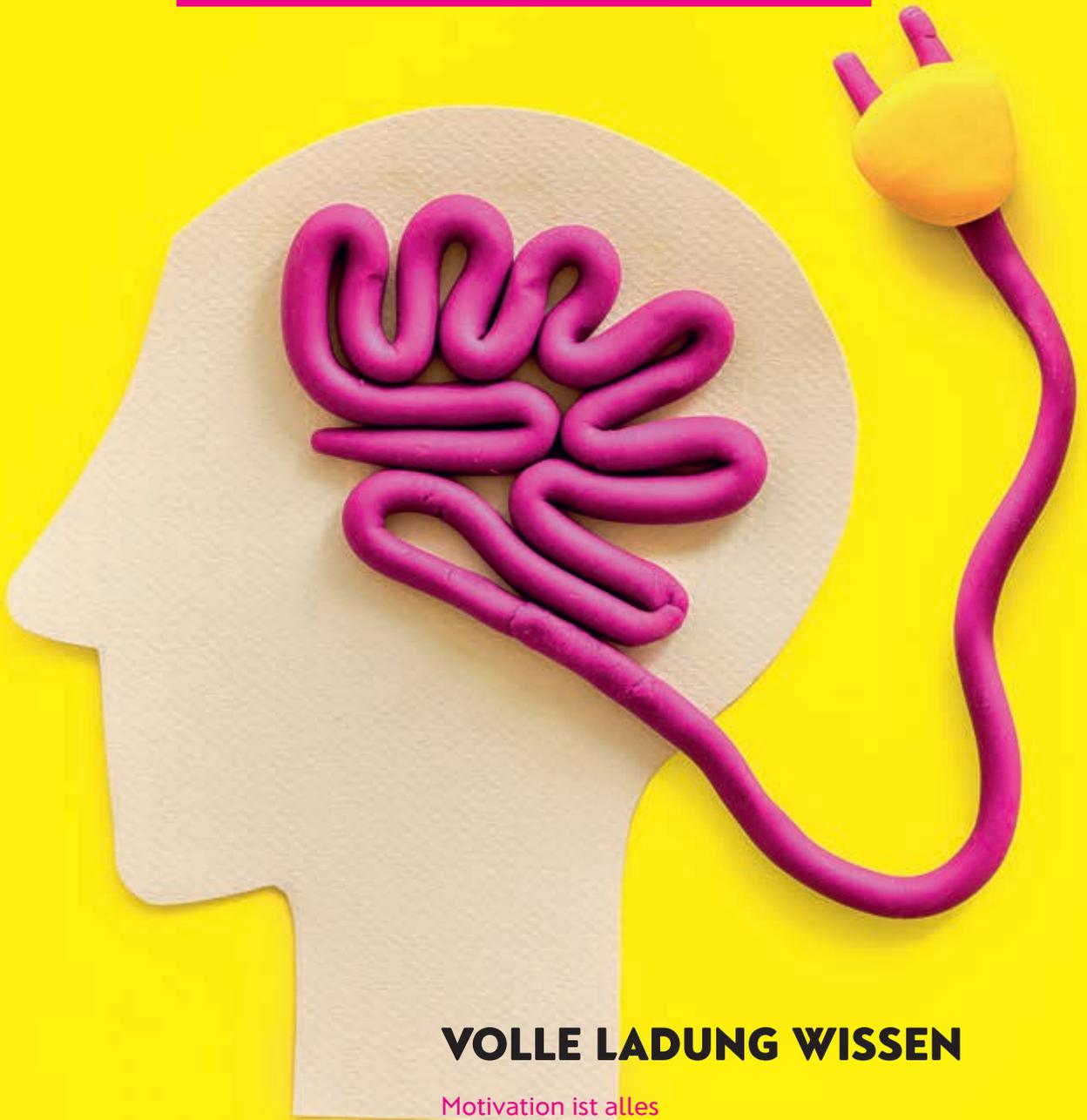


DAS MAGAZIN

NUTZEN

DER DRUCK- UND MEDIENVERBÄNDE



VOLLE LADUNG WISSEN

Motivation ist alles

Lieferengpässe und Kostenexplosionen

Online lernen für alle

Das ist neu beim Verbraucherschutz

Entdecken Sie
unser Sortiment
mit über **5.000**
Druckprodukten!

www.onlineprinters.de

QUALITÄT,
DIE IHRE
BOTSCHAFT
TRÄGT. ■

 Kostenloser
Standardversand

 Kompetenter
Service

 **ONLINEPRINTERS**

 1 Millionen
zufriedene Kunden

 35 Jahre
Erfahrung im Druck

EDITORIAL



Foto: Watch_Media_House - shutterstock.com

Gerissene Lieferketten, leere Hallen – ist das die Zukunft? Auf alle Fälle müssen Unternehmen schnell und flexibel handeln und im guten Einvernehmen mit den Lieferanten vorausschauend planen.

Liebe Leserin, Lieber Leser,

wir gehen – mal vorsichtig – davon aus, dass der größere Teil unserer Leserinnen und Leser zwischen 30 und 60 Jahren alt ist. Diese Altersgruppe – zu der auch ich gehöre – ist in eine Zeit hineingewachsen, die nahezu allen Menschen in unseren nord- und mitteleuropäischen Breiten- und Längengraden mehr Möglichkeiten bietet als je zuvor. Mit einer stetig wachsenden Wirtschaft, einer riesigen bunten Warenwelt und nahezu grenzenloser Verfügbarkeit von Produkten und Dienstleistungen – oft sogar „just in time“. Was wir nicht gelernt oder völlig vergessen haben: Es kann auch mal etwas nicht geben. Wer von uns hätte denn ernsthaft gedacht, dass wir plötzlich an allen Ecken Knappheiten erleben würden? Lieferschwierigkeiten sowie enorme Preissteigerungen machen ja nicht nur der deutschen Druck- und Medienwirtschaft zu schaffen – sie treffen Betriebe sämtlicher Branchen und Größenklassen. Der Kreditversicherer Euler Hermes riet Unternehmen bereits 2020: Es ist definitiv an der Zeit, das Thema anzugehen, denn auch in den kommenden Jahren ist mit großen Problemen für die Versorgungsketten zu

rechnen. Auch die Unternehmen unserer Branche müssen daher Notfallpläne entwickeln, um schnell und flexibel handeln zu können. Zudem dürfte die Beziehungsqualität mit den eigenen Lieferanten in der Zukunft eine immer größere Rolle spielen.

Bei diesen wichtigen Aufgaben unterstützen wir, die Druck- und Medienverbände, unsere Mitgliedsbetriebe nach Kräften. Im ganz Privaten dagegen lohnt es sich vielleicht einmal, innezuhalten. Muss es Spargel bereits im März zu kaufen geben und Erdbeeren den ganzen Winter durch? Ist es ein Drama, wenn ich ein neues Waffeleisen erst in vier Tagen erhalte? Ich meine, nein. Gelegentlich auf etwas warten zu müssen, kann die Freude und den Genuss sogar unheimlich steigern.

Ich wünsche Ihnen eine angenehme Lektüre.

Herzlichst, Ihr Dr. Paul Albert Deimel,
Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes
Druck und Medien e.V., und Ihre Geschäftsführer
der Druck- und Medienverbände



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: BILDUNG

08 — VOLLE LADUNG WISSEN

- » Motivation ist alles
- » Bildungsurlaub – im Idealfall eine Win-win-Situation
- » Dafür machen sich die Verbände stark

30 — DRUCK AUF BERLIN UND BRÜSSEL

Quecksilber-UV-Strahler ohne Alternative



IMPRESSUM

HERAUSGEBER: Bundesverband Druck und Medien e.V. (Dr. Paul Albert Deimel)
Friedrichstraße 194–199, 10117 Berlin
Tel.: (0 30) 20 91 390, Fax: (0 30) 20 91 39 113, E-Mail: info@bvd-m-online.de

VERANTWORTLICH: Bettina Knappe

REDAKTIONSTEAM UND TEXTE: Kathrin Duschek, Melanie Erlewein, Cordula Hofacker, Bettina Knappe, Gwendolyn Paul, Marian Rappl, Antje Steinmetz, Katrin Stumpfenhausen

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

DRUCK: Schleunungdruck GmbH
Elterstraße 27, 97828 Marktheidenfeld, Tel.: (0 9391) 6005 0, Fax: (0 9391) 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.

03 — EDITORIAL

Herzlich willkommen zum neuen NUTZEN

06 — PRINT KOMMT AN

Wähler, Nutzer, Leser

14 — WIRTSCHAFT

Lieferengpässe und Kostenexplosionen

16 — DER NUTZEN

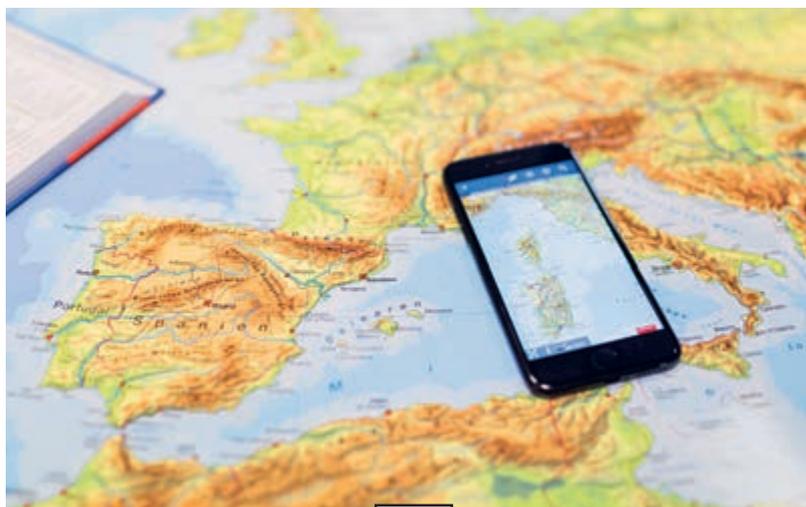
Die ganze Erde in einem Buch

18 — DIE FIRMA

Top-Ausbildung sichert Unternehmenserfolg

21 — NUR FÜR AZUBIS!

Gestaltungswettbewerb der Druck- und Medienverbände



Seite **16**

22 — NÜTZLICH

Wissenswertes für die Betriebsführung

24 — DIE PROFIS

Vertrauen ist die Grundvoraussetzung



Seite **24**

26 — ONLINE LERNEN FÜR ALLE

Die neue Print Academy

28 — UNTERWEGS MIT ...

Der nächste Karriereschritt

33 — TARIFVERHANDLUNGEN 2022

34 — EINKAUF

Jetzt besser aufstellen im Papiereinkauf!

36 — RECHT

Das ist neu beim Verbraucherschutz

38 — TERMINE

Regionale, nationale und internationale Branchenveranstaltungen



Seite **28**

Wir hoffen, dass Ihnen die zwanzigste 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

Wir freuen uns auf Ihre Rückmeldungen!



Print kommt an

Print sorgt für Umsatz, Einschaltquoten, Käufer, Wähler, Gäste, Marktanteile, Mieter, Nutzer und Besucher. Und die deutschen Druck- und Medienunternehmen gehören zu den modernsten weltweit: Qualität und Geschwindigkeit der hiesigen Produktionen sind auf höchstem Niveau – von Auflage 1 im Digitaldruck bis zur Millionenaufgabe im Offset.

4 Mrd.

Bierdeckel produzieren die beiden deutschen Weltmarktführer pro Jahr.



Außenwerbung erzielte im Jahr 2021 **44%** mehr Umsatz als im Vorjahr.

TAG

ZAHLEN & FAKTEN



96%

Für 96% der Zeitungsleser ist die lokale Tageszeitung eine feste Größe in der Region.

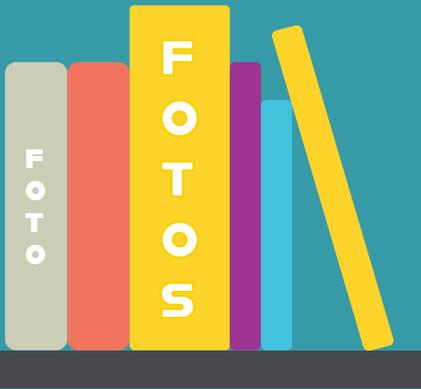


342

Tageszeitungen gibt es allein in Deutschland.

120 Millionen

Postkarten haben die Deutschen 2020 verschickt.



9,3 MILLIONEN
Fotobücher wurden 2020
produziert.

ESZEITUNG

HÄNDLER
600 Millionen €

Mehr als 600 Millionen € investieren
Lebensmittelhändler und Supermärkte
in Tageszeitungsanzeigen.



24.344 verschiedene
Schulbücher sind in Deutschland lieferbar
und pro Jahr kommen rund 2000 neue
auf den Markt.

Volle Ladung Wissen





Eine Investition in Wissen bringt noch immer die besten Zinsen.“

Benjamin Franklin

Jeder Mensch kann nicht nur lernen, er will es auch! Das beginnt beim Säugling und hält ein Leben lang an. Bis zu einem gewissen Grad ist menschliches Lernen ein Automatismus. Auf höherer Ebene ist es eingebunden in einen Prozess, der sehr viel mit Freude zu tun hat. Das mag vielleicht nicht für lateinische Konjugationen gelten, funktioniert aber hervorragend, wenn es um Bundesligatabellen, Computerspiele oder Zumba-Choreografien geht.

Hirnforscher und moderne Pädagogen sind sich seit Langem einig: Entscheidend für den Lernerfolg ist die Motivation oder besser noch – die Relevanz! Was dem Gehirn wichtig ist, saugt es auf wie ein Schwamm, und der Lernprozess wird zu einer beglückenden Erfahrung. Erscheint ihm dagegen etwas unwichtig, bleibt es links liegen, Lernen wird als mühsam, langweilig und öde empfunden. Dabei geht es dem Hirn nicht unbedingt nur um den Stoff, den es lernen könnte. Neurodidaktischen Erkenntnissen zufolge ist das sogenannte soziale Lernen einer der wichtigsten Faktoren im Lernprozess. Das liegt daran, dass Menschen nahezu automatisch empathisch sind und sich permanent in ihre Gegenüber, in Lehrer oder auch Gruppenmitglieder einfühlen. Ein Lehrer, der sein Thema wichtig und spannend findet und imstande ist, seinen Schülern dies auch zu vermitteln, weckt viel eher Begeisterung als ein reines Herunterbeten von Informationen. Ähnliches ist auch bei Erwachsenen in Vorträgen zu beobachten. Referenten, die lebendig, dem Auditorium zugewandt und authentisch sind, reißen die Zuhörer mit, haben die volle Aufmerksamkeit und schaffen es besonders gut, ihren Inhalten Bedeutung zu geben – also Relevanz zu transportieren. »



Ähnlich erfolgreich lernt es sich bei Aktivitäten in Gruppen. Sei es beim Körbwerfen auf dem Basketballfeld, beim Skaten, Kochen, Musizieren, Tanzen oder auch beim Arbeiten in gut funktionierenden Teams. Jede und jeder bringt die eigenen Ambitionen mit, und durch unbewusste gegenseitige Verstärkung entsteht ein Höchstmaß an gemeinsamer Motivation, ein intensives Mit- und Voneinanderlernen. Es entwickelt sich eine kraftvolle Dynamik, die beseelen und glücklich machen kann. Dieses Glück findet das Gehirn gut, deshalb gibt es diesem Prozess und dem Lernerfolg das Prädikat „wichtig“ und führt wie ein Perpetuum mobile sowohl Individuen als auch die gesamte Gruppe zu immer besseren Leistungen.

Nicht zuletzt diese Art von Lernprozessen hat die Spezies Mensch – trotz all ihrer Schwächen – erfolgreich gemacht. Und was in den vergangenen 40.000 Jahren funktionierte, kann heute so falsch nicht sein. Hier sind die Bundesländer, Schulbehörden und Schulen dringend gefragt, Konzepte umzusetzen, die zu den Lernerfolgen führen, die eine Wissensgesellschaft wie die unsere – so auch unsere Branche – in Zukunft braucht. Erkenntnisse, Studien und herausragende Pilotprojekte liegen den politischen Entscheidern seit Langem vor.

Die Verbände Druck und Medien mahnen seit vielen Jahren ein Umdenken in der Schulbildung an. Dem nachweislichen Rückgang des Grundlagen- und Allgemeinwissens und der nachlassenden Kompetenz in Mathematik, Orthografie, Textverständnis und dem verständlichen Schreiben muss mit aller Kraft begegnet werden. Denn diese Fähigkeiten sind das entscheidende Fundament für den Einstieg in die betriebliche Berufsausbildung.

Motivation ist alles

Lernen liegt uns in den Genen. Kleinkinder, die laufen lernen, machen durchschnittlich 2368 Schritte pro Stunde. Dabei legen sie rund 700 Meter zurück (Länge von 7 Fußballfeldern). Im Schnitt fallen sie 17-mal pro Stunde hin. Geht man davon aus, dass ein Kind etwa fünf Stunden täglich herumtapst, macht es jeden Tag knapp 12.000 Schritte und fällt dabei etwa 85-mal hin. Aufgeben ist keine Option, intuitiv wissen die Kleinen, dass die Mühe sich lohnt. Später – insbesondere im Berufsleben – ist dann eher das Interesse ausschlaggebend und damit verbunden die Frage, ob man in der Beschäftigung mit einem Thema einen Sinn sieht. Denn das ist entscheidend, um sich weiterzuentwickeln, zu lernen und auch mal Durststrecken zu überwinden. Kann ein Chef, eine Chefin nichts wirklich Sinnstiftendes bieten, ist es schwierig mit der Motivation. Die Lust am Lernen, am Experimentieren und auch am Erfolg wird dann einfach woanders ausgelebt – im Hausbau, im Garten, beim Mitraten bei „Wer wird Millionär“, im Hobbyraum, im Ehrenamt oder in der Volkshochschule. Dabei wäre es gerade in unserer sich permanent verändernden Branche so wichtig, seine Truppe stetig mit neuen Inhalten zu füttern. Hier bieten die Druck- und Medienverbände professionelle Beratungen an. So kann systematische Fort- und Weiterbildung die Mitarbeiterzufriedenheit deutlich steigern und gerade für junge Menschen ein Grund sein, sich für ein Ausbildungsverhältnis zu entscheiden, auch wenn die Druckbranche vielleicht nicht die erste Wahl war.

