch für das Handeln eines jeden Einzelnen.

Der Begriff und die Idee der Nachhaltigkeit wurden bereits im 18. Jahrhundert in der Forstwirtschaft geprägt: nur so viel Holz abschlagen, wie auch nachwachsen kann.



## Für Print werden keine Naturwälder gerodet

Das Stammholz ausgewachsener Bäume ist viel zu wertvoll und daher zu teuer für die Papier-, Druck- und Medienwirtschaft. Es wird vor allem für Häuser und Möbel verwendet. Frischfasern für die Papierherstellung dagegen stammen überwiegend aus Sägewerksabfällen, Plantagen- oder auch Durchforstungsholz. Bei der Zellstoffgewinnung aus Plantagenholz werden keine Naturwälder gerodet. Plantagen werden häufig auf landwirtschaftlich genutzten Flächen angelegt, die nicht mehr produktiv waren. Bei der Durchforstung von Wäldern nehmen Forstwirte einzelne schwächere Bäume aus dem Wald heraus, um den übrigen Bäumen bessere Wachstumschancen zu geben. Entgegen manchen Theorien ist konsequentes Durchforsten – gerade in Zeiten des Klimawandels – ein wichtiger Beitrag zur Stabilisierung der Wälder. Durch die Entnahme von Nachbarbäumen stehen den verbleibenden Bäumen im frei werdenden Wurzelraum zusätzliche Wasser- und Nährstoffressourcen zur Verfügung, die genutzt werden können.



Mit Information überzeugen: Druckerzeugnisse haben eine erfreulich gute Umweltbilanz.

Und die europäische Holzhandelsverordnung (European Timber Regulation, EUTR) beaufsichtigt den Holzimport nach Europa strengstens. Damit dürfen illegal geschlagenes Holz und Holzprodukte nicht in der EU in Verkehr gebracht werden. Zukünftig soll durch neue EU-Vorschriften sogar per Gesetz sichergestellt werden, dass Produkte nachweislich nicht mit Entwaldung in Verbindung stehen. Dazu gehören auch Druckerzeugnisse. Die Verbände Druck und Medien werden ihre Mitglieder zu dem Thema auf dem Laufenden halten.



Wir machen uns gegen Greenwasher und Falschinformationen stark.“

Kirsten Hommelhoff, Hauptgeschäftsführerin des BVDM

## Der sorgsame Umgang mit Wasser

Viele, die über Umweltschutz sprechen, beziehen sich meist nur auf wenige Aspekte – den Einsatz von Holz oder CO<sub>2</sub>-Emissionen zum Beispiel. In beiden Bereichen arbeitet die Druck- und Medienwirtschaft bereits enorm verantwortungsbewusst. Die Branche hat aber mehr zu bieten. Wasser ist eine kostbare Ressource und der Verbrauch wird von den Unternehmen der Wertschöpfungskette Print kontinuierlich optimiert. Das beginnt bei der Papierherstellung, in der auf einen sparsamen Wasserverbrauch geachtet wird. Das Wasser wird daher weitestgehend im Kreislauf gefahren und bis zu 90 Prozent wiederverwertet. Danach wird es entweder in eigens betriebenen Kläranlagen gereinigt oder an kommunale Kläranlagen abgegeben, bevor es in die Natur zurückgeführt wird. Damit liegt der Wasserverbrauch für ein Kilogramm Papier bei 0,2 bis 0,5 Litern pro bedrucktem Kilogramm Papier.



Da muss man schon genau hinsehen, um den kleinen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck von Print zu entdecken.

## REWE und Co. führen die Verbraucher in die Irre

Immer wieder rufen Unternehmen oder Organisationen öffentlich dazu auf, „der Umwelt zuliebe“ auf Druckerzeugnisse zu verzichten. Oder sie weisen darauf hin, dass sie die Druckerzeugnisse ihrer Unternehmenskommunikation durch digitale Medien ersetzt haben – der Umwelt zuliebe. Tatsächlich jedoch sind es ganz andere Gründe, die zur Abkehr von Print führen. Denn die digitale Kommunikation ist mitnichten die per se umweltfreundlichere Alternative zu Print. Die digitale Kommunikation hat einen enormen Bedarf an Energie und nichtnachwachsenden Rohstoffen. Studien belegen: Die Umweltfreundlichkeit hängt von der individuellen Art des Mediums, vom Nutzungsverhalten und von der Produktion ab. So sind Druckereien, die Umweltmanagementsysteme eingeführt haben oder durch eigene Energieerzeugung bzw. Ökostrom den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck ihrer Unternehmen reduzieren, nachweislich in der Lage, energie- und ressourceneffizient zu produzieren. Und besonders umweltbewusste Kunden können die unvermeidbaren CO<sub>2</sub>-Emissionen durch den Erwerb entsprechender CO<sub>2</sub>-Zertifikate kompensieren. Davon ist die Online-Kommunikation noch sehr weit entfernt.

## Der Altpapierkreislauf in Deutschland ist Weltklasse

84 Prozent der grafischen Papiere werden in Deutschland recycelt. Und für uns alle ist die blaue Tonne auf dem Hof eine Selbstverständlichkeit. Aber sie ist nur ein Baustein unseres vorbildlichen Altpapierkreislaufes. Bereits in der Druckproduktion wird beim Einsatz verschiedener Materialien (Papier, Pappe, Farben, Lacke, Klebstoffe) darauf geachtet, dass diese den Recyclingprozess nicht behindern bzw. dass sie recycelbar sind. Dafür setzt sich die Arbeitsgemeinschaft Graphische Papiere (AGRAPA) in einer freiwilligen Selbstverpflichtung ein. Für diese Leistungen wurde die Gemeinschaft vom Bundesumweltministerium mehrfach gelobt. Heute können Papierfasern rechnerisch sieben bis zehn Mal wiederverwendet werden und bieten so einen wertvollen Rohstoff für neues Recyclingpapier. Im Laufe solcher Prozesse wird aus dem Papier einer Hochglanzbroschüre z. B. eine Zeitung. Zeitungsdruckpapier ist zudem in der Regel mit dem Blauen Engel oder anderen Umweltsiegeln wie dem EU-Ecolabel, FSC oder PEFC ausgezeichnet. Nach der Entsorgung in der blauen Tonne kann daraus eine Papiertüte und ganz zum Schluss Hygienepapier werden. Der Pro-Kopf-Verbrauch an Hygienepapieren liegt seit vielen Jahren relativ konstant bei 18 bis 19 Kilogramm. Gut, wenn dafür Altpapier im Einsatz war. Hier ist, wie so oft, der Blaue Engel der beste Orientierungsmaßstab.

## Die Kommunikations-offensive der Verbände

Am 25. Februar haben der Bundesverband Druck und Medien e.V. (BVDM) und alle acht Landesverbände in einer konzertierten Aktion die Kommunikationsoffensive zur Nachhaltigkeit von Print gestartet. Unter dem Motto „Umwelt. Bewusst. Gedruckt.“ sollen mit einem umfassenden Angebot an Materialien für Mitgliedsunternehmen Vorurteile über Druckerzeugnisse bei Kunden, Entscheidern, Medien, Meinungsbildnern und Politik abgebaut werden. Informiert wird mit belegbaren Fakten über den Wert von Print – vor allem im Hinblick auf seine vergleichsweise gute Umweltbilanz.

Die Kampagne setzt sich aus zielgruppengerechten Maßnahmen und Instrumenten zusammen. Dazu gehören eine Themen-Website, eine Broschüre, Anzeigen, Plakatmotive, Social-Media-Angebote sowie Mailings. Diese Elemente werden von den Verbänden langfristig aktiv gegenüber den wichtigen Zielgruppen eingesetzt, z. B. begleitet von persönlichen Schreiben des BVDM an die Politik, andere Verbände und die Presse.

### Erfolg durch starken Zusammenhalt

Im Sinne einer optimalen Wirkung der Kampagne „Umwelt. Bewusst. Gedruckt.“ haben die Verbände Unternehmen dazu aufgerufen, die Kampagnenbausteine intensiv in der eigenen Kommunikation zu nutzen. Die gesamte Branche steht vor einer Aufgabe, die die Verbände nur im Schulterschluss mit ihren Mitgliedern bewältigen können. Und belegbar gute Umweltbilanzen sind bei Kundinnen und Kunden immer gefragter und mittlerweile auch ein gutes Verkaufsargument für Druck- und Medienbetriebe.



Weitere Informationen zur  
Kampagne unter:  
[www.umweltbewusstgedruckt.de](http://www.umweltbewusstgedruckt.de)

infoKompakt „Green Claims –  
Mit Umweltaussagen richtig werben“  
24. Juni, 14.00 – 16.00 Uhr, online  
Weitere Informationen unter  
[www.bvdm-online.de/infokompakt](http://www.bvdm-online.de/infokompakt)



# Nachhaltig drucken: Eine Frage der Haltung und Perspektive

**D**ie nachhaltige Druckproduktion rückt immer stärker in den Fokus sowohl der Druckunternehmen als auch deren Kunden. Dass das Thema sehr komplex ist, merkt jeder, der sich detaillierter damit beschäftigt. Ganz genau wissen wollte es Marko Hanecke, der ein Buch zum Thema geschrieben hat und dieses in wirklich allen Facetten beleuchtet. NUTZEN hat mit dem 45-jährigen studierten Druckingenieur, der als Berater, Produzent und Autor unterwegs ist, gesprochen.

## Marko, wie kommt man dazu, ein fast 300 Seiten dickes Buch über die nachhaltige Druckproduktion zu schreiben?

Nachhaltigkeit wird in unserer Branche fast ausschließlich ökologisch betrachtet und das Engagement konzentriert sich auf wenige Faktoren wie Papier, Umweltsiegel und Produktionsbedingungen. Ich wollte diese unterkomplexe Herangehensweise, die sich nicht mit meiner Berufspraxis deckt, aufbrechen und den Gesamtprozess nachhaltig gestalteter Druckprojekte beleuchten.



“

Nachhaltigkeit ist mehr als ein Siegel!“

Marko Hanecke

## Wie nachhaltig ist denn Print, gerade auch im Vergleich mit digitalen Medien?

Ich finde den Vergleich immer etwas schwierig. Ist Print nur legitim, wenn es ökologisch vorteilhafter abschneidet als eine mehr oder weniger beliebige Referenz? Denken wir diesen Ansatz konsequent weiter, dann halten wir in Zukunft nur noch unterentwickelte Druckprodukte aus dünnen Papieren in den Händen, die niemand mehr wertschätzt. Aber gut, in der CO<sub>2</sub>-Bilanz schneidet Gedrucktes im Einzelfall besser ab.

## Ein Blick in die Produktion? Wo siehst du die größten Hebel, um nachhaltig zu produzieren?

Das Papier birgt das größte Potenzial. Die Leitsätze „So wenig wie möglich und so viel wie nötig“ und „Qualität statt Quantität“ sind bei der Konzeption von Druckvorhaben eine ökologisch und ökonomisch sinnvolle Haltung.



### **Gab es Überraschungen und Aha-Momente bei der Arbeit an dem Buch?**

Ich war verblüfft darüber, dass ein mit dem Blauen Engel zertifiziertes Recyclingpapier aus einer deutschen Papierfabrik stammt, die mit Kohlestaub betrieben wird. Wir haben das Papier dennoch eingesetzt. Denn der Verlag und ich halten Nachhaltigkeit für einen inklusiven Auftrag, der auch weniger fortschrittliche Betriebe berücksichtigt, die noch nicht so weit sind wie die Öko-Pioniere unserer Branche.

### **Wie nachhaltig ist denn dein Buch eigentlich? Wäre es nicht umweltschonender, es digital zu lesen?**

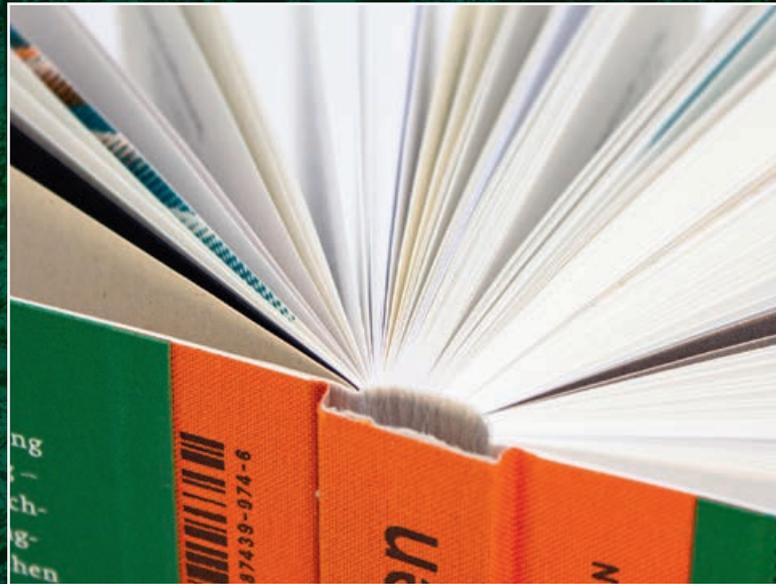
Und selbst, wenn! Wer möchte sich schon das Vergnügen nehmen lassen, von 18 nachhaltigen Papieren, einem Umschlag aus Leinen und veganem Apfelleder, vier Druckverfahren und verschiedenen Druckveredelungen inspiriert zu werden, die in diesem Handschmeichler versammelt sind?

### **Welchen Sinn machen Umweltsiegel wie der Blaue Engel? Helfen sie dabei, Kunden von Print zu überzeugen?**

Die Nachfrage und die Aussagekraft werden meiner Meinung nach überschätzt. Wir dürfen auch nicht vergessen, dass nahezu alle Produktzertifizierungen mit Restriktionen belegt sind, die viele sensorische Meisterwerke unmöglich machen. Ich persönlich finde das kontraproduktiv, denn Gedrucktes muss unbedingt Aufmerksamkeit generieren, was mit vielen Siegeln nur eingeschränkt möglich ist.

### **Mit welchen drei Tipps kann man Kunden zu nachhaltiger Produktion bewegen?**

Im Buch zeige ich auf, dass ein nachhaltig gestaltetes Druckprojekt auch wirtschaftlich viel Sinn ergeben kann, wenn bestimmte Aspekte früh mitgedacht werden. Da lässt sich über den Geldbeutel gut argumentieren. Nachhaltigkeit kann hervorragend sensorisch und erzählerisch kommuniziert werden. Beispielsweise über Effektpapiere oder baumfreie Papiere, wie wir sie im Buch verwenden. Da haben wir also kommunikative Argumente. Eine dritte Motivation liefert der Erfolg, der sich aus nachhaltig maßgeschneiderten Druckprodukten ergibt. In diesem Kontext sind wir gut damit beraten, Nachhaltigkeit nicht ausschließlich als eine ökologische Qualität zu verstehen. Schließlich reden wir hier über eine Produktgattung, die wir aufgrund der Digitalisierung nicht mehr zwingend benötigen. Die Kunst ist es also, Gedrucktes zu publizieren, das Menschen dennoch haben und nutzen möchten.



Mehr geht kaum: ein wahrer Handschmeichler aus 18 nachhaltigen Papieren, vier Druckverfahren sowie einem Umschlag aus Leinen und veganem Apfelleder.

### **Drei Irrtümer über Print und Nachhaltigkeit, die man im Kundengespräch einfach widerlegen kann.**

Irrtum Nummer 1: Print ist eine CO<sub>2</sub>-Schleuder. Tatsächlich verursacht Gedrucktes nur sehr wenig CO<sub>2</sub>. Ein durchschnittliches Buch entspricht in etwa der Menge, die eine zweiminütige heiße Dusche verursacht. Irrtum Nummer 2: Print ist ein Waldkiller. Die mit Abstand größte Waldnutzung verursacht mit 50 % die Verbrennung von Holz, gefolgt von Holz für Gebäude, Fußbeläge und Möbel mit bis zu 37%. Die globale Papierproduktion schlägt mit maximal 19 % zu Buche. Für grafische Papiere ergibt sich ein Wert von maximal 4 %. Irrtum Nummer 3: Print wirkt nicht und ist daher auch nicht nachhaltig. Das Gegenteil ist der Fall. Wird Print aufmerksamkeitsstark gestaltet und auf die impliziten Ziele hin optimiert, dann ist es nachhaltig, weil es einen positiven und langfristigen Nachhall erzeugt, der mit digitalen Mitteln kaum erreichbar ist.

### **So, und nun noch der Werbeblock für dein Buch? Warum sollte man es kaufen?**

Ganz einfach: Weil es eine praxismgerechte Quelle für konkrete Empfehlungen und Inspirationen im Kontext nachhaltig gedachter Druckprojekte ist. ▣

# Druckindustrie in schwierigem Fahrwasser

**Während sich die drastischen Energiepreis- und Kostenexplosionen des Jahres 2022 im Jahr 2023 nicht fortsetzten und die Kostenentwicklung bei vielen Vorprodukten und Betriebsmitteln im Trend rückläufig oder stagnierend war, kämpfte die Druckbranche 2023 weiter mit den Nachwirkungen.**

**D**as Jahr 2023 war für die Druckbranche von einer konjunkturell und strukturell schwierigen Auftragslage sowie den damit verbundenen weitreichenden Produktionsrückgängen geprägt. Die rezessive Entwicklung der Gesamtwirtschaft – das BIP sank 2023 um 0,3 Prozent im Vorjahresvergleich – in Verbindung mit einer Beschleunigung des strukturellen Wandels der Branche aufgrund der anhaltend hohen Kostenlevels verstärkten die rückläufige Entwicklung deutlich.

Der saison- und kalenderbereinigte Produktionsindex der Druckindustrie lag nach Angaben des Statistischen Bundesamtes (destatis) im Jahr 2023 im Mittel rund 12,5 Prozent unter den Werten des Vorjahres. Damit liegt der Rückgang deutlich über der Entwicklung des Vorjahres (-7,2 Prozent) und stellt nach der Coronapandemie den prozentual stärksten Rückgang seit Beginn der Zeitleiste dar. Auch die Umsätze gingen im Branchenmittel überwiegend zurück. Der saison- und kalenderbereinigte nominale Umsatzindex sank im Mittel um 6,1 Prozent im Vorjahresvergleich, während der preisbereinigte reale Umsatzindex im Mittel rund 13,0 Prozent im gleichen Zeitraum einbüßte.

## **Verhaltene Aussichten für 2024**

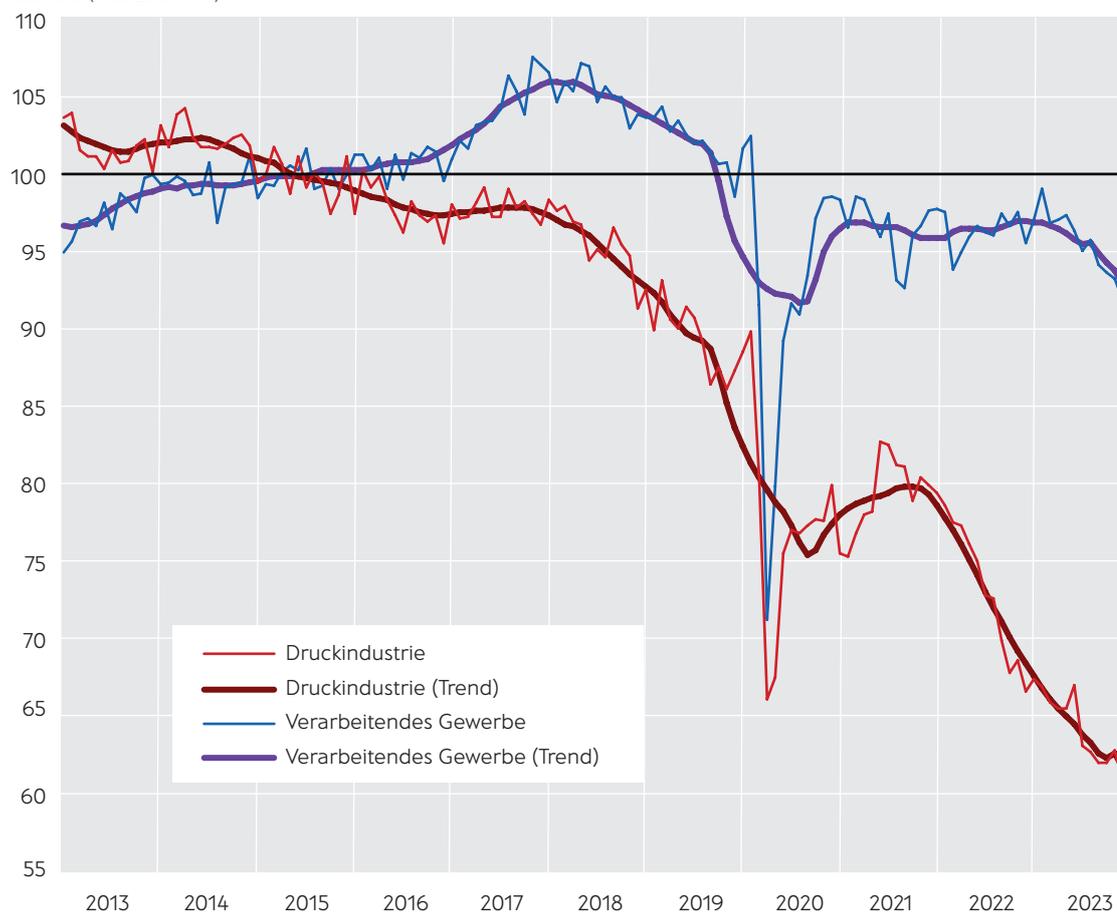
Für das Jahr 2024 sind die Aussichten auch aufgrund der starken konjunkturellen Abhängigkeit der Druckindustrie uneindeutig. Die gemittelten Prognosen der Wirtschaftsforschungsinstitute gehen aktuell von einem Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von 0,4 Prozent aus. Es ist jedoch fraglich, ob dies genügend Impulse für eine Belebung der Nachfrage geben wird.

