

DAS MAGAZIN

NUTZEN

DER DRUCK- UND MEDIENVERBÄNDE



WAHLKAMPF 2017 WARUM PRINT GEWINNT

Das Produkt des Kunden zum Glänzen bringen
Mit Print fährt man besser
Ein Tag im Leben eines Zertifizierers

HILPERT



PRINTING EQUIPMENT

**Neu ist das Magazin-
aber Ihr Nutzen bleibt derselbe!**

**Spitzenpreise und eine
professionelle Abwicklung
beim Kauf & Verkauf
von gebrauchten
Bogendruckmaschinen!**

Wir kaufen jederzeit an:

Heidelberg SM 52 & SM 74 & XL 75 – 4 / 5 / 6 / 8

Heidelberg CD 102 & XL 105 – 4 / 5 / 6 / 8

MAN Roland R700 & R900 – 4 / 5 / 6 / 8

KBA Rapida 106 & 142 & 162a – 4 / 5 / 6 / 8

EDITORIAL



Von links nach rechts: Oliver Curdt (vdm Nord-West), Dirk Glock (vdm Hessen), Dr. Paul Albert Deimel (bvdm), Antje Steinmetz (vdm Mitteldeutschland), Thomas Gans (vdm Rheinland-Pfalz und Saarland), Dr. Alexander Lägeler (vdm Baden-Württemberg), Harald Bareither (vdm NordOst), Holger Busch (vdm Bayern), Rainer A. Goller (vdm Südbaden)

Liebe Leserin, Lieber Leser,

NUTZEN bezeichnet bekanntlich in der Druckersprache, mehrere Vorlagen auf einem Bogen zu drucken. Das spart Ressourcen, ist wirtschaftlich und effizient. Und davon profitieren Drucker und ihre Kunden.

NUTZEN zu bringen ist auch das Ziel, das die Landesverbände Druck und Medien und der Bundesverband mit ihrem neuen gemeinsamen Magazin verfolgen.

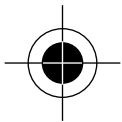
Viermal im Jahr möchten wir Ihnen damit besondere Unternehmen aus der Branche vorstellen, Lösungen für konkrete Kundenanforderungen aufzeigen, Zahlen, Daten und Fakten zu unserem Wirtschaftszweig präsentieren, Informationen über den immensen Stellenwert von Printprodukten liefern sowie

konkrete – und: nützliche – Praxistipps für den Unternehmensalltag und die Betriebsführung geben.

Mit einem seit Jahren stabilen Gesamtumsatz, steigenden Investitionsvorhaben der Betriebe, hohen Ausbildungszahlen sowie der Tatsache, dass Print nach wie vor der Werbeträger Nr. 1 in Deutschland ist, sehen wir der Zukunft der Druck- und Medienwirtschaft und daher auch spannenden nächsten Ausgaben des Magazins NUTZEN mit Freude entgegen.

Wir hoffen, dass Ihnen NUTZEN gefällt und wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre.

Herzlichst, 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.**

Wahlkampf 2017 Warum Print gewinnt



TITELTHEMA: BUNDESTAGSWAHL

10 — WAHLKAMPF 2017.
WARUM PRINT GEWINNT.
*Print stellt im Wahlkampf seine
besonderen Stärken unter Beweis*

13 — PRINT IN HOCHFORM
— OHNE DRUCK GEHT ES NICHT
— GUT BEDRUCKT IST HALB
GEWONNEN

14 — INTERVIEW
DER KANZLERIN-MACHER
*Dr. Lutz Meyer weiß,
wie Wahlkampf geht*



 Bundestagswahl
2017

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@bvdm-online.de

VERANTWORTLICH: Bettina Knappe, Wolf Witte

REDAKTIONSTEAM: Melanie Erlwein, Gwendolyn Paul, Marian Rappl,
Antje Steinmetz, Katrin Stumpfenhausen

KONZEPT + LAYOUT: **2issue Design & Content**
Sibylle Schmitt (Art Direktion), Robert Grill, Eric Schütz, agentur@2issue.de

ANZEIGEN UND DRUCK: **Tecklenborg Druckhaus + Verlag**
Siemensstraße 4, 48565 Steinfurt, Tel: (02552) 920 02, Fax: (02552) 920 160

16 – DIE PROFIS

*Das Produkt des Kunden zum
Glänzen bringen*

19 – DER NUTZEN

Mit Print fährt man besser



Seite **16**



Seite **19**

03 – EDITORIAL

*Herzlich willkommen zum
neuen NUTZEN*

06 – PRINT KOMMT AN

Wähler, Nutzer, Marktanteile



08 – DRUCK AUF BERLIN
UND BRÜSSEL

Im Namen der Druckindustrie

22 – DIE DRUCK- UND
MEDIENWIRTSCHAFT

Die fünf wichtigsten Fakten 2016

24 – UNTERWEGS MIT ...

Ein Tag im Leben eines Zertifizierers

26 – NÜTZLICH

*Wissenswertes für die
Betriebsführung*

30 – KURZMELDUNGEN

Informationen aus den Verbänden

34 – VERANSTALTUNGSTERMINE

*Bundesweite Verbandstermine +
weitere branchenrelevante Events*

Wir hoffen, dass Ihnen unsere Erstausgabe gefällt und dass Sie Ihnen NUTZEN bringt. **Haben Sie Feedback, Kritik oder Ideen?** 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.



**VIelfältigste
ZEITSCHRIFTEN-
KULTUR DER WELT**

3800 Fachpublikationen

6000 Fachzeitschriften **15 Mio.** Auflage

1600 periodische Publikumszeitschriften

+ 8,3 %

**DER HERSTELLUNGSWERT
VON AZ-BLÄTTERN BELIEF
SICH AUF 200 MIO. €**

**WELTWEITE
NACHFRAGE NACH
ETIKETTEN**

+ 4,9 %

jährliches Wachstum

**+ 102
MRD. €**

**DIE BRUTTOWERBEAUSGABEN
STIEGEN ZUM 3. MAL IN FOLGE**

+ 400 MILLIONEN €
mehr seit 2013

KALENDER & POSTKARTEN – PRODUKTIONSWERT

+ 22,2 %

Juni

148
MILLIONEN €

PLAKATE
PRODUKTIONSWERT

+ 2,9 %

465
MILLIONEN €

2015 - 2016

Trends & Märkte

EIGENBLÄTTER

Aktuelle Zahlen 2017

Nettowerbeeinnahmen

ANTEIL PRINT IM VERGLEICH ZU ANDEREN WERBETRÄGERN

54,9 %

Print

2016

45,1 %

TV, Radio,
Online, Kino

68 %

DER KINDER LESEN
REGELMÄSSIG BÜCHER

2015: 61 %

360 Mio.

VERKAUFTE BÜCHER 2016

Schon während der Koalitionsverhandlungen im Jahr 2013 zwischen CDU, CSU und SPD mahnte der Bundesverband Verbesserungen der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für die Druckindustrie an.

Über die Teilnahme der bvdM-Fachreferenten an zahlreichen Anhörungen sowie über schriftliche, ausführliche Stellungnahmen zu Gesetzentwürfen hat der bvdM die Interessen der Druckindustrie in folgenden Belangen national und EU-weit vertreten:

- ▶ **NOVEMBER 2013**
 - » Stellungnahme zur EU-Datenschutz-Grundverordnung
- ▶ **MÄRZ 2014**
 - » Stellungnahme zur Reform des EEG an EU-Kommission und BMWi
 - » Politische Abstimmung zum Mindestlohn. bvdM warnt vor Konsequenzen für Wirtschaft und Tarifautonomie
 - » Bundesrat diskutiert Rentenpaket, Stellungnahme des bvdM
- ▶ **JUNI 2014**
 - » Öffentliche Anhörung im Bundestag zum Thema Mindestlohn – Stellungnahme des bvdM
- ▶ **JULI 2014**
 - » Weitere Stellungnahme zur EU-Datenschutz-Grundverordnung
 - » bvdM formuliert acht Kernpunkte zur Mineralölverordnung
- ▶ **DEZEMBER 2014**
 - » Ablehnung der Beschneidung des deutschen Datenschutzrechts zu Lasten der werbetreibenden Wirtschaft
- ▶ **FEBRUAR 2015**
 - » Anhörung im Bundestag zu Werberestriktionen im Rahmen des Kleinanlegerschutzgesetzes
- ▶ **MÄRZ 2015**
 - » Anhörung im Bundestag zum Versorgungsausgleich bei Betriebsrenten
- ▶ **APRIL 2015**
 - » Weitere Stellungnahme zur EU-Datenschutz-Grundverordnung
- ▶ **JUNI 2015**
 - » Anhörung beim BMAS zum Gesetz Zeitarbeit und Werkverträge
 - » Stellungnahme zur Insolvenzanfechtung an das BMJV
 - » bvdM bezieht Stellung zum Erbschaftssteuergesetz
 - » bvdM stellt sich gegen Einschränkungen der Werbefreiheit
- ▶ **SEPTEMBER 2015**
 - » Vertretung der Branche auf dem 1. Verbändeforum zum Klimaschutzplan 2015 der Bundesregierung
- ▶ **OKTOBER 2015**
 - » Abstimmung mit BMWi zur Ausbildung Mediengestalter Flexografie
- ▶ **DEZEMBER 2015**
 - » Weitere Stellungnahme des bvdM zur Insolvenzanfechtung
 - » Stellungnahme an das BMUB zum Entwurf der TA Luft
 - » Abschluss Trilogverhandlungen der EU zur Datenschutz-Grundverordnung
- ▶ **FEBRUAR 2016**
 - » Stellungnahme zur geplanten Regulierung von Zeitarbeit und Werkverträgen

◀ Im Namen der Druckindustrie

Die in den Verbänden Druck und Medien organisierten Unternehmen vertrauen darauf, dass sie von diesen optimale Unterstützung in allen Fragen ihrer Geschäftstätigkeit erhalten. Und sie wissen, dass sie mit dem bvdM als Dachverband eine starke Stimme in Berlin und in Brüssel haben.

Auch die ausklingende Wahlperiode hat gezeigt, wie wichtig es ist, sich gegenüber der Politik vernehmbar Gehör zu verschaffen. Ob zu Datenschutzfragen, in Sachen Energiepolitik, im Rahmen arbeitsmarkt- und sozialpolitischer Gesetzgebungsprozesse oder wenn es um Umweltpolitik geht.

Konkret heißt das: Der Politik die eigene Position in Stellungnahmen verdeutlichen, diese in den Anhörungen von Ministerien und Ausschüssen klar vertreten, all dies mit den Instrumenten der Öffentlichkeitsarbeit begleiten, stets für Fragen aus Politik, Wirtschaft, Branche und branchennahen Wirtschaftszweigen zur Verfügung stehen – und korrekte, verlässliche Antworten geben.

Für die Freiheit der Werbung

So hat der bvdM in Kooperation mit seinem Netzwerk verhindert, dass die ohnehin limitierte Möglichkeit zur Bewerbung von Tabakwaren zu einem vollständigen Werbeverbot ausgeweitet wurde – ein wichtiger Erfolg im Sinne der allgemeinen Werbefreiheit.

Die Reform der EU-Datenschutz-Grundverordnung – ein jahrelanger Prozess – hat letztlich nicht zu einem Aus für zielgruppengerechte Werbe- und Marketingaktionen geführt. Und bis zum Inkrafttreten der Verordnung wird der bvdM sich dafür einsetzen, dass die Vorgaben praxisnah ausgelegt werden.



Für die Druckindustrie im Gespräch: Die Bundesministerin für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit, Barbara Hendricks, und Dr. Paul Albert Deimel (bvdm)

Unsere Stärke: Print ist überall

Das Besondere an den Verbänden Druck und Medien ist, dass ihre Wirkungsfelder sich auf einmalige Art mit denen anderer Verbände verknüpfen lassen. Denn die Produkte der Druckindustrie sind überall. Im Privaten genauso wie am Arbeitsplatz oder im öffentlichen Raum. Kein Wirtschaftszweig, keine Branche, keine gesellschaftliche Gruppe kommt ohne Ge- oder Bedrucktes aus.

Ziel allen Handelns ist es, die Druckindustrie mit rund 8.600 überwiegend kleinen und mittleren Unternehmen zu stärken und zukunftsfähig mitzugestalten. Und trotz aller Freude an Kooperationen gilt es auch immer wieder, sich gegen die Interessen vieler anderer zu behaupten. Im eigenen sowie im Sinne all derer, die auf Druckprodukte angewiesen sind: Wirtschaft, Wissenschaft, Politik, Gesellschaft und Kultur.