Was Hänschen nicht lernt, lernt Hans nimmermehr?

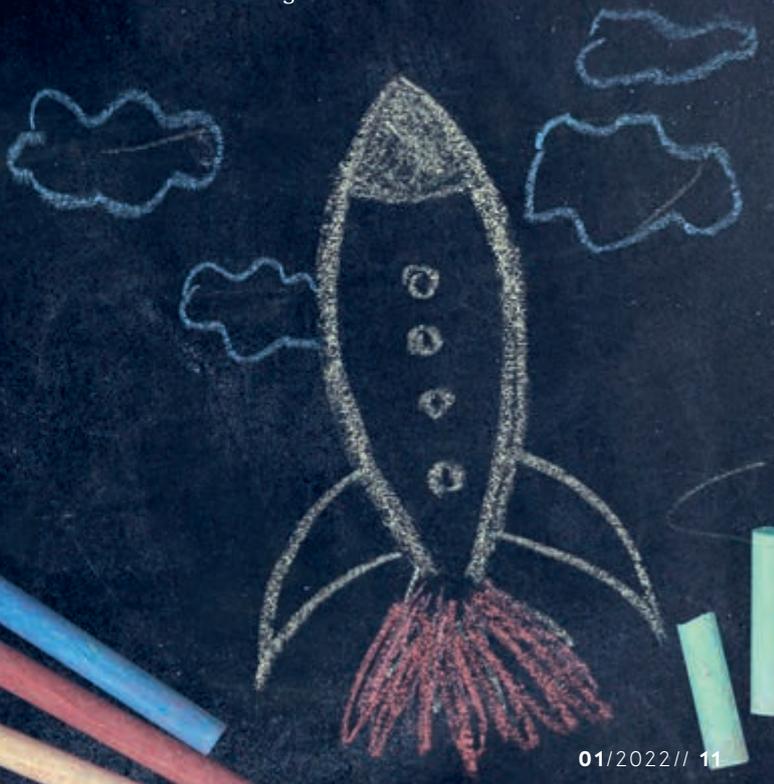
Dass man mit zunehmendem Alter nur noch sehr schwer Neues lernt, ist zwar eine verbreitete Ansicht. Aber sie entspricht nicht der Wirklichkeit. Denn grundsätzlich entwickelt sich das Gehirn während des ganzen Lebens weiter.

Seit über 60 Jahren erfassen Forscher an der University of Washington alle sieben Jahre die geistigen Fähigkeiten von bis zu 6000 Personen. Die Befunde belegen: Die über 50-jährigen stechen die 25- bis 35-jährigen in puncto Sprachkompetenz und Wortgedächtnis aus. Sie können sich besser räumlich orientieren und in komplexen Situationen leichter Schlussfolgerungen ziehen. Altersforscher und Biochemiker Christian Behl von der Universität Mainz kommentiert die Ergebnisse: „Bei den kurzzeitigen Gedächtnisleistungen, also flink sein, sich schnell etwas merken, sind junge Menschen häufiger im Vorteil. Aber bei langzeitlichen Gedächtnisleistungen, die an die Erfahrung anknüpfen, punkten die Älteren. Sie sind besser darin, komplexe Sachverhalte zu analysieren und Schlüsse daraus abzuleiten. Je breiter, umfassender und komplizierter die Herausforderungen sind, desto kleiner sind die Lernunterschiede zwischen Älteren und Jüngeren.“

Entscheidend für die erfolgreiche Fort- und Weiterbildung in der älteren Generation ist meist nicht das Gehirn, sondern der Anreiz. Für viele steht ein spürbar höheres Einkommen oder ein Karrieresprung nicht mehr in Aussicht. Es stellen sich daher Fragen wie: Was bringt es mir? Lohnen sich Anstrengung und Zeitaufwand?

Auch hier gilt es, zu motivieren statt ausgetretenen Pfaden zu folgen – was Arbeitgeber jedoch allzu oft tun. „Der verbreitete Irrtum, dass Ältere nicht mehr gut lernen könnten, wird zur selbsterfüllenden Prophezeiung“, kritisiert Professor Stamov Roßnagel vom Jacobs Center of Lifelong Learning der Jacobs University und führt aus: „Kann ein 55-jähriger eine Handy-App nicht benutzen, wird an seinen kognitiven Fähigkeiten gezweifelt. Hat ein 25-jähriger Probleme damit, denken die meisten, dass die App nicht benutzerfreundlich sei.“

Gerade in Zeiten des Fachkräftemangels gilt es also, dem Potenzial älterer Beschäftigter zu vertrauen und ihnen Anreize und Perspektiven zu bieten, die die Bereitschaft zum Lernen stärken. Vielleicht reicht manchen ja bereits die Aussicht, die Alltagsroutine mal zu verlassen und über den eigenen Tellerrand hinausblicken zu können. Gerade gemeinschaftliches Lernen, die Möglichkeit, sich mit anderen zu vergleichen und auch positive Rückmeldungen zu erhalten, sowie der Austausch mit anderen Menschen kann stark motivieren und den Lernerfolg unterstützen. »





Bildungsurlaub – im Idealfall eine Win-win-Situation

Etwas Neues lernen, sich persönlich und beruflich weiterentwickeln: 77 Prozent der Beschäftigten sind laut Deutschem Gewerkschaftsbund an Fortbildungen interessiert – aber nur ein bis zwei Prozent nehmen Bildungsurlaub (in manchen Bundesländern auch als Bildungsfreistellung oder Bildungszeit bezeichnet). Und das, obwohl es in allen Bundesländern, außer in Bayern und Sachsen, einen gesetzlichen Anspruch darauf gibt. Die einen kennen ihre Freistellungsansprüche nicht, die anderen wissen nicht, wie sie Bildungsurlaub beantragen müssen, oder fürchten gar Nachteile im Betrieb. Das sollte so nicht sein, denn im Idealfall profitieren alle von dieser Form der Weiterbildung. So zahlt der Arbeitgeber den Lohn bzw. das Gehalt zwar wie bei einem regulären Urlaub weiter. Die Kursgebühren, Ausgaben für Lehrmittel sowie Kosten für Fahrten und Unterkunft muss er jedoch nicht übernehmen. Diese werden von den Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern selbst getragen, können als Ausgaben jedoch in der Steuererklärung geltend gemacht werden.

Dafür machen sich die Verbände stark

Die Druck- und Medienindustrie braucht Fachkräfte und bildet in hohem Maße aus. Die Politik dagegen fördert das Hochschulstudium im Übermaß. Trotz großer Bemühungen in den letzten Jahren, die Bedeutung der dualen Ausbildung in der Öffentlichkeit zu verbessern, sinkt die Anzahl der interessierten Jugendlichen.

Die Zahl der Studienanfänger ist in den vergangenen Jahren weiterhin deutlich gestiegen. Ausbildungsberufe wurden und werden dagegen als weniger wertvoll für die Wissensgesellschaft eingestuft. Damit arbeitet die Politik am Bedarf der Wirtschaft vorbei – denn gerade das duale Ausbildungssystem macht unsere Betriebe erfolgreich. Um jedoch das bewährte duale Ausbildungssystem auf wettbewerbsrelevantem Niveau zu halten, brauchen die Berufsschulen modernere Ausstattungen, neue Maschinen, Top-Lehrerinnen und -Lehrer, praxisnahe Lehrpläne sowie zeitgemäße Lehrmittel.

Forderungen des bvd m

1. Anerkennung der Stärken der Berufsausbildung und der beruflichen Aufstiegsqualifizierung
2. Vereinfachung der Übergänge zwischen Ausbildungssystemen durch Anerkennung von Ausbildungs-/Studieninhalten
3. Aufkündigung des Kooperationsverbotes in der Bildungspolitik
4. Moderne technische Ausstattungen der Berufsschulen
5. Bundesweite Vereinheitlichung von Bildungsstandards und Lehrplänen
6. Anpassung von Lerninhalten an heutige Techniken und Prozesse
7. Eine Reform des Berufsschullehrerstudiums unter Berücksichtigung branchenspezifischer Inhalte
8. Sicherstellung der Ausbildungsreife von Schulabgängern



Nicht nur zur Pandemiezeit ... – Digitale Lernangebote für Azubis

von Thomas Hagenhofer, ZFA

Die Coronapandemie hat dem digitalen Lernen einen gewaltigen Schub gegeben. In wenigen Wochen wurden digitale Angebote für die allgemeine und die berufliche Bildung entwickelt, wofür sonst viele Jahre notwendig gewesen wären. Dabei ist digitales Lernen in der Druck- und Medienbranche nichts Neues. Die vom ZFA betriebene Mediencommunity (www.mediencommunity.de), zählt seit Langem zu den größten Branchenbildungsplattformen in Deutschland, das Englisch-Deutsche Fachwörterbuch ist eines der am häufigsten genutzten Features.

Ein Highlight im Bereich Drucktechnik und Druckverarbeitung ist die Anwendung von Social Augmented und Social Virtual Learning. Sechs Lernmodule stehen zur Nutzung auf Tablets, PCs und VR-Brille zur Verfügung. Der inhaltliche Schwerpunkt liegt im Bereich Bogenoffsetdruck. Azubis können hier Wirkzusammenhänge im Druckprozess interaktiv erleben und immersiv in virtuellen Welten lernen. Die benötigte Software ist für Schulen und Ausbildungsbetriebe kostenfrei über

den ZFA erhältlich. Alle Infos sind unter www.social-virtual-learning.de abrufbar.

Die neueste Anwendung, die der ZFA gemeinsam mit Partnern wie dem bvdM entwickelt hat, ist die LernApp „EinFach – Dein Lernbegleiter“ (<https://einfach.zfa-medien.de>).

Die App richtet sich vor allem an Azubis im Bereich der Fachpraktiker-Regelungen, sie eignet sich aber generell für eine theorie-reduzierte Ausbildung. Über 200 Beiträge zu Drucktechnik und Druckverarbeitung sind in Leichter Sprache verfasst und daher gut verständlich. Zusätzlich wurde zu jedem Beitrag eine Übungsaufgabe erstellt. So entstanden über 215 interaktive Aufgaben. Auch diese App ist kostenfrei nutzbar.

In den nächsten Jahren wird das Thema künstliche Intelligenz in der Aus- und Weiterbildung eine wichtige Rolle spielen, aber auch neue Ansätze, zum Beispiel, wie digitale Lernmedien zur Einbindung lernschwächerer junger Menschen eingesetzt werden können. ■



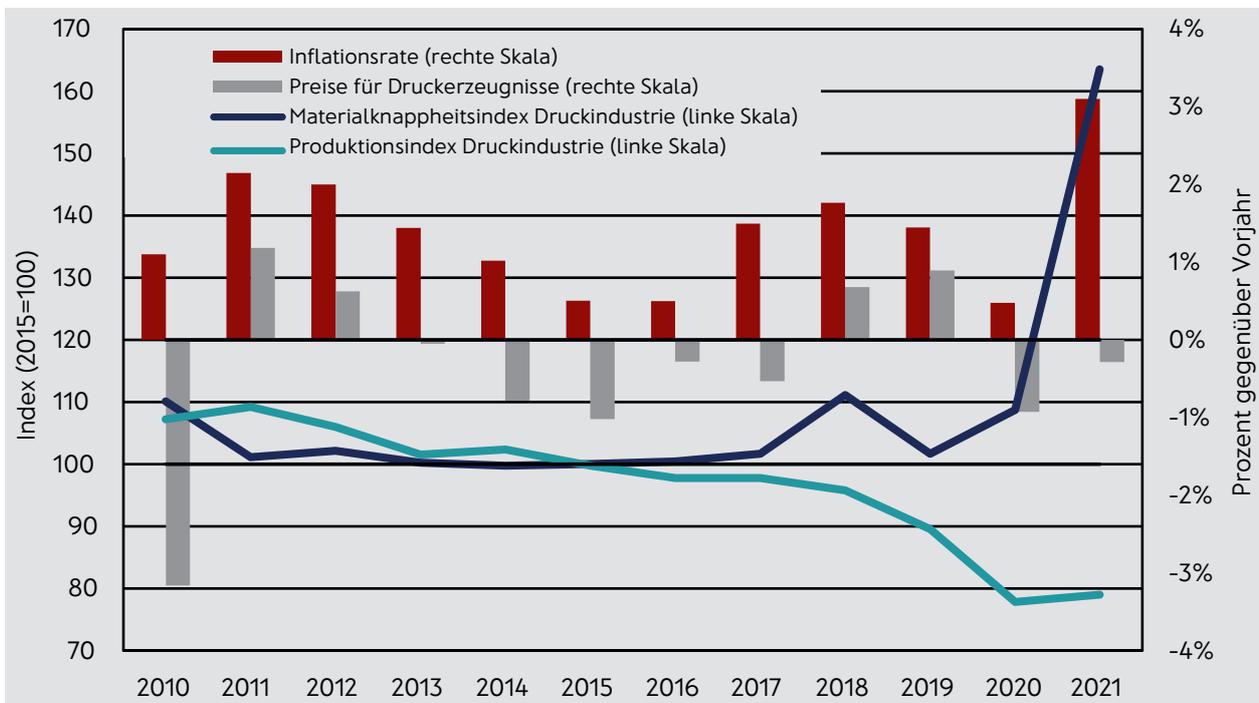
Lieferengpässe und Kostenexplosionen verhindern Branchenerholung

Nach dem Ende des aus Branchensicht verheerenden Jahres 2020 waren die Hoffnungen auf eine nachhaltige konjunkturelle Erholung der Druck- und Medienbranche im Jahr 2021 groß. Das Anhalten der Coronakrise sowie massive Lieferengpässe bei Vorleistungsgütern – insbesondere die Druckpapierknappheit – sorgten jedoch für ein jähes Ende dieser Erwartungen.

Nachdem die Druck- und Medienindustrie im Jahr 2020 einen coronabedingt historischen Produktionseinbruch von mehr als 13 Prozent gegenüber dem Vorjahr verzeichnete, waren die Hoffnungen groß, dass das Jahr 2021 besser verlaufen würde als das vorherige. Zwar entwickelte sich die Produktion in der Branche im Jahr 2021 im Vorjahresvergleich erstmals seit 2014

wieder positiv – nach vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes (Destatis) stieg der kalender- und saisonbereinigte Produktionsindex um rund 2 Prozent an. Allerdings fiel das auf coronabedingten Nachholeffekten basierende Produktionswachstum im zurückliegenden Jahr niedriger aus, als auf Grundlage der Auftragslage zu erwarten gewesen wäre.

Materialknappheits- und Produktionsentwicklung in der Druckindustrie, 2010-2021



Der Materialknappheitsindex des bvdM basiert auf den Daten der monatlichen ifo-Konjunkturumfrage und spiegelt wider, wie stark die Druckbranche derzeit unter Materialengpässen leidet. Der Produktionsindex umfasst nur Betriebe mit 20 und mehr Mitarbeitern und spiegelt für das Jahr 2021 nur die Entwicklung zwischen Januar bis November wider; Quelle: Statistisches Bundesamt, Ifo-Institut; Berechnungen: bvdM



Infolge von Lieferengpässen stieg der Materialknappheitsindex – ein vom bvdm entwickelter Indikator zur Ermittlung des Materialmangels in der Branche – im Laufe des Jahres 2021 auf ein Allzeithoch.“

Cihan Mercimek, Referent für Wirtschaftspolitik des bvdm

Ursache dafür: die weltweiten Lieferengpässe während des Jahres 2021. Diese sorgten über weite Teile des Jahres 2021 für eine sichtliche Verknappung von grafischen Papieren. So stieg der vom bvdm entwickelte Branchenindikator für Materialengpässe im Oktober 2021 auf ein Allzeithoch und lag 113 Prozent über seinem Vorjahresniveau.

Dieser Anstieg des Index ist primär auf den Mangel an grafischen Papieren zurückzuführen, welcher sowohl mit coronabedingten Entwicklungen – wie logistischen Engpässen sowie der Altpapier- und Zellstoffknappheit – als auch mit dem seit Jahren voranschreitenden Kapazitätsabbau im Bereich Druckpapiere zusammenhängt.

Mehrfachbelastung durch hohe Preise

Zwischen Januar und Dezember 2021 stiegen die Preise für grafische Papiere um 13,9 Prozent und lagen im Dezember 13 Prozent über dem Vorjahresniveau und nur noch 0,5 Prozent unter dem Allzeithoch vom April 2019. Besonders stark betroffen waren Magazin- und Zeitschriftenpapiere, die 2021 um rund 24 bis 26 Prozent zulegten.

Eine noch steilere Entwicklung zeigten die Energiegroßhandelspreise. Während der Börsenstrompreis im Mittel um rund 135 Prozent zulegte, nahm der Erdgasbörsenpreis um rund 310 Prozent zu. Diese Steigerungen belasteten die Branche im abgelaufenen Jahr gleich zweifach. Einerseits aufgrund des eigenen produktionsbedingten Bedarfs an Strom und Erdgas, andererseits

aufgrund der energieintensiven Papierindustrie, die ihre Belastungen über die Druckpapierpreise an die Unternehmen weitergab.

Preise für Druckerzeugnisse rückläufig

Trotz dieser Preisentwicklungen bei Vorleistungsgütern konnten die Druck- und Medienunternehmen die enorm kostenseitigen Belastungen nicht (ausreichend) an ihre Kunden weitergeben. So stiegen die Preise für Druckerzeugnisse ab April 2021 im vormonatlichen Vergleich zwar an, fielen im Jahresmittel jedoch um 0,3 Prozent gegenüber 2020. Im selben Zeitraum legten die Erzeugerpreise für industrielle Vorleistungsgüter um rund 12,5 Prozent zu.

Die Preisentwicklungen bei Vorprodukten und energetischen Rohstoffen waren 2021 die zentralen Treiber der Verbraucherpreise, die im Jahresmittel um 3,1 Prozent zulegten – die stärkste Zunahme seit 1993. Der Verbraucherpreisanstieg bei den meisten Druckerzeugnissen hingegen blieb hinter dieser Entwicklung zurück.