Der ifo-Geschäftsklimaindex, der als Frühindikator für die Produktionsentwicklung der Branche gilt, lag in den ersten beiden Monaten des Jahres 2024 weiterhin deutlich unter dem Niveau des Vorjahres.

Hinzu kommt, dass sich die Branche nach den Nachfragerückgängen der letzten Jahre weiterhin in einer aktiven Konsolidierungsphase befindet, die zu einem hohen Wettbewerbsdruck und einer vergleichsweise geringen Kapazitätsauslastung der Unternehmen führt. Mit einer signifikanten Verbesserung der Auftragslage dürfte daher erst mit einer Verbesserung der gesamtwirtschaftlichen Lage und dem Fortschreiten der Konsolidierung zu rechnen sein. Der BVDM geht für das aktuelle Jahr davon aus, dass sich die rückläufige Entwicklung im Verlauf des Jahres 2024 abschwächen wird, rechnet aber weiterhin mit einem negativen Vorzeichen bei der Umsatz- und Produktionsentwicklung im Jahresmittel.

## Produktionsentwicklung in der Druckindustrie, Januar 2013 bis Dezember 2023

Indexwerte (Index 2015 = 100)



Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: März 2024;  
Berichtskreis: Betriebe ab 20 Beschäftigten; Berechnungen: BVDI

### Kostensituation bleibt angespannt

Die Entwicklung der Kosten für die wichtigsten Vorprodukte und Betriebsmittel, die zu einer Zuspitzung der Krise im Jahr 2022 geführt hatte, verlief 2023 im Trend rückläufig, sodass die Preise für einen bedeutenden Anteil der Vorprodukte und Betriebsmittel zum Ende des Jahres 2023 deutlich unter den Höchstständen von 2022 lagen.

Der Rückgang fiel jedoch geringer aus als der Anstieg der Vorjahre, sodass das Preisniveau vieler Vorprodukte weiterhin deutlich über dem Vorkrisenniveau liegt. Im Dezember 2023 lag der Erzeugerpreisindex des Statistischen Bundesamtes für das

wichtigste Vorprodukt der Druckindustrie, die grafischen Druckpapiere, zwar rund 7,4 Prozent unter dem Jahresmittel 2022, jedoch immer noch rund 41,6 Prozent über dem Jahresmittel von 2021. Für die Indizes von Druckplatten und Druckfarben wurden von Januar bis Dezember 2023 hingegen nur geringfügige Veränderungen verzeichnet (+0,6 Prozent bzw. -0,8 Prozent), während die Preise für Druckmaschinen im Jahresverlauf weiter anstiegen (+3,9 Prozent). ■

# Nachhaltigkeit aus Überzeugung

Seit seiner Gründung als Ein-Mann-Schnelldruckerei vor 47 Jahren gehört die Druckstudio Gruppe aus Düsseldorf mittlerweile zu einer der nachhaltigsten Druckereien in der D/A/CH-Region. Dazu gehören für den Betrieb nicht nur ökologische, sondern genauso ökonomische und soziale Aspekte: Hier ist Nachhaltigkeit gelebte Unternehmenskultur und ein wichtiger Erfolgsfaktor.

**E**s war insbesondere Fotini Drechsler, die Ehefrau von Firmengründer Werner Drechsler, die das Thema Nachhaltigkeit prägte. Als sie 2007 als Marketingexpertin in das Unternehmen eintrat, war für sie schnell klar, dass die vielen Maßnahmen, die bereits damals vorbildlich liefen, weiter ausgebaut und auch in Richtung der Kunden kommuniziert werden mussten: „Für meinen Mann und die Kollegen in der Geschäftsführung gehörte es wie selbstverständlich dazu, neben dem wirtschaftlichen Erfolg auch die ökologische und soziale Verantwortung im Blick zu behalten. Diese Werteorientierung und unternehmerische Haltung sind die Basis unserer Firmenphilosophie, aber erst ab 2007 haben wir angefangen, das Thema systematisch anzugehen und eine gelebte Unternehmenskultur daraus zu etablieren.“

”

Nachhaltigkeit ist für uns Haltung und unternehmerische Entscheidung.“

Werner Drechsler

## Kontinuierlicher Verbesserungsprozess

Begonnen wurde mit der Gründung eines „Green Teams“, bestehend aus Mitarbeitenden aller Abteilungen, das sämtliche Geschäftsprozesse hinsichtlich Auswirkungen auf die Umwelt analysierte und Verbesserungspotenziale erarbeitete. Zeitgleich setzte man auf die konsequente Trennung aller Produktionsabfälle und die gezielte Rückführung in den Verwertungskreislauf bzw. die umweltgerechte Entsorgung. Die FSC®-Zertifizierung bescheinigte die Verwendung von Papier aus nachhaltiger Waldwirtschaft. Weitere wichtige Meilensteine waren damals die Zertifizierung für klimaneutrales Drucken nach dem Verfahren von natureOffice sowie die Investition in eine neue XL 105 5-Farben-Druckmaschine, die Druckstudio bei den Heidelberger Druckmaschinen AG klimaneutral produzieren ließ. Letztere brachte eine große Reduktion des Strom-, Alkohol- und Wasserverbrauchs bei gleichzeitig höherer Produktivität und viele weitere ökologische Vorteile.

Im gesamten Gebäude wurde auf eine energieeffiziente Beleuchtung umgestellt und eine Photovoltaikanlage mit 450 m<sup>2</sup> Nettofläche wurde noch in 2009 – also kurz vor Ende der Förderung durch das Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG) – installiert. Das zahlte sich



Die Druckstudio Gruppe in Düsseldorf aus der Vogelperspektive



Voller Stolz präsentiert das Druckstudio Führungsteam (v.l.), Michael Amft, Werner und Fotini Drechsler und Dirk Puslat, mit den Vertretern von Green Brands, Paul Lange und Norbert Lux, das Zertifikat, das die Erfüllung höchster Umweltstandards bestätigt.

schnell aus. Zwischen 2009 und 2023 konnten so bereits 678.503 kWh sauberer Strom eingespeist werden. Durch die Installation einer Wärmerückgewinnungsanlage an den Druckmaschinen konnte der Verbrauch von Heizöl um 90 Prozent reduziert werden.

Mit diesen Maßnahmen gingen eine Projektpartnerschaft mit der Stiftung des Deutschen Nachhaltigkeitspreises sowie die Teilnahme am ÖKOPROFIT-Projekt des Landes NRW in 2009 einher. Seit 2010 ist die Druckstudio Gruppe als Ökoprofit-Betrieb zertifiziert. Es folgten weitere Investitionen in moderne Druckmaschinen mit integrierten Lösungen für ökologisches Drucken, die Umstellung auf vollständig CO<sub>2</sub>-freien Ökostrom aus Wasserkraft sowie die Umsetzung einer „Green IT Strategie“.

### **Glaubwürdigkeit durch Zertifikate**

„Seit 2011 sind wir nach den international anerkannten Normen für Qualitätsmanagement (ISO 9001), Umweltmanagement (ISO 14001) und Energiemanagement (EN 16001; heute ISO 50001) zertifiziert. Das ist der beste Beweis dafür, dass Qualität, Wirtschaftlichkeit und die umweltfreundliche und energieeffiziente Herstellung von Druckprodukten Hand in Hand gehen können“, so Werner Drechsler. „Zwar investieren wir seit jeher kontinuierlich in modernste Anlagen und Technologien, langfristig profitieren wir aber auch von den nied-

rigeren Kosten und einem klaren Wettbewerbsvorteil. Ich treffe keine Entscheidung über mögliche Investitionen, wenn ich nicht vorab genau die entsprechenden Kennzahlen geprüft habe, ob und wann sich der Einsatz auch amortisiert“, erklärt der Unternehmer.

Das Ehepaar Drechsler sowie ihre Geschäftsführer-Kollegen Dirk Puslat und Michael Amft sind diesen Weg aus Überzeugung stetig weiter gegangen und schauen mit ihrem Team kontinuierlich auf alle wesentlichen Umweltaspekte ihres gesamten Prozesses. Mittlerweile wird komplett alkoholfrei, mit mineralölfreien Bio-Druckfarben und mit chemiefreien Druckplatten produziert. Insgesamt konnte das Unternehmen seit 2008 die CO<sub>2</sub>-Emissionen um 100 Prozent sowie den relativen Energieverbrauch um 35 Prozent senken und ist laut GHG-Protokoll (green house gas protocol) nach scope 1 und scope 2 somit klimaneutral. Außerdem hat sich die Druckstudio Gruppe neben den genannten Zertifizierungen weiteren Analyse- und Prüfprozessen unterzogen und ist seit 2020 auch EMAS- und „Blauer Engel“-zertifiziert. Seit 2021 wird dem Unternehmen die Erfüllung höchster Umweltstandards durch die „Green Brands“ Zertifizierung bestätigt. ■

# Die drupa – das Top-Event der globalen Druckindustrie

**1427 Aussteller aus 50 Nationen präsentieren elf Tage lang – vom 28. Mai bis zum 7. Juni – innovative Technologien, Lösungen und Themen, die die Branche jetzt und in Zukunft bewegen. Zahlreiche Specials bieten wertvolles Know-how. Im Fokus: Digitalisierung und Nachhaltigkeit.**

**D**ie Vorfreude der internationalen Druckindustrie ist groß, sich wieder auf ihrem weltweit wichtigsten Branchenevent, der drupa in Düsseldorf, zu informieren und persönlich auszutauschen. Denn in schwierigen Zeiten, die von großen gesellschaftlichen, aber auch rasanten technologischen Umbrüchen geprägt sind, müssen Unternehmen besonders aktiv sein: Wer bedeutende Entwicklungen nicht antizipiert und sich vorausschauend aufstellt, gefährdet seinen Wettbewerbsvorteil und verspielt Chancen der Zukunft.

Die globale Leitmesse für Drucktechnologien zeigt einerseits den State of the Art der Branche und viele zukunftsweisende Innovationen, andererseits bietet sie jede Menge Gelegenheit zum hochkarätigen Wissenstransfer, Dialog und Networking mit weltweiten Branchenexperten.



Die 1427 Aussteller präsentieren in 18 Messehallen das gesamte Spektrum aktueller Trends und neuer Ideen. Darüber hinaus gewinnen die Bereiche Packmittelproduktion und Verpackungsdruck signifikant an Bedeutung: von renommierten Global Playern bis hin zu aufstrebenden Neueinsteigern und Start-ups – darunter Bobst, Canon, Comexi, Duplo, EFI, Epson, ESKO, Fujifilm, Heidelberg, Horizon, HP, Kodak, Koenig & Bauer, Kolbus, Komori, Konica Minolta, KURZ, Landa, Müller Martini, Ricoh, Screen, Windmüller & Hölscher, Xeikon.

## Die Fokusthemen der drupa 2024

Nachhaltigkeit ist aufgrund begrenzter fossiler Ressourcen und CO<sub>2</sub>-Emissionen ein essenzieller Bestandteil langfristiger Unternehmensstrategien. Die drupa gibt Auskunft darüber, worauf es bei der nachhaltigen Produktion von Druck- und Verpackungslösungen ankommt und welche Trends sich für die Branche abzeichnen.

Die Digitalisierung und die KI verändern sämtliche Prozesse. Die drupa zeigt Spitzentechnologien entlang der gesamten Wertschöpfungskette der Branche mit einem besonderen Fokus auf Zukunfts- und Querschnittstechnologien. Vor diesem Hintergrund werden Themen wie Circular Economy, Automatisierung, Druck/Finishing 4.0, Künstliche Intelligenz, Plattformökonomie und Konnektivität eine zentrale Rolle im Konferenzprogramm und in den Fachforen spielen.

## Sonderforen als Orientierungshilfe

Die drupa-Sonderforen bieten in Zeiten ständigen Wandels, disruptiver Prozesse und daraus resultierender neuer Geschäftsmodelle wichtige Orientierungshilfen. Sie setzen Impulse und zeigen Best Practices, die unverzichtbar für die Branche sind.

## Top-Themen im drupa cube

Warum Print im digitalen Zeitalter wichtiger ist denn je, warum Verbraucherinnen und Verbraucher Druckprodukte nicht immer eine gute Umweltbilanz zuschreiben und wie Unternehmen noch nachhaltiger arbeiten können, sind topaktuelle Themen, die im drupa cube 2024 diskutiert werden. In mehr als 50 Sessions bietet die Konferenz Inspiration und Fachwissen: fünf spannende Keynotes internationaler Branchenspezialisten, Vorträge zu Themen wie die Steigerung des Unternehmenserfolgs, Kreislaufwirtschaft, Nachhaltigkeit, die Zukunft von Druck und Verpackung sowie Sessions und Best-Practice-Beispiele zu neuen Geschäftsmodellen und Trends.

## drupa touchpoint sustainability

Der touchpoint sustainability beschäftigt sich mit der Rolle der Druck- und Papierindustrie in der Transformation zu mehr Nachhaltigkeit und bietet einen Überblick über aktuelle, mittel- und langfristige Entwicklungen. Technologien aus dem Maschinen- und Anlagenbau sind dabei von entscheidender Bedeutung, insbesondere im Kontext von Qualität, Prozesssicherheit in der Produktion und Nachhaltigkeit. Digitalisierung und KI spielen eine Schlüsselrolle, um den Transformationsprozess in der Druck- und Papierindustrie zu beschleunigen und Skaleneffekte zu realisieren. Hersteller, Branchenakteure, Brands und User zeigen anhand zahlreicher Exponate am touchpoint sustainability gemeinsam, wie der Wandel gelingen kann. Darüber hinaus erwartet die Besucherinnen und Besucher hier ein umfassendes Bühnenprogramm.

Halle 6  
Stand F03

## drupa touchpoint packaging

Der touchpoint packaging konzentriert sich auf visionäre und intelligente Verpackungslösungen und bringt Markeninhaber mit Designern, Druckdienstleistern und Convertern zusammen. Die fünf Themenbereiche dieses touchpoints sind: Neo-Ecology, Connectivity, Glocalisation, Consumer Mind und Future Regulations.

Die Einbindung von Studenten und jungen Talenten in Partnerprojekte mit Ausstellern verspricht einzigartige Verpackungslösungen für Faltschachteln, Etiketten, flexible Verpackungen und Wellpappe. Darüber hinaus werden wichtige Fragen zu globalen Megatrends und deren Auswirkungen auf die Verpackungsproduktion, wie z. B. Nachhaltigkeit oder e-Commerce, diskutiert.

Halle 14  
Stand D60

## drupa dna

Große Ideen, kleines Budget – für viele junge Unternehmen ist es nicht leicht, die richtigen Kontakte zu knüpfen und ihre spannenden und zukunftsweisenden Lösungen am Markt zu etablieren. Für diese Zielgruppe hat die drupa eine besondere Plattform geschaffen: drupa next age (dna). Hier können sich Newcomer, Young Talents, Start-ups und etablierte Unternehmen auf Augenhöhe treffen, passende Kooperationspartner finden und innovative Geschäftsideen entwickeln und austauschen. Für manche Teilnehmende die Chance, sich zum ersten Mal überhaupt einem internationalen Fachpublikum zu präsentieren.

Halle 3  
Stand B31

## drupa touchpoint textile

Der drupa touchpoint textile zeigt die Weltpremiere einer digitalen Textile Microfactory. Präsentiert wird damit eine voll vernetzte, integrierte Prozesskette von der digitalen Simulation über das Design, die Animation und das virtuelle Rendering bis hin zur Produktion. Eines ist sicher, die Branche erobert ständig neue Anwendungsfelder, und Inkjet ermöglicht den Einstieg nicht nur in Sektoren wie Bekleidung und Mode, sondern auch in die Bereiche Interior Design, Architektur, Automotive und viele weitere vertikale Märkte.

Halle 7  
Stand O9

## Treffpunkt Verbände Druck und Medien

Nicht verpassen: der Treffpunkt für alle Mitglieder der Druck- und Medienverbände. Unsere Berater stehen fulltime für Sie parat auf dem touchpoint sustainability in der Halle 14. Die PrintAcademy präsentiert sich mit ihren rund 100 Seminaren – incl. drupa-Rabatt – für alle, die mit ihrer gesamten Belegschaft in Sachen Weiterbildung richtig durchstarten wollen, in der Halle 4, Stand F05. Hier stellt sich auch das #teammедien der Verbände vor.

Halle 14  
und  
Halle 4

Die vollständige **Ausstellerliste** ist unter [www.drupa.de](http://www.drupa.de) abrufbar.

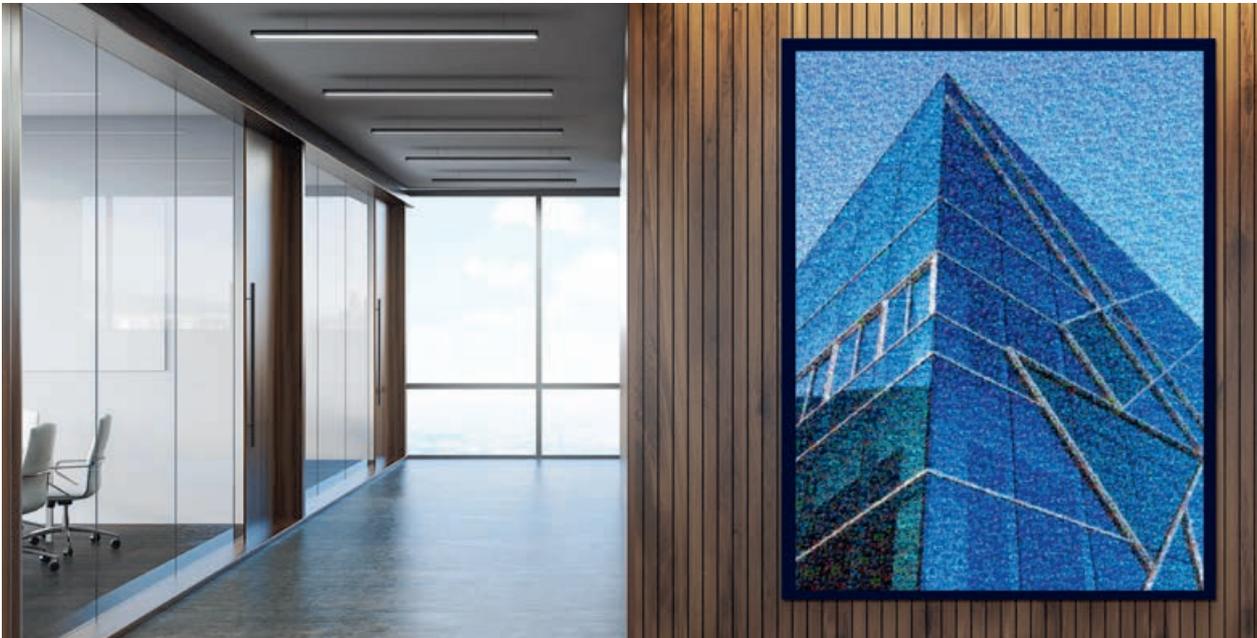


Das komplette **Messe-Programm**, die **Partner und Speaker** der einzelnen Sonderforen gibt es hier: [www.drupa.de/de/programm](http://www.drupa.de/de/programm)



# MakeMyMosaic: 1000 Fotos – ein Bild

Was macht eine familiengeführte Digitaldruckerei, wenn ihr eine erfolgreiche Softwarelösung zur Erzeugung von Fotomosaiken zum Kauf angeboten wird? Sie überlegt nicht zweimal und schlägt zu. Jetzt ist Marion Ströthoff, Ehefrau von Uwe Ströthoff, Geschäftsführer der SBS Druck GmbH, selbst Geschäftsführerin und lässt hochwertige Fotoprodukte im Familienunternehmen produzieren.