2013 - 2017: Lobbying als Daueraufgabe

In den rund vier Jahren der aktuellen Wahlperiode hat der bvdm sich kontinuierlich und zu einer Vielzahl an Themen Gehör verschafft. In Stellungnahmen, Anhörungen und den Netzwerken unserer Fachleute. ■

- ▶ **MÄRZ 2016**
 - » Meeting zum UBA Forschungsprojekt Mineralölfreier Druck im Coldset-Rollenoffset
- ▶ **JUNI 2016**
 - » Stellungnahme zur Entscheidung über die Anpassung des Mindestlohns
- ▶ **AUGUST 2016**
 - » Stellungnahme zum geplanten Verpackungsgesetz
- ▶ **SEPTEMBER 2016**
 - » Stellungnahme zur Reform des Mutterschutzgesetzes
 - » Anhörung im Bundestagsausschuss für Familie, Senioren, Frauen und Jugend zur Reform des Mutterschutzgesetzes
 - » Beteiligung an EU-Konsultation zur reduzierten Umsatzsteuer auf elektronische Bücher, Zeitungen und Zeitschriften
- ▶ **OKTOBER 2016**
 - » Weitere Stellungnahme zur geplanten Regulierung von Zeitarbeit und Werkverträgen
- ▶ **DEZEMBER 2016**
 - » Stellungnahme zum Entwurf einer aktualisierten TA Luft
 - » Stellungnahme zur Novellierung des Bundesdatenschutzgesetzes-
bvdm-Stellungnahme zum geplanten Entgelttransparenzgesetz
- ▶ **FEBRUAR 2017**
 - » Fachbeirat Berufsbildung 4.0: bvdm vertritt die Branche
- ▶ **MÄRZ 2017**
 - » Anhörung im Ausschuss Familie, Senioren, Frauen und Jugend zum geplanten Entgelttransparenzgesetz
- ▶ **APRIL 2017**
 - » bvdm nimmt gegenüber dem Statistischen Bundesamt Stellung zur Überarbeitung des Güterverzeichnis für Produktionsstatistiken

Anlässlich der Bundestagswahl 2017 hat der bvdm, in Abstimmung mit den Landesverbänden, seine politischen Positionen und Ziele formuliert und veröffentlicht. Über Wahlprüfsteine sind die Parteien aufgefordert, Stellung zu beziehen und aufzuzeigen, wie sie mit den Forderungen der Branche umgehen werden.



Wahl- kampf 2017. Warum Print gewinnt.

FOTO: ISTOCK.COM/MEINZAHN

Auch Politik und Wahlkämpfe unterliegen dem Online-Hype. Dabei stellt Print im Wahlkampf, am Wahltag selbst und auch zwischen den Wahlen seine einmaligen Stärken immer wieder aufs Neue unter Beweis.

Wahlen werden im Internet entschieden, wurden etliche Stimmen vor dem Bundestagswahlkampf 2013 nicht müde zu verkünden. Die eindrucksvollen Präsidentschaftskampagnen von Barack Obama mit millionenschweren datengetriebenen Online-Wahlkämpfen und die vermeintliche Möglichkeit, online immer jeden sofort zu erreichen, blendeten so manchen Wahlkampfmanager, Agenturchef und Redakteur.

Dabei zeigte schon damals eine Studie: Nicht einmal jeder fünfte Wahlberechtigte in Deutschland wollte bei Facebook, Twitter und Co. von Parteien und Politikern angesprochen werden. 61 Prozent der potenziellen Wähler nutzten soziale Medien und Co. nicht einmal.

Online stößt an seine Grenzen

Auch 2017 nutzen nur 9 Prozent der Deutschen Facebook und Twitter, um sich über politische Themen und das politische Tagesgeschehen zu informieren. Bei den 18- bis 29-Jährigen 12 Prozent, bei den 30- bis 49-Jährigen 13 Prozent. Darüber hinaus hat das Ansehen der Onlinemedien im vergangenen Jahr gelitten: Angesichts von Social Bots, Filterblasen und Fake News sind sie jüngst in Verruf geraten, wenn es um eine aufgeklärte, demokratische Öffentlichkeit und deren Aufrechterhaltung geht.

Hinzu kommt, dass der deutsche Datenschutz der Nutzung von Daten und Wählerverzeichnissen enge Grenzen setzt. Wahlkämpfe nach amerikanischem Vorbild – oder dem, was man sich hierzulande darunter vorstellt – sind in Deutschland schlicht nicht möglich und angesichts der deutlich geringeren Zahl von Wahlberechtigten im Vergleich zu den USA finanziell auch nicht sinnvoll. »

Lenken wir also den Blick weg vom Online-Hype, hin zu den Klassikern. Den Wahlkampfinstrumenten, die es schon immer gab, die es heute mehr denn je gibt und ohne die kein Wahlkampf funktionieren könnte: den Plakaten, Flyern, Broschüren, Kugelschreibern, Luftballons ... kurz: den Druckerzeugnissen.

Druck auf der Straße

Eine Straße ohne Plakate ist im Wahlkampf ebenso wenig vorstellbar wie der Straßenwahlkampf am Infostand ohne Flyer und Broschüren. Auch der in Deutschland in den vergangenen Jahren bei vielen Parteien populär gewordene Haustürwahlkampf (Canvassing) macht nur Sinn, wenn am Schluss des Gesprächs zwischen Kandidat und Wählerin ein Flyer oder auch nur eine Visitenkarte überreicht werden kann.

Und für die ausführliche Auseinandersetzung mit politischen Positionen und Programmen eignet sich das Druckerzeugnis eben doch besser als der Bildschirm. Hier gilt für Wahlwerbung das Gleiche wie beispielsweise für Zeitungen: Im Vergleich zu Online- werden Printmedien entschleunigt und konzentrierter rezipiert, gelten in ihrer Wirkung als wertiger und nachhaltiger und bieten ein sinnliches Erlebnis.

Flyer schlägt Homepage

Zudem kommt Print dem Trend zur Differenzierung und Diversifizierung politischer Kommunikation entgegen: Im Vergleich zu früheren Wahlkämpfen ist die Zahl an Themen und Zielgruppen deutlich gewachsen. Frauen, Jugendliche, Senioren, Fahrradfahrer, Kleingärtner, Hundehalter, Hobbyschwimmer und viele andere können je nach Partei und den dominanten Themen im jeweiligen Wahlkampf und am jeweiligen Ort relevante Zielgruppen sein, die mit spezifischen Materialien angesprochen werden. Und da funktionieren Flyer, Postkarten, Broschüren, die man überreichen kann, einfach besser als der Verweis auf den Unterbereich eines Unterbereichs einer Webseite.

Ebenso wichtig ist die Ansprache von Menschen mit Migrationshintergrund: Materialien in türkischer, polnischer, russischer oder arabischer Sprache gelten für viele Parteien in urbanen Regionen inzwischen als Muss. Hinzu kommen in leichter Sprache gehaltene Produkte.

Und am Ende steht sowieso Print. Denn das Kreuz wird nach wie vor auf Papier gemacht. ■

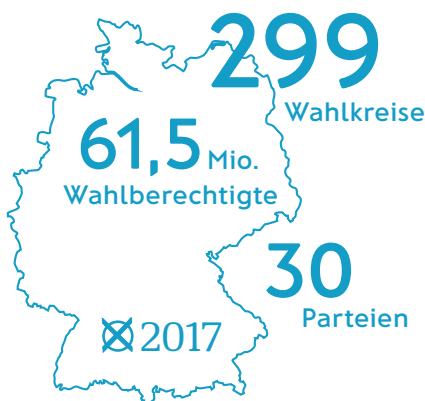
„
Wir wollen mit
den Menschen
ins Gespräch
kommen.
Gedruckte
Wahlwerbung
ist dabei ein
Muss.“

SPD-Pressestelle



PRINT IN HOCHFORM

Print und Politik beschränken sich nicht auf den Wahlkampf, sondern laufen **mit zig Millionen Stimmzetteln** für den Wahltag zur Höchstform auf: 299 Wahlkreise, 61,5 Millionen Wahlberechtigte, mehr als 30 bundesweit zugelassene Parteien, in jedem Wahlkreis andere Direktkandidaten. Das stellt auch die Druckereien vor besondere Herausforderungen. Zugleich hat die klassische



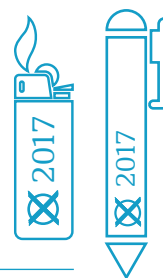
Wahl mit Stift und Zettel alle Versuche der Digitalisierung überdauert. Wahlmaschinen gelten als notorisch unsicher; Versuche des E-Voting wurden in vielen Ländern zwar unternommen, aber wieder abgebrochen. Auch heute lassen sich das Wahlgeheimnis, die Überprüfbarkeit der Wahl und das Prinzip One Man – One Vote am sichersten mit Stift und – aufwändig bedrucktem – Zettel gewährleisten.

OHNE DRUCK GEHT ES NICHT



15.000
parlamentarische Vorgänge

Ob Bundesgesetzblatt oder Parlamentsdrucksache, Demokratie und Print sind eng miteinander verwoben. Kein Wunder, die zu Recht hohen Anforderungen an demokratische Institutionen, was Transparenz, Rechenschaft und Offenlegung betrifft, konnten und können nur mit den Mitteln des Drucks gewährleistet werden. Auch heute werden im Deutschen Bundestag noch sämtliche parlamentarische Vorgänge – **vom Gesetzentwurf bis zur Kleinen Anfrage** – gedruckt. Zwischen 2009 und 2013 rund 15.000 Stück, für alle 630 Abgeordneten.



GUT BEDRUCKT IST HALB GEWONNEN

Vom Brillenputztuch über die Brötchentüte und den Eiskratzer bis hin zum Skatenspiel oder Stadtplan: Die **Vielfalt an Give-aways** die Parteien ihren Gliederungen und Kandidaten anbieten, ist gigantisch – und stets bedruckt. Mit Logo und – wo der Platz es zulässt – dem Claim der Partei und vielfach auf Wunsch auch individualisiert für einzelne Gliederungen, Ortsvereine und Direktkandidaten. Darüber hinaus werden natürlich auch die Angebote der Onlinedrucker genutzt, um schnell und günstig eigene Flyer, Zeitungen, Broschüren oder Give-aways

herzustellen. So konkurrieren Parteien und Kandidaten nicht nur miteinander, sondern mit allen werbetreibenden, öffentlich kommunizierenden Firmen, Initiativen und Institutionen um Aufmerksamkeit. Für jede Situation, sei es am Stammtisch oder bei der morgendlichen Verteilaktion, im Sommer wie im Winter ein aufmerksamkeitsstarkes und möglichst nützliches Werbeprodukt anbieten zu können, das zugleich über die Partei und den Kandidaten informiert, wird dabei immer wichtiger.

Der Kanzlerin- Macher

Mit seiner Kommunikations-
agentur begleitete Dr. Lutz
Meyer 2013 die Wahlkampagne
der CDU. 2002 war er an der
„Kampa“ der SPD beteiligt,
mit der Gerhard Schröder die
Wahl gewann. Zurzeit bereitet
er unter anderem den Deutsch-
land-Sommer – das Demokra-
tie-Fest in Stralsund vor.

”

Im Wahlkampf
2013 mussten wir
für die CDU sogar
Broschüren nach-
drucken, weil 1,5
Millionen Exemplare
weggingen wie
warme Semmeln.“

Dr. Lutz Meyer



 Bundestagswahl
2017

Lutz Meyer, einer der erfahrensten Experten für politische Kommunikation in Deutschland und Europa, im Gespräch mit NUTZEN.

Welche Bedeutung messen Sie gedruckter Wahlwerbung im kommenden Bundestagswahlkampf bei?

Gerade in Deutschland hat Print im Wahlkampf eine ganz außergewöhnliche Bedeutung. In keinem anderen Land dürfen – rechtlich verbietet – Plakate im öffentlichen Raum so platziert werden. Das prägt hier die Tradition und das Plakat wird deshalb auch rege genutzt. Flyer, Broschüren und bedruckte Give Aways unterstützen diese Kommunikation, jedenfalls wenn sie gut gemacht sind.

Mit der Folge, dass wir in einem unübersichtlichen Plakatwald enden, in dem niemand mehr richtig sichtbar ist? Ist das ein Wegbereiter für mehr Online-Kommunikation?

Wer Qualität liefert, wird besser gesehen. Das ist in der politischen Kommunikation nicht anders als im kommerziellen Bereich im Supermarkt. Und Qualität fängt an bei einer verständlichen Botschaft, geht über eine aufmerksamkeitsstarke Umsetzung und endet bei vernünftigen Materialien. Mit Qualität ist Print so stark wie eh und je. Plakate, die sich im Regen auflösen oder bei Wind von der Laterne rutschen, sind rausgeschmissenes Geld. Aber dafür kann ja Print nichts – das liegt an den Menschen, die falsche Materialien benutzt haben.

Ist der Bedarf an gedrucktem Wahlkampfmaterial in den vergangenen Jahren gesunken?

Nein! Im Wahlkampf 2013 mussten wir für die CDU sogar Broschüren nachdrucken, weil 1,5 Millionen Exemplare weggingen wie warme Semmeln.

Worauf führen Sie den Erfolg zurück?

Jetzt sag ich's nochmal: Qualität. Wir haben in dieser 24-seitigen Broschüre Frau Merkel porträtiert, beruflich und privat. Wichtige Themen, gute Fotos, hochwertiges Papier. Damit haben wir all jene Inhalte und Werte transportiert, für die Frau Merkel steht. So ein Heft nehmen die Leute gern mit nach Hause, legen es sich hin, lesen auch ein paar Tage später noch mal drin und zeigen es sogar Freunden oder Verwandten.

HIER SCANNEN >> AUGMENTED REALITY



Über eine App wurden im Bundestagswahlkampf 2013 ausgewählte Plakate zum Leben erweckt. Dieses Plakat spricht noch immer. **Einfach Merkel-App laden.**

In den Vereinigten Staaten wird Wahlkampf angeblich im Netz entschieden. Schwappt das auch zu uns rüber?

Ich hoffe es nicht und ich glaube es auch nicht. Deutschland hat eine andere politische Kultur. Und hier sind Leute besser persönlich erreichbar. Auf Marktplätzen, in Fußgängerzonen, auf Straßenfesten. Viele freuen sich darüber, etwas in die Hand zu bekommen, was ihnen gefällt und Orientierung bietet. Das heißt: Eine Partei, die nicht auch auf Print und Haptik setzt, ist im Nachteil – das tut sich keine an. Außerdem: Man kann dem vielen Irrsinn im Netz am besten mit Print begegnen. Weil es ein Push-Medium ist, weil es bleibt, weil gutes Print immer glaubwürdiger ist als Digital. Das ist es, was die Leute in der Wisch- und Weg-Welt sehr schätzen.