Die begrenzten Möglichkeiten, die Preise für Druckerzeugnisse zu erhöhen, begründen sich mit dem harten Wettbewerb innerhalb der Branche sowie der zunehmend starken Substituierbarkeit von Werbeprodukten durch digitale Alternativen. Angesichts der Kostenexplosionen im letzten Jahr und der nach wie vor anhaltenden Papierknappheit planen allerdings immer mehr Druck- und Medienunternehmen, ihre Preise zu erhöhen. Daher deutet sich in diesem Jahr eine Kehrtwende in der Preisentwicklung von Druckprodukten an. ■

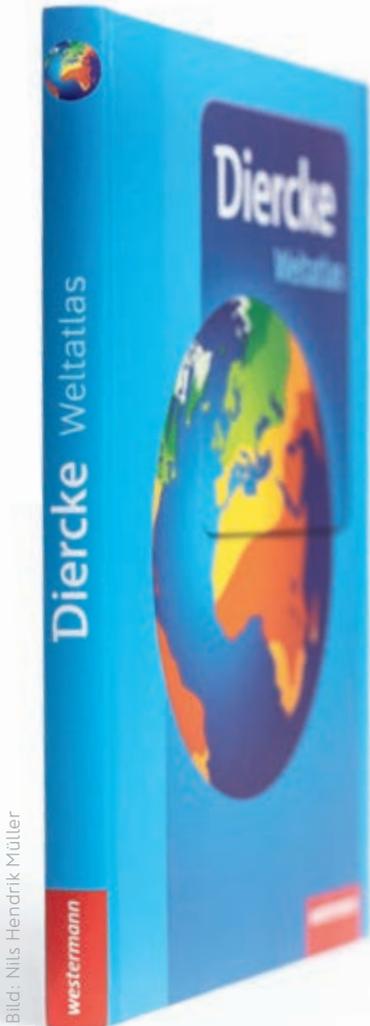


Bild: Nils Hendrik Müller

Die ganze Erde in einem Buch

Seit 1883 lernen unsere Schulkinder die Erde mit dem „Diercke Weltatlas“ kennen. Heute schafft „Der Diercke“ einen besonders spannenden Spagat zwischen Print und Digital.

Im Jahr 1883 veröffentlichte der Westermann Verlag den „Schul-Atlas über alle Teile der Erde“ für höhere Lehranstalten von Seminardirektor Carl Diercke und dem Kartografen Eduard Gaebler. Er setzte den Maßstab für eine neue Generation von deutschen Schulatlanten: Die physischen Karten wurden perfektioniert, vergleichbare Maßstäbe eingeführt, die Karten didaktisch aufbereitet. Der Durchbruch an deutschen Schulen gelang der Neubearbeitung von 1895 mit nahezu verdoppeltem Umfang, der große „Diercke“ für alle von der Schule nachgefragten Themen war entstanden.

Komplett digitalisierter Kartenschatz

Bis heute ist der „Diercke Weltatlas“ der bekannteste und beliebteste Atlas für die Schule und fürs Studium. Nach wie vor entsteht er in der Westermann-Hauskartografie in Braunschweig. Sie ist im Besitz eines wahren Schatzes von inzwischen Tausenden Grund- und Themenkarten, die in den vergangenen 20 Jahren komplett digitalisiert wurden.

Das erleichtert die Herstellung aktueller Kartendarstellungen und deren Fortentwicklung ungemein: Alle

neuen Atlanten, Atlasseiten, -karten, -grafiken und -bebilderungen werden in einer hausintern programmierten Datenbank verwaltet, sodass neue Kartenwerke einfacher abgeleitet werden können. Der Clou dieser Datenbank ist die Einbeziehung geografischer Sachverhalte aus unserer realen Umwelt: Auch die Orte, Staatsflächen oder anderen geografischen Objekte aus den Karten sind Teil dieser Datenbank, genau wie ihnen zugeordnete statistische Angaben. Dadurch paust sich die Änderung von geografischen Namen oder Ortsgrößen auf Wunsch in alle betroffenen Karten durch.

Der „Diercke Weltatlas“ als Software

Heute entsteht keine Karte mehr ohne Georeferenzierung, das heißt, jeder Punkt in der Karte kennt seine geografische Länge und Breite. Dadurch lassen sich Karten leichter umprojizieren und auch auf digitale Globen auftragen oder mit Luft- und Satellitenbildern zur Deckung bringen.

Und: Die Karten können auch selbst digital in der Schule eingesetzt werden. Vor knapp sieben Jahren kam der „Diercke Weltatlas“ digital auf den Markt – mit allen

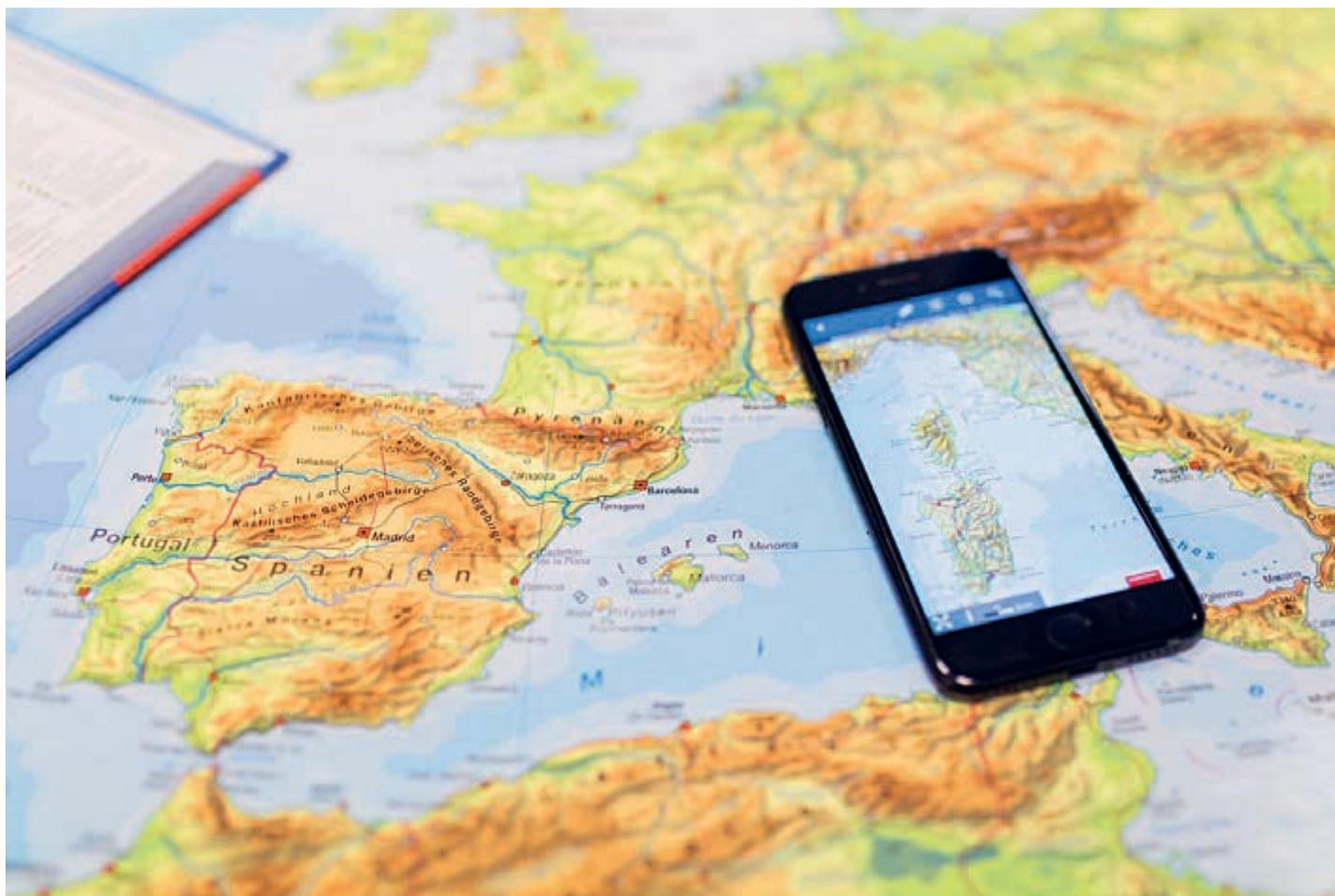


Bild: Max Heise

”

Mit Themenkarten wie etwa zum Klimawandel ist der Atlas immer auf der Höhe der Zeit.“

Reinhold Schlimm, Atlasredaktion

Karten der gedruckten Ausgabe. Seitdem können Schulen wählen, ob sie mit dem Printatlas, dem digitalen Pendant oder mit beidem unterrichten wollen. Inzwischen gehört die Atlas-Software zu den erfolgreichsten Apps bei Westermann.

„Die Vorteile im Unterricht liegen darin, bis in alle Details gemeinsam über eine projizierte Karte sprechen zu können“, sagt Reinhold Schlimm, bei Westermann für die Atlasredaktion zuständig. „Gegenüber Google

Maps kann ich mich hier auf die für meine Fragestellung wesentlichen Informationen konzentrieren, und das ist didaktisch wichtig.“ Zum leichteren Kartenverständnis trägt bei, dass man das Kartenbild aus dem gedruckten Atlas digital beliebig vereinfachen und individuell zusammenstellen kann. „Auch eigene Karteneinträge, Messungen und Unterrichtsszenarien sind digital möglich – ohne dass eine ständige Internetverbindung nötig ist“, so Kartenredakteur Schlimm.

Kartografie der Trendthemen

Auch inhaltlich ist der „Diercke“ stets auf der Höhe der Zeit: Mit vielfältigem Material zu Themen wie Energie, Mobilität, Umwelt, Migration, Naturrisiken und Verwundbarkeit oder Nachhaltigkeit reflektiert die aktuelle Ausgabe die Trends und Herausforderungen des 21. Jahrhunderts. Mit seinen Themenkarten zu den Auswirkungen des Klimawandels oder Beispielen des nachhaltigen Siedlungsbaus eignet sich der „Diercke Weltatlas“ zum Beispiel auch zur Anschauung der UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung. ■

Top-Ausbildung sichert Unternehmenserfolg

Die Druckerei Vettters aus dem sächsischen Radeburg bildet jedes Jahr junge Leute in bis zu acht verschiedenen Berufen aus. Und das mit solchem Erfolg, dass die Auszeichnungen und Awards nur so purzeln.

Man merkt Dieter Simon die Begeisterung deutlich an, wenn er über das Thema Ausbildung bei der Druckerei Vettters spricht: „Je besser wir unsere Azubis ausbilden, desto besser sind sie auf ihren Beruf und ihre Karriere bei uns im Haus vorbereitet.“ So beschreibt der Geschäftsführer den wichtigsten Grundsatz des Nachwuchskonzeptes bei Vettters. Und der Erfolg gibt ihm Recht. Die Druckerei aus dem sächsischen Radeburg errang den 1. Platz bei der Verleihung der Druck&Medien Awards 2021 in Berlin in der Kategorie „Ausbildungsbetrieb des Jahres“. „Wir freuen uns gemeinsam mit unseren Auszubildenden über den Sieg und sind stolz auf unsere Leistung“, so Simon. Bereits 2017 hatte es in dieser Kategorie einen 3. Platz gegeben. Und seit Jahren erreichen die

“

Wir wollen bestmöglich ausbilden und dann einen erstklassigen Mitarbeiter übernehmen.“

Michael Schardt, Geschäftsführer der Druckerei Vettters GmbH & Co. KG



druckawards.de / Fotograf Andreas Schwarz

Michael Schardt bei der Preisverleihung der Druck&Medien Awards

Auszubildenden der Firma Vettters in allen Bereichen ausgezeichnete Leistungen. 2020 etwa heimste Jonas Kühne im Ausbildungsberuf Medientechnologe Druck den „Ausbildungspreis 2020“ der Kreishandwerkerschaft Region Meißen ein und wurde zugleich „1. Bundessieger 2020“ im Leistungswettbewerb des Deutschen Handwerks.

Erfolgsrezept für Nachwuchsarbeit

Das Erfolgsrezept beschreibt Michael Schardt, Geschäftsführer, bei der Preisverleihung so: „Wir wollen bestmöglich ausbilden und dann einen erstklassigen Mitarbeiter übernehmen.“ Das war auch bei Jonas Kühne der Fall. Während seiner dreijährigen Ausbildung wurde er intensiv in Theorie und Praxis auf das Berufsleben vorbereitet. Er wurde von Ausbildungsbeginn an ins Team integriert und ihm wurde früh Verantwortung übertragen. Regelmäßige Feedbackrunden halfen, Probleme noch in der Entstehungsphase zu erkennen und zu lösen.

Bild: Kreishandwerkerschaft Region Meißen



Der ausgelernte Medientechnologe Druck Jonas Kühne (l.) freut sich mit Marco Castiglioni (Leiter Fertigung) über den „Ausbildungspreis 2020“ der Kreishandwerkerschaft Region Meißen.

Maximale Unterstützung für Azubis

Jedes Jahr nimmt die Druckerei Vettters an regionalen Ausbildungsmessen teil, um neue Auszubildende zu gewinnen. Die eigenen Azubis werden mit Prämien zusätzlich motiviert, etwa bei besonderen schulischen Leistungen oder einer besonders guten Abschlussprüfung. Es werden alle gefördert, die sich weiterbilden möchten. Als ausgelernte Fachkraft hat man z. B. die Möglichkeit, die Prüfung nach der Ausbildereignungsverordnung (AEVO) abzulegen, um die zukünftigen Azubis ausbilden zu können. Für den Bereich Produktion kann man beispielsweise die Weiterbildung zum geprüften Industriemeister Print, im Vertrieb z. B. die Fortbildung zum geprüften Medienfachwirt Print absolvieren. „Neben spannenden und abwechslungsreichen Ausbildungen haben wir unseren Azubis also eine Menge zu bieten“, so die Assistentin Marketing Sandy Veil. „Wir sichern unseren Auszubildenden die maximale Unterstützung während der gesamten Ausbildungszeit zu. Denn unser Ziel ist es, ausgezeichnete Fachkräfte auszubilden und unseren Lehrlingen im Anschluss an ihre Lehrzeit eine Stelle bei uns anbieten

zu können.“ Schulnoten und Alter seien dabei zweitrangig, die Person an sich müsse zum Unternehmen passen. „Berufliche Exzellenz, das Interesse und die Leidenschaft für die Druckbranche stehen bei uns im Vordergrund.“

Service, Qualität und Zuverlässigkeit

Die 1949 gegründete und seit 1982 von den heutigen Eigentümern geleitete Druckerei steht für Service, Qualität und Zuverlässigkeit. Das Unternehmen mit seinen mehr als 120 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zählt zu den innovativsten Druckunternehmen für Rollen- und Bogenoffset sowie Mailingtechnologie in Deutschland. Als modernes, expandierendes und familiäres Medienunternehmen steht der Name Vettters für individuelle Drucksergebnisse sowie hohe Produktnachhaltigkeit. „Bei uns steht der Kunde immer im Fokus, wir machen alles passend – ob Umschläge, Ad Specials oder portooptimierte Selfmailer“, erklärt Michael Schardt. „Und dass wir unsere Produkte immer in höchster Qualität anbieten können, daran haben unsere Azubis einen gehörigen Anteil.“ ■

A photograph of a person wearing a bright yellow jacket and dark pants, standing on a large, weathered fallen log in a dense forest of tall, thin trees. The person is seen from behind, looking into the woods. The sky is visible through the canopy of green trees.

in, resp ect

**Wir glauben an die
Nachhaltigkeit von Print.**
inapa.de

inapa



INHALT

01 — EDITORIAL
Oliver Curdt

02 — NEWS
*Aktuelles aus dem Nord-
Westen*

04 — VERANSTALTUNGEN
Jahreshauptversammlung

05 — UNTERNEHMEN
*Social Media für Unter-
nehmen / Lensing Zeitungs-
druck / Druckstudio Gruppe*

08 — PARTNER
Impressed

10 — VERBAND
*Interview New Work /
Änderungen im Kaufrecht /
Print by Design / Neue
Mitglieder*

16 — IMPRESSUM UND
JUBILARE

► Liebe Leserinnen, liebe Leser,

was haben Sie sich für das Jahr 2022 vorgenommen? Die üblichen guten Vorsätze wie „weniger Schokolade essen“ oder „mehr Sport treiben“ haben die meisten von uns erfahrungsgemäß bereits im Februar über Bord geworden. Aber wie sieht es denn mit den Zielen für Ihr Unternehmen aus? Da bietet dieses Jahr noch jede Menge Zeit und Möglichkeiten, um Vorhaben in die Tat umzusetzen!

Im Interview mit Bärbel Wetenkamp haben wir erfahren, welche Herausforderungen und auch Chancen in den neuen Organisationsformen liegen, die unter dem Begriff „New Work“ zusammengefasst werden. Wie Unternehmen damit umgehen und wie der Ein- und Umstieg gelingt, hat viel mit der jeweiligen Führungs- und Unternehmenskultur zu tun.

Wenn bei Ihnen das Ziel einer verbesserten Energieeffizienz im Unternehmen ak-

tuell auf der Agenda steht, dann schauen Sie doch mal auf die Seiten 6/7. Bei Lensing Zeitungsdruck haben wir einen Workshop zum Thema „Energieeinsparpotenziale“ durchgeführt und gemeinsam einen erfolgreich angewendeten Maßnahmenplan entwickelt.

Egal, ob es bei Ihnen gerade um veränderte Arbeitsweisen und innovative Technologien, um das Thema Nachhaltigkeit oder auch um neue Kreativitätstechniken geht – wir unterstützen Sie gerne dabei!



Viel Spaß beim
Lesen!

Ihr Oliver Curdt



Seminarprogramm 1/2022

Im Seminarflyer finden Sie alle Seminare des ersten Halbjahres 2022 auf einen Blick – für Fach- und Führungskräfte genauso wie für Azubis.

Ansprechpartner:

Alexander Justa / 0211. 99900 39 / justa@vdmnw.de

Kirsten Kock / 02306. 20262 38 / kock@vdmnw.de

Medienfachwirte/Industriemeister starten durch!