Egal, ob auf Messen oder bei Betriebsfeiern, als Geschenk für Mitarbeitende, Lieferanten oder Kunden – ein Fotomosaik ist immer ein Hingucker.

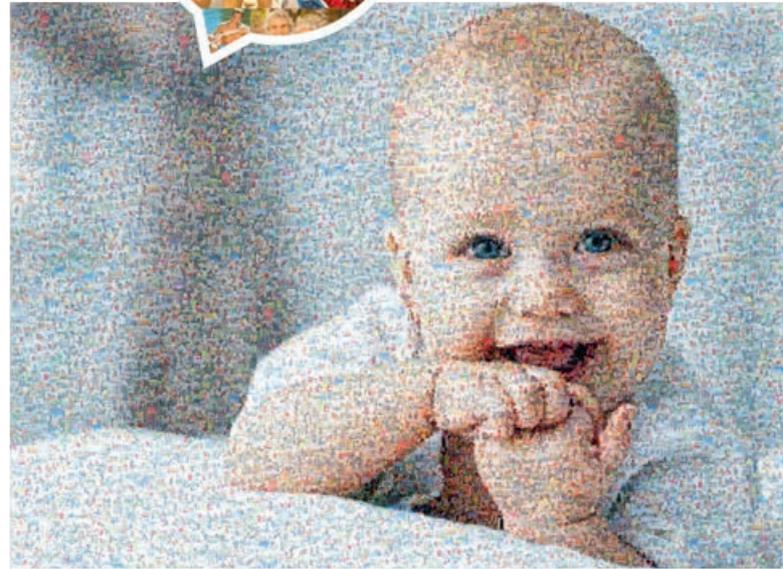
**E**in kreatives und individuelles Hochzeitsgeschenk zu finden, war für die beiden Schweden Sander und Joris Oudendijk der Anlass, mithilfe einer kleinen, selbst programmierten Software ein Mosaik aus vielen kleinen Fotos zu erstellen. Die Begeisterung, die dieses Geschenk auslöste, führte dazu, dass die beiden 2009 das Unternehmen MakeMyMosaic gründeten. In den folgenden Jahren wuchs das erfolgreiche Unternehmen und u. a. wurde eine eigene Mosaiksoftware programmiert.

Die 2014 gegründete Firma SBS-Druck im hessischen Diemelsee, eine Digitaldruckerei in der Nähe des Standorts von MakeMyMosaic, produzierte zunächst die Bilder auf Leinwand, Aluminium-Dibond und Acryl. Zwei Jahre später produzierte sie auch die Poster im Fine Art Print und somit die komplette Angebotspalette. Vor vier

Jahren nahm die Druckerei, ohne lange überlegen zu müssen, das Angebot zur Firmenübernahme an. Seit Januar 2021 ist nun Marion Ströthoff, Ehefrau des Geschäftsführers der SBS-Druck GmbH Uwe Ströthoff, die Geschäftsführerin von MakeMyMosaic. Ein Programmierer im eigenen Haus sorgt für die regelmäßige Aktualisierung und Wartung der Software.

## Von 50 bis 5000 Fotos

„Um ein schönes Mosaik zu erzeugen, benötigen wir mindestens 50 Fotos. Nach oben sind eigentlich keine Grenzen gesetzt. Allerdings sollte man bei 5000 Bildern eine großformatige Variante wählen, damit die Bilder auch alle ins Mosaik passen“, erklärt Marion Ströthoff. Solche Varianten sind besonders für Firmenkunden interessant, die zu Anlässen wie Firmenjubiläen oder



Für ein Fotomosaik werden Bilder so zusammengestellt, dass sie von Weitem zu einem Hauptbild verschmelzen. Aus der Nähe erkennt man die vielen Einzelbilder.

als Kundenpräsente Mosaik bestellen. Mit der Mosaik-Technik kann beispielsweise das Firmenlogo aus Porträts von allen Mitarbeitenden gestaltet werden.

Bevor ein Mosaik entstehen kann, werden alle gelieferten Fotos von den Mitarbeitenden im Service daraufhin überprüft, ob das Format stimmt, dass keine Köpfe abgeschnitten werden und die Farbigkeit passt. Sobald die kostenlose, unverbindliche Vorschau für das Mosaik erstellt ist, erhält der Kunde oder die Kundin einen Link zum persönlichen Kundencenter, in dem vielfältige Kommentar- und Änderungsmöglichkeiten zur Verfügung stehen. An dieser Stelle kann auch der finale Auftrag für die Produktion vergeben werden. Die Möglichkeit, auch Teilmosaik zu erstellen, ist ein Alleinstellungsmerkmal des Unternehmens, auch wenn es sowieso wenig Konkurrenz von anderen Bildmosaik-Herstellern gibt.

### Erfolgsfaktoren Datenschutz und Kundenservice

Sehr wichtig ist für Marion Ströthoff der persönliche Kontakt zu ihren Kunden und Kundinnen. Wie positiv diese einen solchen Service beurteilen, spiegelt sich auch bei den Online-Bewertungen wider. „Außerdem empfehlen zufriedene Kunden gerne die Firma an Freunde und Verwandte weiter“, meint die Geschäftsführerin. Auch auf Datenschutz legt das Unternehmen

sehr großen Wert, da viele davor zurückschrecken, ihre privaten Fotos ins Internet hochzuladen. Die Server von MakeMyMosaic stehen deshalb bei einem Provider in Deutschland und die Bilddaten werden beim Hochladen schon komprimiert, um nicht unnötig große Datenmengen zu speichern. Bei MakeMyMosaic bestellen zurzeit hauptsächlich Privatpersonen, die Mosaik gerne zu Anlässen wie Hochzeiten oder besonderen Geburtstagen verschenken. Das Unternehmen strebt aber an, das Firmenkundengeschäft weiter auszubauen, um noch breiter aufgestellt zu sein.

### Weltweit gefragt

Die Firma hat inzwischen Kunden auf der ganzen Welt. Für den nordamerikanischen Markt besteht eine Kooperation mit einer Druckerei in Seattle. Um auch den Markt in der Schweiz mit möglichst wenig organisatorischem Aufwand abzudecken, kooperiert MakeMyMosaic zusätzlich mit einer Druckerei in der Nähe von Luzern. Die SBS-Druck GmbH selbst produziert, außer Mosaik, auch andere Druckprodukte im Digital-Latexdruck, im elektrofotografischen Druck sowie Fine Art Prints im Tintendruck und im Sublimationsdruck.

Das größte Mosaik, das bisher erstellt wurde, war 3 m × 1,5 m groß und wurde aus Brandschutzgründen – das Mosaik hängt in einer Schule am Bodensee – auf Alu-Dibond-Material gedruckt. Da hierfür Rollenmaterial verwendet wurde, hätte es auch noch breiter sein können. Besonders freut sich Marion Ströthoff darüber, dass eines der Mosaik im Rahmen des „Tag der kleinen Forscher“ letztes Jahr im Weltall war. ■



Bild: Aurelia Schulz

Marion Ströthoff, Geschäftsführerin der MakeMyMosaic GmbH, zeigt, dass Fotomosaiken auch zu einem Firmenlogo kombiniert werden können.

# Tarifverhandlungen der Druckindustrie 2024

**Tarifrunden sind stets ein Stresstest für die Sozialpartnerschaft. Aufgrund der ver.di-Forderung nach 12 Prozent mehr Lohn und Gehalt für 12 Monate ist die Anspannung in der Branche bereits zu Beginn der Tarifrunde 2024 sehr hoch.**

**A**m 11. März 2024 haben BVDM und ver.di die Verhandlungen in der Tarifrunde 2024 für die Beschäftigten der Druckindustrie aufgenommen. In der Auftaktveranstaltung haben die Arbeitgebervertreter betont, dass sich die Tarifentwicklung nicht allein nach den Wünschen der Beschäftigten richten kann, sondern sich an den Möglichkeiten und Bedingungen der Branche orientieren muss. Die Mitglieder der BVDM-Verhandlungskommission haben der Gewerkschaft gegenüber deutlich gemacht, dass die Forderung der Gewerkschaft nach Lohn- und Gehaltserhöhungen um 12 Prozent für 12 Monate keine taugliche Grundlage für konstruktive Verhandlungen ist.

ver.di stützt ihre Forderung im Wesentlichen auf eine 2023 durchgeführte Beschäftigtenbefragung sowie auf die gestiegenen Verbraucherpreise, insbesondere für Lebensmittel und Energie.

In der Diskussion der Tarifpartner zur Lage der Branche hat der BVDM auf die multiple Krisenlage hingewiesen, mit der die Betriebe seit Jahren konfrontiert sind: angefangen vom massiven Umsatzeinbruch durch die Corona-Krise über extreme Materialknappheit, Kostenexplosionen, insbesondere bei Papier und Energie, bis hin zur weiter verschlechterten Auftragslage als Folge des russischen Angriffs auf die Ukraine.

Von einer Erholung auf das Vor-Corona-Niveau ist die Branche weit entfernt. Im Fünf-Jahres-Vergleich mit 2018 hat die Druckindustrie rund ein Drittel ihrer Produktionsleistung verloren.

Die Druckmaschinen sind weiterhin schlecht ausgelastet. Zuletzt lag die Auslastung Ende 2023/Anfang 2024 bei rund 75 Prozent. Trotz schwieriger Auftragslage halten die Arbeitgeber noch mehr Beschäftigte als sie eigentlich brauchen, dies schlägt sich jedoch in einer gegenüber 2018 mit -15 Prozent regelrecht eingebrochenen Arbeitsproduktivität nieder.



# Woher nehmen, ver.di?

**+ 12 %**  
mehr Lohn?

Erschwert werden die Bemühungen zum Erhalt von Betrieben und Arbeitsplätzen durch die anhaltend hohen Energie- und Papierpreise. Nachdem diese im Jahr 2022 durch die Decke geschossen waren, sind sie zwar 2023 etwas zurückgekommen, von Entwarnung kann aber keine Rede sein. Weiterhin liegen die Kosten für Papier und Energie zwischen 46 Prozent und 168 Prozent über dem Niveau von 2018. Gerade kleine und mittelständische Betriebe sind oft kaum in der Lage, diese Kosten durch entsprechende Preiserhöhungen voll an ihre Kunden weiterzugeben. Das liegt in einigen Teilbranchen insbesondere auch an einem starken Wettbewerbsdruck durch deutlich günstiger produzierende Unternehmen im Ausland.

Die Unternehmen haben nicht die Mittel, die durch externe Einflüsse gestiegene Inflation nachträglich auszugleichen, insbesondere, da die wirtschaftliche Lage seit dem letzten Tarifabschluss nicht besser geworden ist.

Aus Sicht des BVDM müssen die Tarifpartner vielmehr den Blick nach vorn richten und sich auf die zu erwartende Entwicklung in den nächsten Jahren konzentrieren.

Vor diesem Hintergrund hat der BVDM ein Angebot vorgelegt, das sich an der anhaltend schwachen Situation der Branche und dementsprechend an der durchschnittlichen Tarifentwicklung der vergangenen fünf Jahre orientiert – ab 1. Juni 2024: 2 Prozent, ab 1. Juni 2025: 1 Prozent, Laufzeit 24 Monate. Die Gewerkschaft hat dieses Angebot zurückgewiesen.

Die Auftragslage der Branche ist schwach. Die Produktion ist in den letzten fünf Jahren um ein Drittel gesunken. Auslastungsbedingt verschlechterte sich die Arbeitsproduktivität pro Beschäftigtem in dieser Zeit um 15,4 Prozent. Dennoch versuchen die Betriebe, ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu halten. Das können sie sich bei unverhältnismäßig hohen Lohnkosten nicht mehr leisten.

**- 33 %**

**Produktions-  
entwicklung**  
2018–2023

**- 15,4 %**

**Arbeits-  
produktivität**  
2018–2023

Datenquelle: Statistisches Bundesamt  
Datenstand: Februar 2024

## Ausblick

Am 16. April 2024 werden die Verhandlungen in Berlin fortgesetzt.

Aber nicht nur Löhne und Gehälter liegen 2024 auf dem Verhandlungstisch, auch für den Manteltarifvertrag, der Ende Oktober 2024 automatisch endet, muss eine Lösung gefunden werden. ▣



# ZEIT FÜR PAPIER IST JETZT

Deshalb sind Sie damit immer auf der richtigen Seite: Jetzt ist heute, gestern, morgen. Ob Digitalisierung, Nachhaltigkeit oder komplexer werdende Vernetzungen: als dynamisches Familienunternehmen passen wir uns jeder Zeitwende an. Und das mit vollem Einsatz. Was die Zukunft auch bringt, wir stellen uns der Herausforderung. Denn: Jeder Umbruch ist für uns ein Aufbruch.



Verband  
Druck + Medien  
NORDWEST

## INHALT

01 — EDITORIAL  
*Oliver Curdt*

02 — NEWS  
*Aktuelles aus dem  
Nord-Westen*

04/07 — VERANSTALTUNGEN  
*Rückblick: Fest der  
Schwarzen Kunst /  
Branchentreffen 2024*

06 — PARTNER  
*Horizon GmbH*

08 — UNTERNEHMEN  
*Schloss Horst historische  
Druckwerkstatt*

09 — VERBAND  
*Young Professionals-  
Netzwerk / Bildgenerierende  
Verfahren / Fachkräfte  
gewinnen jetzt! /  
Willkommen im Verband*

16 — IMPRESSUM UND  
JUBILARE

# ► Liebe Leserinnen, liebe Leser,

wir sind bereits mitten drin – in einem neuen aufregenden Jahr für die Druck- und Medienindustrie. Als starker Partner an Ihrer Seite freuen wir uns, Sie mit vielseitigen Angeboten und Netzwerkveranstaltungen zu begleiten und gemeinsam die Zukunft unserer Industrie zu gestalten.

Ein Höhepunkt in diesem Frühjahr ist die Weltleitmesse drupa. Sie versammelt die führenden Köpfe der Druck- und Medienwelt und bietet eine unschätzbare Gelegenheit zum Austausch von Ideen und zur Erkundung neuer Technologien.

Doch nicht nur die drupa verspricht inspirierende Begegnungen. Auch unsere eigenen Veranstaltungen, wie Netzwerktreffen, bieten die Möglichkeit, sich mit Kollegen/innen auszutauschen, von Best Practices zu lernen und Ihr Netzwerk zu erweitern.

Besonders freuen wir uns auf das Branchentreffen 2024. Die Veranstaltung wird eine einzigartige Gelegenheit für Mitglieder, Branchenexperten und Interessierte bieten, sich über die neuesten Entwicklungen und Trends im Bereich KI für die Druck- und Medienindustrie auszutauschen. Weitere Informationen dazu (unter anderem zur Anmeldung) finden Sie auf Seite 07.

Wir freuen uns auf viele persönliche Begegnungen mit Ihnen in diesem Jahr!



Viel Spaß beim  
Lesen!

Ihr Oliver Curdt

## drupa 2024: Vergünstigte Tickets für Mitglieder

Vom 28. Mai bis 7. Juni 2024 trifft sich die internationale Printbranche auf der drupa in Düsseldorf, einer der weltweit führenden Fachmessen für Drucktechnologien. Alle Mitgliedsunternehmen des VDMNW haben die Möglichkeit, über den Verband vergünstigte Tickets zu beziehen.

- ▶ **Tagesticket:** 46 statt 60 Euro
- ▶ **3-Tage-Ticket:** 135 statt 165 Euro
- ▶ **5-Tage-Ticket:** 225 statt 255 Euro



Die Rabattcodes für die Tickets können per Mail an [drupa@vdmnw.de](mailto:drupa@vdmnw.de) angefragt werden.



## ConceptiK®: „Wir verbinden Technik mit Design“

Unser Mitgliedsunternehmen ConceptiK® Agentur für Digital- und Printmedien aus Köln stellt gemeinsam mit DocScope auf der drupa aus. Präsentiert werden Software-Lösungen und innovative Konzepte zur digitalen Transformation im Print-Publishing. „Wir verbinden Technik mit Design“ ist das Motto von ConceptiK®. Es wird daher neben Referenzprojekten die Nutzung von DocScope in Verbindung mit InDesign vorgestellt.

Halle 3 / Stand C71  
[drupa24.conceptik.de](http://drupa24.conceptik.de)

ConceptiK®



## ▶ Pantone Colour of the year 2024

**PANTONE 13-1023 Peach Fuzz** heißt der Farbton des Jahres. Und er steht, laut Pantone Color Institute,™ für den Wunsch, uns um uns selbst und um andere zu kümmern. Die allumfassende Aura dieses samtigen, weichen Pfirsichtons tut unserem Geist, unserem Körper und unserer Seele gut.

„Mehr dazu und den vielen Einsatzmöglichkeiten unter: <https://www.pantone.com/eu/de/color-of-the-year/2024>



## ▶ Unser Seminarprogramm 1/2024

Im Seminarflyer finden Sie alle Seminare des ersten Halbjahres 2024 auf einen Blick – für Fach- und Führungskräfte genauso wie für Azubis. Natürlich können Sie auch online jederzeit alle Seminare über unseren Online-Seminarkalender suchen und aufrufen:

<https://www.vdmnw.de/akademie/seminarkalender>

Ansprechpartner:

**Alexander Justa** / 0211.9990039 / [justa@vdmnw.de](mailto:justa@vdmnw.de)

## Unterwegs auf Ausbildungsmessen

Das Team des Verbandes Druck- und Medien Nord-West ist auch in diesem Jahr wieder vor Ort auf zahlreichen Job-messen für Sie unterwegs, um über die Ausbildungsberufe in der Druck- und Medienbranche zu informieren. Das Interesse und auch die Nachfrage nach offenen Stellenangeboten ist und bleibt sehr groß. Nutzen Sie deshalb gern die Gelegenheit und senden uns Ihre offenen Stellenangebote an [bildung@vdmnw.de](mailto:bildung@vdmnw.de). Dann können wir auch auf den kommenden Messen auf Ihre offenen Stellen hinweisen:

- ▶ **18.-19.06.2024 Vocatium**, Stadthalle Bielefeld
- ▶ **30.-31.08.2024 Einstieg Hamburg**, Messe Hamburg
- ▶ **26.09.2024 Karrieretag**, Areal Böhler Düsseldorf

Ansprechpartner:  
**Alexander Justa**  
0211. 99900 39  
[justa@vdmnw.de](mailto:justa@vdmnw.de)



Michael Becker bei der Urkundenübergabe mit Klaus-Georg Rump.

## 125 Jahre Blömeke Druck

Herzliche Gratulation zu diesem ganz besonderen Jubiläum. Zu einer beeindruckenden 125-jährigen Firmengeschichte gratulierte Michael Becker, Leiter Aus- und Weiterbildung VDMNW, im Namen des gesamten Verbandes. Vor Ort am Betrieb in Herne übergab er auch die passende Urkunde an die Geschäftsführer Klaus-Georg Rump und Christian Rump.



„Warum ich sie mag? Weil wir gemeinsam jede Herausforderung angehen.“

**Mewa.**  
Putztücher im  
Rundum-Service.

Jetzt mehr unter [mewa.de/rundum-service](https://www.mewa.de/rundum-service)



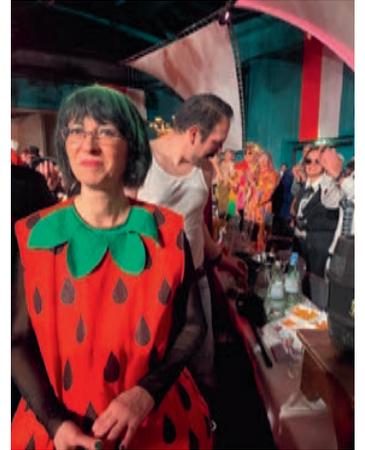


## Fest der Schwarzen Kunst 2024

Am 12. Januar feierten wir gemeinsam mit 60 Gästen und mehr als 1000 Karnevalsbegeisterten aus der Druck- und Medienbranche das „Fest der Schwarzen Kunst“ im Theater am Tanzbrunnen in Köln. Auf der Bühne sorgten Kölsche Karnevalsgrößen wie die Klüngelköpp, Guido Cantz und die Räuber für großartige Unterhaltung. Das vielfältige Programm aus Live-Musik, Wortbeiträgen und Tanz begeisterte auch in diesem Jahr das Publikum. Neben namhaften Musik- und Comedyacts ließ es sich auch das Kölner Dreigestirn nicht nehmen, der traditionsreichen Veranstaltung persönlich einen Besuch abzustatten. Die ausgelassene Aftershowparty rundete den bunten Karnevalsabend perfekt ab.