Was würden Sie Wahlkämpfern für die kommenden Monate mit auf den Weg geben?

Oh, jetzt sage ich es zum dritten Mal: Qualität. Dazu gehören fundierte Analysen, glaubwürdige Ziele, Kreativität, Optimismus und Spaß an der Kommunikation. Und viele gute Drucker (lacht). Ja, im Ernst, Politik kann zäh sein und die Zukunft ist nicht nur rosig. Aber auch Autobauer haben es nicht immer leicht. Trotzdem erzählen die uns nicht nur von Risiken und Nebenwirkungen, sondern von der Freude am Fahren. Mehr von diesem Spirit täte uns in der politischen Kommunikation hierzulande ganz gut. Denn Deutschland ist vielleicht die beste Demokratie der Welt. Und soll es auch bleiben. ■

Das Produkt des Kunden zum Glänzen bringen

Von Goldfäden im Brokat und einer Maxime, die die Arbeit des Grafischen Centrums Cuno prägt: Wir produzieren Lieblingsbücher, Lieblingskataloge und Lieblingszeitschriften.

Das gedruckte Produkt verschwindet nicht, es erweitert seine Spielräume“, schreibt der GCC-Chef Manfred Cuno den Skeptikern ins Stammbuch, als er 2014 zum „Druckereimanager des Jahres“ in Deutschland gekürt wird. „Darauf sind wir stolz und dafür tun wir alles.“ Und er findet dann ein Bild aus einem ganz anderen Metier, um zu verdeutlichen, was gemeint ist: „Wie ein Brokatstoff erst richtig perfekt ist, wenn man einen schönen Goldfaden hineinwirkt, so soll unsere Arbeit das Produkt des Kunden zum Glänzen bringen.“

Vierzig Jahre zuvor, im Jahr 1974 und in der ehemaligen DDR, hat Manfred Cuno gerade die Lehre in einer großen Zeitungsdruckerei beendet und arbeitet seit einiger Zeit im Betrieb der Eltern, als Familie und Unternehmen ein schwerer Schicksalsschlag trifft: Auf der Suche nach Ersatzteilen für die Uralt-Maschinen im Betrieb kommen der Firmenchef und seine Frau bei einem Verkehrsunfall ums Leben. Vor Sohn Manfred und seiner Freundin Ursula bauen sich riesige Fragen auf: Was soll werden mit dem Betrieb, mit seinen Mitarbeitern? Was soll werden mit uns? Das schon zugesagte Studium aufnehmen oder die Firma weiter führen? Die Entscheidung fällt für die Firma und auch privat geben sich beide, 21 und 19 Jahre alt, noch im gleichen Jahr das Jawort: Wann, wenn nicht jetzt ...

Die Jahre danach sind Jahre des Kampfes, von Niederlagen und von Erfolgen, die den Unternehmer prägen. Die Familie wächst um die Söhne Matthias und Steffen und auch die Firma wächst – bis an die Grenzen des in der DDR Möglichen. 12 Mitarbeiter beschäftigt Cuno Druck Calbe und sucht dringend nach einer neuen Produktionsstätte. Am 10. November 1989 – dem Tag nach dem Mauerfall – essen sie am Berliner Kudamm ein Eis und schauen mit großen Augen auf die fremde Welt. Sie ahnen beide, dass sich sehr viel ändern wird: Wann, wenn nicht jetzt ...

„So entsteht euer Lieblingsbuch“ – Manfred Cuno und etwas, das er sich persönlich nie nehmen lässt: Den Rundgang durch den Betrieb mit den „Fans“ des „Kleinen Drachen Kokosnuss“ aus der AWO-Kita in Calbe. „Was gibt es Schöneres, als in Kindern die Liebe zum Lesen und zum Buch zu wecken?“, sagt der GCC-Chef, selbst schon mehrfacher Großvater.



1974 Ein gleichsam sensationeller Vorgang in der Mangelgesellschaft: Cuno Druck Calbe erweitert den Maschinenpark um eine neue (alte) OM II-Maschine.



Anfang der 1990er Jahre ist Manfred Cuno längst ein Profi in seinem Geschäft. Was in der Welt des Drucks und des Papiers passiert, hat er schon immer verfolgt. Nun schaut er es sich vor Ort an, deutschland- und europaweit. Er spricht mit jedem, der etwas weiß, und sortiert sehr schnell die aus, die nur das schnelle Geld im Osten suchen. Berater, gute Freunde gewinnt er und er weiß die Förderung zu nutzen, die dem echten Unternehmer nun zuteilwird. Mit Dankbarkeit, aber immer auch mit dem ganzen Einsatz des eigenen Vermögens an Kraft und Geld.

„Wissen, wie die Welt von morgen aussieht, ist sicher ganz schön. Noch besser ist es, die Welt von morgen selbst mitzugestalten.“ – Aus diesem Gestaltungswillen heraus wächst das Unternehmen, das bald Grafisches Centrum Cuno heißt: Der erste Neubau auf der grünen Wiese 1993/94, binnen zweier Jahrzehnte vier Erweiterungen. Heute 15.000 Quadratmeter Produktionsfläche, auf der 160 Leute arbeiten, fast 100 von ihnen selbst ausgebildet.

Der Slogan, den sie damals für ihre eigene Arbeit finden, ist so einfach wie herausfordernd: Wir produzieren Lieblingsbücher, Lieblingskataloge und Lieblingszeitschriften. Und was anfangs Ziel war, wird immer mehr Realität: Weltweit agierende Verlage lassen in Calbe drucken, Giganten der Automobil- und anderer Industrien fertigen hier ihre Kataloge, Dutzende Zeitschriftentitel gehen über die Calbenser Maschinen.

Und die Geschichte des GCC wird fortgeschrieben: Wann, wenn nicht jetzt?

Manfred Cuno will erneut investieren und den Betrieb auf eine noch breitere Basis stellen: Bogen und Rolle sollen in Zukunft bedruckt werden, eine kleine Revolution im GCC. Er hat schon eine Idee, wie er seine Leute begeistern wird:

”

Wissen, wie die Welt von morgen aussieht, ist sicher ganz schön. Noch besser ist es, die Welt von morgen selbst mitzugestalten.“

Manfred Cuno, GCC-Chef

VISION 2020 soll das Projekt heißen und viel mehr umfassen als nur Maschinen und eine neue Halle.

„Wenn ich eine Erkenntnis aus meinem Leben heraus destillieren sollte“, so sagt Manfred Cuno, „dann diese: Du musst Fachmann sein, Visionen haben, Führungstärke zeigen, aber alles ist nichts ohne viele Menschen, die du auf deinem Weg partnerschaftlich mitnehmen musst. Sie gehen an deiner Seite und müssen dann auch weitergehen können, wenn du selbst zur Seite trittst oder treten musst.“

1989 Facharbeiter waren schon immer ein „GCC-Firmenschatz“ – hier Udo Jansen am Tiegel.



2014 Eine Luftaufnahme, die schon wieder historisch ist: Neben der Halle rechts wird im Herbst 2017 eine neue Produktions- und Logistikhalle mit ca. 3.000 qm Fläche übergeben.



GEPRÜFTER

DIGITALDRUCK PROFESSIONAL

Die Qualifizierung für Ihren Erfolg im Digitaldruck

Aufgrund hoher Nachfrage nächster
Start schon am 23. November 2017



Ihre Ansprechpartner:

Celina Sievers
02306.20262-56
siewers@vdmnw.de
www.vdmnw.de

Christoph Degel
089.962287-15
c.degel@vdmb.de
www.vdmb.de

Melanie Erlewein
0711.45044-50
m.erlewein@bildung-bw.de
www.verband-druck-bw.de

www.digitaldruck-professional.de



Der geprüfte Digitaldruck Professional ist eine gemeinsame Initiative der Landesverbände Druck & Medien Nord-West, Baden-Württemberg und Bayern.

PRÄSENZ
GESCHÄFTS-
BERICHTE
SAMTIG
★ matt gestrichen ★

LuxoArt® Samt

das haptische
Bilderdruckpapier

Emotion ist der Schlüssel zur Markenbildung. LuxoArt® Samt mit seiner sanften Oberfläche öffnet Erlebniswelten per Fingerspitzengefühl. Berühren berührt auf eindrucksvolle Weise. Das haptische Bilderdruckpapier verleiht hochwertigen Printprodukten wie Geschäfts- und CSR-Berichten mehr emotionale Wertigkeit durch spürbare Präsenz.

sanft
harmonisch
kraftvoll

für mehr & holzfrei

WERTSTEIGERUNG

≙ begeistert ≙

Kunden & Partner



Weitere Informationen,
persönliche Papierberatung und
Steckbrief-Bestellungen bietet
das Papyrus COM-Center :

info.de@papyrus.com
+49 7243 73-959 bis 961

Oder bestellen Sie direkt in
unserem e-Shop:

www.papyrus.com/de

PAPYRUS



INHALT

02 — vdmno MITGLIEDER

*Gutenberg Beuys
Feindruckerei®*

03 — JUBILÄEN

Wir gratulieren

03 — WIR SAGEN DANKE

efi spendet Messgerät

04 — AUSBILDUNG

Virtuelle Ausbildung

05 — TERMINE

Seminare - Veranstaltungen

06 — AUS DER PRAXIS FÜR DIE PRAXIS

Führungs-Werkstatt

07 — JUNGE UNTERNEHMERINNEN

Neues vdmno Netzwerk

08 — vdmno JAHRESVERSAMMLUNG 2017

Erste gemeinsame Veranstaltung mit dem Verband Mitteldeutschland war ein voller Erfolg

14 — vdmno GESTALTUNGSWETTBEWERB

In Cervisia Veritas



Harald Bareither
Geschäftsführer Verband NordOst

Hallo und herzlich willkommen!

Heute präsentieren wir Ihnen den neuen vdmno-NUTZEN.

In diesem besonderen Regionalteil erzählen wir Ihnen unter anderem von Veranstaltungen, Unternehmen und Seminaren aus der Region. Natürlich gibt es auch Informationen über Besonderes im vdmno-Jahr, wie unsere Jahresversammlungen oder der vdmno-Gestaltungswettbewerb.

Eben über alles, was bei uns im NordOsten so passiert.

Wenn Sie auch etwas Interessantes aus unserem Verbandsgebiet zu berichten haben, dann freuen wir uns über Ihre redaktionellen Beiträge, gerne auch mit selbstgeschossenen Fotos. Für Rückfragen steht Ihnen die Redaktion selbstverständlich zur Verfügung.

▶ Senden Sie Ihre Beiträge bitte an redaktion@vdmno.de

Diese erste Ausgabe haben wir nun thematisch zusammengestellt und recherchiert. Der aktuelle vdmno-NUTZEN bietet Ihnen hoffentlich viel Interessantes und Informatives.

Für die weiteren Ausgaben freuen wir uns aber auch auf Ihre Beiträge, Unternehmensporträts und Neuigkeiten, denn nur mit Ihrer Unterstützung ist ein wirklich gutes Gelingen unseres neuen Projektes möglich. Sollten Sie besondere Beitragswünsche oder sonstige Anregungen haben, dann freuen wir uns auf Ihr Feedback.

▶ Senden Sie Ihre Meinung bitte an feedback@vdmno.de

Last but not least wünschen wir Ihnen erst einmal einen schönen Sommer und freuen Sie sich mit uns auf die kommenden Ausgaben. Die Nächste erscheint Anfang September, vielleicht schon mit Ihren Beiträgen. Seien Sie gespannt.

Bis dahin, herzliche Grüße

Ihr

IMPRESSUM

HERAUSGEBER Verband Druck und Medien NordOst e.V., Geschäftsstelle Hannover, Bödekerstraße 10, 30161 Hannover, Telefon: (0 511) 33 80 60, Telefax: (0 511) 33 80 620, E-Mail: Nutzen@vdmno.de

GESCHÄFTSLEITUNG Harald Bareither (V.i.S.d.P.) **REDAKTION** Katrin Stumpfenhausen (V.i.S.d.P.), Telefon (0 511) 33 80 630



Gutenberg Beuys Feindruckerei®

Die Druckerei im Norden! Mittlerweile fast das umweltbewusste Unternehmen, welches seit 1998 feinste Druckerzeugnisse produziert, rund 60 Mitarbeiter und ist besonders für seine hohen Ansprüche an die eigene Produktion bekannt.

Im Norden von Hannover, in der Nähe des Flughafens, werkelt die einzige „Feindruckerei“ des Landes. Nachdem sich die Gutenberg Beuys Feindruckerei GmbH seit 1998 von einer „Hinterhofbutze“ zu einem „recht ordentlichen Laden“ entwickelt hat und somit auch den nötigen Platz brauchte, hat sie sich nun nach einigen Umrügen in Langenhagen niedergelassen.

Dort arbeiten seit 2011 mittlerweile knapp 60 humorvolle und arbeitswillige Kollegen, um die Wünsche der interessierten Kunden zu befriedigen. „Wer sich entscheidet, einmal mit uns zusammen zu arbeiten, kommt immer wieder.“



Matthias Hake auf seinem elektrischen Roller auf Visite durch die Produktion

Die beiden Geschäftsführer Matthias Hake und Christian Lieb blicken auf eine zehnjährige gemeinsame Zusammenarbeit zurück. Der eine ist Gründer der Firma (damals beginnend mit 4 Langzeitarbeitslosen) und der andere hat „dem Laden“ nach eigener Aussage erst den richtigen Schub gegeben.

Technisch ist die Druckerei klassisch aufgestellt: Zwei Druckplattenbelichter, zwei Druckmaschinen, Falzmaschinen, Sammelhefter usw.