Anzahl der angehenden Medienfachwirte und Industriemeister, die ihre Vorbereitungskurse bei der Akademie des Verbandes absolvieren und derzeit in den Prüfungen sind: insgesamt 13 Teilnehmer und Teilnehmerinnen – in Düsseldorf sind es zehn Prüflinge und in Hamburg drei. Außerdem lernen aktuell im Blended-Learning-Lehrgang 19 und im Präsenzlehrgang in Lünen 10 Teilnehmende.

Aktuell: 13 Prüflinge
Medienfachwirte und Industriemeister



19 Teilnehmer
im Blended-Learning-Lehrgang

10 Teilnehmer
im Präsenzlehrgang Lünen



Ausbilder werden

Auch in diesem Sommer bietet die Akademie an unterschiedlichen Standorten wieder Vorbereitungskurse auf die Ausbildereignungsprüfung an. Während der sechs Tage lernen die Teilnehmer die wichtigsten Gesetzmäßigkeiten kennen und erfahren alles über Methoden und Kompetenzen, die für die Ausbildung notwendig sind.

TERMINE:

- ▶ **Hamburg: 27.06. – 02.07.2022**
- ▶ **Online: 27.06. – 02.07.2022**
- ▶ **Lünen: 04.07. – 09.07.2022**

Infos und Anmeldung: vdmnw.de



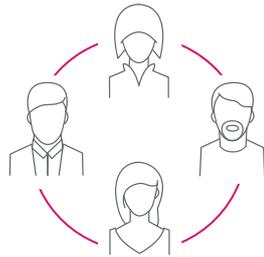
Für den guten Zweck

Die SWIMOOs der Theissen Medien Gruppe GmbH sind sympathische Wegbegleiter mit zwei Stimmungen: lachend und traurig. Wie alles im Leben haben sie also zwei Seiten. Bei jedem Kauf eines SWIMOOs spendet das Unternehmen 50 Cent für einen guten Zweck. Ende 2021 konnte Michael Adloff, Geschäftsführer der Theissen Medien Gruppe und SWIMOO-Erfinder, einen Scheck über 500 Euro an Mandy Kremer vom Vorstand des Vereins Sternenzauber und Frühchenwunder e.V. in Monheim am Rhein übergeben.



Auftakttreffen Juniorenkreis

Im Januar hat sich der Juniorenkreis des Verbandes virtuell getroffen, um sich über die aktuelle Situation bei der Beschaffung von Papier und über ein Modell zur erfolgreichen Mitarbeitereinstellung aus Nicht-EU-Ländern auszutauschen. Für das Jahr 2021 fiel das Fazit der Junioren teils positiver aus als erwartet: Durch Umstrukturierungen wurden teilweise sehr gute Ergebnisse erzielt. Im Jahr 2022 ist ein Juniorentreffen mit zweitägigem Workshop zum Thema New Work und die Besichtigung von Co-Working-Spaces geplant.



Ansprechpartner:

Maike Thielmann

02306.20262 27 / thielmann@vdmnw.de

Jan Prentler

02306.20262 30 / prentler@vdmnw.de

IHK-Prüfungsausschuss



Zukünftig werden die Juristen des Verbandes Peter Skutta und Sebastian Busch als Mitglieder des Prüfungsausschusses Recht für die Medienfachwirte und Industriemeister im Kammerbezirk Dortmund ehrenamtlich mitwirken.

Berufsfelderkundungstage beim VDM Nord-West

Im Januar haben Gabriel und Ben als Schülerpraktikanten jeweils einen Berufsfelderkundungstag im Bereich Kommunikation des Verbandes verbracht. Beide haben in den Beruf des Mediengestalters reingeschnuppert und ihre ersten Visitenkarten und Grußkarten gestaltet – mit Unterstützung von Gestalterin Birgit Dürr und Azubi Silas Wehlmann. Zwischendurch durften Pausen inklusive Kickerturnier nicht fehlen!



Wir wissen, was Sie brauchen, um sich und Ihre Mitarbeiter fit zu machen für die Zukunft. Denn wir kommen aus der Druckbranche.

Unser Fokus liegt auf der gesamten deutschen Druck- und Medienindustrie. Für sie legen wir uns ins Zeug – mit maximalem Nutzen für die Unternehmen und ihre Mitarbeiter.

WWW.PRINT-ACADEMY.DE

Online lernen für alle – das ist unser Anspruch. Mit vielen online zugänglichen Seminarangeboten aus allen relevanten Bereichen. Effizient. Unkompliziert. Zukunftsfähig.

Mit ihrer jahrelangen Erfahrung als Weiterbildungsanbieter stehen die deutschen Druck- und Medienverbände für beste Angebote, höchste Professionalität und Branchenexpertise.

www.print-academy.de


Print
Academy

JAHRESHAUPT- VERSAMMLUNG

20. MAI 2022

Save the Date!
Wir sehen uns im Factory Hotel Münster.

✉ Ihre persönliche Einladung erhalten Sie per Post.



Donnerstag, 19.05.2022
Get-together am Vorabend

Freitag, 20.05.2022
Mitgliederversammlung

! mit Vortrag & Podiumsdiskussion
zum Schwerpunktthema
„Papierkrise in der Druckindustrie“

Veranstaltungsort:
Factory Hotel
An der Germania Brauerei 5
48159 Münster

vdmnw.de

Studierendenprojekt: Social Media für Unternehmen

Im Rahmen des Studiengangs „Technische Redaktion“ der Hochschule München hatten Studierende im Modul „Online schreiben/mobil“ die Aufgabe, eine Checkliste für den Redaktionsplan eines Themas für ein Unternehmen zu erstellen und diesen zu präsentieren. Die Prüfung wurde als Gruppenarbeit durchgeführt. Zentrale Herausforderung: Die Redaktionspläne sollten für Social-Media-Kanäle realer Unternehmen entwickelt und diesen auch zur Verfügung gestellt werden – auch Unternehmen aus der Druck- und Medienindustrie gaben einen Einblick in ihre Social-Media-Aktivitäten.

Ab in die Praxis

Der Lehrbeauftragte Markus Galla sieht den Kontakt der Studierenden zur Praxis als zentralen Faktor für den Lernerfolg: „Der Kontakt zur Praxis sollte besser früher als später kommen. Es ist gut, wenn die Studenten live sehen, was online Schreiben bedeutet und wie die Theorie in der Praxis funktioniert. Es motiviert ungemein und prägt sich auch besser ein, wenn sie analysieren und benennen können, was verbessert werden kann. Aus meiner Sicht ist gerade das grafische Gewerbe dafür prädestiniert, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen – die Studierenden eröffnen den Unternehmen den Blick ‚Out of the Bubble.‘“

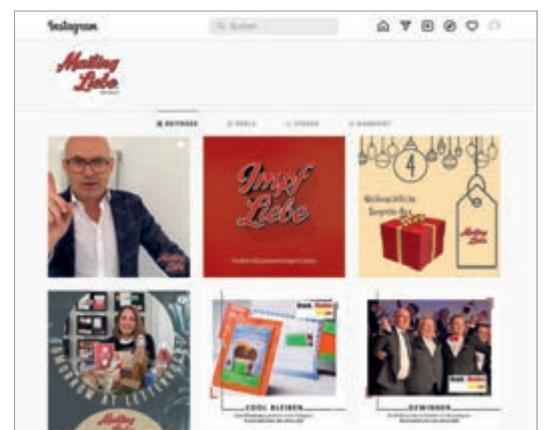


Spannende Einblicke

Die Studentin Zamra Hamras zieht ein positives Resümee: „Ich fand es spannend, dass die Aufgabe nicht durch Vorgaben eingeschränkt war, sondern jede Gruppe selbst entscheiden konnte, wie umfangreich sie die Aufgabe lösen möchte. Es war außerdem sehr spannend, dass wir eine Auswahl an Unternehmen hatten, aus denen wir wählen konnten – wir haben uns zum Unternehmen Wirtz Druck hingezogen gefühlt. Ich fand es sehr interessant, was im Unternehmen produziert wird und wie deren soziale Netzwerke aufgebaut sind.“

Und was sagt das Unternehmen?

Paula Winkler, Referentin Marketing und Vertrieb bei der Wirtz Druck GmbH & Co. KG, berichtet: „Bei uns hat die Studierendengruppe den Instagram-Kanal analysiert und Redaktionspläne anhand von Social-Media-Checklisten erstellt. Die Listen sind sehr gut ausgearbeitet und können uns intern helfen, eine bessere Übersicht über zukünftige Inhalte zu behalten. Die Social-Media-Präsenz ist für uns sehr wichtig, da wir als Druckerei häufig als Teil einer konservativen Branche gesehen werden – dabei sind wir unfassbar cool und zeigen das auf diesen Kanälen auch! Wir nutzen die Plattformen zur Produktpräsentation, für News und um unsere Marke MailingLiebe zu zeigen.“



[instagram.com/mailingliebe/](https://www.instagram.com/mailingliebe/)



INTERVIEW



Energiemanagement – Vorteil für Umwelt und Unternehmen!

Ein systematisches Energiemanagement kann die Energieeffizienz in Unternehmen erhöhen, den Energieverbrauch senken und dadurch zu Kostenentlastungen führen – ein deutlicher Pluspunkt für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen. Die Lensing Zeitungsdruck GmbH & Co. KG hat die betriebswirtschaftlichen Berater des Verbandes mit der Durchführung eines Workshops zum Thema „Energieeinsparungspotenziale“ beauftragt. Wir haben bei Kerstin Brandt (Assistenz & Projekte) nachgefragt, wie der Energie-Workshop abgelaufen ist.

Der Verband hat mit Ihnen einen Energie-Workshop durchgeführt. Was war der Anlass dafür?

Lensing Zeitungsdruck hat bereits 2013 ein Energiemanagement gemäß DIN-Norm eingeführt, und in diesem Rahmen sind regelmäßige Wiederholungsaudits vorgesehen. Bei uns stand nun das nächste Audit bevor, das vorbereitet werden musste. Um eine größtmögliche Akzeptanz für unsere Maßnahmen im Betrieb zu erhalten und diese auch in der Belegschaft transparent zu machen, haben wir uns entschieden, mit dem Verband einen Workshop zu organisieren, um die Einsparpotenziale in unserem Betrieb gemeinsam zu erarbeiten. Wir wollten dadurch einen lebhaften Austausch der Kollegen untereinander erreichen – und das ist auch gelungen.

Was war Ihnen dabei wichtig?

Ergänzend zu den „harten Fakten“, also den Zahlen auf den Stromzählern an den einzelnen Aggregaten, war es uns wichtig, mit den Kolleginnen und Kollegen zu erörtern, wo sie im Betrieb noch Einsparpotenziale sehen. Die Vorschläge aus der Belegschaft möchten wir aufgreifen. Und letztendlich ging es darum, einen Maßnahmenplan zu erarbeiten und das Audit vorzubereiten, um anschließend eine Stromstüerrückerstattung beantragen zu können.

Wie lief der Workshop ab?

Frau Thielmann und Herr Prentler sind mit einer Abfrage über den privaten Stromverbrauch eingestiegen. Und dem haben wir den Stromverbrauch im Betrieb gegenübergestellt. Das hat geholfen, ein Gespür dafür zu entwickeln, um welche Dimensionen es in unserem Unternehmen geht. In einem Zeitungsdruckbetrieb ist man bei den Kilowattstunden im Millionenbereich, und diese Zahlen haben sofort ein Verständnis dafür hervorgerufen, dass man sich auch mit Blick auf die steigenden Energiekosten mit dem Thema Energieeinsparung befassen muss. Im Anschluss haben wir im Rahmen eines „World-Cafés“ in Kleingruppen zu unterschiedlichen Themen diskutiert und gearbeitet und gemeinsam einen Maßnahmenplan mit festen Verantwortlichkeiten erarbeitet. Es ist also ein konkretes Ergebnis dabei herausgekommen.

Wer war dabei?

Wir haben alle Schichtleiter und deren Stellvertreter zu dem Workshop eingeladen. Sie wissen für ihre Bereiche am besten, wo es Einsparpotenzial geben könnte. Dadurch haben wir jeden Arbeitsbereich im gesamten Betrieb abgedeckt: die Rotation, die Weiterverarbeitung, die Werkstatt, die Warenannahme, die Druckereiverwaltung. Alle Bereiche unseres Betriebs haben eine oder zwei Personen entsandt, um an diesem Workshop teilzunehmen.

Und nach dem Workshop?

Es ging sofort nach Beendigung des Workshops damit los, dass wir den Maßnahmenplan umgesetzt haben. Zum Beispiel werden nun einige Aggregate in der produktionsfreien Zeit komplett abgestellt. Es gab Arbeitsanweisungen, Türen und Tore geschlossen zu halten. Bisher war es so, dass sie während der Produktion teilweise offenblieben, um einen ungehinderten Warenverkehr zu gewährleisten.



Und das Audit?

Wir sind inzwischen wieder glücklicher Besitzer eines Anschlusszertifikats! Das Audit hat Ende November stattgefunden und wir haben das Nachfolgezertifikat erhalten, denn die Maßnahmen sind als sinnvoll anerkannt worden. Das ist ein fortlaufender Prozess. Nach wie vor muss jeder Arbeitsschritt beleuchtet werden, damit wir auch im nächsten Jahr eine Verbesserung unserer energetischen Leistung nachweisen können.

Warum war die Moderation durch den Verband wichtig?

Uns war wichtig, dass dieser Prozess von Externen moderiert wird, und der Verband kennt sich bestens mit Druckereien aus – diese Kombination entsprach genau unseren Anforderungen. Auch bei anderen Fragestellungen haben wir schon sehr gute Erfahrungen mit Moderationen und Workshops mit den Beratern des Verbandes gemacht. Er ist eben nicht nur eine Beratungsgesellschaft, die auch andere Branchen berät, sondern er kennt unser Geschäft und die speziellen Anforderungen. Wir wussten einfach, dass wir da kompetente Ansprechpartner haben, und waren diesmal wieder rundum zufrieden.

Wie geht's jetzt weiter?

Man muss sich stetig verbessern und darf nicht stillstehen. Unterjährig werden wir unsere Energieleistungskennzahlen auswerten, um zu erfahren, was die umgesetzten Maßnahmen an Kilowattstunden Einsparung gebracht haben. Einen nächsten gemeinsamen Workshop können wir uns auch vorstellen. ▣

lensing-zeitungsdruck.de



Kerstin Brandt, Assistenz & Projekte bei Lensing Zeitungsdruck

► **Möchten Sie auch nachhaltig Ihren Energieverbrauch reduzieren?** Sprechen Sie uns gerne an!

Maike Thielmann

02306 . 20262 27 / thielmann@vdmnw.de

Druckstudio Gruppe als Green Brand ausgezeichnet

Die Düsseldorfer Druckstudio Gruppe wurde mit dem Gütesiegel Green Brand ausgezeichnet. Mit diesem Siegel werden Marken und Unternehmen geehrt, die sich nachweisbar in besonderem Maße um den Schutz der Umwelt, des Klimas, der Natur sowie der Artenvielfalt und der Ressourcen kümmern und verantwortungsvoll damit umgehen.

Neben der Green Brands-Auszeichnung garantieren weitere Zertifizierungen der Druckstudio Gruppe Transparenz und Glaubwürdigkeit in Sachen Nachhaltigkeit. So druckt das Unternehmen beispielsweise nach den strengen Kriterien des Blauen Engels (DE-UZ 195). Darüber hinaus ist das Unternehmen nach dem Umweltstandard EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) zertifiziert.

Mit diesen Zertifizierungen geht die Druckstudio Gruppe über gesetzliche Vorgaben hinaus: „Kontinuierliche Verbesserung und Nachhaltigkeit prägen alle unsere strategischen Entscheidungen“, erklärt Geschäftsführer Werner Drechsler. „Vor diesem Hintergrund haben wir uns sehr bewusst diesem intensiven und anspruchsvollen Zertifizierungsprogramm unterzogen.“ Das Zertifizierungsprogramm von Green Brands umfasst mehrere Stufen. Am Ende entscheidet eine Jury, ob das Siegel vergeben wird. Zur Jury gehören Experten aus Forschung, Wirtschaft und gemeinnützigen Organisationen,

etwa dem Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung, dem Bundesdeutschen Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management oder dem Club of Rome. Das Gütesiegel ist jeweils zwei Jahre gültig, danach ist eine Rezertifizierung notwendig. ▣



druckstudiogruppe.com



Mit smarten Workflows effizienter arbeiten

Die Impressed GmbH aus Hamburg ist seit 1992 Anbieter von Lösungen für die Bereiche Medienproduktion und digitale Druckvorstufe. Neben dem Vertrieb und der Pflege professioneller Softwareprodukte verschiedener Hersteller hilft das Unternehmen seinen Kunden, ihre Prozesse und Produktionsabläufe zu standardisieren, zu automatisieren und effizienter zu gestalten, um ihre Wettbewerbsfähigkeit langfristig zu sichern.



Martin Werder, einer der beiden Impressed-Geschäftsführer, erklärt, wie das Unternehmen schon so lange erfolgreich agiert: „Mit 15 Mitarbeitern plus externen Consultants erkennen wir Trends und reagieren flexibel auf einem schnelllebigen Markt. Wir verstehen uns als Qualitätsfilter in der Angebotsfülle und picken ‚die Rosinen‘ heraus. Ein eingespieltes Team und langjährige Kontakte zu führenden Herstellern bilden die Basis unserer Arbeit. Wir analysieren die Workflows unserer Kunden, erkennen die Probleme, beraten und zeigen Lösungen auf, die sich mit bestehenden Systemen integrieren lassen. Ob PDF-basierte Produktionsworkflows, redaktionelle Publikationsabläufe oder die Optimierung von Medien-, Online- und Druckdaten, wir erschaffen smarte Workflows, welche sich individuell an die Arbeitsweise unserer Kunden anpassen und deren Wettbewerbsfähigkeit sichern.“

Das Portfolio von Impressed umfasst Lösungen für Automatisierung, Publishing, Farbmanagement, Bogenmontage, PDF und Online-Proofing. Neben Workflow-Analyse, Beratung und Verkauf von Lösungen bietet das Unternehmen auch Support und Schulungen rund um die Medienproduktion und Druckvorstufe an.