Die Veranstaltung bietet Branchenmitgliedern jedes Jahr aufs Neue einen einmaligen Rahmen, um gemeinsam zu feiern, alte Bekannte wiederzutreffen und sich zu vernetzen. Wir freuen uns also schon jetzt auf ein Wiedersehen im nächsten Jahr! ■





# Mybuchdruck.de und die innovative Mietlösung von Horizon



Anzahlung passt sich dieses Modell hervorragend an die betrieblichen Bedürfnisse an. „Wir sind es gewohnt, vieles zu mieten – Häuser, Autos. Warum also nicht auch Hochleistungsmaschinen für unsere Druckerei?“, fügt Raak hinzu.

Neben der finanziellen Flexibilität bietet das Mietmodell auch Zugang zu neuester Technik. Kunden von Mybuchdruck.de können sich auf eine konstant hohe Qualität und eine schnelle Produktion verlassen. „Und mit der Blauen Engel-Zertifizierung im Blick sind wir auf dem besten Weg, uns weiterhin vom Wettbewerb abzuheben“, betont Raak.

In Rosbach vor der Höhe in Hessen, wo das Unternehmen Mybuchdruck.de mit seinen 13 Mitarbeitern ansässig ist, weht ein frischer Wind in der Buchproduktion. Hier, wo ausschließlich Bücher für Privatkunden produziert werden, hat sich das Unternehmen für einen Dreiseitenschneider HT-300 von Horizon entschieden. So weit ist das nicht ungewöhnlich. Neu ist jedoch, dass Horizon seine Maschinen nun zur Miete anbietet.

Dieser Schritt von Mybuchdruck.de zeigt, wie Unternehmen in der Druckindustrie durch innovative Finanzierungsmodelle ihre Liquidität schonen und sich für die Zukunft rüsten können. Ein Modell, das angesichts der sich schnell ändernden Marktbedingungen und technologischen Entwicklungen sicherlich noch viele Nachahmer finden wird.

Die Entscheidung für die Miete statt des traditionellen Kaufs ist ein kluger Schachzug in einer Zeit, in der Flexibilität und Effizienz entscheidend sind. „Das Mieten der Maschine kam gerade rechtzeitig“, erklärt Geschäftsführer Alexander Raak. „Unsere alte Schneidemaschine hat kurz vorher den Geist aufgegeben. Die neue Maschine iCE Trimmer HT-300 von Horizon passt perfekt zu unseren Bedürfnissen, und die umfangreichen Serviceleistungen bedeuten, dass wir sorgenfrei produzieren können.“

## ÜBER HORIZON

Horizon steht für innovative Lösungen in der Druckweiterverarbeitung. Der internationale Marktführer bietet Produkte, die in Sachen Präzision, einfache Bedienung, kurze Rüstzeiten und Integrationsfähigkeit höchsten Ansprüchen gerecht werden. Insbesondere die vernetzten Smart-Finishing-Lösungen ermöglichen durch integrierte Kundenprozesse die wirtschaftliche Fertigung von Auflage 1 bis zur industriellen Produktion. ■

Das Mietmodell eliminiert die sonst übliche hohe Schlussrate und hält die Option des Kaufs am Ende der Laufzeit offen. Mit flexiblen Laufzeiten zwischen 24 und 72 Monaten und ohne

▶ Weitere Informationen:  
**Horizon GmbH**  
+49 4106 8042 0 / info@horizon.de  
[www.horizon.de](http://www.horizon.de)

### DAS MIETMODELL VON HORIZON

Ab sofort steht beim Erwerb einer Maschine oder Systemlösungen von Horizon eine neue Option zur Verfügung: mieten. Die Mietoption ist besonders vorteilhaft für diejenigen, die regelmäßig auf die neueste Technologie setzen möchten, eine sorgenfreie Produktion wünschen und dabei ihre Liquidität schonen wollen. Umfassender Service inklusive. Weitere Infos unter <https://horizon.de/mieten>



Flexibel  
bleiben



Service  
inklusive



Liquidität  
schonen



3 Jahre iCE LiNK  
Lizenz kostenlos



Individuell  
konfigurierbar



Immer neueste  
Technik

# Branchentreffen und Mitgliederversammlung 2024

## Wie die Druck- und Medienindustrie von neuen KI-Lösungen profitiert

Das Branchentreffen 2024 der Verbände Druck und Medien Mitteldeutschland, NordOst und Nord-West findet am **13./14. Juni 2024** in Hannover statt. Die Veranstaltung wird eine einzigartige Gelegenheit für Mitglieder, Branchenexperten und Interessierte bieten, sich über die neuesten Entwicklungen und Trends im Bereich KI für die Druck- und Medienindustrie auszutauschen.

Das diesjährige Branchentreffen wird im modernen Ambiente der Design Offices Hannover stattfinden. Neben den Mitgliederversammlungen der Landesverbände NordOst und Nord-West stehen Impulse und interaktive Workshop-Formate rund um das Thema Künstliche Intelligenz in der Druck- und Medienindustrie im Fokus. Selbstverständlich gibt es viel Raum für den persönlichen Austausch untereinander und eine exklusive Abendveranstaltung. Highlight dabei: Christian Dürr, Mitglied des Deutschen Bundestages und Fraktionsvorsitzender der Freien Demokratischen Partei (FDP), wird im Zuge der Abendveranstaltung am 14. Juni 2024 eine exklusive „Dinner Speech“ halten.

Christian Dürr, bekannt für sein Engagement in den Bereichen Digitalisierung und Innovation, wird seine Perspektiven zu diesen Schlüsselthemen teilen und spannende Impulse für die Positionierung der Druck- und Medienindustrie in einer sich dynamisch verändernden digitalen Welt geben.

Die Dinner Speech findet im renommierten Restaurant Resso's in Hannover statt. 

Weitere Informationen zur Veranstaltung und zur Anmeldung finden Sie unter: [www.vdmnw.de](http://www.vdmnw.de)



### Programmüberblick:

#### ab 9<sup>00</sup> Uhr: Registrierung und Begrüßungskaffee

Beginnen Sie den Tag mit einer herzlichen Begrüßung und einem erfrischenden Kaffee, während Sie sich registrieren und sich mit anderen Teilnehmern austauschen.

#### 10<sup>00</sup> - 12<sup>00</sup> Uhr: Mitgliederversammlung

Nehmen Sie an der Mitgliederversammlung teil, bei der wichtige Entscheidungen getroffen und zukunftsweisende Strategien für die Verbandsarbeit diskutiert werden.

#### 12<sup>00</sup> - 13<sup>30</sup> Uhr: Mittagspause und Networking

Genießen Sie ein köstliches Mittagessen und nutzen Sie die Gelegenheit, sich mit anderen Teilnehmern auszutauschen, neue Kontakte zu knüpfen und bestehende Beziehungen zu vertiefen.

#### 13<sup>30</sup> - 14<sup>20</sup> Uhr: Eröffnungsplenum und Keynote-Präsentation

Erhalten Sie wichtige Einblicke von einem führenden Experten der Branche und lassen Sie sich von einer inspirierenden Keynote-Präsentation zu aktuellen Herausforderungen und Chancen der Druck- und Medienindustrie anregen.

#### 14<sup>45</sup> - 16<sup>00</sup> Uhr: Parallele Fachvorträge und Workshops

Wählen Sie aus einer Vielzahl von Fachvorträgen und interaktiven Workshops zu Themen wie Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Markttrends und Innovationen. Vertiefen Sie Ihr Wissen und diskutieren Sie mit Branchenexperten über relevante Fragestellungen.

#### 18<sup>00</sup> Uhr: Empfang im Restaurant Resso's

Mit dem Shuttlebus geht es zur Abendveranstaltung ins Restaurant Resso's. Genießen Sie nach der Dinner-Speech von Christian Dürr (FDP) ein exklusives Abendessen. Anschließend darf getanzelt werden.

Wir bedanken uns bei unseren Partnern für ihre Unterstützung

**HEIDELBERG**

**ARIBAS**  
PRINTING MACHINERY

Elbe-Leasing GmbH  
Dresden · Hamburg **EL**

**mewa**

JAHREIS KOLLEGEN  
powered by **HDI**

**Gehrke Econ**

**PRINTPLUS**  
Software, die begeistert

**KOENIG & BAUER**

**20 JAHRE  
NRW**

**Canon**

**e.optimum**



**ICHENWEDU**

**ZAIKIO**

**paper connect**

**GAYEN  
& BERNS  
HOMAN  
GRUPPE**

# Historische Druckwerkstatt in Gelsenkirchen

Inmitten der industriellen Kulisse des Ruhrgebiets, wo einst die Schwerindustrie das Bild prägte, findet sich ein unscheinbares Juwel, das eine Geschichte der Druckkunst und stetiger Innovation erzählt. Die Historische Druckwerkstatt in Gelsenkirchen, ansässig in den altehrwürdigen Mauern des Schlosses Horst, ehrt die Anfänge der Druckkunst und begeistert damit Jung und Alt.



Wolfgang Höfener und Rudolf Heisterkamp in den Räumen der Vorbürg von Schloss Horst

Leidenschaft, persönliches Engagement und tiefes Wissen – das ist es, was jedem Gast der Historischen Druckwerkstatt in den Räumen der Vorbürg von Schloss Horst sofort und intensiv begegnet. Hier sind Menschen mit Herzblut am Werk: Mit Wolfgang Höfener und Rudolf Heisterkamp trafen wir vor Ort zwei Experten des insgesamt fünfköpfigen Teams aus Ehrenamtlern – allesamt mit ihrer eigenen Geschichte in der Druckindustrie.

Sie hüten wahre Schätze der Druckkunst in ihrer Werkstatt. Ob ein Faksimile-Druck der original Gutenberg-Bibel, eine alte Handdruck-Maschine, das kleinste Buch der Welt oder alte Satzregale mit

Blei- und Holzschriften – fast alles darf mit allen Sinnen erlebt und kennengelernt werden. „Wir wollen Entertainment bieten und keine historische Abarbeitung“, kommentiert Wolfgang Höfener seinen Stil der Führung. Das zieht über 1000 Besucher aus aller Welt jährlich an, von Schulklassen bis hin zu Senioren-Gruppen.

„Bei unseren Führungen ist wohl das größte Erlebnis für die Gäste, dass man als Lehrling von Gutenberg, dem Erfinder des Buchdrucks mit beweglichen Lettern, die alten Maschinen und Werkzeuge, wie Winkelhaken, Lettern und Handpresse, selbst ausprobieren darf. Natürlich unter unserer fachmännischen Anleitung und

Aufsicht“, erklärt Rudolf Heisterkamp.

Die beiden leben diese Aufgabe nicht als „Job“ sondern als Leidenschaft für ihre Zunft. Das ist offensichtlich und deutlich spürbar. Liebevoll und voller Begeisterung erklären, demonstrieren und lehren sie die vielen beeindruckenden Meilensteine deutscher Druckkunst mit einer verblüffenden Leichtigkeit der Wissensvermittlung. Beide tragen ihren eigenen Meisterbrief als Schriftsetzer (Höfener) beziehungsweise Offsetvervielfältiger (Heisterkamp) seit 50 Jahren und sind stolz darauf: „Was wir gelernt haben, ist auch heute noch ein erstrebenswerter Beruf, der sich sicher verändert hat, aber nach wie vor eine Handwerkskunst bildet, die gewahrt werden muss.“

Was die beiden sich für die Zukunft wünschen: „Wir freuen uns über weiterhin zahlreiche Besuche interessierter Gäste. Und – wir könnten Unterstützung gebrauchen. Einerseits durch Sponsoren und Spenden, andererseits auch im Team. Wer also Setzer oder Drucker gelernt hat, aus der Region kommt und ehrenamtliches Engagement für unseren gemeinnützigen Verein mitbringt, ist hier herzlich willkommen!“

”

## Ein Herzstück der deutschen Druckindustrie“



**Kontakt:** Historische Druckwerkstatt  
Offizin Schloss Horst Gelsenkirchen  
Turfstraße 21, 45899 Gelsenkirchen  
hoefener@historische-druckwerkstatt.de  
www.historische-druckwerkstatt.de

**NEUES YOUNG PROFESSIONALS-NETZWERK:**

# Austausch und hochkarätige Referenten im Fokus

Die jungen Führungskräfte der Mitgliedsbetriebe des VDMNW haben eine neue Plattform, um sich zu vernetzen und weiterzuentwickeln. Das frisch ins Leben gerufene Young Professionals-Netzwerk, betreut durch Maike Thielmann, Jan Prentler und Jan Kröger, startete mit einem vielversprechenden Kick-off-Meeting im Beehive Co-Working-Space in Düsseldorf am 9. November 2023.

Das Herzstück des neuen Konzepts liegt im intensiven Austausch unter den Teilnehmern. Durch Treffen an verschiedenen Orten und eine zweitägige Struktur mit gemeinsamen Aktivitäten wird Raum geschaffen, um sich aus dem Tagesgeschäft auszuklinken und sich der konzeptionellen Arbeit zu widmen. Das Format stieß bei den Teilnehmern auf große Zustimmung, da es den Bedarf nach intensiverem Networking und fokussierter Weiterbildung adressiert.

Besonders gelobt wurde auch die geplante Einbindung hochkarätiger externer Referenten zu den jeweiligen Oberthemen der Netzwerk-Treffen. Der inspirierende Vortrag von Tim Cortinovic beim Kick-off-Meeting zum Thema Künstliche Intelligenz versprach einen qualitativ hochwertigen Input für zukünftige Veranstaltungen.

Um eine effektive Zusammenarbeit zu gewährleisten, ist die Teilnehmerzahl pro Treffen vorerst auf 15 begrenzt. Für die beiden geplanten Treffen in 2024 sind daher nur noch wenige Restplätze verfügbar.

Das erste Treffen in diesem Jahr fand kürzlich am 20. und 21. März 2024 in Ahaus statt. Die verantwortlichen Organisatoren seitens des Verbandes sind sehr zufrieden mit dem Auftakt dieses tollen Formats und freuen sich auf die zahlreichen inspirierenden Begegnungen im Rahmen des Young Professionals-Netzwerks in diesem Jahr. ■



Wer Interesse an einer Teilnahme hat, meldet sich am besten direkt bei einem der 3 Ansprechpartner.



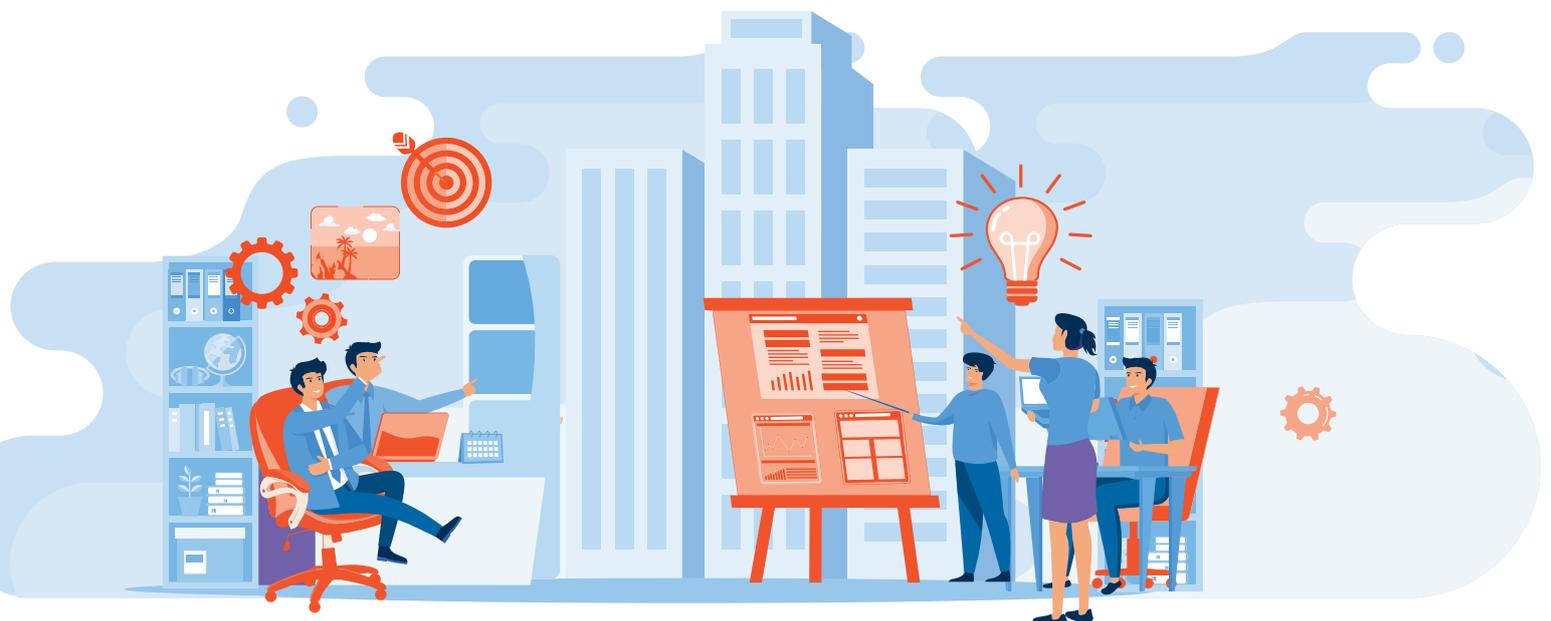
**Maike Thielmann**  
0151.51777460  
m.thielmann@vdm-beratung.de



**Jan Kröger**  
040.399283 21  
kroeger@vdmnw.de



**Jan Prentler**  
02306.20262 30  
prentler@vdmnw.de



# Was ist schon real: Bildgenerierende Verfahren

Kostenfreies, in Sekunden maßgeschneidertes Bildmaterial versetzt Fotografen, Mediengestalter und Stockanbieter in Angst und Schrecken. Aber wie funktionieren diese bildgenerierenden Verfahren eigentlich und welche Komplikationen ergeben sich möglicherweise daraus? Wir sprachen mit **Tom Valk**, Trainer und Berater für Design und 3D-Animation im VDMNW.



Eines der bekanntesten generierten Bilder foppte viele Leute: der Papst in opulenter Daunenjacke



generiertes Nahtlosmuster

**Was ist das Funktionsprinzip bildgenerierender Verfahren?** Durch reverse Diffusion – das Herausrechnen von Rauschen aus einem Bild – in Kombination mit einer schriftlichen Beschreibung des gewünschten Ergebnisses (der Prompt) und einer trainierten Datenbank wird im Zeitraum von rund 30 Sekunden ein Bild generiert. Hierbei kommen stochastische Verfahren zum Einsatz: Die KI „würfelt“ – somit ist kein Ergebnis gleich, auch nicht bei gleichem Prompt. Zum Prozess gehört also häufigeres Generieren und Anpassen des Prompts.

**Können Sie uns einmal genauer erklären, was es mit den sogenannten Prompts auf sich hat?** Ein Prompt ist ein Text, der das gewünschte Resultat des zu erzeugenden Bildes beschreibt. Es gibt viele Tricks beim Erstellen des Prompts. Beispielsweise wird das zu generieren-

de Bild eher fotorealistischer, wenn im Prompt Angaben zur Kamera wie Brennweite oder Objektivdurchmesser gemacht werden.

Nicht alle KI-Modelle haben die gleichen Funktionen. So kann die Midjourney KI beispielsweise mit dem, im Prompt platzierten, Parameter „pattern“ (deutsch: Muster) Nahtlosmuster erstellen. Diese Möglichkeit steht der Adobe KI Firefly nicht zur Verfügung; Stable Diffusion muss eigenständig angeleitet werden.

**Welche Anbieter sollten wir als Druck- und Medienunternehmen auf dem Schirm haben?** Zum einen auf jeden Fall **Midjourney**. Das ist eine in der Kommunikationsplattform Discord installierbare Erweiterung, hauptsächlich zur Generierung neuer Bilder. Die Kosten für ein Abo sind verhältnismäßig gering und das flexible Modell liefert hervorragende

Ergebnisse sowie die aktuell höchste Bildauflösung. Ideal für Einsteiger.

Die KI-Lösung **Adobe Firefly** hingegen besteht durch ein benutzerfreundliches Interface und Integration in CC-Software wie Photoshop oder Illustrator. Neue KI-Werkzeuge und Algorithmen vereinfachen hier Bildbearbeitung, Videoediting und Vektorillustration. Für Adobe-Abonnenten ist das Tool kostenfrei.

Das deutsche Open Source-Projekt **Stable Diffusion** bietet enorme Möglichkeiten der Individualisierung und Bildbearbeitung. Bilder können nach eigens trainierten Modellen kombiniert werden, abgebildete Personen umpositioniert und Bewegungen aus Videos ähnlich einem Motioncapturing übernommen werden. Das ist aus meiner Sicht nur etwas für Technikbegeisterte, da die Installation und Anwendung eher komplex sind.

Und zu guter Letzt würde ich auf jeden Fall noch **Dall-E** im Blick behalten. Das ist das vom Chat GPT-Entwickler OpenAI programmierte Modell zur Bildgenerierung.