Letztes Jahr haben sich die beiden Geschäftsführer zu einem Klebebinder entschieden. Die Qualität und Termintreue waren die ausschlaggebenden Argumente. Und? „Eine der besten Entscheidungen, die wir bisher getroffen haben!“

Was ist das Geheimnis ihres Erfolges? Aus der Sicht von Hake ist es immens wichtig, sich mit seinen Mitarbeitern intensiv auseinanderzusetzen. Dazu gehören sachliche und unsachliche Gespräche, gemeinsame Problemlösungen zu finden und die Zeit so humorvoll wie möglich zu verbringen. Egal ob entspannt oder gestresst – alle

ziehen an einem Strang. Darauf sind die beiden Verantwortlichen besonders stolz. „Und diese Stimmung und Atmosphäre spüren und lieben auch unsere Kunden und Lieferanten.“ Lieb sieht die Basis des Erfolgs in der Kombination aus den beiden „Häuptlingen“. Die ewigen und nicht minder anstrengenden Diskussionen zwischen den beiden bringen bisher die besten Ergebnisse. Aber auch die Kollegen halten da nicht zurück und werden auch deutlich, wenn es sein muss.



Christian Lieb

Mehr Details wird man in naher Zukunft in der eigenproduzierten „Gutenberg Beuys-Bibel“ erfahren.

Sie möchten Ihr Unternehmen auch in unserem neuen Magazin NUTZEN präsentieren?

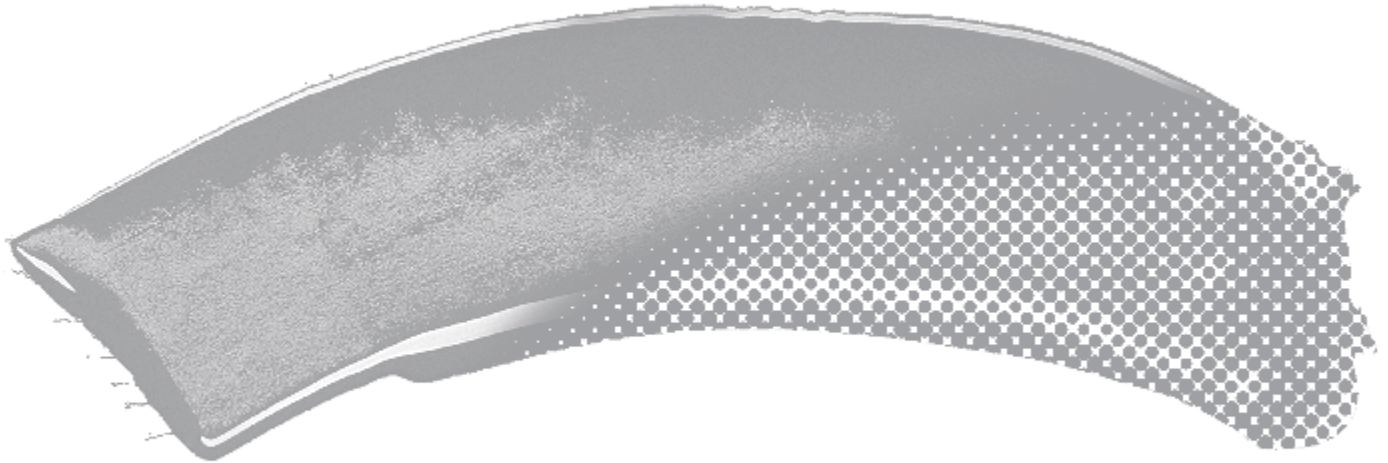
Kontakt für Ihre Firmenpräsentation

Mitgliedermanagement

Katrin Stumpfenhausen

T 0511 33 80-630 F -620

stumpfenhausen@vdmno.de ■



Der Verband Druck und Medien NordOst gratuliert herzlich zum Jubiläum

150 JAHRE
J. GRONEMANN
GMBH & CO. KG
Walsrode

125 JAHRE
FLORIAN ISENSEE
GMBH
in Oldenburg

100 JAHRE
DRUCKEREI
BERND SCHULZE GMBH
in Nienburg/Weser

25 JAHRE
SUKA-TEXTDESIGN
in Gyhum-Bockel

WIR SAGEN DANKE!



v.r.n.l.: Thomas Persch von der Firma efi überreicht Katrin Stumpenhäuser, Geschäftsführerin des Bildungskuratorium Druck und Medien NordOst e.V., und Harald Bareiter, Geschäftsführer des vdmno, für die überbetriebliche Ausbildungsstätte (üa) in Oldenburg ein neues Messgerät.



Das Bildungskuratorium betreibt als Bildungseinrichtung des vdmno die überbetriebliche Ausbildungsstätte des Verbandes Druck und Medien NordOst e.V. mit Standorten

in Oldenburg, Hannover und Berlin.

Einen kurzen Infofilm und das Programm finden Sie unter <http://bit.ly/1paGORf>.

Rufen Sie uns an, wenn Sie die üa noch nicht kennen und Fragen haben. Wir informieren Sie gerne über die Vorteile für Ihre Auszubildenden.

Wir bedanken uns noch einmal herzlich bei efi für die Spende.

Angehende Medientechnologen Druck lernen in der virtuellen Realität

Die überbetriebliche Ausbildungsstätte Oldenburg setzt auf neuartige Lernanwendungen. Erstmals wurde dort eine Lerneinheit in der virtuellen Realität erprobt. Die Technologie ermöglicht nicht nur einen neuartigen Zugang zu Prozessen, die verdeckt in einer Druckmaschine ablaufen, sie macht nebenbei auch noch richtig Spaß

Hand auf's Herz: Der Weg zum Medientechnologen Druck ist manchmal etwas beschwerlich. Nicht alle Inhalte auf dem Lehrplan sind immer fesselnd.

Die meisten Auszubildenden lernen heute in modernen Ausbildungsbetrieben an hochautomatisierten und verkapselten Maschinen. Die Mittel, die heute im Ausbildungsalltag verbreitet noch immer eingesetzt werden, wirken im Vergleich zu den hochmodernen Produktionsmaschinen nicht selten wie aus der Zeit gefallen.

Die vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten Projekte "Social Augmented Learning" (SAL) und "Social Virtual Learning" (SVL) haben sich zum Ziel gesetzt, diesen Zustand zu verändern. Mit der Entwicklung neuartiger Lernanwendungen, die Einblicke in verdeckte Maschinenprozesse ermöglichen, soll die Attraktivität der Ausbildung zum

Medientechnologen Druck gesteigert werden.

Und das Beste dabei: Die entwickelten Lernanwendungen sind vollkommen kostenlos, bis auf die Anschaffungskosten der Hardware natürlich.

Die Lernanwendung SVL verlagert das Lernen in die virtuelle Realität (VR).

Stellen Sie sich die Möglichkeiten vor: In der virtuellen Realität kann nahezu jede Maschine, jede Konstruktion, jeder Zusammenhang in jedem Detailgrad vergegenständlicht werden.

Außerdem ist der virtuelle Raum jedem zugänglich, sodass ein gemeinsames und interaktives Lernen ortsunabhängig möglich ist. Die Technologie ist heute bereits so ausgereift und preiswert, dass sie ernsthaft in die Ausbildung integriert werden kann.

Am 3. Mai 2017 erprobten 14 Auszubildende die SVL Lernanwendung in unserer überbetrieblichen Ausbildungsstätte (üa) in Oldenburg. Unser Ausbilder, Gunnar Moritz, wurde am Tag zuvor binnen einer Stunde von Dominik Fehling (Mitarbeiter Projekt SVL/SAL) in die Lernanwendung eingewiesen. Er sollte mit Hilfe der Lernanwendung den Bogenlauf in einer Offsetmaschine vermitteln, und zwar im Geradeaus- sowie im Wendebetrieb. Leider verfügt keine unserer Maschinen vor Ort über eine Wendeeinheit, sodass er diesen Aspekt bisher immer nur in der Theorie vermitteln konnte.



Unser Ausbilder für Medientechnologen Druck und Druckverarbeitung Gunnar Moritz - mit VR-Brille - und Dominik Fehling (Uni Wuppertal) bereiten die Lerneinheit vor

Gunnar Moritz: «Die Lernanwendung konnte die Bogenwendung sehr gut veranschaulichen. Hier in der Gegend stehen viele Maschinen mit Wendung, an denen die Auszubildenden von heute noch arbeiten werden, auch wenn sie aktuell noch nicht soweit sind. Mir gefällt, dass man sogar in die laufende virtuelle Maschine hineingehen kann und dass so viele Interaktionen möglich sind.»

Die Lernanwendung wurde auch von den Auszubildenden so positiv aufgenommen, dass diese ab dem neuen Ausbildungsjahr fest in den Ausbildungsalltag der überbetrieblichen Ausbildungsstätte integriert wird. Sie sind herzlich eingeladen, sich die neuen Lernanwendungen in Oldenburg anzusehen! ■

TERMINE

Ihre vdmno-Veranstaltungen

▶ NETZWERK RECHT BERLIN

27. Juni 2017
14:00 - 17:00 Uhr

Rechtliche Aspekte des Marketings

Themen des Seminars sind neben einer kurzen Darstellung der allgemeinen wettbewerbsrechtlichen Anforderungen insbesondere urheberrechtliche und persönlichkeitsrechtliche Fragestellungen. Der Fokus wird dabei auf die rechtlichen Anforderungen an den Online-Newsletterversand und an die Einbindung urheberrechtlich geschützter Werke und Abbildungen von Personen gerichtet. Ferner werden einzelne praxisrelevante Fälle des Marketings beleuchtet, die immer wieder Gegenstand von Gerichtsverfahren sind und Handlungsempfehlungen zum Umgang mit Abmahnungen gegeben.

Die Teilnahme ist kostenlos.

Kontakt

Inge Oberheide
oberheide@vdmno.de

▶ JUNGE UNTERNEHMERINNEN SOLTAU

08. September 2017
ab 14:00 Uhr

Agiles Arbeiten, Denken und Führen

Dr. Martin Mundschenk, Geschäftsführer der Mundschenk Druck- und Vertriebsgesellschaft GmbH & Co. KG aus Soltau, gewährt Ihnen tiefe Einblicke in die agile Transition seines Unternehmens. Er wird Ihnen die Vorteile des agilen Managements sowie die Unterschiede zu klassischen prozess- oder projektorientierten Organisationsstrukturen vor seinem praktischen Hintergrund aufzeigen und über die selbst gemachten Erfahrungen berichten.

Anschließend laden wir Sie zum geselligen Ausklang ins Brauhaus Joh. Albrecht ein. Hier haben wir die Gelegenheit, uns in entspannter Atmosphäre weiter auszutauschen.

Die Teilnahme ist kostenlos.

Kontakt

Marion Pietsch
pietsch@vdmno.de

▶ PDF-COLOR-MANAGEMENT HANNOVER

14. September 2017
09:00 - 17:00 Uhr

Die Farbe

Immer wieder kommt es zu Überraschungen im Druckprozess, da die Farben nicht den Erwartungen entsprechen. Zwar enthalten PDF/X-Dateien zwingend eine Ausgabebedingung, aber oft stimmen die Farbbräume der Objekte in einer PDF/X-Datei nicht mit der Ausgabebedingung überein.

Die Weichen für das korrekte Color Management von PDF-Dateien werden bereits weit vor dem PDF-Export gestellt. In diesem Seminar werden die unterschiedlichen Color Management Workflows (CMYK, CMYK+RGB, ICC) vorgestellt und deren Vor- und Nachteile diskutiert. Außerdem werden die unterschiedlichen Farbkonvertierungstechnologien (ICC-Transformation, ICC-Plus-Konvertierung, DeviceLink, SmartLink) demonstriert und die Ergebnisse verglichen. Neben vierfarbigen Dateien werden Sonderfarben und MultiColor (mehr als vier Prozessfarben) immer wichtiger. Neue ISO-Standards wie CxF und PDF/X-6n spielen dabei eine große Rolle. Ein weiteres Thema ist die optimale Farbkonvertierung von Office-Dateien für den Druck.

Kosten

370,00 Euro für vdmno Mitglieder
550,00 Euro für Nichtmitglieder
jeweils zzgl. MwSt.

Kontakt

Marion Pietsch
pietsch@vdmno.de

▶ NETZWERK AUSBILDUNG HANNOVER

26. September 2017
13:00 - 16.00 Uhr

Nachwuchswerbung

Ausbildung 4.0

Das richtige Recruiting für Auszubildende
Imagekampagne für Medientechnologen

Kontakt

Katrin Stumpfenhausen
stumpfenhausen@vdmno.de



Der Referent der Führungs-Werkstatt Jürgen Schmidt-Hillebrand mit den Teilnehmern der Mai-Veranstaltung. Die nächste Führungs-Werkstatt findet in Hannover am 18. und 19. September 2017 statt.

Führungs-Werkstatt: Kollegiales Lernen aus der Praxis für die Praxis

Die Aufgaben und Anforderungen an Führungskräfte in der Druck- und Medienbranche steigen stetig. Zum einen sind es die technischen, produktionsbedingten und wirtschaftlichen Herausforderungen durch die Kundenerwartungen und den Wettbewerb. Zum anderen wird die Führungsarbeit – auch gerade in den Schichtbetrieben – immer anspruchsvoller. Es gilt, für alle Führungskräfte, vom Schichtleiter bis zum Technischen Leiter und Unternehmer, ein förderliches und motivierendes Arbeits-Umfeld zu schaffen, in dem die Mitarbeiter mit den Betriebsmitteln achtsam umgehen, Fehler vermeiden und die Bereitschaft entwickeln, sich mit neuen Verfahren und Abläufen konstruktiv und interessiert auseinanderzusetzen.