Zusätzlich ist das Unternehmen selbst als Hersteller tätig: Die neueste Eigenentwicklung ist der Impressed Workflow Server. „Unsere langjährigen Erfahrungen in der Druckvorstufe und der Medienproduktion haben wir nun mit dem Impressed Workflow Server – kurz IWS – umgesetzt. Der IWS ist für den typischen Ablauf in einer Druckerei optimiert und bildet die perfekte Schnittstelle zwischen Online-Shop-Systemen, Auftragsverwaltung und Produktion. Aus den Auftragsinformationen wird ein Jobticket erzeugt, welches dynamisch den weiteren Workflow steuert. IWS ermöglicht eine weitgehende Automatisierung

in der Druckproduktion und optimiert sowohl die interne als auch die externe Kommunikation, indem er als „Middleware“ fungiert. Er standardisiert zeitintensive und fehlerträchtige manuelle Prozessschritte. So werden die Effizienz und die Sicherheit der Produktionsprozesse optimiert – der Durchsatz wird gesteigert, die Qualität von Dienstleistung und Produkt wird verbessert. Das nutzer- und nutzungsbasierte Abrechnungsmodell der Lösung eignet sich für Druckereien jeder Größe“, erläutert Martin Werder. ■

impressed.de



Martin Werder, Geschäftsführer
Impressed GmbH

„Wir sind Partner des VDM Nord-West, weil ein starkes Netzwerk Gleichgesinnter heute wichtiger denn je ist.“



PERFEKTES ZUSAMMENSPIEL

Das Ergebnis ist das Erlebnis

Als weltweiter Marktführer im Bereich Inkjet-Bogendruck hat kein anderer Anbieter mehr Erfahrung in diesem Segment als Canon. Das gilt auch im Bereich des hochvolumigen Digitaldrucks. Das perfekte Zusammenspiel der **imagePRESS C10010VP Serie** und **varioPRINT iX Serie** liefert höchste Qualität, Produktivität, Anwendungsvielfalt und Kosteneffizienz.

Erleben Sie die außerordentliche Qualität unserer Systeme und bestellen Sie ein Druckmuster unter proprint@canon.de – natürlich mit beiden Technologien gedruckt.



Canon varioPRINT iX Series
Outstanding Innovation in Production Print

Canon

See the bigger picture

Corona hat New Work und agiles Arbeiten verstärkt

Interview mit Bärbel Wetenkamp, Consultant, Trainerin, Coach und Gründerin sowie Inhaberin von we consult Wetenkamp.

Sie beraten und begleiten Unternehmen bei der strategischen Planung, der Führungskräfte- und Organisationsentwicklung. Was bedeutet das?

Ich habe mir zum Ziel gesetzt, Führungskräfte und Organisationen dabei zu unterstützen, ihr volles Potenzial entfalten zu können. Es sind die Menschen, die ein Unternehmen ausmachen, die es vorantreiben und gestalten – und um dieses Potenzial voll zu entfalten, unterstütze ich beispielsweise Führungskräfte. Es ist wichtig, Menschen in ihrer Führungsrolle weiterzuentwickeln, damit sie das eigene und das Leistungsvermögen ihrer Mitarbeiter erkennen. Das macht mir viel Freude.

Auf der Unternehmensseite berate ich zu strategischen Aspekten: Wie stelle ich mein Unternehmen auf? Welchen Kunden möchte ich dienen, welche Märkte möchte ich besetzen? Es geht auch darum, welche Kultur im Unternehmen gelebt wird und wie man neue Dienstleistungen und Produkte entwickelt.



Bärbel Wetenkamp

Was ist grundlegend bei der Führungskräfteentwicklung?

Es ist wichtig, dass man sich zunächst sehr gut selbst führen kann. Erst dann gelingt es, andere zu führen. Damit steige ich bei einem Coaching gerne ein: Eine Führungskraft muss das eigene Potenzial entdecken und weiterentwickeln, um dann ein Verständnis dafür zu entwickeln, wie Menschen und Teams ticken und wie sie den Einzelnen und das Team am besten unterstützen kann.

Wie läuft ein Beratungsprozess ab?

Zunächst führe ich ein Gespräch mit dem Inhaber oder der Geschäftsführung. Die Unternehmen haben bestimmte Themen und Vorhaben, weshalb sie sich einen Berater ins Haus holen. Häufig gibt es aber noch keine konkrete Problemstellung und es folgen Analysegespräche, um zu klären, wo es hakt, um dann individuell eine Lösung zu entwickeln.

Zum Beispiel?

Ein Unternehmen sprach mich an: Verschiedene Betriebe aus Insolvenzen waren zusammengeführt worden, und juristisch/formal war alles geklärt. Sie hatten in einen neuen Standort investiert und die Mitarbeiter alle übernommen. Aber die Führungsebene merkte, dass die Kultur nicht passt. Es gab immer noch ein „ihr und wir“.

Nur dadurch, dass man Unternehmen zusammenkauft, entsteht eben keine Einheit. Dieser „Post-Merger-Prozess“ musste moderiert werden, um ein Team zu entwickeln, das nicht gegeneinander, sondern miteinander arbeitet. Wir ha-

ben an einem gemeinsamen Werteverständnis gearbeitet, das die Zukunft beschreibt, aber auch die Vergangenheit jeder Einheit würdigt, und haben Spielregeln entwickelt. Dann haben wir eine Strategie erarbeitet und diese im Unternehmen ausgerollt. Die Kultur eines Unternehmens ist die Summe des Verhaltens und der Werte derer, die dort arbeiten – die erfährt man nur, wenn man auch mit allen spricht.

So ein Prozess ist unternehmensindividuell?

Ja. Ich kann sagen, dass ich in verschiedenen Unternehmen konkrete, manchmal ähnliche Fragestellungen vorfinde, aber die Beratung, die Workshops, die Mittel, die genutzt werden, sind individuell.

Sind die Themen New Work und agiles Arbeiten neu dazu gekommen?

Die Pandemie war ein „Booster“ für diese Themen, denn es gibt sie schon sehr viel länger, aber sie waren nicht bei allen Unternehmen angekommen. Als plötzlich alle im Lockdown saßen und die Menschen nicht mehr gemeinsam im Büro waren, gab es zunächst bei vielen eine ziemliche Hilflosigkeit. Corona hat viele Unternehmen dazu gebracht, sich auf New Work sowie neue Arbeitstechniken und Technologien einzulassen.

Was bedeutet das für Unternehmen?

Wir arbeiten in einer Welt, die sich viel schneller dreht, die veränderlich ist, in der es täglich neue Innovationen und neues Wissen gibt. Wir sind heute darauf

angewiesen, uns schnell anzupassen und auch in wechselnden Teams zusammenzuarbeiten. Und das müssen wir nun auch Remote tun. Aber der Mensch sehnt sich auch nach Stabilität, nach einem „Home-Team“ und Zugehörigkeit. Daraus entsteht ein Spannungsfeld.

Eine echte Herausforderung für Führungskräfte.

Es reicht nicht, zu sagen ‚trefft euch bei Teams oder Zoom‘, Unternehmer und Führungskräfte müssen vielmehr schauen, wie es gelingt, dass sich die Mitarbeiter im Team und im Unternehmen dennoch sicher und wahrgenommen fühlen. Natürlich muss ich die Tools und Technologien beherrschen, aber New Work geht sehr viel weiter. Führungskräfte haben die Aufgabe, sich darum zu küm-

mern, dass Kommunikation, Zusammenhalt, Austausch weiter funktioniert, und ein Gefühl dafür zu behalten, wie es Teammitgliedern wirklich geht und ob sie mitziehen. Wichtige soziale und teambildende Faktoren dürfen nicht verloren gehen.

Sind das auch Themen für Unternehmen der Druckindustrie?

Es ergeben sich Chancen für die Druckindustrie, wenn Unternehmen es schaffen, sich darauf einzulassen. Aber es funktioniert nicht „von allein“. Ich nehme wahr, dass Unternehmen unterschiedlich weit sind. Sich neuen Organisationsformen und Technologien zu stellen, hat viel mit Führung und der jeweiligen Unternehmenskultur zu tun. Es gehört zum Beispiel Vertrauen dazu, wenn Mit-

arbeiter im Homeoffice arbeiten. Und es gehören Kenntnisse und Fähigkeiten des Changemanagements dazu, um Veränderungen langfristig im Unternehmen zu verankern. Aber das ist ein generelles Thema, nicht eines der Druckbranche.

Wie kann der Einstieg gelingen?

Für New Work und die Digitalisierung bedarf es spezifischer Kompetenzen, um sich in der digitalen Arbeitswelt zurechtzufinden. Es reicht heute nicht mehr, Dateien lokal abzulegen oder überarbeitete Dateien per E-Mail hin- und herzuschicken. Um produktiv und gut zusammenzuarbeiten, muss es gelingen, transparent zu arbeiten. Und die Mitarbeiter benötigen eine Chance, das zu lernen.

Mit dem Verband ist eine Zusammenarbeit geplant. Um welche Themen wird es dabei gehen?

Agilität wird ein Thema sein: Selbstführung und Organisation in einer herausfordernden Welt, wie erhalte ich die Leistungsfähigkeit und Gesundheit der Mitarbeiter und meine eigene, wie organisiere ich Teams und wie baue ich ein agiles Unternehmen auf. Ein zweiter Schwerpunkt wird die Digitalisierung sein, unter dem Aspekt, dass sie uns hilft, schnell und transparent zu arbeiten. Stichworte sind dabei: angepasste Prozesse, schlanke Produktion und E-Management, moderne ERP-Systeme und ein Projektmanagement, das schnell und agil ist. Als Einstieg sind Seminare geplant, aber wir werden gemeinsam auch individuelle Beratungen anbieten. ■

we-consult.org

► **Sie möchten sich auch mit den Themen New Work oder agiles Arbeiten auseinandersetzen?**
Sprechen Sie uns gerne an.

Teresa Curdt
02306.20262 26
teresa.curdt@vdmnw.de

WAS BEDEUTET NEW WORK?

Durch den strukturellen Wandel unserer Arbeitswelt haben sich auch die Anforderungen der Arbeitnehmer verändert und dadurch die Arbeitsgestaltung in Unternehmen. New Work (deutsch: Neue Arbeit) ist ein Sammelbegriff, mit dem verschiedene Arbeitsmodelle und -formen umschrieben werden. Der Begriff geht auf den Sozialphilosophen Frithjof Bergmann zurück, der das Theoriekonzept der Neuen Arbeit entwickelt hat. Die Arbeitswelt fordert heute kontinuierliche Innovation, denn Arbeitsabläufe bleiben nicht Jahr für Jahr gleich. Dafür braucht es Arbeitskräfte, die selbstständig an Lösungen arbeiten.

AGILITÄT

Agile Unternehmen schaffen es, sich in kurzer Zeit erfolgreich an neue Anforderungen anzupassen. Diese Anpassungsfähigkeit an unbeständige, komplexe und unübersichtliche Märkte kann zu großen Wettbewerbsvorteilen führen. Agiles Arbeiten und agile Teams sind eine unternehmerische Antwort auf die steigende Dynamik und Komplexität, die durch die Digitalisierung ausgelöst wird.



Änderungen im Kaufrecht

Zum 1. Januar 2022 sind im Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB) entscheidende Änderungen in Kraft getreten, die vor allem digitale Angebote betreffen und Auswirkungen auf die Gewährleistung und Mängelhaftung haben. Was Unternehmer jetzt beachten müssen:

- 1) Für Verkäufer von Waren mit digitalen Elementen gibt es eine neue sogenannte Aktualisierungspflicht. Diese soll sicherstellen, dass die Technik auch dann noch funktioniert, wenn sich das digitale Umfeld ändert. Darüber hinaus geht es um die IT-Sicherheit von smarten Geräten, die durch Sicherheitsupdates vor einem unberechtigten Zugriff Dritter auf Daten oder Funktionen geschützt werden sollen. Der Verkäufer dieser Geräte schuldet alle Aktualisierungen, die die Funktionsfähigkeit und die IT-Sicherheit gewährleisten, also auch Sicherheitsupdates. Der Käufer muss über anstehende Updates informiert werden. Unterlässt der Verkäufer dies, liegt bereits ein Sachmangel vor. Die Dauer dieser Aktualisierungspflicht ist unbestimmt; es kommt darauf an, was der Verbraucher „erwartet“. Daher sollten die Händler – die in der Regel solche Updates nicht selbst erstellen – mit den Herstellern entsprechende Verträge schließen, um etwaige Schäden weiterleiten zu können.
- 2) Eine weitere wichtige Neuerung betrifft die Verschärfung der Beweislast: Bislang mussten Verkäufer einer Sache nur in den ersten sechs Monaten nach Übergabe der Sache beweisen, dass die Kaufsache frei von Mängeln war. Jetzt beträgt diese Frist zwölf Monate.
- 3) Auch nach dem neuen Recht wird zwischen der vereinbarten Beschaffenheit einer Kaufsache (subjektive Elemente) und der gewöhnlichen Verwendung (objektive Sicht) unterschieden. Nach altem Recht reichte bereits eine Vereinbarung über die Beschaffenheit einer Ware zwischen Verkäufer und Käufer aus. Erfüllte die Ware diese vereinbarte Beschaffenheit, war sie frei von Mängeln. Erst bei Fehlen einer solchen Vereinbarung kam es bislang darauf an, ob die Ware geeignet war und dem entsprach, was bei Gütern derselben Art üblich war. Diese Stufensystematik gibt es im neuen Recht nicht mehr. Jetzt müssen alle Anforderungen kumulativ vorliegen. Das bedeutet, dass auch bei Vorliegen einer Vereinbarung über die Beschaffenheit einer Sache die Kaufsache immer auch nach der gewöhnlichen



Verwendung „geeignet“ sein muss und die Beschaffenheit aufzuweisen hat, die der Käufer bei Sachen derselben Art „erwarten“ kann. Diese Erwartungshaltung kann sich auch aus Werbeaussagen ergeben oder aus Waretiketten etc.

Auch bei Verkauf von Ausstellungsstücken oder B-Ware muss nun der Käufer vor dem Vertragsschluss darüber in Kenntnis gesetzt werden, dass die Kaufsache von schlechterer Qualität „als normalerweise üblich“ ist. Die Abweichungen müssen im Vertrag ausdrücklich und gesondert vereinbart werden. Ein Kästchen im Online-Shop, das erklärt, dass die schlechtere Qualität vorliegt, muss vom Käufer ausdrücklich angeklickt und damit bestätigt werden.

- 4) Auch bei der Gewährleistungspflicht haben sich Änderungen ergeben: Die Frist für Mängelansprüche beträgt wie bisher zwei Jahre. Neu ist, dass eine Verlängerung der Gewährleistungsfrist von vier Monaten eintritt, wenn der Mangel sich innerhalb der regulären Gewährleistungsfrist erstmals gezeigt hat.
- 5) Darüber hinaus gibt es eine neue Ablaufhemmung, wenn der Unternehmer während der Verjährungsfrist einem geltend gemachten Mangel durch Nacherfüllung abhilft. Dann tritt die Verjährung von Ansprüchen wegen des geltend gemachten Mangels erst nach Ablauf von zwei Monaten nach dem Zeitpunkt ein, in dem die nachgebesserte oder ersetzte Ware dem Verbraucher übergeben wurde. Bislang galt, dass der Verkäufer bei einem Mangel die Möglichkeit hatte, den Mangel zu korrigieren, und der Käufer nur einen sogenannten Nacherfüllungsanspruch hatte. Im geschäftlichen Bereich bleibt es auch nach neuem Recht bei dieser Rechtslage; bei reinen Verbrauchergeschäften entfällt aber das Erfordernis der Fristsetzung. Hier reicht es also aus, dass der Käufer den Verkäufer über einen Mangel unterrichtet. Wird nicht rechtzeitig vom Verkäufer „nacherfüllt“, kann der Käufer zurücktreten und den vollen Kaufpreis zurückverlangen. Der Käufer muss keinen Ersatz für gezogene Nutzungen leisten. Für die Praxis bedeutet das,



dass künftig Reklamationen sofort bearbeitet werden sollten, um Rückabwicklungen des ganzen Vertrages zu vermeiden.

- 6) Auch sogenannte Garantien sind von Änderungen betroffen. Diese Erklärungen müssen nun einfach und verständlich formuliert sein und dem Käufer spätestens bis zur Lieferung der Kaufsache auf einem dauerhaften Datenträger, beispielsweise in Papierform oder per E-Mail, zur Verfügung gestellt werden. Die Garantie muss Mindestinhalte umfassen, wie Name und Anschrift des Garantiegebers, Verfahren für die Geltendmachung der Garantie, genaue Bezeichnung der Kaufsache, für die Garantie gewährt wird, Nennung von Dauer und räumlichem Geltungsbereich der Garantie.

Diese Änderungen zeigen, dass es im neuen Kaufrecht zu erheblichen Verschiebungen zulasten der Verkäufer kommt. ■

► Für Ihre Fragen zum neuen Kaufrecht stehen die Juristen des Verbandes gerne zur Verfügung!

Peter Skutta

02306.20262 13 / skutta@vdmnw.de

Sebastian Busch

02306.20262 12 / busch@vdmnw.de

Wolfgang Kampermann

02306.20262 17 / kampermann@vdmnw.de

Jan Kröger

040.399283 21 / kroeger@vdmnw.de



F K S
GRAFISCHE MASCHINEN
ALLES NACH DEM DRUCK

„Gerüstet für
die Zukunft ...“



INFOS & ANMELDUNG

Print by Design ist eine leicht zugängliche, dreistufige Kreativitätstechnik, mit der die Seminarteilnehmer systematisch Ideen für erfolgreiche, multisensorische Druckprodukte entwickeln.

Im Seminar verinnerlichen die Teilnehmer, dass Gedrucktes ein perfektes Vehikel ist, um Botschaften analog zu codieren. Mit dieser Fähigkeit kreieren sie erfolgreiche Print-Produkte, schöpfen das Potenzial analoger Kommunikation aus und perfektionieren ihre Kundenberatung.

ZIELGRUPPE:

Fachkräfte, die an der Entwicklung von Druckprodukten beteiligt sind wie Kundenberater, Vertriebsmitarbeiter oder Grafiker in Druckereien und Agenturen.