**Das sind ja schier unendliche Möglichkeiten. Gibt es auch Grenzen?** Nach wie vor hat jedes bildgenerierende Modell Schwierigkeiten mit Händen – extra Finger, unnatürliche Krümmung oder falsche Gelenkfalten. Schwierig ist auch verständlicher Text. Hier gibt es jedoch mit der Version 6 von Midjourney starke Verbesserungen. Die interessantesten Fehlschläge sind die, bei denen im Prompt nach zu spezifischen Beschreibungen gefragt wird, welche nicht umfangreich genug in der Modelldatenbank repräsentiert sind. Diese Komplexität wird nicht ausreichend von der KI verstanden.

**Wie steht es denn um die gute alte Retusche? Wird diese bald hinfällig?** Nein – sie wird nur besser und einfacher. Mit bildgenerierenden Verfahren können schließlich nicht nur neue Bilder erzeugt werden, sondern auch „echt“ aufgenommene Bilder mit neuen Werkzeugen auf beeindruckende Weise bearbeitet werden. Im Beispiel-Bild rechts zu sehen ist eine Korrektur der Haare durch die Adobe Firefly KI – ein Prozess, der händisch durchgeführt lange dauert, wurde hier in einigen Sekunden umgesetzt. Auch andere traditionelle Retuschetechniken werden durch KI-Plugins ersetzt: Rechts im Bild zu sehen ist ein KI-angelernter Algorithmus

der Firma Retouch4me. Hier werden Hautunreinheiten durch die KI erkannt und automatisch retuschiert. Das Plugin ist verfügbar für Photoshop und CaptureOne.

**Welche Regeln sind hinsichtlich des Urheberrechts zu beachten?** Sofern keine anderweitigen Rechtsverletzungen vorliegen (beispielsweise das Recht am eigenen Bild), können am generierten Bild derzeit keine Urheberrechtsverletzungen geltend gemacht werden. ■

Ansprechpartner:  
**Tom Valk** / [valk@vdmnw.de](mailto:valk@vdmnw.de)



Hautunreinheiten automatisch erkennen und korrigieren mit Retouch4me

Seminare zu dem Thema:



**GENERATIVE KÜNSTLICHE INTELLIGENZ UND ADOBE PHOTOSHOP**

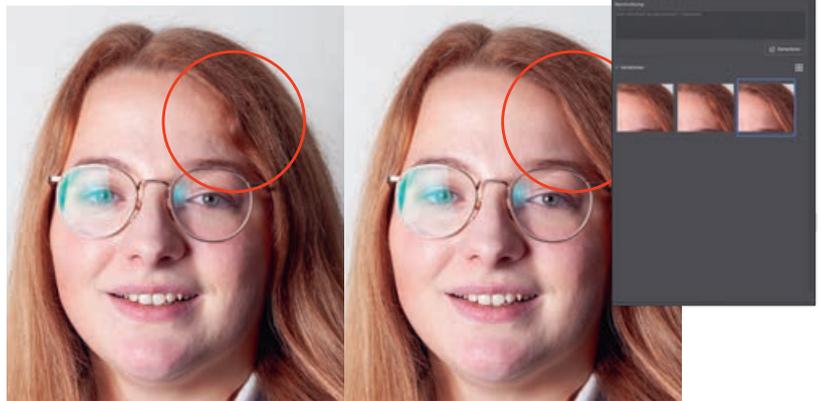
Termin: **09.04.2024** (Online-Seminar)  
Mehr Infos: [print-academy.de](http://print-academy.de)

**BILDERSTELLUNG UND -OPTIMIERUNG DURCH KI**

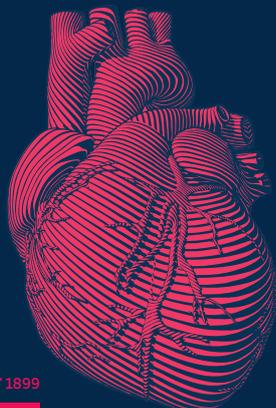
Termin: **25.04.2024** (in Düsseldorf)  
Mehr Infos: [vdmnw.de](http://vdmnw.de)

**AUGMENTED REALITY FÜR PRINT – KOMBINIEREN SIE PRINT MIT AR**

Termin: **08.05.2024** (Online-Seminar)  
Mehr Infos: [print-academy.de](http://print-academy.de)



Die generative Ebene aus Photoshop erleichtert Bildkorrektur.



**PRINT  
LEBT!**

Und wir sorgen mit Herzblut und einzigartigen Versicherungslösungen dafür, dass es so bleibt! Entwickelt in Kooperation mit Branchenverbänden und Fachleuten bündelt die **GBH MedienPolice®** alle Versicherungsleistungen, die ein Druck- und Medienunternehmen heutzutage benötigt.

Ob Cyber, Haftpflicht, Betriebsunterbrechung, Maschinenbruch oder Datenverlust, ob partielle Mitversicherung von Verschleiß oder Produkt-Rückrufkosten, mit uns stehen Sie auf der sicheren Seite. Informieren Sie sich jetzt auf unserer Website, wir sind nur einen Herzschlag entfernt!

**GAYEN  
& BERNS  
ROMAN  
GRUPPE**

VERSICHERUNGSMAKLER SEIT 1899

[www.medien-police.de](http://www.medien-police.de)



# Fachkräfte gewinnen jetzt! Wie funktioniert's?

Die erfolgreiche Gewinnung von Fachkräften hängt von vielfältigen Faktoren ab. Insbesondere für kleine und mittelständische Unternehmen ist es im Wettbewerb um die besten Fachkräfte entscheidend, ein umfassendes Verständnis von deren Motivationen und Arbeitspräferenzen zu erlangen.

Von Christoph Hauke

**E**rfolgreiche Fachkräftegewinnung beginnt mit einem tiefen Verständnis, was Fachkräfte wirklich motiviert und welche Arbeitsbedingungen sie bevorzugen. Diese Erkenntnisse sind der Schlüssel, um maßgeschneiderte Rekrutierungsstrategien zu entwickeln und authentisch zu kommunizieren. Es geht darum, echte Emotionen zu wecken und eine Verbindung auf persönlicher Ebene zu schaffen.

## Verstehen, was Fachkräfte suchen

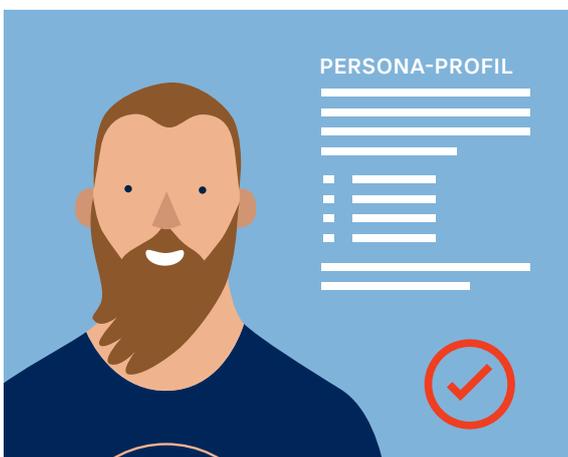
Der erste und vielleicht wichtigste Schritt zur erfolgreichen Gewinnung von Fachkräften ist das tiefe Verständnis der Bedürfnisse, Wünsche und Präferenzen. Ein effektives Werkzeug, um dieses Ziel zu erreichen, ist die Erstellung von sogenannten Persona-Profilen. Ein Persona-Profil umfasst detaillierte Beschreibungen zu beruflichen Zielen, Fähigkeiten, Erfahrungen, Herausforderungen und Motivationen einer typischen Person in der Zielgruppe. Sie helfen zu verstehen, was Fachkräfte erreichen möchten und welche Faktoren sie

motivieren. Sie zeigen auf, welche Arbeitsbedingungen und -modelle für Fachkräfte wichtig sind und somit bei der Jobwahl eine entscheidende Rolle spielen. Durch die Identifizierung von häufigen Herausforderungen und Problemen, mit denen die Zielgruppe konfrontiert ist, können passende Lösungen angeboten werden. Und es geht um das Verstehen, über welche Kanäle und auf welche Weise potenzielle Kandidaten am liebsten kommunizieren. Persona-Profile dienen als Grundlage für die Gestaltung von Stellenanzeigen, die Entwicklung von Employer Branding-Kampagnen und die Anpassung des Bewerbungsprozesses.

## Die passenden Arbeitgeber-Leistungen

Wer die Bedürfnisse und Wünsche potenzieller Mitarbeitender nicht versteht, steht vor einer erheblichen Hürde: der Unfähigkeit, passende Arbeitgeber-Leistungen anzubieten. Natürlich ist ein angemessenes Gehalt ein grundlegender Faktor, der nicht vernachlässigt werden darf. Eine positive Arbeitskultur, die Möglichkeit zur Work-Life-Balance, Karriereentwicklungschancen und die Aussicht auf sinnvolle Arbeit sind Aspekte, die von Fachkräften zunehmend in den Vordergrund gestellt werden.

Die Fragestellungen, wie „Darf ich Werkzeuge über das Wochenende auch zuhause nutzen?“ oder „Kann ich am Samstag den Kleintransporter für einen Umzug mitnehmen?“, scheinen auf den ersten Blick trivial. Doch sie spiegeln ein tiefes Bedürfnis nach Flexibilität und Vertrauen seitens des Arbeitgebers wider. Solche Annehmlichkeiten signalisieren Mitarbeitenden, dass sie als Individuen geschätzt werden, deren persönliche Bedürfnisse und Lebensumstände anerkannt und





unterstützt werden. Fachkräfte haben heute eine Vielzahl von Optionen. Entscheidend ist daher die Fähigkeit eines Unternehmens, individuell auf die Bedürfnisse der Fachkräfte einzugehen, die es von anderen abhebt.

#### **Mehr als Worte: berühren, bewegen, begeistern**

Oftmals dominieren Fakten und Zahlen, die Macht der Emotionalität in der Kommunikation wird unterschätzt. Die klassische Hochglanzanzeige oder die makellos gestaltete Karrierewebseite mit perfektionierten Formulierungen, wohlklingenden Phrasen und Buzzwords verlieren zunehmend an Wirkung. Fachkräfte suchen nach Authentizität und Ehrlichkeit; sie wollen sich auf einer persönlichen Ebene angesprochen fühlen.

Die Herausforderung besteht darin, die Sprache der Fachkräfte zu sprechen und eine Geschichte zu erzählen, die sie direkt anspricht. Fotos und Texte in Stellenanzeigen sollten realitätsnah sein und das wahre Arbeitsumfeld widerspiegeln. Sie sollten Momente des täglichen Lebens am Arbeitsplatz einfangen und dabei die Teamdynamik, die Arbeitskultur und die Menschen hinter dem Unternehmen hervorheben. Daten und Fakten sind wichtig, um Vertrauen und Glaubwürdigkeit aufzubauen, aber erst Emotionen bewegen Menschen zum Handeln. Eine authentische Darstellung des Arbeitsumfeldes und der Unternehmenskultur kann Fachkräfte nicht nur dazu bringen, über eine Bewerbung nachzudenken, sondern es auch wirklich zu tun.

#### **Herz trifft Verstand**

Die erfolgreiche Gewinnung von Fachkräften erfordert weit mehr als nur das Anbieten von guten Gehältern und Arbeitsbedingungen. Die Bereitstellung passender Arbeitgeber-Leistungen, die über das monetäre Angebot hinausgehen, zeigt, dass ein Unternehmen die Lebensrealität seiner Mitarbeitenden wertschätzt und unterstützt. Indem man auf die persönlichen Bedürfnisse und die bevorzugten Kommunikationswege eingeht, hebt sich ein Arbeitgeber von der Masse ab. Die Emotionalisierung der Kommunikation spielt eine entscheidende Rolle, um die Herzen der Fachkräfte zu erreichen. Letztendlich ist es die Kombination aus Verständnis, individueller Ansprache und emotionaler Resonanz, die ein Unternehmen als bevorzugten Arbeitgeber auszeichnet und Fachkräfte anzieht. ■

#### **Christoph Hauke**

ist Experte für  
Employer Branding,  
digitale Transforma-  
tion und Recruiting  
in schwierigen  
Arbeitsmärkten





28. Mai –  
07. Juni 2024  
Düsseldorf  
www.drupa.de

**drupa**

no. 1 for printing  
technologies

**Canon**

# EXCELLENCE IN QUALITY

Erleben Sie Canon Spitzentechnologien, innovative Workflow-  
lösungen für Ihr zukunftsstarkes Geschäftswachstum und  
mehrere Produktneuvorstellungen live auf der **drupa 2024**.

Planen Sie schon jetzt Ihren Besuch auf der drupa 2024 beim  
**Canon Stand in Halle 8A**.

Unsere Expertenteams erwarten Sie und freuen sich darauf, Ihnen  
unsere neuesten Innovationen aus dem Hause Canon vorzustellen.



Besuchen Sie Canon auf der drupa 2024 –  
jetzt Termin eintragen.

Ort: Messe Düsseldorf, Halle 8A, Stand B41-1 bis B41-8



# Willkommen im Verband



Für die Welpdruck GmbH in Wiehl ist Drucken Partnerschaft. Dort erhalten die Kunden alles aus

einer Hand und immer in höchster Qualität. Das klingt übertrieben? Unrealistisch? Nicht wenn man weiß, dass mit starken, regionalen Partnern eng zusammengearbeitet wird. Das versetzt Welpdruck in die Lage, beinahe alles aus den Bereichen Druck, Medien und Kommunikation anbieten zu können und zu wissen, dass man keine Kompromisse in Sachen Qualität machen muss.

**Sie sind mit Ihrem Unternehmen breit aufgestellt. Von der Beratung über die Druckvorstufe, einem Fotostudio, einem Verlag, einem Lettershop, dem Druck bis hin zur Weiterverarbeitung. Wie profitieren Ihre Kunden davon?**

Unsere Kunden brauchen nur einen Ansprechpartner, den Rest regeln wir hier. Das wissen unsere Kunden tatsächlich sehr zu schätzen. Gerade in Zeiten von deutlich kleiner gewordenen Druckauflagen ist es ja unglaublich wichtig, öfter, schneller und gezielter auf aktuelle Entwicklungen reagieren zu können. Das ist ja auch für unsere Kunden bei ihren Kunden genauso wichtig und daher ist es hilfreich, wenn wir dann hier schnell Lösungen anbieten können, ohne mit weiteren externen Dienstleistern in zeitaufwändige Besprechungsunden gehen zu müssen. Das geht natürlich nicht immer, aber erfreulicherweise doch oft.

**Bei welchen Aufgaben oder Herausforderungen kann der Verband Sie unterstützen?**

Die Unterstützung durch den Verband sehe ich sehr stark in der gegenwärtigen gesamtgesellschaftlichen Gemengelage, hier ist es wichtig, dass mit einheitlicher und starker Sprache kommuniziert wird. Ich möchte hier ausdrücklich das Statement des Verbands hervorheben, nachdem REWE mit völlig falschen Argumenten an die Öffentlichkeit gegangen war, um zu erklären, warum keine Beilagen mehr gedruckt werden, und damit eine ganze Branche in Misskredit gebracht hatte. Das hat mir sehr gut gefallen, dass hier Klartext gesprochen wurde. Ein weiterer wichtiger Punkt ist für mich, die Möglichkeit zu haben, in einem starken Netzwerk mit vielen Spezialisten arbeiten zu können.

**Wie sehen Sie die Perspektiven der Druckbranche und wo geht Ihre persönliche Reise hin?**

Hier traue ich mir gar keine Prognose zu. Wir durchleben unruhige Zeiten, für unser Unternehmen müssen wir feststellen, dass die Massendrucksachen immer weniger werden und die Tendenz ganz klar in kleinere, dafür aber auch hoch spezielle Drucksachen geht. Personalisierungen und ein generell hoher Individualisierungsgrad der Drucksachen nehmen immer weiter zu. Ich denke, dass es zu weiteren Konsolidierungen und Partnerschaften innerhalb der Druckbranche kommen wird, damit man die einzelnen Stärken noch besser bündeln kann. ■

welpdruck.de

## FKS/Duplo System 7000i

Leistungsstarke Broschürenfertigung bis 240 Seiten

**FKS**  
GRAFISCHE MASCHINEN  
ALLES NACH DEM DRUCK

Bereit für  
die Zukunft!

Gut gerüstet für  
Industrie 4.0

NEU!



- Große Formatvielfalt wie A4 quer oder CD-Broschüren
- Optional integrierter Buchrückenformer auch bei dickeren Broschüren
- Einrichtung innerhalb von 60 Sekunden

Mehr Informationen zu unseren Broschürensystemen finden Sie auf [www.fks-hamburg.de/broschuerensysteme](http://www.fks-hamburg.de/broschuerensysteme)

► **FIRMENJUBILÄUM**

**JANUAR**

15 Jahre **HDI Generalvertretung Udo Jahres**  
Bürgerreuther Straße 27  
95444 Bayreuth

15 Jahre **hbwa GmbH & Co. KG Standort Bochum**  
Am Geraden Weg 1  
44805 Bochum

15 Jahre **MAIN Druckservice GmbH & Co. KG**  
Neumann-Reichardt-Str. 27-33 Hs.21  
22041 Hamburg

20 Jahre **Bounty Communication Group GmbH**  
Baeumerstraße 9  
44141 Dortmund

30 Jahre **Werbeagentur Volker F. Beck**  
Münsterstraße 12  
45711 Datteln

30 Jahre **Druckerei Martin Roesberg**  
Zur Degensmühle 3  
53347 Alfter

30 Jahre **Schaten Offsetdruck KG**  
Bahnhofstraße 25  
48683 Ahaus

30 Jahre **ECON TEL GmbH**  
Münsterstraße 111  
48155 Münster

40 Jahre **Schloemer & Partner GmbH**  
Fritz-Erler-Straße 40  
52349 Düren

45 Jahre **Geldsetzer & Schäfers GmbH**  
Am Burgberg 2  
58642 Iserlohn

45 Jahre **von Busch GmbH**  
Alfred-Bozi-Straße 12  
33602 Bielefeld

60 Jahre **Blase Siebdruck GmbH & Co. KG**  
Zeiss Straße 20  
32312 Lübbecke

65 Jahre **Hanse Print & Service GmbH**  
Holstenhofweg 49  
22043 Hamburg

70 Jahre **Druckhaus Hölken GmbH**  
Untere Kampstraße 10  
59846 Sundern

75 Jahre **Hans Gieselmann Druck und Medienhaus GmbH & Co. KG**  
Ackerstraße 54  
33649 Bielefeld

75 Jahre **Köhler Druck GmbH**  
Pinnerstraße 58  
42579 Heiligenhaus

85 Jahre **Rudolf Koehler GmbH styleandprint**  
Dieselstraße 20  
51381 Leverkusen

90 Jahre **Mail Druck + Medien GmbH**  
Weseler Straße 121  
32257 Bünde

105 Jahre **Wartlich Druck RheinAhr GmbH & Co. KG**  
Bunsenstraße 9  
50997 Köln

105 Jahre **Druckerei Lohmeier Digital- und Offsetdruckerei**  
Kieler Straße 58  
24340 Eckernförde

105 Jahre **Karten Druck & Medien GmbH & Co. KG**  
Klosterhofweg 58  
41199 Mönchengladbach

115 Jahre **Druckerei Vetter**  
Baudrstraße 2  
50733 Köln

120 Jahre **Blechdruckerei Kindel GmbH & Co. KG**  
Wittener Straße 240  
42279 Wuppertal

125 Jahre **Gayen & Berns - Homann GmbH**  
Börsenbrücke 6  
20457 Hamburg

125 Jahre **MVK Versicherung VVaG Medien-Versicherung**  
Borsigstraße 5  
76185 Karlsruhe

125 Jahre **Blömeke-Druck SRS GmbH**  
Resser Straße 59  
44653 Herne

135 Jahre **Druckerei Gebr. Pape Inhaber Eberhard Pape**  
Jühengrund 24  
33142 Büren

145 Jahre **Thiekötter Druck GmbH & Co. KG**  
An der Kleimannbrücke 32  
48157 Münster

150 Jahre **Fleiter Druck e.K.**  
Dieselstraße 23  
59329 Wadersloh

190 Jahre **J.C.C. Bruns Betriebs-GmbH**  
Obermarktstraße 26-30  
32423 Minden

220 Jahre **E. Michaelis & Co. (GmbH & Co.) KG**  
Senefelder-Ring 14  
21465 Reinbek

**MÄRZ**

100 Jahre **Beisner Druck GmbH & Co. KG**  
Müllerstraße 6  
21244 Buchholz in der Nordheide

**APRIL**

25 Jahre **MKL-Druck GmbH & Co. KG**  
Graf-Zeppelin-Ring 52  
48346 Ostbevern

60 Jahre **Reintjes GmbH**  
Hammscher Weg 74  
47533 Kleve

75 Jahre **Heinrich Schulzke Stempel und Schilder Mathias Sünnowoldt u. Martin Dürmeyer OHG**  
Herderstraße 79  
22085 Hamburg

► **GEBURTSTAGE**

**JANUAR**

55 Jahre **Peggy Klooth**  
Kiebu-Druck GmbH  
Ziegelhof 27  
17489 Greifswald

70 Jahre **Hans Zimmermann**  
Zimmermann Druck + Verlag GmbH  
Widukindplatz 2  
58802 Balve

**FEBRUAR**

40 Jahre **Andreas Böttcher**  
TeamOnline GmbH  
Gutenbergring 39  
22848 Norderstedt

45 Jahre **Andrea Schroer-Uci**  
Stempel Meyer GmbH & Co. KG  
Kurfürstenstraße 16  
46399 Bocholt

55 Jahre **Frank Rinkens**  
Media Impression PM GmbH  
Carl-Schurz-Straße 121  
50374 Erftstadt

55 Jahre **Christoph Brinkmann**  
Brinkmann DruckService  
von-Ardenne-Straße 14  
48703 Stadtlohn

65 Jahre **Lutz Wolf**  
Stempel-Wolf GmbH  
Wallhausenstraße 55  
57072 Siegen

**MÄRZ**

35 Jahre **Christoph Burlage**  
Joh. Burlage GmbH & Co. KG  
Meesenstiege 151  
48165 Münster

45 Jahre **Stefan Brochmann**  
Brochmann GmbH  
Im Ahrfeld 8  
45136 Essen

50 Jahre **Tom Schumacher**  
E. Michaelis & Co. (GmbH & Co.) KG  
Senefelder-Ring 14  
21465 Reinbek

60 Jahre **Ralf Drewes**  
2D DREWES DRUCK OHG  
Triftenstraße 52  
32791 Lage

60 Jahre **Dirk Corsten**  
Bobst Meerbusch GmbH  
Mollsfeld 21  
40670 Meerbusch

**APRIL**

45 Jahre **Andrea Köhler**  
DMS Druck & Medien Scheer GmbH  
Scharpenberger Straße 107  
58256 Ennepetal

50 Jahre **Sebastian Kloth**  
L&S Digital GmbH & Co. KG  
Dreikronen 10  
24222 Schwentinental

50 Jahre **Bastian Hachmeister**  
Druckerei Schlüter GmbH  
Eckendorfer Straße 101  
33609 Bielefeld

50 Jahre **Carsten Lohmann**  
J.C.C. Bruns Betriebs-GmbH  
Mindener Tageblatt  
Obermarktstraße 26-30  
32423 Minden

60 Jahre **Timo Faber**  
Faber GmbH  
Heideckstraße 183  
47805 Krefeld



Der VDM Nord-West  
wünscht alles Gute!