Im Mai 2017 wurde mit sehr großem Erfolg im Verband Druck und Medien NordOst e.V. eine zweitägige Führungs-Werkstatt durchgeführt und von allen Teilnehmern als sehr hilfreich erlebt. Insbesondere der Erfahrungsaustausch, das Arbeiten an konkreten Lösungen für die Führungsarbeit in der eigenen betrieblichen Praxis, hat für Begeisterung und für die sehr positive Bewertung gesorgt.

Welche Themen werden in der Führungs-Werkstatt bearbeitet und welchen Nutzen hat der Besuch für mich?

- Die Themen kommen alle von den Teilnehmern selbst aus dem konkreten betrieblichen Alltag. Zu Beginn der Führungs-Werkstatt werden in einem strukturierten Erfahrungsaustausch die für die Teilnehmer wichtigen Fragen und Herausforderungen ermittelt. Häufig geht es dabei zum Beispiel um Konflikte im Team oder zwischen Teams, innerbetriebliche Kommunikation, die Organisation von Zusammenarbeit, Aufbau einer Lernkultur zur Fehlervermeidung, die Bearbeitung von Projekten, Führen von Mitarbeitern in Schichtarbeit und um die Stimmung im Betrieb gerade bei erforderlichen Veränderungen.
- Diese Themen werden von den Teilnehmern unter Anleitung und mit Unterstützung eines Coaches so bearbeitet, dass konkrete und in die Praxis umsetzbare Lösungen entstehen.
- Der Hauptnutzen für alle Teilnehmer ist die Auseinandersetzung mit den eigenen Führungsaufgaben, die kollegiale Bearbeitung von anspruchsvollen Situationen und das motivierende Lernen an Praxisfällen, sowie die erarbeiteten Lösungen für die Praxis.

Ist eine Teilnahme für mich sinnvoll? Ein kleiner Überblick zur Orientierung für Ihre Entscheidung:

Sie sind hier richtig, wenn Sie:

- Ihre Führungsarbeit als wichtig erleben
- sich gerne weiterentwickeln und es schätzen, im kollegialen Rahmen zu lernen
- Anregungen und neue Impulse als Unterstützung wünschen
- konkrete Lösungen zu anspruchsvollen Themen erarbeiten wollen
- Freude beim gemeinsamen Lernen schätzen und Sie die Sicht anderer Führungskräfte interessiert

Sie sind hier nicht richtig, wenn Sie:

- Vorträge zur Führungsarbeit erwarten
- vorgefertigte Patentrezepte suchen
- Führung als notwendiges Übel sehen und die Führungsarbeit für Sie unbedeutend ist
- schon jetzt wissen, wie alles nicht geht
- gerne ein Machtwort sprechen und das auch so bleiben soll

Die nächste Führungs-Werkstatt findet am 18. und 19. September 2017 wieder in Hannover im Verband Druck und Medien NordOst e.V. statt. ■



vdmno Netzwerk „Junge UnternehmerInnen“

Dr. Martin Mundschenk

Geschäftsführer der Mundschenk Druck- und Vertriebsgesellschaft GmbH & Co. KG

aus Soltau, gewährt Ihnen tiefe Einblicke in die agile Transition seines Unternehmens. Er wird Ihnen die Vorteile des agilen Managements sowie die Unterschiede zu klassischen prozess- oder projektorientierten Organisationsstrukturen vor seinem prakti-

schsen Hintergrund aufzeigen und über die selbst gemachten Erfahrungen berichten.

Judith Andresen

Organisationsentwicklerin, die Teams und Unternehmen bei der Einführung agilen Arbeitens, agilen Denkens und Führens unterstützt. Schwerpunktmäßig begleitet sie als Coach Unternehmen in ihren agilen Transitionen. Sie bloggt, schreibt Fachartikel und hält Vorträge über die Erkenntnisse und Erlebnisse unserer Arbeit. Sie wird über die agile Arbeitsweise berichten, einen kompakten Einblick in dieses Thema vermitteln und Ihre Fragen beantworten.



„Für ein Unternehmen bedeutet Agilität die Fähigkeit, in einer Wettbewerbsumgebung gewinnbringend zu operieren, die charakterisiert ist durch ständig aber unvorhersehbar sich verändernde Kundenwünsche.“

Steven L. Goldman (Hrsg.):
Agil im Wettbewerb

Sich schnell ändernde Kundenanforderungen erfordern Anpassungen, Produkte und Dienstleistungen entwickeln sich stetig weiter, neue Technologien werden in immer kürzeren Zyklen eingesetzt. Das kennen Sie sicher auch alles.

Druckprodukte sind Kommunikationsmittel, deshalb agieren wir in besonderem Maße in einem Umfeld, das von uns stetige Anpassung erwartet. Der Gründer des Wired-Magazin, Kevin Kelly, formulierte das einmal so: „Wer mit den Hasen mithalten will, muss schnell sein wie sie.“

Schnelligkeit ist heute ein essenzieller Erfolgsfaktor, denn die „Hasen“ in unserer Branche sind nicht selten Quereinsteiger, die mit Hilfe neuer Technologien und kluger Ideen den Markt umkrepeln. Wie sich ein Unternehmen diesen Herausforderungen stellen kann, das

beschreibt die Agilität - eine Methode, die im Bereich der Softwareentwicklung stark vertreten ist.

Wir laden Sie ein, am 8. September 2017 gemeinsam mit anderen jungen UnternehmerInnen aus der Branche einen Themennachmittag zu erleben, an dem wir Ihnen nicht nur die Idee des agilen Managements näher bringen, sondern Sie auch die reale Umsetzung einer agilen Transition aus erster Hand mit erleben dürfen.

Wann?

Freitag, 8. September 2017

Das fachliche Programm bei der Fa. Mundschenk findet von 14 – 18.00 Uhr statt.

Wo?

Anschließend laden wir Sie herzlich zum geselligen Ausklang bei Speis' und Trank ins Brauhaus Joh. Albrecht in Soltau ein.

Sie können nur die Teilnahme an einem Teil der Veranstaltung einrichten? Teilen Sie uns bitte bei der Anmeldung mit, ob Sie nur nachmittags oder abends dabei sein können.

Die Anmeldungen ganz formlos an Ihr@vdmno.de Die Teilnahme an der Veranstaltung ist kostenfrei. ■



Erste gemeinsame Jahrestagung der Verbände Druck und Medien Mitteldeutschland und NordOst in Wernigerode

Zum ersten Mal fand die Jahresversammlung der Verbände Druck und Medien Mitteldeutschland und NordOst gemeinsam statt. Als Tagungsort wurde Wernigerode im Harz ausgewählt.

Der gemeinsame Teil der Jahresversammlung, im Anschluss an die getrennt abgehaltenen Mitgliederversammlungen, startete nach der Kaffeepause mit der Begrüßung durch Christian Heinrich, dem neuen Vorsitzenden des Verbandes Mitteldeutschland. Dann übernahm, eine Neuerung, Udo Eickelpasch, vdmno-Referat Technik, die Moderation.

Cordula Natusch, Inhaberin der Redaktion Natusch aus Hamburg, erläuterte, wie man am effizientesten von einer Idee zu einem tragfähigen Konzept gelangt. „Je größer man denkt, umso notwendiger ist ein Konzept“, betonte Natusch. Neben den Schritten zum Konzept machte sie in der Zieldefinition anhand von Beispielen deutlich, dass ein gutes Konzept vom Ende, also vom Ziel aus, entsteht. Situationsanalyse sei ebenso wichtig, wie

die Möglichkeit, Lösungsalternativen zu finden, wenn die Kluft zwischen Ist- und Sollzustand zu groß ist.

Christian Terhechte, Geschäftsführer der Neu-land-Medien aus Rheda-Wiedenbrück, zeigte auf, wie Augmented Reality die Wirtschaft erobert. Sei es in der Industrie, der Logistik, dem Gesundheitswesen oder dem Handel aber auch in der Druck- und Medienindustrie.

Die Anwendung „Social Augmentend Learning“ wurde anschließend eindrucksvoll von Ronny Willfahrt, vdmno-Referat Technik, präsentiert. Willfahrt, der in diesem Projekt des Zentral-Fachausschusses Berufsbildung Druck und Medien (ZFA) mit arbeitet, schilderte, wie in einer virtuellen Umgebung Arbeitsprozesse von Auszubildenden unmittelbar und interaktiv an einer virtuellen Druckmaschine erlebt werden können. Durch das intensive Eintauchen (Immersionsgrad) wird ermöglicht, dass authentische Erfahrungen am virtuellen Lerngegenstand gesammelt werden. Nicht zuletzt dadurch wird der Spaß am Entdecken komplexer Maschinen gesteigert. Social Virtual Learning soll so dazu beitragen, praxis- und arbeitsplatznahe Lernerfahrungen in der beruflichen Aus- und Weiterbildung zu ermöglichen, unabhängig davon, welche Maschinen am Lernort verfügbar sind. Die überbetriebliche Ausbildungsstätte in Oldenburg wird, wie in unserem Artikel: „Angehende Medientechnologen Druck lernen in der virtuellen Realität“ bereits erwähnt, diese Technik ab dem neuen Ausbildungsjahr 2017/2018 im Einsatz haben.

Der letzte Redner des Nachmittages, Waldemar Hötte, Geschäftsführer des Wittenberg Zentrums für globale Ethik, startete mit einem Brecht-Zitat: „Erst kommt das Fressen, dann die Moral“ und stellte dann die Frage: Wo bleibt die Ethik in der Wirtschaft?

Aus dem Grundschema der Ethik, den moralischen Idealen, Handlungsbedingungen und verantwortlichem Handeln entwickelte Hötte die These, dass Moral und Eigeninteresse in keinem Gegensatz stehen. Das Fazit des Vortrages: Moralische Handeln sei eine Investition und kein Verzicht.

Dem Wittenberg-Zentrum, dem einige große deutsche Unternehmen angehören, geht es darum, ökonomischen Nutzen mit einer sozialen Komponente zu vereinen. Demnach wird das natürliche Eigeninteresse, Profit zu machen, durch das Einbringen von Moral nicht gebremst, sondern erweitert. Anders ausgedrückt: Es kann nur derjenige systematisch Gewinne machen, der anderen Menschen Nutzen stiftet.

Der Tag klang aus mit dem Kollegenabend im Ballsaal des Harzer Kultur- und Kongresszentrums, der dafür den perfekten Rahmen bot.

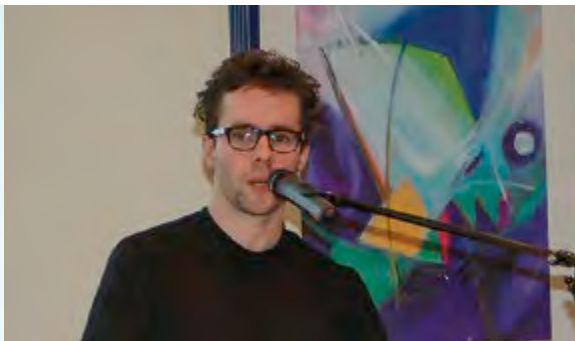
Am Samstag bot die gemeinsame Fahrt mit der Harzer Schmalspurbahn auf den Brocken noch einmal Entspannung und Erholung, aber natürlich auch weitere Gelegenheit, sich mit Kollegen aus Niedersachsen, Sachsen, Thüringen, Berlin, Sachsen-Anhalt und Brandenburg auszutauschen. Beste Fernsicht sorgte dafür, dass der Aufenthalt auf dem Brocken ein besonderes Highlight war. Immerhin liegt der Brocken, statistisch gesehen, an 305 Tagen im Jahr im Nebel.

Fazit der Veranstaltung: Die gemeinsame Jahrestagung war ein voller Erfolg und eine Fortsetzung ist ausdrücklich erwünscht.

Und diese gibt es auch, am 20. und 21. April 2018 in Neuruppin. ■













1. Platz: Gemeinschaftsarbeit von Melina Knoblauch und Valerie Knapp

In Cervisia Veritas – im Bier liegt die Wahrheit

Der 26. Gestaltungswettbewerb des Verbandes Druck und Medien NordOst ist entschieden.

Der Gestaltungswettbewerb hat Tradition, denn seit 1990 sind Auszubildende und Umschüler der Druck- und Medienindustrie aufgerufen, zu einem jährlich wechselnden Thema ihre Entwürfe einzureichen. Traditionell eine nicht geringe Herausforderung, der in diesem Jahr 75 Auszubildende nachkamen.

Das Thema war „Craft Beer“, es ist – im Wortsinne – seit einigen Jahren in aller Munde. Craft Beer wird in einer Vielzahl kleiner, meist inhabergeführten und regional tätigen Mikrobrauereien in handwerklichen Verfahren gebraut. Sie streben eine Vielzahl von unterschiedlichen Sorten und Geschmacksrichtungen an – in Abgrenzung von Großkonzernen, für deren großflächigen Vertrieb immer gleich schmeckende Erzeugnisse wichtig sind.

Vielfalt, Individualität, Lust am Experiment und Entdecken sind die Leit motive, die sich oft auch in den Etiketten zeigen. Sie sind in ihrer bewussten Ablehnung „des Üblichen“ oft sehr eigenwillig und individuell, müssen aber auch als Bierflaschenetiketten erkennbar sein. Das ist ein spannender inhaltlicher und ästhetischer Kontrast und ideal für einen Gestaltungswettbewerb, denn junge Gestalter nehmen sich oft das auf dem

Markt Übliche als Basis, versuchen das aber gleichzeitig mit ihrer eigenen Gestaltung zu kombinieren.