DATUM/ORT:

5. April 2022, Lünen

PREIS:

490 € zzgl. MwSt. (Mitglieder)
650 € zzgl. MwSt. (Nichtmitglieder)

Das Seminar ist auf maximal 8 Teilnehmer begrenzt.

ANSPRECHPARTNER:

Alexander Justa

0211.99900 39 / justa@vdmnw.de

Kirsten Kock

02306.20262 38 / kock@vdmnw.de

Print by Design: Knacken Sie den analogen Code!

Marko Hanecke ist ausgebildeter Drucker, Industriemeister Print und studierter Druckingenieur. Als umtriebiger Print-Experte bereichert er die Branche vielfältig und unkonventionell. In dem neuen Akademie-Seminar „Die Kreativitätstechnik Print by Design“ knackt er gemeinsam mit den Teilnehmern den analogen Code – was das bedeutet, erklärt er im Interview.

Print by Design – was ist das?

Eine von mir erdachte Kreativitätstechnik, mit der Sie systematisch multisensorische und erfolgreiche Druckprodukte entwickeln. Diese Technik versteht Print als zentrales Design-Element und schlägt die Brücke zwischen Kreation und Produktion.

Was passiert im Seminar?

Die Teilnehmer knacken den analogen Code haptischer Kommunikation und entwickeln ihr eigenes, spektakuläres Druckprodukt mit Wow-Effekt. Ich verspreche: Es wird „Klick“ machen und den Blick auf die Entwicklung kreativer Drucksachen schärfen.

Welche Voraussetzungen müssen Teilnehmer mitbringen?

Keine fachlichen! Print by Design funktioniert unabhängig von Druckexpertise, Produktarten und Einsatzzwecken. Die Methode funktioniert allein, in Gruppen, vor, während oder nach einem Briefing.

Warum sollten Mitarbeiter aus Druckereien teilnehmen?

Unsere Aufmerksamkeitsspanne wird immer kürzer und liegt mit aktuell acht Sekunden eine Sekunde unter der von Goldfischen. In einem engen Zeitfenster muss Print deshalb begeistern und im grauen Einerlei auffallen. Hier versagen Standards. Mit „Print by Design“ entwickeln Druckereimitarbeiter echte Wettbewerbsvorteile. ■



Marko Hanecke

Willkommen im Verband



Die Accente GmbH ist seit über 27 Jahren ein zuverlässiger Partner für Druckereien, Verlage und Industrie. Das inhabergeführte Unternehmen mit Sitz in der Metropolregion Hamburg hat sich in dieser Zeit einen Ruf als Dienstleister mit großer Fertigungstiefe erworben. Im vergangenen Jahr ist Accente Mitglied des VDM Nord-West geworden.

Warum haben Sie sich für die Verbandsmitgliedschaft entschieden?

Seit zwei Jahren nutzen wir bereits die Dienstleistung des Verbandes im Bereich externe Arbeitssicherheit-Fachkraft. Damit sind wir sehr zufrieden. Die Mitgliedschaft war für uns deshalb die logische Weiterentwicklung dieser Zusammenarbeit.

Welche Verbandsleistungen möchten Sie in Anspruch nehmen?

Wir können uns gut vorstellen, zukünftig weitere Dienstleistungen im Bereich Beratung und Weiterbildung zu nutzen. Auch von dem Netzwerk des Verbandes möchten wir profitieren.

Was zeichnet Ihr Unternehmen aus?

Zuverlässigkeit bei Qualität und Terminen sind für uns selbstverständlich. Darüber hinaus legen wir viel Wert auf Beratung, die häufig schon vor der Auftragsphase beginnt, zum Beispiel durch Musterbau und Prüfung von technischer Machbarkeit. Die teilweise jahrzehntelang andauernden Kundenbeziehungen zeigen, dass die Zusammenarbeit für beide Seiten einen Gewinn darstellt. Die Verbindung von maschineller und händischer Verarbeitung rund um die Werkstoffe Papier und Karton ermöglicht uns die Fertigung einer großen Anzahl unterschiedlicher Produkte. Unsere Versand- und Lagerlogistik rundet das Angebot ab. ▣

accente-die-papierverarbeiter.de

ACCENTE DIE PAPIERVERARBEITER

Immer mit **frischen** Ideen!

xerox X-NRW

Die X-NRW GmbH ist ein Fachhändler und Systemhaus mit 45 Mitarbeitern und bietet Digitaldruck-Systeme und alles, was für den Erfolg dazugehört: Geschäftsverständnis, technisches Know-how, Software und IT-Services. Bei der Hardware konzentriert sich das Unternehmen auf die Marke Xerox. Hans-Georg Krott, Manager Sales, stellt das Unternehmen vor.

Warum sind Sie Mitglied geworden?

Wir hatten über die Jahre immer wieder fachliche Berührungspunkte mit dem Verband und schätzen seine Kompetenz. Die Mitgliedschaft ist unsere Entscheidung für eine intensivere Kommunikation. Wir sehen den Verband als zentrale Branchen-Plattform. Neue Ideen entstehen, wenn man sich austauscht. Das gilt auch für Lieferanten und Kunden.

Wo sehen Sie die Herausforderungen im Digitaldruck?

Die sehe ich in zwei Bereichen. Technisch: die unterschiedlichen Komponenten zum Zusammenspiel zu bringen und den internen

Arbeitsaufwand durch Automatisierung zu reduzieren. Geschäftlich: Nutzen für die Kunden zu schaffen. Der liegt nach meinem Verständnis zum einen in hochwertigen Druckerzeugnissen, aber auch in digitalen Prozessen, die den Kunden Mehrwert bieten. Ich denke, mit hybriden Angeboten – Papier und Digital – hat Print eine große Zukunft.

Was zeichnet Ihr Unternehmen aus?

Wir haben sehr gute Drucksysteme. Zurzeit sind bei uns Sonderfarben wie Weiß, Silber, Gold oder Neon ein heißes Thema. Und wir haben viel Erfahrung mit professioneller Produktion – durch Hunderte von Kundeninstallationen im grafischen Gewerbe. Darum wissen wir, dass die wichtigste Phase der Betreuung nach der Installation kommt. Außerdem kennen wir uns mit Techniken aus, die die Kunden der Druckereien weiterbringen: zum Beispiel die Vereinfachung von Bestellprozessen über digitale Anbindung und durch datengesteuerte, empfängerspezifische Zusammenstellung von Drucksachen oder durch zielgenaue, individualisierte Werbung oder Kataloge und vieles mehr. ▣

x-nrw.de

Der VDM Nord-West wünscht alles Gute!

GEBURTSTAG

MÄRZ

35 Jahre **Benjamin Robert**
Robert GmbH
Weitkampstraße 36
48282 Emsdetten

40 Jahre **Peter Biancotto**
solith kreativ medien GmbH
Rosenthalstraße 10
42369 Wuppertal

45 Jahre **Martin Panzig**
Druckhaus Panzig GmbH
Fleischerstraße 4
17489 Greifswald

60 Jahre **Thomas Kay**
Druckhaus Kay GmbH
Hagener Straße 121
57223 Kreuztal

65 Jahre **Theodor Schmidt**
Schmidt, Ley + Wiegandt
GmbH + Co. KG
An der Wethmarheide 36
44536 Lünen

APRIL

45 Jahre **Sebastian Keuck**
Keuck Medien GmbH & Co. KG
Max-Planck-Straße 8
47638 Straelen

55 Jahre **Christian Lütke**
Himmelheber Verlag Fritz & Lütke
Offakamp, Kontor 9A
22529 Hamburg

60 Jahre **Gerd Giesel**
DRUCKPUNKT Digital Offset GmbH
Rondenbarg 8
22525 Hamburg

MAI

40 Jahre **Sebastian Schulte**
Pressmind GmbH
Hünegräben 10
57392 Schmallenberg

70 Jahre **Werner Stolz**
W. STOLZ u. PARTNER GmbH
DESIGN PRODUCTION
Bayreuther Str. 44
40597 Düsseldorf

75 Jahre **Jürgen Schröder**
Grafia-Druck Schröder
Haumannstraße 22
44379 Dortmund

FIRMENJUBILÄUM

FEBRUAR

100 Jahre **Heinrich Steuber**
GmbH + Co.
Krefelder Straße 658
41066 Mönchengladbach

MÄRZ

25 Jahre **Cult Promotion e.K.**
Agentur f. Kulturmarketing
Am Sandtorkai 23-25
20457 Hamburg

125 Jahre **Druckerei Hermann**
Ullrich GmbH & Co. KG
Cronenberger Straße 58
42651 Solingen

APRIL

30 Jahre **Impressed GmbH**
Bahnenfelder Chaussee 49
22761 Hamburg

MAI

120 Jahre **Frey Print + Media**
GmbH & Co. KG
Bieketurmstr. 2
57439 Attendorn

ÜBRIGENS:

Pantone color of the year 2022

PANTONE 17-3938
Very Peri



[pantone.com](https://www.pantone.com)

IMPRESSUM

HERAUSGEBER:

Verband Druck + Medien Nord-West e.V., An der Wethmarheide 34,
44536 Lünen, Telefon: 02306.20262 0, Fax: 02306.20262 99, www.vdmnw.de; **V.I.S.D.P.** Oliver Curdt, Geschäftsführer VDM Nord-West;
REDAKTION Gwendolyn Paul; **GESTALTUNG** Birgit Dürr; **SCHLUSS-**
KORREKTUR Jürgen Grosche.

BILDNACHWEIS:

Yingyaipumi-stock.adobe.com (S. 01); Angela Elbing (S. 01); ©Prime-Mockup-stock.adobe.com (S. 02); Tomml-istockphoto.com (S. 02); Theissen Medien Gruppe GmbH (S. 02); VDM NordWest (S. 03); Factory Hotel Münster (S. 04); Odua Images-stock.adobe.com (S. 05); Gondex-stock.adobe.com, SlobodanMiljevic-istockphoto.com (S. 06); Lensing Zeitungsdruck (S. 07); Druckstudio Gruppe (S. 07); Gerald Singelmann (S. 08); Portraitbild@Maik Jarsetz (S. 08); MEN AT WORK Werbeagentur GmbH (S. 10); TCmake_photo-istockphoto.com (S. 11); Maryna-stock.adobe.com (S. 12); PrettyVectors-istockphoto.com (S. 13); Druck und Design - Astrid Schmidhuber (S. 14); Oleksandra-stock.adobe.com (S. 16)

Ihre Herausforderung, unser Job: Sichere Entsorgung
von **Altpapier, Akten und Kunststoffen**



bequem entsorgt – sicher verwertet

STÜCKE Rohstoff-Recycling GmbH

Buschortstraße 52-54 · 32107 Bad Salzuflen
Fon: 05221 70347 · www.stuecke-gmbh.de



vdmnw.de

Gestaltungswettbewerb DER DRUCK- UND MEDIENVERBÄNDE NUR FÜR AZUBIS! 2022

Der Gestaltungswettbewerb geht ins 31. Jahr. 29 Jahre richtete der Verband Druck & Medien NordOst diesen Wettbewerb für Mediengestalter in der Ausbildung aus. Zum 30-jährigen Jubiläum wurde der Gestaltungswettbewerb zum gemeinsamen Wettbewerb der Druck- und Medienverbände. Wir drücken die Daumen und freuen uns auf zahlreiche Entwürfe.

Die Aufgabe

Eine Business-Geburtskarte

Herzlichen Glückwunsch zum Geburtstag im Geschäftsleben! In diesem Jahr dreht sich alles um den Geburtstag im beruflichen Umfeld. Gestalten Sie eine Grußkarte, mit der man Mitarbeitern, Kollegen, Kunden und Geschäftspartnern angemessen zum Geburtstag gratulieren kann.

Wir wünschen euch
viel Spaß und Erfolg
bei der Teilnahme!



Der Einsendeschluss

24. Juni 2022

Die Preisgelder

1. Platz 750 €

2. Platz 500 €

3. Platz 250 €

4. - 10. Platz Digitales Jahresabo der Page

Die Jury

Den Gestaltungswettbewerb der Druck- und Medienverbände gibt es seit 30 Jahren. Eine hochkarätige Fachjury begutachtet die Einreichungen und kürt die Sieger.

Die Teilnahmebedingungen

Zur Teilnahme berechtigt sind alle Auszubildenden und Umschüler der Druck- und Medienindustrie, die zum Zeitpunkt der Ausschreibung – August 2021 – in der Ausbildung sind.

Pro Teilnehmer darf nur ein Entwurf eingereicht werden.

Weitere Informationen

www.vdmno.de/gestaltungswettbewerb-der-druck-und-medienverbaende/

Endlich wieder Kollegen treffen!

Auf der FESPA Global Print Expo 2022 in Berlin

Die FESPA ruft und alle kommen: Weit über 300 namhafte Aussteller – darunter Agfa, Canon, HP, EFI, Fuji, oder Mimaki – haben sich bereits für die FESPA in Berlin angemeldet. Vom 31. Mai bis zum 3. Juni 2022 rollt die FESPA Global Print Expo 2022 in Berlin den roten Teppich aus für neue Produkte, Geschäftsfelder und technische Lösungen, mit der die Druckindustrie auch in Zukunft erfolgreich ist. Vier Tage lang werden in acht Hallen des Messegeländes Innovationen aus mehr als 30 Ländern gezeigt.

Der Bundesverband Druck und Medien sowie die Landesverbände werden vor Ort sein und ihre Mitglieder persönlich an einem eigenen Messestand begrüßen. Der Eintritt in die Messe ist für Mitglieder der Verbände frei. Sie haben außerdem Zutritt zur exklusiven „Club FESPA Lounge“ mit Bar, Catering und der Möglichkeit, sich mit Kollegen, Gesprächs- und Geschäftspartnern in entspannter Atmosphäre auszutauschen.

Am besten gleich kostenlos registrieren!
Der Code exklusiv für Mitglieder der Druck- und Medienverbände: **ACN11**

Fragen?
FESPA@bvdm-online.de



Die Druckindustrie produziert immer nachhaltiger

Klimainitiative der Verbände hat einen neuen Höchststand bei der Anzahl der Mitglieder sowie bei der Kompensation von produktionsbedingten CO₂-Emissionen erreicht.

Im Jahr 2021 wurden über die Klimainitiative insgesamt 41.780 Tonnen CO₂ ausgeglichen. Damit hat sich das Engagement im Vergleich zu 2018 fast verdoppelt, auch gegenüber dem Vorjahr ist ein Wachstum von knapp 25 % zu verzeichnen. Das seit einem Jahr existierende Angebot, sich zusätzlich lokal durch Aufforstung von geschädigten Wäldern zu engagieren, stößt ebenfalls auf gute Resonanz: Durch das Engagement der Mitglieder der Klimainitiative konnten insgesamt 3585 Bäume in einem stark vom Borkenkäfer beeinträchtigten Waldgebiet in Schleswig-Holstein aufgeforstet werden.

Die Klimainitiative der Druck- und Medienverbände ermöglicht Druckunternehmen und Verlagen die Herstellung von klimaneutralen Printprodukten und Verpackungen durch einen ganzheitlichen Klimaschutzansatz basierend auf dem Prinzip: Treibhausgasemissionen erfassen und reduzieren sowie unvermeidbare Emissionen durch die Unterstützung von anerkannten Klimaschutzprojekten ausgleichen. Innerhalb der Klimainitiative werden nur Projekte nach dem höchsten Standard – dem Goldstandard – unterstützt.

Mehr Informationen finden Sie unter:
klima-druck.de

FRAGEN?
NUTZEN@BVDM-ONLINE.DE

EINZIGARTIG IN DER DRUCK- UND MEDIENBRANCHE

Was kostet Ihre Versicherung im Rahmen der **GBH MedienPolice®**? Einfach online die benötigten Felder ausfüllen und binnen Sekunden Ihr druckereispezifisches Angebot vor Augen sehen.

Sie sind von unserem Angebot begeistert? Schicken Sie uns Ihre Kontaktdaten und wir kümmern uns um alles Weitere – am Telefon oder bei Ihnen vor Ort!

DER PRAKTISCHE PRÄMIENRECHNER: www.druckerei-versicherungen.de

Optimieren Sie mit der **GBH MedienPolice®** den Versicherungsschutz Ihres Druck- und Medienbetriebes. Ihre Vorteile:

- Ein mit den Druckverbänden entwickeltes Konzept
- Eine Police, alle relevanten Versicherungen
- Top Preis-Leistungs-Verhältnis
- Umgehende Kontaktaufnahme

GAYEN & BERNS • HOMANN GMBH

VERSICHERUNGSMAKLER SEIT 1899

A BÖRSENBRÜCKE 6 • 20457 HAMBURG • T +49 40 37002-01 • F -100 • E HAMBURG@GBH.DE • W MEDIEN-POLICE.DE

**Nah.
Nützlich.
Nachhaltig.**

Lokale Werbe- und
Informationspost

Lokaler Handel braucht lokale Werbepost.

Die Coronapandemie hat im Einzelhandel und in der Gastronomie enormen Schaden angerichtet. Für die Gewerbe vor Ort ist lokale Werbe- und Informationspost oft die einzige Möglichkeit, für sich zu werben und digitalen Plattformen Paroli zu bieten.

Wer diese nicht adressierte Werbepost nicht im Briefkasten haben möchte, kann schon heute mit einem einfachen Aufkleber die Zustellung stoppen.

Mehr unter www.werbeposterhalten.de
Eine Initiative der Druck- und Medienverbände



Vertrauen ist die Grundvoraussetzung

Foto: alphaspirit.it - shutterstock.com

Veränderungen im Unternehmen gelingen nur dann, wenn alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mitgenommen werden. Das weiß Daniel Wessels, Vertriebsleiter bei der Bösmann Medien und Druck GmbH & Co. KG, aus eigener Erfahrung. In den vergangenen zwei Jahren hat er einen Change-Prozess in seiner Vertriebsabteilung angestoßen und gemeinsam mit seinem Team erfolgreich umgesetzt.

Daniel Wessels kann mit Stolz auf die Weiterentwicklung seines Vertriebsteams blicken. Der Veränderungsprozess, den der Vertriebsleiter gemeinsam mit dem Team initiiert hat, ist zur Erfolgsgeschichte geworden – von den gesammelten Erfahrungen profitieren mittlerweile weitere Unternehmensbereiche von Bösmann Medien und Druck GmbH.