**IMPRESSUM**

**HERAUSGEBER**

Verband Druck und Medien Nord-West e.V., An der Wethmarheide 34,  
44536 Lünen, Tel.: 02306.202620, Fax: 02306.2026299, vdmnw.de;  
V.I.S.D.P. Oliver Curdt, Geschäftsführer VDM Nord-West; **REDAKTION**  
Katrin ten Freyhaut; **GESTALTUNG** Birgit Dürr; **SCHLUSSKORREKTUR**  
Jürgen Grosche

**BILDNACHWEIS**

Joerg Friedrich - blende08.de (S. 01); Angela Elbing (S. 01); Messe Düsseldorf/ctillmann (S. 02); www.pantone.com (S. 02); VDM Nord-West (S. 01-05, 08-12); Fotostudio CoellnColorer (S. 04, 05); mybuchdruck.de (S. 06); Horizon GmbH (S. 06); Alwie99d-stock.adobe.com (S. 09); Papst + Nahtlosmuster: erstellt mit einer KI (S. 10); adragan-stock.adobe.com (S. 12); Christoph Hauke (S. 12);

# Gestaltungswettbewerb 2024 für Azubis

Seit 33 Jahren richten die Druck- und Medienverbände den Gestaltungswettbewerb für Auszubildende aus. Damit möchten die Verbände den Nachwuchs motivieren, sich engagiert in ein Thema reinzuknien, zu tollen Ergebnissen zu kommen und sich bundesweit mit anderen zu messen.

**A**llzu häufig wird Printprodukten unterstellt, dass sie schädlich für die Umwelt seien. Kundinnen und Kunden von Druckereien sollen daher aufgeklärt werden, dass Druckprodukte verantwortungsbewusst und vergleichsweise umweltfreundlich produziert werden. Denn dass die Umweltbilanz von Print viel besser ist, als manche glauben, und die Druckereien bei der Produktion sehr viel Wert auf einen geringen Ressourcenverbrauch legen, ist meist leider nicht bekannt.

## Die Aufgabe

Die Teilnehmenden des Wettbewerbs sollen eine Serie von vier Infokarten im Format DIN A6 gestalten. Für die Vorder- und Rückseiten stehen verschiedene Themen mit Texten über die gute Umweltbilanz von Print zur Auswahl – sie können auf der Website des BVDM heruntergeladen werden. Diese Karten können Druckereien zum Beispiel ihren Auslieferungspaketen beilegen und damit ihre Kundinnen und Kunden über die Nachhaltigkeit von Druckprodukten informieren.

## Der Einsendeschluss

Einsendeschluss der Entwürfe ist am 16. Juni 2024.

## Die Jury

Die Jury setzt sich aus namhaften Profis aus unterschiedlichen Arbeitsbereichen, Unternehmen und Organisationen zusammen. Alle sind beruflich erfolgreich und jedes Jahr sehr engagiert für den Gestaltungswettbewerb im Einsatz.



Alle Informationen rund um den Gestaltungswettbewerb gibt es unter: [www.bvdm-online.de](http://www.bvdm-online.de)



Heilbronn: „Gut platzierte Werbung sticht ins Auge!“ – Ein Gewinner-Plakat des bundesweiten Gestaltungswettbewerbs der Verbände Druck und Medien 2023.

## Die Preise

- 1. Platz 750 €
- 2. Platz 500 €
- 3. Platz 250 €

4. – 10. Platz **Digitales Jahresabo der Page**

Im Rahmen einer Kooperation mit dem Magazin Druck&Medien werden die Bestplatzierten in der Zeitschrift vorgestellt.

Alle Teilnehmenden erhalten außerdem ein Abo des Magazins NUTZEN.

## Die Teilnahmebedingungen

Zur Teilnahme berechtigt sind alle Auszubildenden und Umschüler der Druck- und Medienindustrie, die sich zum Zeitpunkt der Ausschreibung – Oktober 2023 – in der Ausbildung befinden und bei Einreichung des Beitrags mindestens 16 Jahre alt sind. Teilnehmende, die noch keine 18 Jahre alt sind, benötigen die Zustimmungserklärung ihrer Erziehungsberechtigten. **□**



# KI revolutioniert Print

Seit nunmehr elf Jahren ist das Online Print Symposium (OPS) ein fester Bestandteil der Druck- und Medienbranche. Die VDM Beratung und zipcon consulting GmbH boten auch in diesem Jahr ein zweitägiges Programm mit hochkarätigen Vorträgen, vielen Impulsen und Inspirationen. Fast 300 Teilnehmende aus insgesamt 16 Nationen waren am 14. und 15. März in München dabei – und zeigten sich voll und ganz begeistert von der Veranstaltung.

**Der Termin für das nächste OPS steht bereits fest: Vom 2. bis zum 4. April 2025 wird sich die Onlineprint-Community wieder in München treffen. Bleiben Sie auf dem Laufenden unter: [www.online-print-symposium.de](http://www.online-print-symposium.de)**

„Für mich als Veranstalter ist es eine große Freude zu sehen, dass sich das OPS als pulsierender Knotenpunkt der Druckindustrie etabliert hat, an dem sich Innovatoren und Branchenführer versammeln, um die Zukunft der Branche zu gestalten. Das OPS ist mehr als ein Event – es ist eine Community: die vernetzt, die inspiriert, die innoviert, die Meilensteine setzt und die Branche stetig vorantreibt.“

Jens Meyer, VDM Beratung GmbH



„Das OPS ist eine sehr spannende und wichtige Veranstaltung für uns, zum einen ist es der Treffpunkt der Onlinedruckbranche mit wichtigen Eindrücken zu den aktuellen Themenstellungen, ein echter Austausch unter Kollegen, zum anderen werden zukünftige Trends vorgestellt und Start-ups, die vielleicht morgen schon ganz oben mitspielen!“

Ulrich Stetter, Managing Director  
Druckhaus Mainfranken GmbH und  
Präsident Intergraf





„Ich habe mich sehr darüber gefreut, in diesem Jahr zum ersten Mal beim OPS dabei zu sein und die Keynote zu halten. Denn KI wird unsere gesamte Arbeitswelt verändern. Wer sie als Chance begreift, kann auf allen Ebenen davon profitieren.“

Kirsten Hommelhoff, Bundesverband Druck und Medien e. V.



Wie man gegen die Großen bestehen kann? René Ruhland von myposter GmbH: „Eigentlich gar nicht zu schwer, einfach immer ALL IN gehen.“



„Das Online Print Symposium war auch in diesem Jahr wieder wie ein Familientreffen. Es macht Mut, denn es zeigt die vielfältigen Perspektiven für Print und die gesamte Branche.“

Roland Keppler, Onlineprinters GmbH



„Das OPS ist in seiner thematischen Ausrichtung einfach einmalig. Wo sonst kann man so viele Kolleginnen und Kollegen aus dem Onlinedruck in einer tollen Atmosphäre treffen und sich austauschen!“

Matthias Abt, ABT Print und Medien GmbH



Henrik Müller-Hansen, Gründer & CEO des Software-Herstellers Gelato, im Gespräch mit Jens Meyer.



„Das Online Print Symposium ist seit vielen Jahren der Place-to-be für alle, die sich mit Onlinedruck beschäftigen. Und das wurde auch in diesem Jahr wieder eindrucksvoll bestätigt!“

Maria Aumüller, Aumüller Druck GmbH & Co. KG

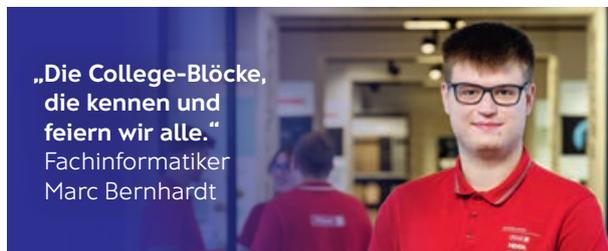
# Mitmachen statt zuschauen



Eric Veit, Marc Bernhardt, Alissa Jung und Melvin May – Auszubildende bei Baier & Schneider

**Bei Baier & Schneider können sich Auszubildende in Projekten austoben und in ihren Abteilungen einbringen. Dass ihm so viel zugetraut wird, spornt den Nachwuchs besonders an.**

Marc Bernhardt war von Computern und vom Programmieren schon früh fasziniert. Nach der Mittleren Reife hat er längere Zeit gejobbt, jetzt arbeitet der 23-Jährige als angehender Fachinformatiker Systemintegration und sagt: „Ich habe mein Hobby zum Beruf gemacht.“



„Die College-Blöcke, die kennen und feiern wir alle.“  
Fachinformatiker  
Marc Bernhardt

Alissa Jung hat sich nach dem Abitur bewusst gegen ein Studium entschieden. „Ich wollte erst mal praktische Erfahrungen in einem Ausbildungsberuf sammeln“, erzählt die 21-jährige Industriekauffrau in spe.



„Wir überlegen uns Aktionen zum Schuljahresanfang oder denken über neue Produkte nach.“  
Industriekauffrau  
Alissa Jung

Eric Veit (19) suchte nach einer Tätigkeit, bei der er seine kreative Ader mit moderner Technik kombinieren kann. In der Ausbildung zum Mediengestalter Digital und Print hat er sie gefunden – und sich auch persönlich entwickelt.



„Durch meine Ausbildung bin ich kommunikativer und selbstbewusster geworden.“  
Mediengestalter  
Eric Veit

Ob in der Beratung im Vertriebsinnendienst, im Außendienst bei Kunden oder beim Standaufbau auf der Messe: „Ich mag die Abwechslung und dass ich fast jeden Tag neue Einblicke gewinne“, sagt Melvin May (20), der nach dem Abitur eine Ausbildung zum Industriekaufmann begonnen hat.



„Ich will jeden Tag motiviert zur Arbeit gehen und Leistung bringen.“  
Industriekaufmann  
Melvin May

Vier junge Menschen, die am Beginn ihres Berufslebens stehen und noch etwas gemeinsam haben: Sie alle sind im zweiten Ausbildungsjahr bei Baier & Schneider in Heilbronn. Vor fast 150 Jahren als Papiergroßhandel gegründet, ist die Gruppe mit rund 700 Beschäftigten in sechs Ländern europaweit eines der größten papierverarbeitenden Unternehmen. Ausbildung wurde bei Baier & Schneider schon immer großgeschrieben, in Zeiten des demografischen Wandels umso mehr.

Aktuell machen rund 35 junge Leute eine Ausbildung in elf Berufen; in der Fachrichtung Dienstleistungsmanagement Industrie bietet das Unternehmen ein duales Studium an. Die bekannteste Verbrauchermarke des in vierter und fünfter Generation geführten Familienunternehmens ist Brunnen mit einem umfangreichen Sortiment an Papeterie, Bastelartikeln, Kalendern und Geschenkverpackung. „Die College-Blöcke“, sagt Marc Bernhardt spontan, „die kennen und feiern wir alle.“ Hat da jemand behauptet, die junge Generation kann mit Print nichts anfangen? Von wegen. Bei aller Selbstverständlichkeit, mit der sie digital kommuniziert, „ist es ganz wichtig, Schreiben auf Papier zu lernen und zu praktizieren, nicht nur auf Tablets“, sagt Melvin May. Ein gutes Beispiel, was für ihn eine sinnstiftende Tätigkeit ausmacht und was ihn antreibt. „Ich will jeden Tag motiviert zur Arbeit gehen und Leistung bringen.“

### Azubi-Projekte Onlineshop und Azubi-Video

In den Fachabteilungen lernen die Auszubildenden das praktische Abc ihres Berufs, flankiert vom externen Unterricht in der Berufsschule und bereichert durch Projekte im Unternehmen. So kümmert sich der Nachwuchs beispielsweise um den Azubishop von Brunnen. „Wir überlegen uns Aktionen zum Schuljahresanfang oder denken über neue Produkte nach. Das fühlt sich ein bisschen so an, als würden wir unsere eigene Firma betreiben“, berichtet Alissa Jung.

Ein spannendes Projekt haben die jungen Beschäftigten inzwischen abgeschlossen: ein kurzes Video, das zeigt, was die Ausbildung im Familienunternehmen Baier & Schneider ausmacht und künftig zur Personalgewinnung eingesetzt wird. Sozusagen vom Nachwuchs für den Nachwuchs: Ein Team von 15 Azubis hat sich intensiv mit dem Thema befasst, beginnend beim Konzept über das Drehbuchschreiben bis zu den Videoaufnahmen.

### Nachhaltigkeit von Print

Während der Azubishop permanent weiterentwickelt wird, haben die Berufsneulinge mit dem „Azubibuch“ ein ganz eigenes, anfassbares Werk geschaffen. Darin stellen sich alle Auszubildenden und dual Studierenden ihres Jahrgangs persönlich in Wort und Bild vor – und

als Teil des Unternehmens. Durch das gemeinsame Projekt haben sie sich besser kennengelernt, Teamarbeit geübt, den Zusammenhalt gestärkt. „Das war zum Start für uns alle eine gute Erfahrung“, sagt Eric Veit, der als angehender Mediengestalter fürs Design des Azubibuchs zuständig war.

Vom fertigen Ergebnis des Azubibuchs waren die Azubis nicht nur wegen ihres eigenen Beitrags angetan, sondern weil es, wie viele Produkte von Baier & Schneider, aus nachwachsenden Rohstoffen wie Papier hergestellt und somit komplett recycelfähig ist. Nachhaltigkeit nehmen die jungen Leute ernst, privat wie beruflich. „Als Mediengestalter achte ich darauf, den Papierverbrauch zu drosseln oder mit klimaneutralen Materialien zu arbeiten“, sagt Eric Veit. Und Melvin May erzählt, dass mittlerweile ein Großteil der vielen Kartons, die in der Firma landen, wiederverwertet statt weggeworfen werden. „Da spart man richtig was ein“, sagt er.

### „Unsere Stimme wird gehört.“

Baier & Schneider spornt den Nachwuchs an, eigene Ideen einzubringen und Gelerntes umzusetzen. „Wir gehen mit offenen Augen durchs Unternehmen und wollen Verbesserungsmöglichkeiten identifizieren“, sagt Marc Bernhardt. Damit kein kluger Vorschlag versandet, gibt es alle sechs Wochen ein Treffen mit Mitarbeitenden aus dem Lean Management. Bernhardt und die anderen Azubis finden das motivierend: „Auf unsere Stimme wird gehört.“

Solche Aufgaben wechseln mit der fachlichen Arbeit in den Abteilungen, wo Neues gelernt und vertieft wird. Der Alltag im Unternehmen, die vielen Inhalte, die Kommunikation mit Kollegen und Kunden: „Das war neu für uns und wir mussten uns was trauen“, sagt Alissa Jung, „aber wir alle profitieren davon, auch weil hier ein sehr offenes Arbeitsklima gepflegt wird.“ Leistungsanreize inklusive: Für hervorragende Noten in der Berufsschule gibt es eine nach dem Notendurchschnitt gestaffelte Zeugnisprämie. Die Baier & Schneider Azubis finden das gut: Die Prämie spornt an und ist eine willkommene Ergänzung zur Urlaubskasse. ▣



# Deutscher Druck- und Medientag

19.–20. September 2024 • Berlin



Unternehmerforum:  
KI – eine neue Ära  
für die Druck- und  
Medienwirtschaft

## Spannende Vorträge, gute Unterhaltung und entspanntes Netzwerken!

**19. September** • Netzwerk-Lunch • **Unternehmerforum: „KI – eine neue Ära für die Druck- und Medienwirtschaft“** • Der Abend der Deutschen Druckindustrie im Berliner Spiegelzelttheater „Bar jeder Vernunft“

**20. September** • Hauptvorstandssitzung des BVDM (nur mit persönlicher Einladung) • Parallel: **Führung im Tränenpalast oder Führung Berliner Unterwelten „Unterirdisch in die Freiheit“** • Netzwerk-Lunch

Für Mitglieder der Druck- und Medienverbände sowie Medienvertreter ist die Teilnahme kostenfrei.

### Kontakt

Bettina Knappe • [bk@bvdm-online.de](mailto:bk@bvdm-online.de) • T 030 20 91 39 171

Beate Fuchs • [bf@bvdm-online.de](mailto:bf@bvdm-online.de) • T 030 20 91 39 151

Alle Infos und  
Anmeldung unter  
[bvdm-online.de/  
ddmt24](http://bvdm-online.de/ddmt24)

## Bundesverband Druck + Medien

DEUTSCHLAND

Wir bedanken uns schon jetzt bei unseren Partnern.



# Entwaldungs-Verordnung: So geht's nicht!

Druckerzeugnisse und Verpackungen, die auf Basis von Holz hergestellt werden, dürfen ab dem 30. Dezember 2024 in der EU nur noch dann in den Verkehr gebracht werden, wenn diese nicht mit Entwaldung oder Waldschädigung in Verbindung stehen. Die fünf Spitzenverbände der Wertschöpfungskette Druck bezweifeln die praktische Umsetzbarkeit der Pflichten aus der entsprechenden EU-Verordnung und fordern gemeinsam, deren Anwendung EU-weit einheitlich um mindestens ein Jahr zu verschieben.

**G**rundsätzlich teilen die fünf Branchenverbände Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger, Bundesverband Druck und Medien, Bundesverband kostenloser Wochenzeitungen und Medienverband der freien Presse das Ziel der EU-Verordnung gegen Entwaldung (EUDR), Naturwälder weltweit zu schützen. Aufgrund praxisferner Vorgaben sind die Anforderungen der Verordnung aus Sicht der Verbände jedoch derzeit nicht zu erfüllen.

Daher haben die Verbände im März 2024 die Bundesregierung dringend dazu aufgefordert, die durch die Verordnung drohenden Risiken und überbordenden bürokratischen Belastungen für Druck- und Medienunternehmen zu entschärfen. Insbesondere, da wesentliche technische Hilfsmittel und branchenspezifische Umsetzungsleitlinien derzeit noch fehlen, ist zumindest ein Aufschub unerlässlich.

Die Branchenverbände befürchten, dass die unzureichende Vorbereitung seitens der EU-Kommission sowie ein Rückzug globaler Händler aus dem europäischen Markt dazu führen können, dass die Unternehmen ihre Produkte kaum mehr gesetzeskonform in Verkehr bringen können.