Eine knifflige wie spannende Gestaltungsaufgabe

Dem kommt auch der diesjährige Gestaltungswettbewerb in idealer Weise nach. Zu entwerfen waren die Etiketten für zwei klassische Biere als auch Etiketten für vier unterschiedliche Craft-Beer-Sorten. Die Aufgabenstellung sollte möglichst realistisch sein, zu beachten waren daher auch gesetzliche Vorgaben zu Schriftgrößen, Symbolzeichen, EAN-Codes etc. Und natürlich sollte auch eine echte Brauerei mitwirken, die Braumanufaktur Kruppa aus Wennigsen war gerne dazu bereit.

Alles in allem handelte es sich um eine ziemliche Herausforderung für die Auszubildenden. Der erste Gesamteindruck beim Betrachten aller Entwürfe war „gut gemacht!“, das Ergebnis spricht insgesamt für eine gute und solide Ausbildung. Die Differenzierung zwischen den beiden Sortimenten fiel den Teilnehmern leicht; eine für die Jury überraschende Hürde war aber offensichtlich die Paarung von Etiketten für ein dunkles und ein helles Bier. Erfreulich war der Umgang mit Schrift, ihre Wahl und Mischung ist bei den meisten Entwürfen durchaus gelungen. Hier die prämierten Arbeiten:

Platz 1: An der Gemeinschaftsarbeit von Melina Knoblauch und Valerie Knapp überzeugt u.a. die Verwendung eines Aquarells, das als „Handarbeit“ gut zur Eigenart von Craft Beer passt. Bei der zweiten Serie dachten die beiden Gestalterinnen sogar daran, die einzelnen Sorten durch farbige Kronkorken zu differenzieren. Zudem gestalteten sie für beide Serien je ein Plakat – hervorragend!



Platz 2: Kimberley Hestermanns Entwürfe zeichnen sich durch eine stimmige Komposition, gute Hintergrundbilder und die Wahl kalligrafischer bzw. serifenbetonter Schriften aus. Auch ist ihr die gestalterische Unterscheidung der dunklen und hellen Biersorten durch entsprechende Holztöne sehr gut gelungen.



Platz 3: Die Etiketten von Katharina Schaefer sind durch eine gelungene gemeinsame Grundgestaltung verbunden, die sich jedoch durch in eigenem Stil und in den Farben bearbeiteten Landschaftsaufnahmen sowie durch wechselnde Schriften in variierenden Rahmen unterscheiden. Auch das Design der Landbieretiketten weicht vom Üblichen ab, ohne zu sehr mit ihm zu brechen.



Platz 4: Sarah Möckel fand zu jeder Biersorte ein passendes, symbolisches Tier, das jeweils in kontrastreicher Holzschnittmanier und einer coolen Sonnenbrille die Sorten unterscheidet. Zusätzlich arbeitete sie mit leuchtenden wechselnden Farben und einer etwas wilden Pinselschrift, die den Charakter des handcrafted Beer gut aufnimmt.



Platz 5: Laura Hacks Entwürfe sind bestechend einfach, klar und doch lebendig. Sie bestehen aus wenigen Elementen, die von ihr gekonnt variiert wurden: gleiche Schriften in jeder Serie und kombiniert mit wechselnden farbigen Ornamenten, die durch den schwarzen Fond stark zur Geltung kommen.



Platz 6: Lukas Blunck ging mit einer ungewöhnlichen Comic-Bildsprache ins Rennen. Im kontrastreich illustrierten Kopf werden mit kräftiger Typografie die Marke und die Biersorte gezeigt. Witzig ist hier die Verwendung einer illustrierten Glühbirne als Bierglas. Die ebenfalls kraftvoll designten Sprech- und Gedankenblasen enthalten Verkaufsargumente und weitere Angaben.



Platz 7: Die beiden Serien von Alexander Preis unterscheiden sich deutlich voneinander, sind aber durch Einfachheit verbunden. Für die Crafted-Beer-Sorten fand er ebenfalls Symboltiere die auf einem kontrastreichen, holzschnittartigen Fond stehen, dazu passen die serifenbetonten Versalien. Bei den Landbieren herrschen bekannte Motive und Schriften vor, sie wurden jedoch auf eine einfache Art neu komponiert.



Platz 8: Bei Lisa Bergers Entwürfen gefielen die Landbier-Etiketten, weil sie mit bekannten Motiven arbeiten und diese zugleich abändern. Zum einen in der Typografie, bei der anstelle der klassischen Fraktur-Grotesk-Kombination nun eine steilere gotische Schrift mit kursiver Antiqua gemischt wurde. Zum anderen entstehen durch das Landschaftsmotiv, den goldenen Rahmen und den Schriftzug mehrere Ebenen.



Platz 9: Maik Homeyers Entwürfe zeigen sehr gute Ideen. Da ist der symbolische Fingerabdruck, der das Einzigartige, das „Handcraftet“ sehr schön symbolisiert, und da sind die etwas comicitartigen Illustrationen, die den Weg vom Hopfen zum Bier zeigen. Eine weitere kreative Idee ist die Umgestaltung des EAN-Codes in eine Bierflasche.



Platz 10: Auch Viktor Lukanows Entwürfe überzeugen durch viele Ideen, besonders in der Bildsprache. Passend zur Biersorte wechseln die Motive – hier fotografierte Haferkörner – und die Verwendung des Brauerei-Logos anstelle des O. Die Schriftwahl unterstreicht das Handgemachte bei der Bierproduktion.



Sonderpreis: Radek Meyer hat sich richtig in das Thema und das Calenberger Land eingearbeitet. Seine Flaschenetiketten erzählen mit entsprechenden Motiven eine Ritterlegende, die Geschichte dazu wird am rechten Rand mit Worten geschildert. Das und eine exzellente Gestaltung waren der Jury einen Sonderpreis wert.

Die Preisträger der Plätze 1 bis 3 und der Sonderpreisträger dürfen sich jeweils einen Kurs aus dem Angebot der überbetrieblichen Ausbildungsstätte des vdmno aussuchen. Wobei natürlich die exzellenten Gestaltungskurse besonders empfohlen werden. Alle anderen Preisträger werden jeweils mit einem Jahresabonnement der Gestaltungszeitschrift PAGE belohnt.

Die eingesandten Entwürfe und die nähere Beschäftigung mit ihnen hat der Jury viel Spaß gemacht – sie freut sich schon sehr auf den kommenden Gestaltungswettbewerb. ■

Andreas Maxbauer
 Diplom-Designer
 Dozent für Gestaltungskurse
 Überbetriebliche Ausbildung
 Druck und Medien im NordOsten
 Standort Hannover



Mit Print fährt man besser

Deutsche Autobauer wie die Stuttgarter Daimler AG sind mit Weltklasse-Produkten international erfolgreich. Die individualisierte Bedienungsanleitung ist ein wichtiger Teil dieser Wertschöpfungskette. Das Beispiel der Star Cooperation GmbH aus Böblingen zeigt, wie Printprodukte ihren Teil zu Erfolg der Daimler AG beitragen.

Für Daimler ist die Bedienungsanleitung ein hochwertiges Kommunikationsinstrument, das maßgeblich zum Erfolg beiträgt.

FOTOS: Star Cooperation GmbH

Fast 2,1 Millionen Fahrzeuge hat die Daimler AG im Jahr 2016 in alle Welt verkauft, so viele wie nie zuvor. Jedes Einzelne wurde mit einer gedruckten Bedienungsanleitung in einer Tasche ausgeliefert, die genau auf dieses Fahrzeug und seinen zukünftigen Besitzer zugeschnitten ist. So spielt unter anderem die Sprache des Käufers ebenso eine Rolle wie die verschiedenen Ausstattungsmerkmale wie Navigationssystem oder Start-Stopp-Automatik. Die Herausforderung liegt darin, diese konfektionierte und individualisierte Bedienerliteratur zur richtigen Zeit am richtigen Ort bereitzustellen – und das weltweit. Darum kümmert sich seit 2014 die Star Cooperation GmbH als Generaldienstleister. Ursprünglich als Tochtergesellschaft der Daimler AG gegründet, hat sich die Böblinger Star Cooperation GmbH heute zu einem

selbstständigen Unternehmen mit 750 Mitarbeitern und einem Umsatz von über 100 Mio. Euro entwickelt.

Produziert wird bei Elanders GmbH und Bosch-Druck GmbH

Für die Produktion der Bedienungsanleitungen arbeitet Star Cooperation mit der Elanders GmbH aus Waiblingen und der Bosch-Druck GmbH aus Ergolding zusammen. Die Anforderungen, die die Böblinger an ihre beiden Druckpartner stellen, sind hoch: 100 Druckaufträge müssen pro Tag schnell, flexibel und in höchster Qualität nach Industriestandard produziert werden. Eine eigene Weiterverarbeitung und ein hoher Automatisierungsgrad sind da unerlässlich. „IT- und Prozesskompetenz sind die Grundvoraussetzungen »

”

Alle reden immer von Industrie 4.0 – wir sind mit unserem intelligenten Mix aus Offset- und Digitaldruck inklusive realer On-Demand-Produktion bereits mittendrin. Damit erzeugen wir echtes Win-Win: Kunde glücklich, Drucker auch.“

Senator h.c. Peter Sommer, Senior Vice President, Elanders AG

für Druckereien“, so Torben Schanz, General Manager Medienlogistik. Der Workflow zwischen Star Cooperation und seinen Druckpartnern läuft komplett IT-unterstützt, eingegriffen wird nur, wenn es mal besonders schnell gehen muss. Aber auch das ist kein Problem. „Unsere Druckpartner arbeiten mit einem Mix aus den verschiedenen Drucktechnologien. Dadurch können wir schnellere Reaktionszeiten erreichen“, erklärt Ramona Kaden, Managing Director, Star Publishing GmbH.

Höchste Qualität

Mit durchgängig barcodeüberwachter Prozesskette, Normlichtkästen und regelmäßigen Stichproben wird sichergestellt, dass das Produkt höchsten Ansprüchen genügt. Das klingt nach ziemlich viel Aufwand für eine Gebrauchsanweisung? Für Daimler ist die Bedienungs-

anleitung nicht nur gesetzlich erforderliche Information. Sie ist Teil des Kundenservice und ein Kommunikationsinstrument mit hoher Wertigkeit und wichtiger Aufgabe. Nicht wenige Kunden des Premiumherstellers stimmen sich bereits im Vorfeld mit dem Bedienerhandbuch auf ihr Produkt ein und im Ernstfall muss der Fehler mit Hilfe des Handbuchs so schnell wie möglich gefunden werden. Für den Stuttgarter Autobauer ist die Bedienungsanleitung Teil des Unternehmenserfolgs – eine rechtliche Vorgabe verpackt in ein Printprodukt, das dem Kunden nicht nur das Leben erleichtert, sondern auch maßgeblich zum Erfolg des Produkts Automobil beiträgt. ■



Just-in-Sequence werden die Bedienungsanleitungen von Star Cooperation direkt an die Daimler Produktionsbänder geliefert.

”

Lieferzeiten von nur 1 Tag sind keine Seltenheit. Wir sind vollständig automatisiert, um mit dem Ansatz der Automobilindustrie mitzuhalten.“

Dr. Rüdiger Schmidt,
Geschäftsführer, Bosch-Druck GmbH

MACHEN SIE KOMMUNIKATION ZUM ERLEBNIS

In Zeiten des Informationsüberflusses ist es entscheidend, die individuelle Information zur richtigen Zeit über das relevante Medium an den jeweiligen Ansprechpartner zu kommunizieren.

Wandeln Sie Ihre Ideen mit unseren innovativen Technologien und der Expertise unserer Spezialisten in wahren Geschäftserfolg um.

Wir bei Canon nennen das:

#UNLEASHPRINT

Erfahren Sie mehr unter: [canon.de/unleashprint](https://www.canon.de/unleashprint)



1. Laden Sie die kostenlose Canon AR App im Apple App Store oder im Google Play Store herunter. Geben Sie dazu als Suchbegriff „Canon AR“ ein
2. Starten Sie die App und richten Sie die Kamera Ihres Smartphones oder Tablets auf die Anzeige.
3. Erleben Sie spannende virtuelle Inhalte.

Canon

DIE DRUCK- BRANCHE 2016/2017

Wie hat sich die Branche 2016 entwickelt? Was können Druck- und Medienunternehmen von 2017 erwarten? Und wie viel verdienen die Beschäftigten in diesem Wirtschaftszweig? Antworten auf diese und andere Fragen bietet der aktuelle Branchenbericht des Bundesverbandes Druck und Medien.

Für das Jahr 2016 weist dieser auf eine Entspannung der Wettbewerbssituation in der Druck- und Medienbranche hin. Umfragen deuten überdies auf ein Wachstum der Investitionen im Jahr 2016 um über 20 % hin. Die Erzeugerpreise für Druckereileistungen lagen im Jahresdurchschnitt mit -0,1 % knapp unter dem Vorjahresniveau. 2015 verzeichneten sie noch ein Minus von 0,9 % gegenüber 2014. Der Gesamtumsatz der deutschen Druck- und Medienwirtschaft konnte 2016 nicht das Niveau des Vorjahres erreichen, er blieb 0,9 % dahinter zurück. Positiv abgehoben haben sich von dieser Entwicklung einzelne Segmente, darunter das Bedrucken von anderen Materialien als Papier sowie die Dienstleistungen im Bereich der Druck- und Mediovorstufe. Das laufende Jahr 2017 bietet besondere Anlässe für eine optimistische Prognose. So stehen nicht zuletzt die Landtagswahlen und die Bundestagswahl für die Produktion von Wahlplakaten, Broschüren, Flyern, Merchandisingprodukten sowie Millionen Stimmzetteln. Und nach den Wahlen gilt es, zahlreiche Verzeichnismedien neu zu produzieren. Darüber hinaus ist die Stimmung in der Werbewirtschaft positiv – für die stark werbeabhängige Druckbranche ein gutes Signal. Und die Verpackungsdrucker dürften weiterhin vom zunehmenden Online-Handel profitieren.