„Durch die Zusammenarbeit mit einer externen Unternehmensberaterin und Expertin für agiles Arbeiten haben wir bereits vor Corona verstanden, dass der Unternehmenserfolg insbesondere durch eine flexible Anpassung an sich schnell verändernden Rahmenbedingungen realisiert werden kann. Darum wollten wir die Mitarbeiter dazu befähigen, mit Veränderungen umzugehen und diese auch aktiv mitzugestalten, um den immer komplexer werdenden Anforderungen des Marktes gerecht zu werden. Der Input von außen hat uns dabei geholfen, zu er-

kennen, wie sich die Welt und die Gesellschaft heute verstehen“, erzählt der Vertriebsleiter.

Veränderungen aktiv gestalten

Die Bedingungen der sogenannten VUKA-Welt – übersetzt steht VUKA für Flüchtigkeit, Unsicherheit, Komplexität und Mehrdeutigkeit – wurden auf das Unternehmen und seine Dienstleistungen heruntergebrochen, um anschließend neue Strukturen und Formen der Zusammenarbeit zu entwickeln und einzuführen. So wurden unter anderem Verantwortlichkeiten neu definiert, der Fokus wurde viel mehr auf Teamarbeit und das gemeinsame Vertriebsziel ausgerichtet und die Zuordnung „mein Kunde – dein Kunde“ aufgehoben. „Dadurch waren wir in Coronazeiten gut aufgestellt und konnten beispielsweise ganz unkompliziert flexible Projektteams bilden und auf Auftragsverschiebungen schnell mit neu entwickelten Produkten reagieren“, so Wessels.

Viele kleine Schritte zum Erfolg

Der Weg dahin war bei Bösmann ein „Weg der vielen kleinen Schritte begleitet durch ganz viel Kommunikation, Training, Schulung und Coaching“. Soll ein Change-Prozess gelingen, müssen Führungskräfte ihre Teammitglieder ernst nehmen, sich Befürchtungen anhören und kontinuierlich das Gespräch suchen. „Für mich ist Vertrauen die Grundvoraussetzung. Nur wenn ich über die Beweggründe, Argumente und das Ziel spreche, kann ich Mitarbeiter dazu bewegen, den Prozess zu unterstützen. Aus meiner Sicht ist ein kontinuierlicher und transparenter Dialog im Team unerlässlich“, sagt Wessels. Trotz allem gab es auch Widerstände und Unsicherheiten. Um das Team in seiner jetzigen Konstellation aufzubauen, waren viele Gespräche und vor allem Unterstützungsangebote hilfreich. „Wir haben immer Hilfe angeboten und die Mitarbeiter wussten, dass sie uns ansprechen können, wenn wir in bestimmten Situationen dabei sein sollen. Bei Angeboten haben wir ein Vieraugenprinzip eingeführt, neue Standardtexte für vertriebliche E-Mails haben wir gemeinsam entwickelt. Mir ist es wichtig, dass sich keiner allein gelassen fühlt“, berichtet der Vertriebsleiter.

Erfolge gemeinsam feiern

Als wertvolle Tools, um den Austausch zu fördern, haben sich bei Bösmann die neu eingeführten „Dailies“ oder der „Impuls des Monats“ herausgestellt. Nach einem kurzen Check-in und Wochenrückblick, bei dem jedes Teammitglied etwas berichtet, beginnt der Austausch über ein übergeordnetes Thema wie etwa „Was war euer Moment of truth (Augenblick der Wahrheit)?“ oder „Wie entwickle ich einen Elevator Pitch?“ – und



Daniel Wessels,
Vertriebsleiter/Prokurist,
Bösmann Medien und
Druck GmbH & Co. KG



Aus meiner Sicht ist ein kontinuierlicher und transparenter Dialog im Team unerlässlich.“

daraus entstehen mittlerweile selbstständig Diskussionen und Ideen für neue Projekte. Ganz entscheidend ist es, Erfolge zu feiern, so die Erfahrung von Wessels: „Mir ist es wichtig, Veränderungen herbeizuführen und Erfolge zu sehen. Wir feiern unsere Vertriebs Erfolge gemeinsam und ich teile Erfolge einzelner Mitarbeiter mit der Geschäftsleitung. Ein positives Mindset ist wesentlich, um Herausforderungen als Chance zur Weiterentwicklung zu sehen und als Team gemeinsam zu wachsen.“ Dass dieses Konzept aufgeht, zeigen die Unternehmenszahlen, das gute Miteinander im Team und die Anzahl an Neukunden – und das während der Pandemie-Jahre. ■



Bild: Bösmann Medien und Druck GmbH & Co.KG

Das Vertriebsteam von Bösmann Medien und Druck

Print Academy: Online lernen für alle

Das neue und umfassende Online-Weiterbildungsangebot der Druck- und Medienverbände bietet Online-Weiterbildungsangebote für alle Beschäftigten des Unternehmens, vom Führungspersonal über die Fachkraft bis hin zu den Auszubildenden – und für alle Unternehmensbereiche. Ein innovatives Preismodell macht über 100 Online-Seminare für alle Beschäftigten zugänglich.

Die ständige Weiterentwicklung der eigenen Mitarbeiter ist die zwingende Voraussetzung, um als Druck- und Medienunternehmen die tiefgreifenden Veränderungen in unserer Branche auch in Zukunft meistern zu können und so auf der Erfolgsspur zu bleiben. Das ist leichter gesagt als im Tagesgeschäft umgesetzt. Deswegen bieten Ihnen die Druck- und Medienverbände in Deutschland jetzt eine völlig neue digitale Weiterbildungsplattform für alle Mitarbeitenden – von der Produktion über den Vertrieb, von der Personalabteilung über die Sachbearbeitung bis hin zum Führungspersonal.

Als Anbieter von Online-Seminaren trägt die neue Plattform dem ungebrochenen Trend zu zeitgemäßem und lebenslangem Lernen Rechnung. Mit neuen Inhalten, neuen Formaten und neuen Bildungskonzepten stellt die Print Academy ein passgenaues und zukunftsorientiertes Aus- und Weiterbildungsangebot für das gesamte Unternehmen zur Verfügung: flexibel, von überall aus machbar, interaktiv, effizient und ohne zeit-

”

Die Kompetenzen unserer Mitarbeiter fördern wir mit der Flatrate der Print Academy!“

Fabian Roessing,
Werner Achilles GmbH & Co. KG

und kostenintensive An- und Abfahrt. Die jahrelange Erfahrung der Verbände als Weiterbildungsanbieter garantiert Ihnen auch hier Qualität und Kompetenz – und das passgenau für unsere Branche.



Seminare für höchste Ansprüche

Wir wissen, was Sie brauchen, um sich und Ihre Mitarbeiter fit zu machen für die Zukunft. Denn wir kommen aus der Druckbranche.

Unser Fokus liegt auf der gesamten deutschen Druck- und Medienindustrie. Für sie legen wir uns ins Zeug – mit maximalem Nutzen für die Unternehmen und ihre Mitarbeiter.

WWW.PRINT-ACADEMY.DE

Online lernen für alle – das ist unser Anspruch. Mit vielen online zugänglichen Seminarangeboten aus allen relevanten Bereichen. Effizient. Unkompliziert. Zukunftsfähig.

Mit ihrer jahrelangen Erfahrung als Weiterbildungsanbieter stehen die deutschen Druck- und Medienverbände für beste Angebote, höchste Professionalität und maximale Branchenexpertise.

”

Unser Leitspruch: Wer aufhört zu lernen, hat aufgehört, gut zu sein!“

Andreas Wulf, Jungfer Druckerei und Verlag GmbH

Innovatives Preismodell

Auch beim innovativen Preismodell geht die Print Academy neue Wege. Im Rahmen einer an der Unternehmensgröße orientierten Flatrate erhalten die Unternehmen unbegrenzten Zugang zu über 100 Bildungsmaßnahmen pro Jahr. Damit entfallen das aufwendige Suchen und das Vergleichen von Seminaren und Kosten. Zudem können wesentlich mehr Mitarbeiter in den Genuss von Bildungsmaßnahmen kommen als bisher, denn ein ausgeschöpftes Bildungsbudget gehört mit der Flatrate der Vergangenheit an. Und es gibt noch mehr Vorteile: Eine kontinuierliche Personalentwicklung auf hohem Niveau steigert die Arbeitgeberattraktivität und fördert die Bindung von qualifizierten Mitarbeitern an das Unternehmen.

Mit der Flatrate geben Unternehmen ihren eigenen Mitarbeitern ein starkes Signal, wie wichtig ihnen dieses Thema ist. Die Print Academy wird damit ein wichtiger Baustein für die Verbesserung der Arbeitgeber-Attraktivität, für die Bindung wichtiger Leistungsträger ans Unternehmen und für die Gewinnung passender neuer Mitarbeiter. Obendrein ist das Angebot hervorragend integrierbar in die gezielte interne Mitarbeiterentwicklung sowie zur Erreichung von Zielvereinbarungen.

Neue Dimension der Weiterbildung

Die Print Academy bietet eine neue Dimension der Weiterbildung, speziell abgestimmt auf die Anforderungen der Druck- und Medienindustrie. Unternehmer können dank der Flatrate ihren Mitarbeitern ein ganzes Jahr lang ohne jede Einschränkung über 100 branchenspezifische Angebote zugänglich machen. Das Online-Format ist ortsunabhängig, effizient und flexibel.

Das umfangreiche Seminarangebot sowie alles Wissenswerte zu den Preiskonditionen präsentiert die Print Academy unter www.print-academy.de. ▣

Ihr Ansprechpartner

Michael Becker, Leiter der Print Academy
Tel. 02306 20262-34, beratung@print-academy.de

Der nächste Karriereschritt

Medienfachwirt und Industriemeister Printmedien sind die anerkannten Fortbildungsabschlüsse in der Druck- und Medienwirtschaft. Die Inhalte der Ausbildung sind genau abgestimmt auf die Anforderungen, die in den Unternehmen der Branche im mittleren Management von Relevanz sind. Die Verbände Druck und Medien in Nord-West, NordOst und Bayern bieten bereits seit Jahrzehnten entsprechende Vorbereitungskurse an – in den vergangenen zwei Jahren vermehrt auch online und im Blended-Learning-Format. Denn die Verbände gehen mit großer Flexibilität auf die aktuellen Anforderungen der Teilnehmenden ein.



Prüfung geschafft!

Glückliche Gesichter: Zwei Tage schriftliche Prüfungen bei der IHK Dortmund liegen hinter den Teilnehmenden des Düsseldorfer Medienfachwirt-/Industriemeisterlehrgangs. Erleichterung pur!

19 angehende Medienfachwirte/-innen und Industriemeister/-innen

Im Oktober startete ein standortübergreifender Blended-Learning-Vorbereitungslehrgang zum Geprüften Medienfachwirt/Industriemeister. Das bedeutet: Neben den gemeinsamen Online-Phasen beinhaltet der Kurs auch Präsenzeinheiten an den Akademie-Standorten in Düsseldorf, Lünen oder Hamburg.



So macht das Lernen Spaß

Samstagmorgen im Vorbereitungslehrgang: zunächst gemeinsam frühstücken und sich austauschen – der Dozent ist per Video zugeschaltet.





Im Mai geht es für den aktuellen Kurs beim VDM NordOst in die Abschlussprüfung: zwei schriftliche Prüfungen, Projektarbeit mit anschließender mündlicher Prüfung und dem Fachgespräch. Wir drücken die Daumen.



Der Kurs läuft aktuell hybrid. Der Dozent ist vor Ort. Die Teilnehmenden können sich entscheiden, ob sie in Präsenz oder online teilnehmen möchten. Im Herbst startet in NordOst das nächste Angebot für die Vorbereitung auf den Medienfachwirt und den Industriemeister Printmedien.

Im Drucksaal beim Verband Druck und Medien Bayern erhalten die angehenden Medienfachwirte/-innen und Industriemeister/-innen auch einen detaillierten Einblick in die Druckproduktion. Mit umfangreichen Schulungsinhalten von der Druckvorstufe bis zur Weiterverarbeitung werden sie auf ihre zukünftigen Führungsaufgaben vorbereitet.



Bogenkontrolle am Leitstand: Die Teilnehmenden werden intensiv auf das Durchführen und Kontrollieren von medientechnischen Produktionen vorbereitet.

Auf die Theorie folgt die Praxis an der Druckmaschine. Hier dürfen die Kursteilnehmenden auch selbst Hand anlegen und so Erfahrungen im Offsetdruck sammeln.

Quecksilber- UV-Strahler ohne Alternative

Foto: Heraeus Noblelight GmbH

Elektrische Geräte können umwelt- und gesundheitsschädliche Substanzen enthalten, die bei nicht fachgerechter Entsorgung von Elektroschrott große Probleme verursachen. Eine EU-Richtlinie regelt deshalb, welche gefährlichen Stoffe elektrische Geräte in welchen Mengen enthalten dürfen. Betroffen sind auch quecksilberhaltige UV-Strahler, ohne die viele Druckerzeugnisse nicht produziert werden können. Der bvdm setzt sich daher für Regelungen mit Augenmaß ein, zumal das Quecksilber so gut wie vollständig recycelt wird.

Die RoHS-Richtlinie (RoHS steht für „Restriction of Hazardous Substances“) zielt generell darauf ab, schädliche Stoffe wie Quecksilber in elektrischen Geräten ganz zu verbieten. Für ortsfeste industrielle Großwerkzeuge, zu denen auch größere Druckmaschinen zählen, gilt die Richtlinie aber aus guten Gründen nicht. Außerdem sind viele Ersatzteile von den Regelungen ausgenommen, damit bereits angeschaffte Maschinen und Geräte weiter genutzt werden können.

Die Richtlinie enthält darüber hinaus einen Katalog von Geräten, für die nach Auffassung der EU-Kommission keine schadstofffreien Alternativen zur Verfügung stehen. Solche Geräte dürfen ausnahmsweise ebenfalls in Verkehr gebracht werden. Die Kommission überprüft jedoch regelmäßig, ob für diese Ausnahmen geeignete Ersatzlösungen zur Verfügung stehen. In solchen Fällen endet die Ausnahmeregelung nach einer Übergangsfrist. So läuft im Laufe des Jahres 2023 beispielsweise die Frist für viele Leuchtstoffröhren zur Allgemeinbeleuchtung ab. Ihre Funktion können inzwischen LED-Lampen übernehmen.

Zu den RoHS-Ausnahmen zählen auch UV-Quecksilberdampf-Mitteldruckstrahler und UV-Metallhalogenidlampen, mit denen u. a. UV-Druckfarben gehärtet bzw. Siebdruckformen belichtet werden. Emissionsspektrum und Leistung der zurzeit verfügbaren LED-

UV-Strahler sind nämlich noch zu limitiert, um alle Produktionsanforderungen erfüllen zu können. Für viele Anwendungen im Verpackungs-, Industrie-, Spezial- und Sicherheitsdruck bleiben quecksilberhaltige UV-Strahler deshalb für die Druckfarbenhärtung bis auf Weiteres unverzichtbar. Und obwohl auch zur Belichtung von Siebdruckformen heute LED-Lösungen angeboten werden, könnten vor allem die zahlreichen kleineren Siebdruckereien die um ein Vielfaches höheren Kosten entsprechender Belichter nicht aufbringen.

Dennoch werden in der Druckindustrie die Ziele der RoHS-Richtlinie erreicht. Denn Druckereien führen nicht mehr verwendungsfähige Strahler einem geregelten Recyclingkreislauf zu, in dem das Quecksilber fast zu 100 % wiedergewonnen wird.

Der bvdm setzte sich deshalb 2021 gemeinsam mit den Verbänden anderer betroffener Branchen bei der EU-Kommission dafür ein, die bestehenden Ausnahmen für die UV-Strahler zu verlängern. Mit Erfolg: Die Strahler dürfen weitere fünf Jahre lang in Verkehr gebracht werden. Dies ist die längstmögliche Gültigkeitsdauer einer Ausnahme. Auf Antrag entscheidet die EU-Kommission danach erneut. Sollten dann weiterhin keine tauglichen Alternativen zur Verfügung stehen, wird sich der bvdm erneut für die Verlängerung der Ausnahmen stark machen. ■

ONLINE PRINT SYMPOSIUM

2022

9. ONLINE PRINT SYMPOSIUM
28.+29. APRIL 2022 IN MÜNCHEN

Start Up and Print Online!

Roland Keppler
CEO
Onlineprinters



KEYNOTE

Hanne Dinkel
Chief Customer Delivery Officer
Spread Group



Haeme Ulrich
Gründer und CEO
morntag GmbH



Bernd Zipper
CEO
zipcon consulting GmbH



Thomas Vöcker
CEO
TOPP digital



Ramon van Wingerden
CEO
Prindustry

Carles Farre
CEO
HP PageWide Industrial



KEYNOTE

Karim Bannour
Gründer
MarktPlatz1



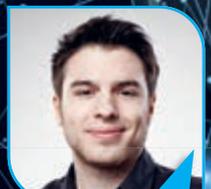
Georg Hansbauer
Mitgründer und CEO
Testbirds



Andreas Otto
CEO
PosterXXL



Ludovic Martin
Berater eCommerce-Strategien/
Web-to-Print-Projekte



Christian Weyer
Managing Director Technology
Zaikio GmbH

JETZT ANMELDEN und noch eines
der **LIMITIERTEN TICKETS** sichern.

www.online-print-symposium.de

bvdm.
Bundesverband
Druck und Medien e.V.

zipcon
consulting



DEUTSCHER DRUCK- UND MEDIENTAG

30.6.-1.7.2022 · Leipzig

Jetzt anmelden:
ddmt22.de

vdm
mitteldeutschland

wmv
wissens werte vereint

bvdm.



<https://www.cms-cutter.de>

Give your business the right cut.



- Kombigerät zum Schneiden und Fräsen
- Für Musterherstellung und Kleinserien
- Schnelle Einarbeitung durch intuitive Bedienung
- Besonders stabil durch einteiligen Unterbau
- Hocheffizient auch im Einmannbetrieb
- Für alle branchenüblichen Materialien

Jetzt Kontakt aufnehmen und weitere Infos anfordern.