Das gefährdet nicht nur die Unternehmen in der Wertschöpfungskette Druck, sondern stellt auch die verlässliche Versorgung der Bevölkerung mit Presseprodukten, Büchern, Wahlunterlagen, technischen Dokumentationen, Etiketten, Verpackungen und anderen Druckprodukten infrage.

Aus Sicht der fünf Branchenverbände ist es daher dringend erforderlich, die EUDR praxistauglich zu überarbeiten. ▣

## Deshalb forderten die Branchenverbände gemeinsam von der Bundesregierung folgende sechs Punkte:

- » Klärung zahlreicher Auslegungsfragen, um eine rechtssichere Anwendung zu gewährleisten
- » Aufschub für Sorgfaltserklärungen, bis ein funktionsfähiges Informationssystem durch die EU-Kommission bereitgestellt wurde
- » Reduzierung der Anforderungen an die Sorgfaltspflicht, insbesondere hinsichtlich unkalkulierbarer Risiken durch die Vermischung von Erzeugnissen
- » Aufschub der Sanktionen um mindestens ein Jahr
- » Bereitstellung geeigneter Tools für die rechtssichere Geolokalisierung
- » Entschärfung der Haftung hinsichtlich mittelbarer Zulieferer

# Überarbeitung der Postreform gefordert

**Der BVDM unterstützt den Bundesrat in wesentlichen Punkten seiner Kritik am Gesetzentwurf zur Modernisierung des Postgesetzes und fordert unter anderem, dass die Zustellung von Zeitungen und Zeitschriften am Erscheinungstag weiter gewährleistet bleiben muss. Aktuell beraten die Bundestagsausschüsse über das Vorhaben.**

**D**ie Bundesregierung plant eine grundlegende Novellierung des Postrechts. Der Bundesrat hat sich am 2. Februar 2024 mit dem Entwurf des Postrechtsmodernisierungsgesetzes befasst und fordert in seiner Stellungnahme zahlreiche Änderungen am Gesetzentwurf. Der Wirtschaftsausschuss des Bundestags befasste sich am Mittwoch, 20. März 2024 mit dem Entwurf in einer öffentlichen Anhörung. Das Gesetzgebungsverfahren soll im April abgeschlossen sein, dafür bedarf es letztlich der Zustimmung der Länderkammer.

Der Bundesrat warnt, dass die im Gesetzentwurf vorgesehenen längeren Zustellzeiten die flächendeckende Versorgung aller Regionen gefährden könne, und befürchtet eine „Ungleichbehandlung und Benachteiligung ländlicher Räume“. Die Länderkammer fordert unter anderem eine Zustellung von Zeitungen und Zeitschriften am Erscheinungstag. Zu prüfen sei, wie sichergestellt werden kann, dass „auch nicht täglich erscheinende Zeitungen und Zeitschriften weiterhin allen Teilen der Bevölkerung barrierefrei und unabhängig von ihrem Wohnort in einer dem Informationsbedürfnis der Leser angemessenen Aktualität zur Verfügung stehen“.

## **BVDM fordert zuverlässige Postzustellung an sechs Tagen die Woche**

Einige der durch den Bundesrat geforderten Änderungen hat auch der BVDM in einer Stellungnahme bereits im März 2023 gegenüber dem BMWK (Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz) gefordert. Der BVDM spricht sich für eine schnelle und zuverlässige Postzustellung an sechs Tagen pro Woche aus. Postdienstleistungen sind ein wichtiger Bestandteil des täglichen Lebens. Folglich muss der sogenannte Universaldienst im Bereich Post- und Paketdienste auf hohem Niveau und zu erschwinglichen Preisen erhalten bleiben.

Eine wichtige Forderung des BVDM ist insbesondere auch die Sicherstellung der Zustellung von Zeitungen und Zeitschriften am Erscheinungstag. Aber auch Werbesendungen müssen weiterhin mit planbaren Zustellungszeiten versendet werden können. Niemand darf durch eine schlechte Qualität der Postzustellung genötigt werden, auf digitale Kommunikation auszuweichen. Dies gilt umso mehr, da digitale Formate oft nicht dieselben Funktionen erfüllen wie Gedrucktes, dazu gehören Print-Mailings, Zeitungen, Zeitschriften oder Geschäftsdrucksachen.

Die Bundesregierung will einen Vorschlag erarbeiten, um sicherzustellen, dass Tageszeitungen „regelmäßig am Erscheinungstag“ bei den Abonnenten sind. Für wöchentlich erscheinende Presseerzeugnisse sei Tagesaktualität hingegen „nicht in gleichem Maße relevant“. Diese Ansicht teilt der BVDM nicht und wird sich dafür einsetzen, dass die Reform nicht zu einem Qualitätsabbau führt, der zulasten aller Organisationen und Personen geht, die auf gedruckte Informationen setzen oder darauf angewiesen sind. ■





## ► Die entscheidende Rolle von Print in der Bildung

Die jüngsten Ergebnisse der OECD-Studie PISA 2022 zeigen einen besorgniserregenden Rückgang der Schülerleistungen im Lesen, der bereits vor der COVID-19-Pandemie zu beobachten war. Intergraf, der europäische Dachverband der Druck- und Medienindustrie, unterstreicht in einer Erklärung die Bedeutung eines ausgewogenen Bildungsansatzes und betont, dass gedruckte Materialien für den Lernprozess unerlässlich sind. Die Forschung zeige, dass digitale Umgebungen weniger geeignet seien, ein tiefes Verständnis zu fördern.

Angesichts des beispiellosen Rückgangs der Lese-, Mathematik- und Naturwissenschaftskompetenz und um die europäischen Bildungssysteme für die Zukunft zu rüsten, empfiehlt Intergraf nachdrücklich einen überlegten Ansatz und eine auf Forschung basierende Entscheidungsfindung bei der Wahl zwischen digitalen und gedruckten Medien in der Bildung. Es sei von entscheidender Bedeutung, ein Gleichgewicht zwischen gedruckten und digitalen Materialien zu finden und dabei die Stärken und Schwächen jedes Materials zu berücksichtigen.

## ► 3200 neue Bäume für das Ennepetal

So sieht aktiver Klimaschutz aus! Ende Februar 2024 hat die VDM Beratung stellvertretend für die Mitglieder der Klimainitiative Druck und Medien im Ennepetal 3200 Bäume gepflanzt. Die stark vom Borkenkäfer befallene und sehr trockene Region soll damit mit heimischen Baumarten wieder bewaldet werden. Im Rahmen der Klimainitiative der Verbände Druck und Medien können teilnehmende Druckereien neben der Kompensation der Restemissionen für Druckprodukte auch zusätzlich Baumspenden zugunsten des deutschen Waldes leisten. Viele Teilnehmer der Klimainitiative der Druck- und Medienverbände und deren Kundinnen und Kunden haben den Wunsch, sich über den zertifizierten Klimaschutz hinaus auch regional zu engagieren. Diesem Wunsch sind die Verbände Druck und Medien nachgekommen und bieten gemeinsam mit der Stiftung Unternehmen Wald Baumpflanzungen im nun dritten Wiederaufforstungsprojekt in Deutschland an.

Weitere Informationen zur Klimainitiative der Verbände Druck und Medien finden Sie hier: [www.klima-druck.de](http://www.klima-druck.de)



The background features a collage of large, stylized letters in various colors (yellow, blue, pink, black, orange, green, brown) scattered across the page. A blue rectangular frame is overlaid on the top and right sides, with a corner folded over to reveal the text box below.

## Unsere Marken auf einen Blick

Die Auswahl des passenden Bedruckstoffes ist nicht nur eine Frage des Geschmacks und des kreativen Anspruchs. Profitieren Sie von unseren maßgeschneiderten Lösungen für die gesamte Print-Wertschöpfungskette von Versand bis Arbeitsschutz. Wir freuen uns, Ihnen die Marken von Inapa Deutschland vorstellen zu dürfen.

[www.inapa.de/eigenmarken](http://www.inapa.de/eigenmarken)

**Alles startet mit uns.**

**inapa**

# Der NUTZEN ist nützlich

Vier Mal im Jahr erscheint das Verbandsmagazin NUTZEN und berichtet über relevante Themen aus der Druck- und Medienwirtschaft. Wir wollten von unseren Leserinnen und Lesern wissen, welche Themen ihnen auf den Nägeln brennen und wie sie das Magazin redaktionell und grafisch bewerteten. Besonders erfreulich ist, dass der NUTZEN als nützlich bewertet wurde und es gelingt – vor allem branchenfremden Personen – den unverzichtbaren Wert der Branche und ihren Produkten zu vermitteln.

Zunächst bedanken wir uns bei allen Leserinnen und Lesern, die sich die Zeit genommen haben, an der Leserumfrage teilzunehmen! Ein Teilnehmer kann sich besonders freuen. Jürgen Schweikert, Geschäftsführer der Druckerei Schweikert in Obersulm-Eschenau, hat an der Umfrage teilgenommen und einen Helikopterflug für zwei Personen an einem Ort seiner Wahl gewonnen. Herzlichen Glückwunsch!

## Leseverhalten

Unsere Leserinnen und Leser beschäftigen sich sehr intensiv mit jeder Ausgabe. 83 Prozent der Leserinnen und Leser aus Druck- und Medienbetrieben lesen sich die komplette Ausgabe des NUTZEN durch. Wohingegen alle anderen eher gezielt einzelne Beiträge lesen. Auch die Regionalteile der Verbände Druck und Medien sind ein Lesermagnet. 60 Prozent der Befragten aus der Branche lesen sich die regionalen Informationen aufmerksam durch.

## Einschätzung und Zufriedenheit

„Den Titelartikel finde ich meistens gut“, schrieb ein Teilnehmer. Und seine Meinung spiegelt die der restlichen Befragten gut wider. Insgesamt schneiden sowohl die Grafik als auch die redaktionellen Beiträge des NUTZEN mit sehr gut ab. Gefragt nach einzelnen Rubriken oder Themenwünschen gibt es ebenfalls ein einheitliches Bild: Viele wünschen sich mehr Beiträge zu Wirtschaftsthemen und IT/KI, sind aber allgemein mit der Themenauswahl sehr zufrieden.

Es zeigt sich auch, dass rund 50 Prozent der NUTZEN-Leserinnen und Leser die Links zu weitergehenden Informationen und Services der Druck- und Medienverbände nutzen.



Jürgen Schweikert gewinnt bei der Umfrage einen Helikopterflug für zwei Personen.

## Entwicklungsperspektiven

Die Befragten gaben der Redaktion auch ihre Wünsche mit auf den Weg. Trotz der sehr guten Bewertungen aller Textgattungen möchten sie mehr Reportagen und Interviews lesen. Thematisch wünschen sie sich mehr Informationen und Beiträge zum Zeitungs- und Verpackungsdruck. All die Anregungen, die wir erhalten haben, sind wertvoll für die Weiterentwicklung des Magazins. Wir nehmen sie selbstverständlich gern auf. ▣

# Innovative Lösungen für den Papiereinkauf

Viele Unternehmen verlassen sich beim Papiereinkauf allein auf ihre Erfahrung und ihr Verhandlungsgeschick - ein betriebswirtschaftlich riskantes Unterfangen beim größten Fremdkostenblock und einem volatilen Markt. Der Papierpreisindex für grafische Papiere von Paperconnect unterstützt die Verantwortlichen dabei, den Papiermarkt und seine tatsächlichen Preisveränderungen in zentralen Sortenbereichen besser messbar zu machen.

Die verlässliche Messbarkeit der eigenen Einkaufspreisqualität, anonymisierte Preisvergleiche mit gleichartigen Kollegenbetrieben und belastbare Markt-Benchmarks tragen zur eigenen Standortbestimmung im Papiereinkauf bei, schützen vor preislichen Benachteiligungen und zeigen Kostensenkungspotenziale auf.

Der Papierpreisindex, der exklusiv durch die Verbände Druck und Medien veröffentlicht wird, liefert fundierte Informationen über die realen Preisentwicklungen der wichtigsten Papiersortenbereiche des Marktes. Er basiert auf dem größten Papiermarkt-Benchmarksystem für alle wichtigen Papiersorten des deutschen Marktes.

sich auf die Preisstellung für die Konsumpapier-Marktgruppe Offset holzfrei weiß für den Paletten-Bezug im Januar 2023.

## Der Einkaufsmanager Papier

Mit dem smarten Einkaufsmanager Papier sichern Sie sich Bestpreise am Markt und behalten volle Kostenkontrolle. Er bildet alle wichtigen Prozesse ab, inklusive Preislistenmanagement, Logistikkosten und automatisierter Rechnungskontrolle. Schützen Sie Ihr Unternehmen vor preislichen Schieflagen und Benachteiligungen beim Papiereinkauf. Das kleine, intelligente Softwaretool macht es möglich: kostengünstig und einfach. ■

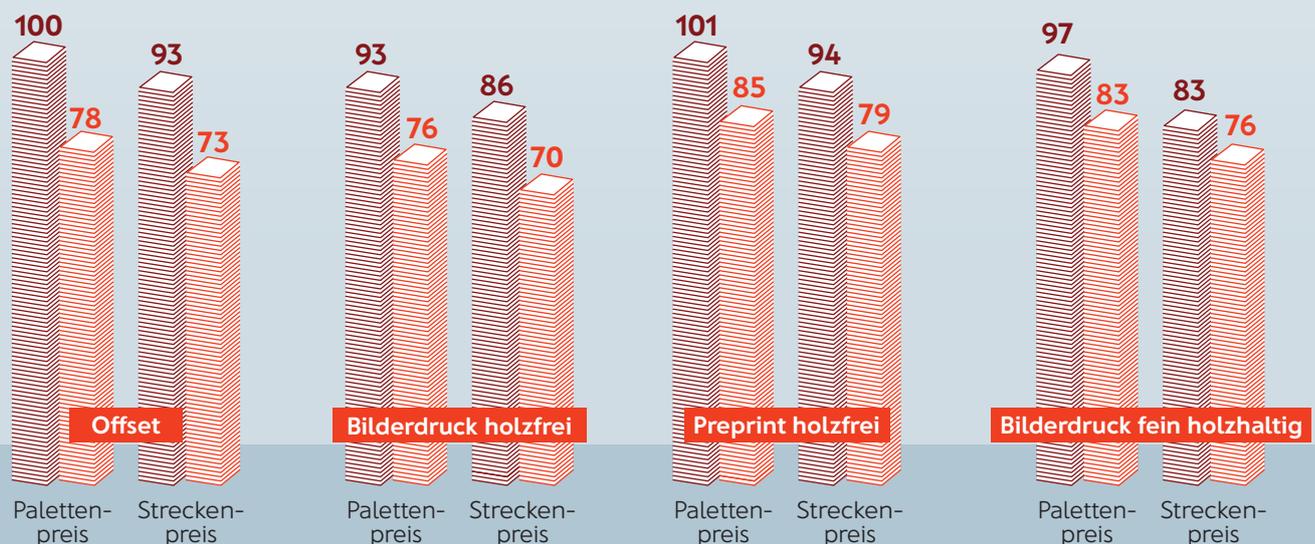
## Der Papierpreisindex Januar 2024

Der Papierpreisindex für Januar 2024 zeigt die Preisstufen für den Paletten-Bezug (Lagergeschäft) und den 5-Tonnen-Bezug (Strecke) im Vergleich zum Vorjahr für die Papier-Marktgruppen Bilderdruck holzfrei, Bilderdruck fein holzhaltig, Offset holzfrei weiß sowie Preprint holzfrei weiß. Der Basisindex liegt bei 100 und bezieht

Weitere Informationen unter  
[www.paperconnect.de](http://www.paperconnect.de) oder per  
Telefon unter 06192 92 85 00



## Preisstaffeln für den Paletten-Bezug und den 5-Tonnen-Strecken-Bezug vom **Januar 2023** im Vergleich zum **Januar 2024**



# VDM Beratung verleiht Flügel

**Der Blaue Engel ist seit über 45 Jahren das Umweltlabel schlechthin. Doch in Zeiten, in denen der Ruf nach glaubwürdiger Nachhaltigkeit und verlässlicher Orientierung für den Kunden auch in der Druckindustrie immer lauter wird, gewinnt das Umweltzeichen noch einmal an Bedeutung und Ansehen. Mit dem Leistungsangebot der VDM Beratung begeben auch Sie sich erfolgreich auf Ihren Weg zur Zertifizierung!**

**P**rint ist nachhaltiger als sein Ruf. Dennoch bestimmen die öffentliche Debatte oftmals Vorurteile und Falschinformationen. Dem gilt es entschieden entgegenzutreten. Eine wichtige Rolle spielen dabei Zertifizierungen, die die Nachhaltigkeit des eigenen Betriebs allseits sichtbar machen. Denn Kunden orientieren sich verstärkt auch an Nachhaltigkeits- und Umweltkriterien bei der Auftragsvergabe. Und dabei verlangen sie nach einer verlässlichen Entscheidungshilfe, um potenziellem Greenwashing nicht auf den Leim zu gehen.

## **Glaubwürdigkeit via Umweltlabel**

Der Blaue Engel bietet genau das: Verlässlichkeit in Sachen Nachhaltigkeit und Umweltfreundlichkeit. Als Unternehmen können Sie über den Blauen Engel Ihr Umweltengagement mit einem belastbaren und unab-

hängigen Siegel versehen. Das schafft Glaubwürdigkeit, stellt einen massiven Vertrauensbonus dar und verschafft Ihnen einen erheblichen Wettbewerbsvorteil gegenüber Ihren Mitbewerbern.

Ein weiterer Vorteil des Blauen Engels ist der ganzheitliche Ansatz: Mit dem Umweltlabel lässt sich eine große Bandbreite an Druckerzeugnissen zertifizieren. Lediglich Geschäftspapiere, Visitenkarten und Verpackungen sind ausgeschlossen. Und auch im Hinblick auf das Druckverfahren sind nur Tampon- und Siebdruck von einer Zertifizierung ausgenommen, da hier kein Kriterienkatalog entwickelt wurde.

## **Nachhaltigkeit in jeder Hinsicht**

Die Ganzheitlichkeit des Blauen Engels endet allerdings nicht bei den zertifizierbaren Erzeugnissen und Verfahren. Sie schließt auch die Nachhaltigkeitskriterien ein, die dem Umweltlabel zugrunde liegen.



Jeder Energieverbraucher wird von unseren Beratern genau analysiert und dokumentiert.

## **Mit einer Zertifizierung zeigen Sie Ihren Kunden unter anderem, dass Sie ...**

- » umweltfreundliche Farben, Lacke, Klebstoffe nutzen
- » dadurch eine hohe Recycling-Quote der Papierfasern ermöglichen
- » umweltbelastende Einsatzstoffe konsequent vermeiden
- » Energieeinsatz, Abfall und umweltbelastende Emissionen konsequent vermindern und bereits auf ein niedriges Niveau gebracht haben
- » und damit in jeglicher Hinsicht ressourcen- und umweltschonend sowie klimaschützend und gesundheitsbewusst produzieren.

## Die VDM Beratung übernimmt für Sie das Projektmanagement bei der Zertifizierung mit dem Blauen Engel. Damit ...

### ... sparen Sie Zeit und werden personell entlastet:

- » Wir überprüfen alle erforderlichen Informationen und Unterlagen, wie z. B. Datenblätter und Entsorgungsnachweise von Lieferanten/ Zulieferern/Partnern.
- » Wir erstellen eine Lösemittelbilanz.
- » Wir führen Sie sicher durch den Formularschub und alle Anforderungen.
- » Wir bereiten Ihren Antrag „unterschriftsreif“ vor.
- » Wir stellen umfangreiche Maßnahmenpläne auf.

### ... profitieren Sie von unserem einzigartigen Netzwerk:

- » direkter Kontakt zur RAL gGmbH und zum Umweltbundesamt
- » deutschlandweite Beratung vor Ort

### Ihre Ansprechpartner:

**Gerald Walther**, +49 170 540 93 02,

g.walther@vdm-beratung.de

**Heinz Klos**, +49 171 332 80 06,

h.klos@vdm-beratung.de

## Herausforderungen einer Zertifizierung

Warum aber schrecken trotz dieser Vorteile viele Druckunternehmen vor einer Zertifizierung mit dem Blauen Engel zurück? Neben den hohen Anforderungen ist es oftmals auch der umfangreiche und zeitintensive Antrag, der viele Verantwortliche abhält. Die Ermittlung und Zusammenstellung von Lösemittelbilanzen, Chemikalienübersichten und diversen Energieaufstellungen – um nur einige Beispiele zu nennen – sind insbesondere in Zeiten des Fachkräftemangels kaum zu stemmen.