Mitglieder der Verbände Druck und Medien erhalten den vollständigen Branchenreport des bvd m über ihren Landesverband.

5 FAKTEN ÜBER DIE DEUTSCHE DRUCKINDUSTRIE

8.373 Betriebe



1. Die deutsche Druckindustrie zählt derzeit **8.373 Betriebe** und ist größtenteils klein und mittelständisch geprägt

Zahl der Beschäftigten	Zahl der Betriebe
1-9	5.887
10-19	1.039
20-49	845
50-99	352
100-499	241
500 und mehr	9

135.488

Beschäftigte



2. Aktuell sind **135.488 Beschäftigte** in der Branche tätig

Betriebsgröße	Zahl der Beschäftigten	Beschäftigte
1-9		18.092
10-19		14.309
20-49		25.727
50-99		24.117
100-499		44.554
500 und mehr		8.689

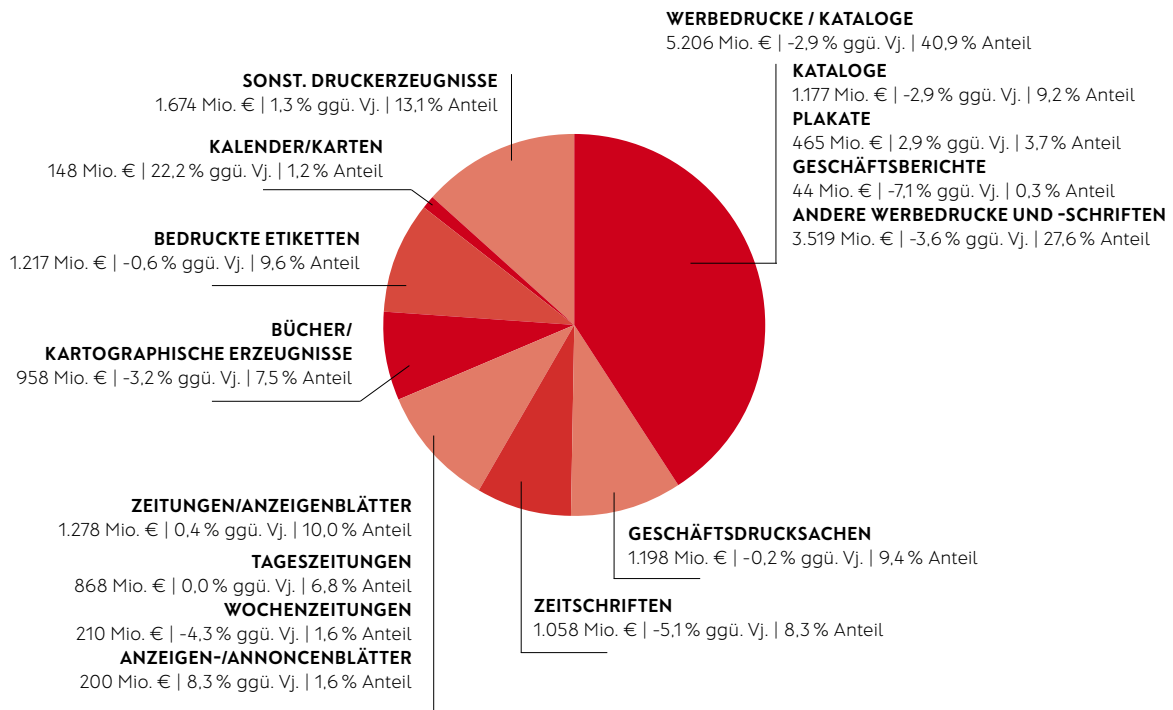
3. Der Branchenumsatz liegt seit Jahren bei

20 bis 21 Mrd. Euro

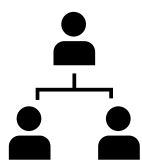
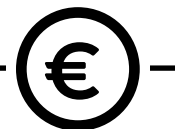


Der Umsatz der Branche liegt seit Jahren zwischen 20 und 21 Mrd. Euro. Bei einer abnehmenden Anzahl von umsatzpflichtigen Druck- und Medienunternehmen ist dies keine Selbstverständlichkeit und ein Beleg dafür, dass der Markt für Druck-erzeugnisse insgesamt in einer besseren Verfassung ist, als manche enggefass-ten Kennzahlen, Stimmungsbilder oder Indikatoren suggerieren.

4. Produktgruppen, Produkte und ihre Anteile gemäß Produktionswert



5. Löhne in der Druckindustrie



DURCHSCHNITTLICHER BRUTTOVERDIENST PRO STUNDE

Führungskräfte: **35,93 €**; inkl. Sonderzahlungen: **44,21 €**

Fachkräfte: **17,64 €**; inkl. Sonderzahlungen: **20,03 €**

Ungelernte Beschäftigte: **12,41 €**; inkl. Sonderzahlungen: **14,19 €**

Sonderzahlungen entsprechen den „sonstigen Bezügen“ gemäß den Lohnsteuerrichtlinien. Dies sind unregelmäßige, nicht jeden Monat geleistete Zahlungen, wie Urlaubs- und Weihnachtsgeld, Leistungsprämien, Abfindungen, Gewinnbeteiligungen, Prämien für Verbesserungsvorschläge, Vergütungen für Erfindungen oder der steuerliche Wert (geldwerte Vorteil) von Aktienoptionen.

PSO schlägt HSB*

EIN TAG IM LEBEN EINES ZERTIFIZIERERS

Die Verbände Druck und Medien haben gemeinsam mit der Fogra den Prozessstandard Offsetdruck (PSO) konzipiert und entwickelt. Als verlässliches Arbeitsmittel wurde daraus die weltweit gültige ISO 12647 geschaffen. Heute ist die Zertifizierung von Unternehmen nach PSO ein anerkanntes Gütesiegel. Denn es steht für höchstes Qualitätsniveau auf allen Ebenen: optimale Prozesse, wirtschaftlicher Materialeinsatz, messbar gute Ergebnisse. Die Zertifizierung muss alle zwei Jahre erneut vorgenommen werden, dafür kommt ein Experte der Druck- und Medienverbände in den Betrieb. Viele Kundenausschreibungen setzen die Zertifizierung nach PSO für die Auftragsvergabe voraus.

*Hauptsache Bunt

Grube, Druckerei Sattler Direct Mail am Apparat. Guten Tag, Herr Eickelpasch. Unser PSO-Zertifikat muss erneuert werden, schaffen wir das, bevor mein technischer Leiter in den Urlaub geht?



Schon am nächsten Tag. Hannover, 7.15 Uhr, auf geht's.



Schauen wir mal, ob die Farbwerte o.k. sind.

Für die gute Druckproduktion dürfen die Farbwerte nicht außerhalb vorgegebener Toleranzgrenzen liegen.

Hallo Herr Jedzik. Die Zeit ist ja wieder im Flug vergangen.

Hallo Herr Eickelpasch, schön, dass Sie da sind. Wir sind gut gerüstet und können gleich loslegen.

9
Geschafft. Die Zertifizierung steht, der Geschäftsführer freut sich, die Kunden wissen es zu schätzen.



Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser. Neben dem Spektralfotometer sind nach wie vor das kritische Auge und der Fadenzähler gefragt.



7

PSO-Zertifizierung P

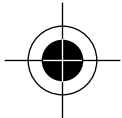
Mittelwert		Messwert	
Daten	%	K	C
D Voltron tr	%	1,75	1,44
95	%	97,7	98,9
90	%	95,1	95,1
85	%	92,0	92,0
80	%	88,4	88,4
75	%	80	80
70	%		
65	%		

Für das Vier-Augen-Prinzip gehen sämtliche Unterlagen zunächst zum Verband und anschließend zur zweiten Prüfung zur Fogra.



Auch das Messprotokoll zeigt 1A-Werte.

Gesamteindruck der frischen Druckbogen: „Sehr gut.“



► Azubis fit für die Printbranche

Vom Einstieg in die Ausbildung bis hin zur Prüfungsvorbereitung: Mit der Überbetrieblichen Ausbildung sorgen die Verbände Druck und Medien einerseits dafür, dass der Branchennachwuchs schneller fit ist für die Aufgaben, mit denen die Unternehmen der Druck- und Medienwirtschaft Geld verdienen. Andererseits bereiten sie die Auszubildenden auf die Prüfungen vor, denn nicht jeder Betrieb kann die erforderliche Technik bereitstellen und sämtliche Prüfungsgebiete abdecken. Seit vielen Jahren bieten die überbetrieblichen Ausbildungsstätten hierfür Spezialkurse, Programmschulungen und Schulungen in Medientechnik, Vorstufe und Drucktechnik an.

BEI FRAGEN ZUR ÜBERBETRIEBLICHEN AUSBILDUNG:
BVDM-ONLINE.DE/ANSPRECHPARTNER



Online-AGB auf dem neuesten Stand

Gesetzliche Vorgaben wie beispielsweise das Fernabsatzrecht und andere Verbraucherschützende Vorschriften stellen Unternehmer vor viele Herausforderungen, wenn sie ihren Online-Shop rechtssicher gestalten möchten. Die Verbände der Druck- und Medienindustrie stellen AGB für

den Online-Shop zur Verfügung – die sogenannten Online-AGB. Hierin finden unter anderem zwingend das Widerrufsrecht und die Widerrufsbelehrung ihren Platz. Die Verbände überarbeiten die Online-AGB regelmäßig, damit sie den immer neuen rechtlichen Vorgaben gerecht werden. Die nächste Überarbeitung erfolgt im Sommer 2017.

Handynutzung am Arbeitsplatz

In der betrieblichen Praxis stellt sich die Frage, ob und in welchem Umfang die Nutzung des Handys zulässig ist. Ein generelles Handyverbot wird oft als einschränkender Eingriff in die persönliche Freiheit empfunden.

Damit Arbeitnehmer und Arbeitgeber hierzu eine verbindliche Richtschnur haben, ist es wichtig, dass im Betrieb eine Regelung zur Nutzung von Kommunikationsmitteln besteht, aus welcher sich ergibt, wann was erlaubt ist und was nicht.

Besteht keine konkrete Regelung, ist davon auszugehen, dass die private Nutzung von Smartphone oder Tablet während der Arbeitszeit nicht erlaubt ist.

EXTERNER BETRIEBLICHER DATENSCHUTZBEAUFTRAGTER

Unternehmen sind unter bestimmten Voraussetzungen gesetzlich zur Bestellung eines Datenschutzbeauftragten verpflichtet. Da der Datenschutzbeauftragte in alle unternehmensinternen Fragen eingebunden werden muss, die mit dem Schutz personenbezogener Daten zusammenhängen, aber auch gewisse fachliche Voraussetzungen erfüllen muss, stellt sich für Unternehmen häufig die Frage, ob die Rolle des Datenschutzbeauftragten einem Mitarbeiter übertragen oder ein externer Datenschutzbeauftragter bestellt werden soll. Die Verbände der Druck- und Medienindustrie beraten zu diesen Fragen und leisten Hilfestellung, wenn es um die Auswahl eines externen Datenschutzbeauftragten geht.

FRAGEN?

NUTZEN@BVDM-ONLINE.DE



Gute Gründe für ein professionelles Datensicherheitsmanagement

Kunden stellen hohe Anforderungen an die IT- und Datensicherheit von Druckereien und Agenturen. Die im Jahr 2018 in Kraft tretende Europäische Datenschutzgrundverordnung erfordert von Unternehmen zusätzlich eine gesteigerte Aufmerksamkeit. Denn: Daten sind das „Öl des 21. Jahrhunderts“ und das Datensicherheits-

niveau eines Unternehmens ist häufig ausschlaggebend dafür, ob Aufträge erteilt werden. Die Verbände Druck und Medien bieten zum Thema Datenschutz maßgeschneiderte Lösungen in Kooperation mit ausgewiesenen Datenschutzexperten an. Mehr Informationen gibt es direkt bei den Verbänden.

NÜTZLICH

Benchmarking im Zeitungsdruck

Die Verbände Druck und Medien haben in Kooperation mit der Unternehmensberatung GC Graphic Consult ein neues Benchmarking für die Zeitungsbranche entwickelt. Das für den Zeitungsdruck entwickelte Angebot ermöglicht es Unternehmen, alle relevanten Kenngrößen zu analysieren und sie den Kennzahlen anderer Unternehmen gegenüberzustellen.

Im Mai trafen sich 20 Teilnehmer aus renommierten Zeitungsdruckereien zu einem ersten Auftakttreffen. Das nächste Treffen der interessierten Unternehmen findet am 5. Juli 2017 in Frankfurt am Main statt. Für die Teilnehmer bietet das Benchmarking die Gelegenheit, Verbesserungspotenziale zu ermitteln und über Best-Practice-Methoden Fortschritte für das eigene Zeitungshaus zu erreichen.

MEHR INFORMATIONEN

bei den Landesverbänden Druck und Medien

► Den Ergebnisfressern auf der Spur



Um wirtschaftlich erfolgreich arbeiten und Gewinne realisieren zu können, müssen Unternehmer nicht nur an der Umsatzschraube drehen, sondern auch ihre Kosten reduzieren. Vom Materialeinkauf über den Personaleinsatz bis zum Produktionsprozess gilt es daher, kontinuierlich Kostentreiber zu identifizieren und auf den Prüfstand zu stellen. In dem speziell für Unternehmen der Branche konzipierten Seminar lernen Sie praxisnah, wie Sie Ergebnisfressern auf die Spur kommen und welche Möglichkeiten es gibt, effizienter und profitabler zu arbeiten.