Lasercomb GmbH

Siemensstraße 2 | D-73274 Notzingen | Telefon: +49 (0) 7021 - 7240 - 280 | www.lasercomb.de | e-mail: steinle@lasercomb.de

Finden bvdm und ver.di gemeinsam aus der Krise?

Am 14. Februar haben die Tarifverhandlungen für die Druckindustrie zwischen bvdm und ver.di begonnen. Die Gewerkschaft fordert eine Lohnerhöhung um 5 % für 12 Monate.

Im zweiten Verhandlungstermin am 21. Februar 2022 gab es keine Einigung. Am 28. März 2022 wird in Berlin weiterverhandelt.

Zwei Corona-Jahre haben in der Branche Spuren hinterlassen. Der durch massive Produktionseinbrüche und pandemiebedingte Einschränkungen verursachte Ausnahmezustand belastet Betriebe wie Beschäftigte. Nur mit großer Mühe und mithilfe von Kurzarbeit haben viele Betriebe Arbeitsplätze erhalten können. Kurzarbeitergeld hat die Folgen abgemildert, aber nicht voll kompensiert. Dies und steigende Preise nennt ver.di als Begründung für ihre Forderung. Hinzu kommt der Anspruch, gegenüber Hochlohnbranchen wie der Metallindustrie nicht zurückzufallen.

Der bvdm hat davor gewarnt, die Verhandlungen mit unrealistischen Erwartungen zu belasten. Die Lohnentwicklung muss sich an der Leistungsfähigkeit der Branche orientieren. Trotz der etwas positiveren Entwicklung im Jahr 2021 liegt die Branche weiter deutlich unter Vorkrisenniveau. Die Bemühungen, sich aus der Krise herauszuarbeiten, werden durch extreme Kostensteigerungen für Energie und Papier deutlich erschwert. Der Spielraum für Lohnerhöhungen ist daher gering. Der bvdm verwies zudem darauf, dass trotz der schwierigen Lage die Arbeitnehmer mit Tariflöhnen, Urlaubsgeld, Jahresleistung und Zuschlägen ein insgesamt sehr gutes Einkommen erzielen.

Angebot bvdm: 500 € steuerfrei

Der bvdm hatte am 21. Februar eine „Corona-Prämie“ von 500 € für März 2022 bei Verlängerung des Lohnabkommens um ein Jahr angeboten. Damit reagierten die Arbeitgeber auf den von ver.di geltend gemachten



Im November 2021 wurde Dr. Klemens Berktold, Geschäftsführer der FUNKE Niedersachsen Druckzentrum GmbH zum neuen Vorsitzenden des Sozialpolitischen Ausschusses des bvdm gewählt.

Bedarf einer schnellen finanziellen Unterstützung. Die Gewerkschaft dagegen hielt an ihrer Forderung fest. Am 28. März wird weiterverhandelt.

...und was wird aus dem Mantel?

Den Manteltarifvertrag kritisieren die Arbeitgeber seit Jahren als veraltet. Möglichkeiten zur betrieblichen Anpassung der Regelungen, die in anderen Branchen normal sind, existieren nicht.

Im Corona-Tarifvertrag 2020 hatten bvdm und ver.di die Laufzeit des Manteltarifvertrages bis 30. April 2022 verlängert, um sich mehr Zeit für Reformverhandlungen zu verschaffen. Da ver.di jedoch keine Kompromissbereitschaft bezüglich betrieblicher Gestaltungsmöglichkeiten – etwa bei Arbeitszeit oder Zuschlägen – zeigte, scheiterten die Gespräche. Was aus dem Mantel wird, ist derzeit offen – die Laufzeit des Tarifvertrages endet am 30. April 2022. □



Jetzt besser aufstellen im Papiereinkauf!

Das neue bundesweite Angebot der Verbände Druck und Medien in Kooperation mit Paperconnect ermöglicht die smarte und innovative Steuerung des Papiereinkaufs.

Wegen zunehmender Konsolidierungen und Fusionen gibt es immer weniger Anbieter auf Papierhersteller- und Papiergroßhandelsseite – mit negativen Folgen für die Einkaufsvoraussetzungen von Druckbetrieben, denn eine Konsequenz davon ist eine wachsende Verhandlungsdominanz der Anbieter.

Zusätzlich werden bei den Papierherstellern in Europa enorme Produktionskapazitäten für grafische Feinpapire aus dem Markt genommen, was sich negativ auf das Marktangebot und die generelle Sortenvielfalt auswirkt. Damit nicht genug: Parallel explodieren die Weltmarktpreise für Zellstoff, Altpapier und weitere wichtige Rohstoffe und verursachen aktuell bereits deutliche Papierpreiserhöhungen. Tendenz brisant: Vieles deutet darauf hin, dass diese Entwicklungen weiter an Fahrt aufnehmen beziehungsweise an Intensität und Umfang zunehmen könnten.

Die Weltmarkt-Konjunktur erfährt einen spürbaren Aufwind, was sich auch enorm auf die Nachfrage und damit die Verfügbarkeit von vielen Papiersorten auswirkt. Wie bereits in der Vergangenheit kommt es bei solchen Marktszenarien sogar zu länderspezifischen Mengenkontingentierungen und -verknappungen.

Papier ist bekanntlich mit Abstand der größte Fremdkostenblock in der Druckindustrie und die Betriebe sollten vor dem Hintergrund dieser Veränderungen im Anbietermarkt alles daran setzen, sich in diesem schwierigen Beschaffungsfeld besser aufzustellen.

Aufgrund der wirtschaftlichen Bedeutung dieses Kostenblocks gilt es, im Papiereinkauf immer und messbar im „grünen Bereich“ zu sein, um selbst geringe preisliche Schieflagen und Benachteiligungen erkennen und so vermeiden zu können.

Den Verbänden Druck und Medien ist es gelungen, exklusiv für Verbandsmitglieder eine Sonderedition des am Markt erfolgreichen Benchmarksystems Preis-Monitor-Papier mit deutlichen Preisvorteilen anbieten zu können. Verbandsmitglieder erhalten die Sonderedition für 249 Euro pro Monat ohne weitere Zusatzkosten. Die Neuentwicklung des Einkaufsspezialisten



Paperconnect ist seit Kurzem am Markt erhältlich und deckt alles Wesentliche für einen optimalen Papiereinkauf in Bogenoffsetbetrieben ab.

Warum Benchmarking im Papiereinkauf so wichtig ist

Unsere Druckindustrie ist voll mit erfahrenen und versierten Fachkräften, die sich auch in Sachen Papiereinkauf bestens auskennen.

Das Problem: Die Erfahrungen reichen oft nur bis zum Tellerrand des eigenen Betriebes. Sicher ist der eine oder andere außerbetrieblich gut vernetzt, allerdings bringen Preisvergleiche auf Zuruf keine treffsichere Zuverlässigkeit und somit kaum dauerhaften wirtschaftlichen Nutzen, wenn nicht überhaupt Äpfel mit Birnen verglichen werden.

Den meisten Einkaufspreisen für Papiersorten liegen individuelle Vereinbarungen zwischen Papierverkäufer und Druckerei zugrunde, was zu einer kunterbunten und vielfältigen Preiswelt bei identischen Leistungen am Markt führt. Nicht selten existieren sogar auch hausintern unterschiedliche Preise, je nachdem, welche Akteure miteinander verhandeln.

Handlungsbedarf

Die perfekte To-do-Liste für alle Baustellen im Papiereinkauf

Um die Preisqualität der eigenen Einkaufspreise objektiv beurteilen zu können und um zu sehen, in welcher Preisschublade Sie sich gerade befinden, braucht es im Papiereinkauf ein professionelles und verlässliches Benchmarking. Wichtiger Faktor hierbei ist, dass man sich mit gleichartig aufgestellten Kollegenbetrieben, also „inter pares“ vergleicht.

Eine solche Standortbestimmung dient dem Erfolg im Papiereinkauf!

Mit einem professionellen und nachhaltigen Benchmarking stellen Sie in Ihrem Betrieb sicher, dass Sie immer wissen, wie Sie im Papiereinkauf aufgestellt sind. Im Gegensatz zu anderen Kostenblöcken ist Papier nicht preisstabil, sondern ausgesprochen volatil. Die Preismärkte sind in den wichtigsten Sorten immer in Bewegung.

Deshalb sind Benchmarking und das erfolgreiche Steuern des Kostenblocks Papier eine 365-Tage-Herausforderung, die Sie mit der Sonderedition PreisMonitor-Papier der Verbände Druck und Medien ohne eigenen Aufwand und zu minimalen Kosten sicher meistern.

Ein ganzes Bündel an Pluspunkten

Alle Zahlen, Daten und Fakten Ihres Papiereinkaufs werden permanent für Sie papierfachlich, professionell und immer aktuell aufbereitet. Sie messen und überprüfen die Preisqualität Ihrer Einkaufspreise anhand passender Benchmarks von Kollegenbetrieben. Sie er-

kennen Ihre Kostensenkungspotenziale und Ihren individuellen Handlungsbedarf per Mausklick. Sie verfügen zudem über maximale Markt- und Preistransparenz bei allen wichtigen Papiersorten des deutschen Marktes. Und: Sie verbessern systematisch Ihre Einkaufsperformance und sichern Einkaufserfolge nachhaltig ab. Last, but not least: Sie lassen sich zu jeder Papiersorte alternative und auch identische Papiere anzeigen. Das Tool funktioniert ohne eigenen Aufwand! Papierrechnungen hochladen und fertig. Intuitiv bedienbar – keine Schulungen nötig. □

Artikelname	Lieferant
Arctic Volume Highwhite	Berberich
Arctic Volume Highwhite	Römerturm
Arctic Volume White	Berberich
Arctic Volume White	Römerturm
Dacomatt	Berberich
Galaxi Art Samt	Inapa (PU)
Gardamatt eleven	Berberich
Magno Volume	IGEPA
Perigord matt Condat	Inapa (PU)

KONTAKT:

Ansprechpartner bei den Landesverbänden:

Jens Meyer, Tel.: +49 89 330 36 210, E-Mail: j.meyer@pxm-sued.de,

Gerald Walther, Tel.: +49 69 95 96 78 17, E-Mail: g.walther@pxm-sued.de

Stefan Höynck, Tel.: +49 211 999 00 33, E-Mail: hoeynck@vdmnw.de

Holger Schürmann, Tel.: +49 511 338 06 36, E-Mail: schuermann@vdmno.de

Ansprechpartner bei Paperconnect:

Gerd Purkott, Tel.: +49 6192 92 85 014, E-Mail: purkott@paperconnect.de

Das ist neu beim Verbraucherschutz

Ob neuer Sachmangelbegriff, neue Informationspflichten gegenüber Verbrauchern oder Kündigungsbutton für Online-Verträge: 2022 haben Druck- und Medienunternehmen zahlreiche Änderungen im Verbraucherschutzrecht zu beachten.

Im deutschen Kaufrecht gelten in diesem Jahr zahlreiche neue oder geänderte Regelungen. So wurde beispielsweise der Sachmangelbegriff zum 1. Januar 2022 neu definiert. Neu ist, dass eine Sache (nach § 434 BGB) nur noch dann frei von Sachmängeln ist, wenn sie der vertraglichen Vereinbarung und den „objektiven Anforderungen“ entspricht. Bei Kaufverträgen zwischen Unternehmern sind die Parteien weiterhin frei, eine Beschaffenheit der Kaufsache zu vereinbaren, die von den objektiven Anforderungen abweicht. Der Bundesverband Druck und Medien hat die AGBs für die Druckindustrie dementsprechend an die neuen Regelungen angepasst.

Bei Verträgen, durch die ein Verbraucher von einem Unternehmer eine Sache kauft, ist eine vertragliche Abweichung von den objektiven Voraussetzungen hingegen nur dann möglich, wenn der Verbraucher vor der Abgabe seiner Vertragserklärung eigens von der Abweichung in Kenntnis gesetzt und diese im Vertrag ausdrücklich und gesondert vereinbart wurde. Es ist also nicht ausreichend, die Abweichung in den AGBs aufzuführen.



Änderungen bei Verbrauchsgüterkaufverträgen

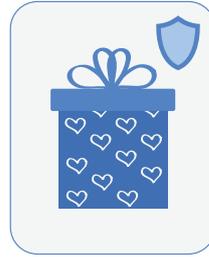
Daneben sind zahlreiche neue Regelungen für Verbrauchsgüterkaufverträge eingeführt worden. Hervorzuheben ist dabei insbesondere die Verlängerung der Dauer der Beweislastumkehr im Hinblick auf Mängel von sechs Monaten auf ein Jahr. Neue Sonderbestimmungen, insbesondere im Hinblick auf Aktualisierungspflichten, gelten auch für Waren mit digitalen Elementen, die ein Verbraucher von einem Unternehmer kauft. Waren mit digitalen Elementen sind Waren, die in einer Weise digitale Produkte enthalten oder mit ihnen verbunden sind, dass die Waren ihre Funktionen ohne diese digitalen Produkte nicht erfüllen können, wie beispielsweise das vorinstallierte Betriebssystem auf einem Smartphone.

Verbraucherverträge über digitale Produkte

Neu in das BGB aufgenommen worden sind des Weiteren Regelungen für Verbraucherverträge über digitale Produkte, wie zum Beispiel elektronische Bücher und andere elektronische Publikationen. Die Vorschriften finden auch auf Verträge über digitale Produkte Anwendung, bei denen der Verbraucher dem Unternehmer personenbezogene Daten bereitstellt („Bezahlen mit Daten“).

Vertragsverlängerungsklauseln in AGBs

Seit dem 1. März 2022 dürfen Verträge über regelmäßige Warenlieferungen oder die regelmäßige Erbringung von Dienst- oder Werkleistungen (z. B. Zeitungs-Abos) mittels AGB-Klauseln nur noch auf unbestimmte Zeit automatisch verlängert werden. Dem Verbraucher muss dabei das Recht eingeräumt werden, das verlängerte Vertragsverhältnis jederzeit mit einer Frist von höchstens einem Monat zu kündigen.



Informationspflichten gegenüber Verbrauchern ändern sich Ende Mai

Die Informationspflichten gegenüber Verbrauchern bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen und Fernabsatzverträgen werden ab dem 28. Mai 2022 teilweise geändert. So ist dann beispielsweise nicht mehr über die Telefaxnummer, aber über gegebenenfalls andere vom Unternehmer zur Verfügung gestellte Online-Kommunikationsmittel (z. B. Messengerdienste) zu informieren, sofern diese gewährleisten, dass der Verbraucher seine Korrespondenz mit dem Unternehmer auf einem dauerhaften Datenträger speichern kann.

Die Widerrufsbelehrung im Fernabsatzhandel ist ebenfalls zum 28. Mai anzupassen. Zukünftig ist keine Telefaxnummer, in jedem Fall aber eine Telefonnummer und eine E-Mail-Adresse des Unternehmens anzugeben. Die Druck- und Medienverbände werden ihren Mitgliedsunternehmen rechtzeitig entsprechend aktualisierte Muster zur Verfügung stellen.

Unternehmer, die Verbraucherbewertungen zugänglich machen, müssen ab dem 28. Mai unter anderem darüber informieren, wie sie sicherstellen, dass die Bewertungen von Verbrauchern stammen, die die Waren oder Dienstleistungen tatsächlich genutzt oder erworben haben.

Kündigungsbutton wird ab dem 1. Juli zur Pflicht

Unternehmer, die Verbrauchern anbieten, einen Vertrag über ein entgeltliches Dauerschuldverhältnis, etwa für ein Abo, auf einer Website zu schließen, müssen ab dem 1. Juli 2022 auf der Website auch die Kündigung des Vertrages über eine entsprechende Kündigungsschaltfläche ermöglichen. ▣



Dr. Carmen Kulpe
Referentin Medien- und
Wirtschaftsrecht, bvdM

Grafik: limeart - shutterstock.com

TERMINE

2022 ◀

- 15.–17.03.2022
InPrint Munich, München
- 28.–29.04.2022
Online Print Symposium, München
- 13.05.2022
Jahrestagung vdm Rheinland-Pfalz und Saarland, Speyer
- 18.–20.05.2022
Empack, Dortmund
- 20.05.2022
Jahreshauptversammlung VDM Nord-West,
Münster
- 20.05.2022
Intergraf Print Matters Conference,
Stockholm
- 21.05.2022
InnoPRINT, Leipzig
- 31.05.–03.06.2022
FESPA Global Print Expo, Berlin
- 22.–23.06.2022
PRINT & DIGITAL CONVENTION, Düsseldorf
- 30.06.2022
Jahresversammlung vdm Mitteldeutschland, Leipzig
- 30.06.2022
Jahresversammlung vdm NordOst, Leipzig
- 30.06.–01.07.2022
Deutscher Druck- und Medientag, Leipzig
- 26.–27.07.2022
Creative Paper Conference, München
- 27.–29.09.2022
Fachpack, Nürnberg
- 06.–08.10.2022
Bayerischer Druck- und Medientag,
Regensburg
- 14.–15.10.2022
dmpi Jahrestagung, Stuttgart
- 08.11.2022
Vertriebskongress VDM Nord-West
- 10.11.2022
Druck & Medien Awards, Berlin

▶ 2023

- 30.03.–01.04.2023
wetec, Stuttgart
- 04.–10.05.2023
Interpack 2023, Düsseldorf

▶ 2024

- 28.05.–07.06.2024
drupa, Düsseldorf





UNSERE
WELT.

EUERE BÜHNE.

Liebes Design, willkommen in unserer Welt. Einer unendlich vielseitigen, unerschöpflich vieldimensionalen und wunderbar einzigartigen Welt aus Papier: der Welt von BERBERICH PAPIER. Mach sie zu deiner Bühne für Kreativität. Zu deiner Leinwand für Anspruch. Zu deinem Einhorn für haptische Erfahrung. Lass sie zu deinem Smart Object für exzellente Kommunikation werden. Liebes Design, alles was du brauchst, findest du hier. Mock it real ...



Mit den richtigen Instrumenten gelingt jedem ein Meisterwerk. **Robotics & Automation von Heidelberg.**

Höchste Effizienz zu erreichen war noch nie so einfach!

Entdecken Sie unsere Lösungen. → heidelberg.com/robotics-and-automation



Feb 2022