## VDM Beratung: Ihr Projektmanager und Partner

Das Leistungsangebot der VDM Beratung greift genau dort: Unsere vom Umweltbundesamt und der RAL gGmbH qualifizierten Beraterinnen und Berater führen Sie durch Ihre Zertifizierung und übernehmen das zeitaufwendige Projektmanagement für Sie. Zu Beginn klären unsere Experten dafür zunächst mithilfe eines kostenlosen Vorgesprächs, ob Ihr Unternehmen für eine Blauer-Engel-Zertifizierung infrage kommt, und machen transparent, welche Kosten auf Sie zukommen würden. Falls Sie im Anschluss weiterhin an einer Zertifizierung mit dem Blauen Engel interessiert sind, bietet Ihnen die VDM Beratung einen Start-Workshop: Dieser legt die Grundlage für den weiteren Weg der Zertifizierung. So entsteht mithilfe einer persönlichen Begehung unserer Experten vor Ort bereits eine belastbare Analyse Ihres Betriebs und erste Maßnahmenpläne für einen erfolgreichen Abschluss der Zertifizierung werden aufgestellt.



Das Umweltzeichen Blauer Engel darf nur verwendet werden, wenn ein Papier eingesetzt wird, das selbst den Blauen Engel trägt.

In einem zweiten Schritt entscheiden Sie dann selbst, ob Sie den Weg zur Zertifizierung mit dem Blauen Engel weiterverfolgen möchten – und ob Sie auch die weiteren Schritte mit der VDM Beratung gehen wollen als verlässlichen und kompetenten Partner und Projektmanager an Ihrer Seite. ■

# UMWELT BEWUSST GEDRUCKT

Druckprodukte  
machen weniger  
als 1% des  
CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks  
pro Person in  
Deutschland  
aus.

**42%**

Sonstiger  
Konsum

**19%**

Flüge, Fahrten  
& Reisen

**18%**

Wohnen

**15%**

Ernährung

**6%**

Strom

Druckerzeugnisse  
weniger als

**1%**

[www.umweltbewusstgedruckt.de](http://www.umweltbewusstgedruckt.de)

Verband  
Druck + Medien

# Jobbörse hilft bei der Stellenbesetzung

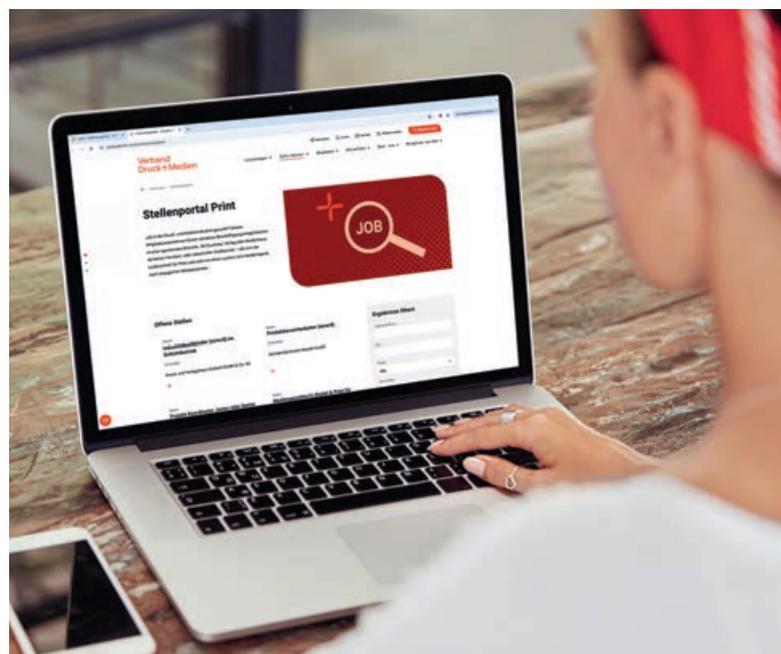
Die Verbände Druck und Medien bieten ab sofort eine zentrale Plattform für offene Stellen der Branche in ganz Deutschland an. Damit unterstützen sie die Branchenbetriebe bei der Suche nach Fachkräften.

**D**er akute Fachkräftemangel ist in der Druck- und Medienindustrie deutlich spürbar. Auch im vergangenen Jahr blieben viele Stellen unbesetzt. Die Ergebnisse einer bundesweit durchgeführten Umfrage zur Fachkräftesituation in der Branche bestätigen die angespannte Lage auf dem Fachkräftemarkt. 46 Prozent der Teilnehmenden gaben an, ihre freien Stellen nicht mit geeigneten Kräften besetzen zu können und damit an Wettbewerbsfähigkeit zu verlieren.

## Attraktive Jobs in einer spannenden Branche

„Die Druck- und Medienbranche ist ein spannender Wirtschaftszweig. Ob Druckerei, Verlag oder Medienhaus, kleiner Familien- oder industrieller Großbetrieb – sie alle eint die Leidenschaft für Print, aber aktuell und in einigen Regionen Deutschlands ist es nicht leicht, geeignete Fachkräfte zu finden“, beschreibt Kirsten Hommelhoff, Hauptgeschäftsführerin des Bundesverbandes Druck und Medien, die Situation. „Dabei bieten unsere Betriebe attraktive Beschäftigungsmöglichkeiten“, so Hommelhoff weiter.

Im besonderen Fokus der Stellenbörse stehen die Druck- und Medienberufe: Ob kreative Mediengestalter für die Druckvorstufe, technisch versierte Medientechnologen in den Bereichen Druck, Siebdruck und Druckverarbeitung für die Produktion oder Industriemeister, Medienfachwirte und Techniker für die Führungsebene sowie angehende Auszubildende. Sie alle finden auf der neuen Plattform die Angebote der Unternehmen. Technisch ist die Stellenbörse so aufgebaut, dass die Angebote deutschlandweit über die Websites der Landesverbände sowie des Bundesverbandes ausgespielt und zudem auch bei „Google for Jobs“ gefunden werden.



## Für Mitglieder der Verbände kostenfrei und exklusiv

Das zentrale Jobportal der Verbände zielt darauf ab, den Fachkräftemangel in der Druck- und Medienbranche zu mildern, dadurch die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe zu stärken und eine Win-win-Situation für Unternehmen und Arbeitssuchende zu schaffen. Mit der kostenfreien Veröffentlichung ihrer offenen Stellen haben Mitgliedsunternehmen der Verbände Druck und Medien die Möglichkeit, sich umfassend zu präsentieren und damit exklusiv und punktgenau qualifizierte Bewerber auf sich aufmerksam zu machen. □

Hier geht's zur Jobbörse:  
[www.jobs-print.de](http://www.jobs-print.de)



# Green Claims – neue Spielregeln für Umweltaussagen

**Umweltbezogene Werbeaussagen werden in der EU künftig strenger reguliert. Gleich zwei parallele EU-Richtlinien sind hierzu aktuell in Arbeit.**

**U**nternehmen erleben derzeit einen massiven Zuwachs an EU-Regulierung im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit: Zu Entwaldungsverordnung, Lieferkettengerichtlinie und Nachhaltigkeitsberichterstattungsrichtlinie kommt nun noch die Regulierung von Umweltaussagen – Green Claims – durch zwei neue Richtlinien. Ziel all dieser Regelungen im Rahmen des „Green Deals“ der EU ist das Erreichen der Klimaneutralität bis 2050.

Ein Blick ins Supermarktregal zeigt, dass Umweltaussagen in Form von Siegeln und positiven Umweltcharakteristiken weit verbreitet sind. Eine EU-Studie aus dem Jahr 2020 kam zu dem Ergebnis, dass 53 Prozent aller Umweltaussagen vage, nicht fundiert oder irreführend seien. Um irreführende Werbeaussagen zu verhindern und mehr Transparenz für Verbraucher zu schaffen, hat die EU zwei neue Richtlinien auf den Weg gebracht, die die Werbung mit Umweltaussagen regeln.

## „Empco Empowering consumers for the green transition Richtlinie“

Die vom EU-Parlament im Januar 2024 angenommene Richtlinie zur „Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel durch besseren Schutz gegen unlautere Praktiken und bessere Informationen“ wurde am 20. Februar 2024 vom Europäischen Rat angenommen. Die Empco Richtlinie regelt, dass allgemeine Umweltaussagen künftig nur noch erlaubt sind, wenn ihr Inhalt ausreichend nachgewiesen

werden kann. Daneben regelt die Richtlinie weitere Verbraucherrechte, wie z. B. eine Informationspflicht zur gesetzlichen Gewährleistungspflicht, Regeln zur Haltbarkeit und Reparierbarkeit von Produkten sowie Software-Updates. Die Richtlinie muss noch innerhalb von 24 Monaten nach Inkrafttreten in nationales Recht umgesetzt werden. Mit Änderungen im deutschen Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) ist ab Frühjahr 2026 zu rechnen.

Allgemeine Umweltaussagen wie z. B. „umweltfreundlich“, „umweltschonend“, „ökologisch“ „klimafreundlich“, werden künftig nur noch erlaubt sein, wenn die behauptete hervorragende Umweltleistung durch anerkannte Systeme für Umweltkennzeichnung nachgewiesen werden kann, etwa durch das EU-Umweltzeichen „Ecolabel“.



Erlaubt sind weiterhin nachweisbare spezifische Umweltaussagen, die dem Verbraucher auf demselben Medium klare Informationen geben, wie z. B. „100 % der für die Herstellung dieser Verpackung verwendeten Energien stammen aus erneuerbaren Quellen“.

Nachhaltigkeitssiegel, die nicht von staatlichen Stellen festgesetzt werden, müssen künftig auf einem Zertifizierungssystem beruhen, das bestimmte Voraussetzungen erfüllt, wie öffentlich einsehbare Bedingungen und eine objektive Überwachung. Aussagen, dass ein Produkt allein aufgrund der Kompensation von Treibhausgasemissionen neutrale, verringerte oder positive Auswirkungen auf die Umwelt hat, sollen künftig verboten sein.

### „Green Claims Richtlinie“

Die zweite Richtlinie zu Umweltaussagen, die sog. Green Claims Richtlinie, sieht vor, dass alle Umweltaussagen vorab genehmigt werden müssen. Die Green Claims Richtlinie gibt Mindeststandards bzgl. der Informationen vor, die Unternehmen vorlegen müssen, um die Aussagen zu belegen. Kleinunternehmen mit bis zu neun Beschäftigten und max. 2 Mio. Euro Jahresumsatz sollen von der Richtlinie ausgenommen werden. Es ist damit zu rechnen, dass dieses Gesetzgebungsverfahren erst nach der Europawahl im Juni 2024 abgeschlossen wird.

### Klimainitiative der Druck- und Medienbranche

Die Klimainitiative der Verbände Druck und Medien gehört zu den bekanntesten und renommiertesten Anbietern, wenn es darum geht, CO<sub>2</sub>-Emissionen im Print- und Verpackungsbereich zu ermitteln und zu reduzieren. Der von der Klimainitiative angebotene CO<sub>2</sub>-Rechner basiert auf akkreditierten seriösen Standards und ermöglicht Unternehmen, ihre CO<sub>2</sub>-Emissionen zu ermitteln und anschließend Maßnahmen zur Reduktion zu bestimmen und umzusetzen. Aktuell prüft die Klimainitiative, welche Anpassungen künftig erforderlich sind.

### Ausblick

Die neue Regulierung von Umweltaussagen soll dafür sorgen, dass unseriöse Umweltaussagen keine Chance mehr haben. Unternehmen müssen künftig noch genauer als bisher darauf achten, ob sie umweltbezogene Werbeaussagen auch ausreichend belegen können. Aus Sicht des BVDM steht zu befürchten, dass damit zwar „Green Washing“ vermindert wird, es jedoch künftig zum „Green Hushing“, dem Schweigen über Umweltengagement oder sogar weniger Investitionen in Nachhaltigkeit kommen könnte. Daher setzt sich der BVDM in den laufenden Gesetzgebungsverfahren dafür ein, dass die EU nachhaltiges Handeln nicht mit neuen bürokratischen Hürden unnötig erschwert. ■

von Anna Lutz,  
Referentin Medien- und Wirtschaftsrecht, BVDM



infoKompakt „Green Claims –  
Mit Umweltaussagen richtig werben“  
24. Juni, 14.00 – 16.00 Uhr, online

Weitere Informationen unter  
[www.bvdm-online.de/infokompakt](http://www.bvdm-online.de/infokompakt)



# Die neue Dimension der Weiterbildung

**Wussten Sie schon? Bei der Print Academy können Sie nicht nur einzelne Seminare buchen. Unser innovatives Flatrate-Modell erlaubt es Ihnen vielmehr, allen Mitarbeitenden, ohne jede Einschränkung unser gesamtes Angebot zugänglich zu machen – zu einem attraktiven Preis. Damit garantieren Sie eine kontinuierliche Personalentwicklung auf konstant hohem Niveau!**

**W**ie finden Sie aktuell die richtigen Angebote für die Aus- und Weiterbildung Ihrer Mitarbeitenden? Suchen Sie mühsam im Internet die passenden Veranstaltungen? Vergleichen Sie aufwendig die Kosten und Inhalte der angebotenen Formate? Und ärgern Sie sich dann über unnötige Redundanzen, weil viele Seminare gleiche Themen behandeln?

## **Wir haben die Lösung:**

Die Print Academy bietet eine neue Dimension der Weiterbildung – speziell abgestimmt auf die Druck- und Medienindustrie. Unsere über 100 branchenspezifischen und optimal auf Ihre Bedürfnisse zugeschnittenen Online-Seminare sind genau das richtige Angebot für Ihre Fachkräfte. Und das nicht nur als Einzelseminar. Denn Sie haben die Möglichkeit, allen Mitarbeitenden alle Schulungen zugänglich zu machen – ohne jede Einschränkung durch unser innovatives Flatrate-Modell! ▣

## **Ihre Flatrate-Vorteile auf einen Blick:**

- » alle Seminare in einer Flatrate
- » maßgeschneidert für verschiedene Unternehmensgrößen
- » reduzierte Preise für VDM-Mitglieder
- » verbesserte Mitarbeiterbindung
- » höhere Arbeitgeberattraktivität
- » Verankerung der Mitarbeiterqualifikationen im Unternehmen
- » Veränderungen anstoßen und Innovationspotenzial fördern
- » kontinuierliche Personalentwicklung auf höchstem Niveau

Sie möchten sich selbst unverbindlich ein Bild machen? Dann melden Sie sich gerne bei uns. Wir freuen uns auf Sie!

### **Ihr Ansprechpartner:**

Michael Becker, Tel. 02306 / 20 262-34  
becker@print-academy.de

Weitere Informationen unter  
[www.print-academy.de/flatrate](http://www.print-academy.de/flatrate)



”

Die Flatrate der Print Academy bietet Online-Seminare zu relevanten Themen – aus einer Hand und für ein klar definiertes Bildungsbudget.“

Katja Herrmann, Schleunungdruck GmbH

# Mit Betriebsrente bei Mitarbeitenden punkten

Der Fachkräftemangel stellt viele Arbeitgeber in der Druck- und Medienbranche vor große Herausforderungen. Ein wichtiges Mittel zur Erhöhung der Arbeitgeberattraktivität ist die betriebliche Altersversorgung (bAV). So belegt die bAV laut stepstone 2021 Platz 1 bei den Top 5 der Employee Benefits, noch vor Bonus, Firmenwagen oder Jobticket. Auch bei der Frage, was sich Mitarbeitende bei einem Jobwechsel wünschen, wird die bAV am häufigsten genannt. Das weist die IFD-Allensbach Studie „Generation Mitte“ aus.

Viele Arbeitgeber und deren Beschäftigte der Druck- und Medienbranche profitieren bereits seit 2002 von der betrieblichen Altersversorgung (bAV) „Zukunftsfonds“. Daher entwickelt der Spezialist HDI das Angebot gemeinsam mit den Sozialpartnern BVDM, HPV und ver.di im Zukunftsfonds stetig weiter.

Um allen Unternehmen der Branche zeitgemäße und effiziente Lösungen zum Aufbau einer Betriebsrente anzubieten, wurde nun das Angebot im Zukunftsfonds um die fondsgebundene Direktversicherung HDI SafeInvest erweitert. Das neue Produkt wendet sich an investitorientierte Mitarbeitende, welche die Renditechancen der Kapitalmärkte für ihre Altersversorgung nutzen wollen. Bereits ab dem ersten Tag werden die Sparbeiträge mit einer sehr hohen Aktienquote von ca. 80 Prozent bis über 90 Prozent je nach Laufzeit angelegt. Für den weiteren Vertragsverlauf ist eine Aktienquote von bis zu 100 Prozent mit hohem Renditepotenzial möglich. Die Mitarbeitenden können dabei zwischen nachhaltigen, chancenorientierten und schwankungsarmen Anlagen mit breiter Risikostreuung über verschiedene Anlageklassen wählen. Gleichzeitig setzt HDI SafeInvest auf Sicherheit: Neben einer Bruttobeitragsgarantie von 80 Prozent bietet das Produkt einen sogenannten „Börsencrash-Airbag“. Der Airbag sorgt dafür, dass die in den Investment-Portfo-



Bild: Monster Studio

lios angesammelten Guthaben der Versicherten monatlich immer in Höhe von 80 Prozent des Vormonatswerts gesichert sind. Bei Bedarf kann die Absicherung durch die Bausteine „Safe plus“ und ein Kapital-Ablaufmanagement noch weiter erhöht werden. So bietet SafeInvest sowohl die gesetzlich erforderlichen Garantien als auch attraktive Renditechancen. Für Arbeitgeber erfüllt SafeInvest als beitragsorientierte Leistungszusage alle arbeits- und steuerrechtlichen Anforderungen. ■

Autor: Frank Stonjek

Für weitere Informationen stehen die regionalen HDI-Zukunftsfondsbetreuer oder der bundesweite HDI-Koordinator, Frank Stonjek telefonisch unter 0172 25 62 720 oder per Mail [frank.stonjek@hdi.de](mailto:frank.stonjek@hdi.de) zur Verfügung.

Informationen rund um den Zukunftsfonds finden Sie auch unter [www.zukunftsfonds-medien-druck-papier.de](http://www.zukunftsfonds-medien-druck-papier.de)



# TERMINE

2024 ◀ ▶ 2025

28.05.–07.06.2024  
**drupa**, Düsseldorf

28.05.–07.06.2024  
**PRINT & DIGITAL CONVENTION**, Düsseldorf

13.–15.06.2024  
**Branchentreffen und  
Mitgliederversammlungen der  
Verbände Mitteldeutschland,  
Nord-Ost und Nord-West**, Hannover

28.06.2024  
**vpdm Südbaden Jahrestagung**,  
Überlingen am Bodensee

11.–12.09.2024  
**BDZV Kongress**, Berlin

19.–20.09.2024  
**Deutscher Druck- und Medientag und  
BVDM-Hauptvorstandssitzung**, Berlin

11.–12.10.2024  
**Jahrestagung dmpi**, Stuttgart

16.–20.10.2024  
**Frankfurter Buchmesse**, Frankfurt a.M.

17.–19.10.2024  
**Bayerischer Druck- und Medientag**, Coburg

21.11.2024  
**Vertriebskongress Druck und Medien**,  
Düsseldorf

13.–15.02.2025  
**wetec**, Stuttgart

11.–13.03.2025  
**InPrint Munich**, München

02.–04.04.2025  
**Online Print Symposium**, München

21.–24.05.2025  
**Deutscher Druck- und Medientag  
und Mitgliederversammlung  
vdm Nord-West**, Hamburg





Analog  
Digital  
Heartbeat



Odeon

# Architecture to connect everything

ODEON stands for architecture to connect everything and is revolutionising the printing industry by seamlessly connecting machine and software applications.

[tessitura.io](https://tessitura.io)

Besuchen Sie uns auf unserem Gemeinschaftsstand auf dem Freigelände am Messecenter vor Halle 4, Stand FG4-1



**drupa**

no. 1 for printing technologies

28. Mai -  
07. Juni 2024  
Düsseldorf  
[www.drupa.de](https://www.drupa.de)

# Steuber – Ihr Trusted Partner – auf der drupa 2024.

Wir laden Sie herzlich ein, uns auf der drupa 2024 zu besuchen – dem führenden Branchenevent, das die Zukunft der Digitalisierung und der Technologie für alle Prozesse rund um Print präsentiert.

Entdecken Sie unsere starken Marken:  
**prospareparts** – top Ersatzteile in Erstausrüsterqualität für Ihre manroland-Bogendruckmaschine.  
**mysteuber** – erstklassige Verbrauchsmaterialien für Ihren Drucksaal.

Wir freuen uns darauf, Sie zu treffen.

[www.steuber.net](https://www.steuber.net)



**Steuber**

Seit 1922 mit Leidenschaft  
Partner der Druck- und  
Medienindustrie



# Ultimative Flexibilität. Die neuen Versafire LV & LP.

Entdecken Sie die Möglichkeiten des Digitaldrucks.

➔ [heidelberg.com/versafire](https://heidelberg.com/versafire)