ORTE UND TERMINE

28./29. Juni 2017 in Oberstufen im Allgäu

27./28. September 2017 in Gelsenkirchen

14./15. November 2017 in Hamburg

MEHR INFORMATIONEN

bei den Landesverbänden Druck und Medien



Fälligkeit einer **Abfindung** aus einem **Prozessvergleich**

Haben die Parteien in einem Vergleich, der in einem Kündigungsschutzverfahren geschlossen wurde, vereinbart, dass die gesamte Abfindung mit dem regulären Gehaltslauf des auf den Beendigungsmonat folgenden Kalendermonats ausbezahlt wird, handelt es sich hierbei um eine vereinbarte Leistungszeit. Es empfiehlt sich, den konkreten Zeitpunkt in

den Vergleich aufzunehmen, zu dem der Arbeitgeber die Abfindungszahlung spätestens erbringt. Wenn nämlich kein Fälligkeitszeitpunkt ausdrücklich vereinbart wurde, versuchen gegnerische Prozessbevollmächtigte zum Teil zu argumentieren, Arbeitnehmer könnten die Abfindung bereits mit Rechtskraft des Vergleichs verlangen.

innoPRINT Leipzig 2017

Symposium Druck-, Verpackungs- und Beschichtungstechnologie

Drucken ist **VIEL**falt.
Drucken ist **MEHR**wert.

11.11.2017 ab 9 Uhr
Hochschule für Technik, Wirtschaft
und Kultur Leipzig

 www.facebook.com/innoprintleipzig

kathrin.mandler@htwk-leipzig.de
steinmetz@vdm-mitteldeutschland.de



PRINT X MEDIA

das beratungsnetzwerk
der druck- und medienverbände

ERFOLGSPROJEKTE

Kosteneinsparung durch Optimierung technischer und betriebswirtschaftlicher Abläufe

- Neutrale Maschinenabnahme
- Feuchtttestform
- PSD-Zertifizierung und PSD-aktiv
- sUCR-GCR Profilloptimierung
- QSD - Qualitätssiegel Digitaldruck
- Klimaneutral Drucken
- Ablaufoptimierung
- Management und Controlling

www.pxm-sued.de www.pxmno.de

3. Vertriebskongress

der Druck- und Medienbranche

11. Oktober 2017 in Düsseldorf.

Jetzt anmelden!

Die Highlights



Felix Beilharz
Der Online-Experte
Vortrag: „Social Media Marketing – Kleines Budget, große Wirkung?“



Ingo Vogel
Der Experte für Emotionales Verkaufen
Vortrag: „Sales Rhetorik: Die faszinierende Sprache der Spitzenverkäufer“



Daniela A. Ben Said
Infoblüffend. Dialogisch. Strategierig.
Vortrag: „Be different or die – Instrumente zur Kundenverblüffung“

Weitere Informationen und Anmeldung:
Celina Sievers, sievers@vdmnw.de, 0 23 06. 2 02 62. 56

 Der VDM Nord-West veranstaltet den Kongress mit freundlicher Unterstützung aller Landesverbände Druck und Medien sowie des Bundesverbandes Druck und Medien.

TREFFPUNKT TECHNIK

bvdm.

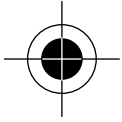
Hier werden Erfolgsfaktoren der Druck- und Medienproduktion identifiziert. Anwender diskutieren am **19. und 20. Oktober 2017 in Berlin** mit Experten aus Forschung und Zulieferindustrie über Märkte, Strategien und Prozesse.

Spannend, aber bodenständig. Modern, aber kollegial. Gratis, aber exklusiv.

Für alle, die nicht nur zuhören, sondern mitreden möchten ...

Mehr Informationen unter:
www.bvdm-online.de/TreffpunktTechnik

FORUM INNOVATION



„Der Wandel
der Druck-
branche war
schmerzvoll,
ist aber
auch Vorbild.“

Handelsblatt

FRAGEN?

NUTZEN@BVDM-ONLINE.DE

► **bvdm kompensiert seinen CO₂-Ausstoß**

Der Bundesverband Druck und Medien arbeitet 2017 klimaneutral. Erreicht wird dies durch die Kompensation des CO₂-Fussabdruckes des Verbandes. Dieser wird mit dem Klimarechner der Verbände Druck und Medien berechnet und mit Klimaschutzmaßnahmen im Projekt „Effiziente Kocher in Mali“ ausgeglichen.

Seit drei Jahren ermöglicht der Klimarechner neben der produktbezogenen Emissionsermittlung auch die Berechnung des unternehmensbezogenen CO₂-Fußabdruckes. Davon hat der bvdm 2016 erneut Gebrauch gemacht und alle betriebsbezogenen Energieflüsse, vom täglichen Weg der Mitarbeiter zum Büro über Strom- und Heizenergie bis hin zu Geschäftsreisen, berechnen lassen. Unternehmen, die mehr über die Klimainitiative und die attraktiven Möglichkeiten, energieeffizient und klimaneutral zu arbeiten, erhalten weitere Informationen beim bvdm: **Julia Rohmann, jr@bvdm-online.de**

► **bvdm ist Projektpartner des Deutschen Nachhaltigkeitspreises**

Die deutsche Druckindustrie ist Vorreiterin in Sachen Klimaschutz und Nachhaltigkeit. Davon zeugt nicht zuletzt die Klimainitiative der Druck- und Medienverbände. 2017 ist der Bundesverband Druck und Medien erstmals Projektpartner des Deutschen Nachhaltigkeitspreises, für den sich Unternehmen bewerben können.

Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis ist Europas größte Auszeichnung für ökologisches und soziales Engagement. Neben Auszeichnungen in drei Unternehmensgrößen werden Sonderpreise für die nachhaltigste Marke und für Ressourceneffizienz vergeben. Ausgezeichnet werden Unternehmen, die sich erfolgreich den Herausforderungen der Zukunft stellen. Gesucht werden die Geschäftsmodelle von morgen und die besten Ideen, die den Wandel zu nachhaltigem Leben und Wirtschaften möglich machen. Die Auszeichnung wird seit 2008 jährlich von der Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis in Zusammenarbeit mit der Bundesregierung, kommunalen Spitzenverbänden, Wirtschaftsvereinigungen, zivilgesellschaftlichen Organisationen und Forschungseinrichtungen vergeben.





procedo druck - Kooperationspartner des Verbandes Druck + Medien Nord-West

Stellen Sie sich vor, Ihre Auftragslage entwickelt sich unerwartet positiv, Sie haben viel zu tun und brauchen Unterstützung. procedo druck, die Branchenlösung, die Ende 2006 in Kooperation mit dem Verband Druck+Medien Nord-West ins Leben gerufen wurde, stellt Ihnen erfahrenes Personal mit Fachwissen bereit. Zur Vertretung, zur Erprobung, für kurze Zeit oder für immer? Jemanden, der ins Team passt und der sich schnell im neuen Aufgabenbereich zurechtfindet!?

Mitarbeiter (m/w): vielleicht Offsetdrucker, Kräfte für die Weiterverarbeitung, Rolleure oder engagierte Buchbinderhelfer, typosichere Mediengestalter, jemanden, der sich auskennt, wenn es um Aufgaben wie Schneiden, Falzen, Zusammentragen, Kleben, Heften, Nuten geht. Oder den Profi, dem Lithografie und Retusche noch im Blut stecken, InDesign, Illustrator, und QuarkXpress aber neue Leidenschaften sind.

Sprechen Sie mit uns, möglichst, bevor ein Personalengpass auftritt. Wir können Ihnen zeitnah geeignete und qualifizierte Kräfte vorstellen, die den von Ihnen gestellten Anforderungen entsprechen und die Maschinen kennen, die bei Ihnen im Einsatz sind.

procedo druck - Ihr Personaldienstleister für die Druckindustrie. Sie finden uns in Siegen, Köln und Düsseldorf.

Erstinformationen:

Klosterstraße 45, 40211 Düsseldorf, 0211-1793592-14
keckert.karola@d.gps-mbh.de, www.procedo-personalservice.de

ANZEIGENSCHLUSS

für die Ausgabe 2/2017

15. AUGUST 2017

Wir nehmen Ihnen
den Druck ab...

und binden ihn.

BUCHBINDEREI  TERBECK

WIR SIND FSC® ZERTIFIZIERT

www.buchbinderei-terbeck.de

Der Spezialist für Ihren Filterbedarf

SYMBOL FÜR
FILTERON[®]
REINE UMWELT

FILTER - PRODUKTION - KONFEKTIONIERUNG



Filterbeutel aus eigener Produktion!

Löhdorfer Straße 30-36
42699 Solingen

www.filteron.de

Telefon: 02 12 / 262 33 0
Fax: 02 12 / 262 33 62

info@filteron.de

**JETZT ALS APP UND MIT
NEUER WEBSITE!**



KURZ M E L D U N G E N

Ausbildung zum Mediengestalter der Fachrichtung Beratung und Planung

2016 wurden von den Druck- und Medienunternehmen lediglich 183 Mediengestalter Digital und Print mit der Fachrichtung Beratung und Planung ausgebildet. Dabei stellt diese unternehmerisch orientierte Fachrichtung eine besonders gute Kombination aus technischen Inhalten und dem kaufmännischen Handwerk dar. Am Ende dieses Ausbildungsweges stehen sehr breit aufgestellte Mitarbeiter, die flexibel an den Schnittstellen zwischen Kunden und Medienproduktion eingesetzt werden können – ein großer Vorteil für den Arbeitgeber

Neben einer fundierten fachlichen Grundlage bietet die Fachrichtung Beratung und Planung die Chance für die Sachbearbeitung in Vorstufe, Planung, Medienberatung und Administration. Das kompakte Wissen um die vielfältigen Produktionsmöglichkeiten wird kombiniert mit kaufmännischem Wissen um Kalkulation sowie Produktionskosten, einer realistischen Auftragsterminierung und rechtlichen Aspekten der Auftragsvergabe.

Weitere Infos: bvdm-online.de/mediengestalter

Digitalisierungsvorhaben sind ein wichtiges Motiv für Kreditverhandlungen

Unter Druck- und Medienunternehmen herrscht ein positives Investitionsklima. Das geht aus der aktuellen Befragung der Verbände Druck und Medien zur Unternehmensfinanzierung hervor. So bezeichneten 77,2 % der teilnehmenden Unternehmen den Zugang zu Krediten als „leicht“ bzw. „mittelschwierig“.

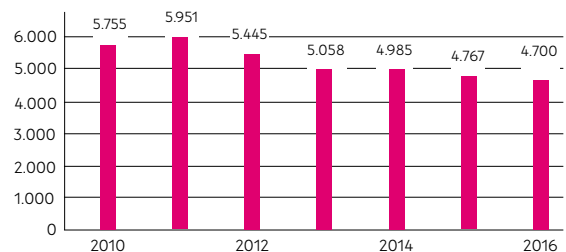
Zugleich entwickelten sich wichtige Finanzkennziffern von Druckunternehmen durchaus positiv. Die Eigenkapitalquote ist bei 36,4 %, die Umsatzrendite bei 37,9 % und die Ratingnote bei 21,2 % der Umfrageteilnehmer im Vergleich zum Vorjahr gestiegen.

Investiert wurde vornehmlich in Maschinen, Anlagen, Fahrzeuge und Einrichtungen. Der Anteil dieser Vorhaben betrug insgesamt 80 %. Investitionen in die Digitalisierung spielten bei den Druckunternehmen ebenfalls eine Rolle. Mit einem Anteil von ca. 17 % waren sie zudem deutlich stärker ausgeprägt als im gesamten Verarbeitenden Gewerbe.

Erfreuliche Zunahme der Ausbildungsverträge bei Medientechnologen

2016 wurden erstmals seit Jahren wieder mehr neue Ausbildungsverträge für Medientechnologen abgeschlossen. Dies ist eine erfreuliche Entwicklung, zeigt es doch, dass die Branche trotz der demografischen Entwicklung und des Strukturwandels auf Qualifizierung setzt. Die Ausbildungszahlen im Beruf Medientechnologe Druck stiegen 2016 um 7,5 Prozent gegenüber 2015, die Medientechnologen Siebdruck legten um 20,4 Prozent zu und die Medientechnologen Druckverarbeitung um 5,2 Prozent. Rückläufig sind die Ausbildungszahlen allerdings beim Mediengestalter mit 4,9 Prozent.

Druckindustrie – 1. Ausbildungsjahr 2010 bis 2016



Ihr Entsorgungsfachbetrieb ...der Partner an Ihrer Seite

• Akten • Altpapier • Folie

➤ Entsorger und Vertragspartner von

• Druckereien • Verlagen • Papier- und Pappenverarbeitern

➤ Entsorgung und Verwertung von

• allen gängigen Sorten Altpapier • Folien • Holz

➤ Aktenvernichtung nach BDSG

• Selbstanlieferung • Abholung in verschließbaren Behältern
• Vernichtung mit Garantie-Erklärung

Buschortstraße 52-54 • 32107 Bad Salzungen • Telefon (05221) 70347 • Telefax (05221) 75 99 68

info@stuecke-gmbh.de • www.stuecke-gmbh.de



ALTPAPIER
KUNSTSTOFFE
AKTENVERNICHTUNG

STÜCKE
ROHSTOFF-RECYCLING GmbH

Tradition bindet -



- seit 1864 im Familienbesitz

- Klebebindung PUR
- Falzen bis Format 76 x 112 cm

E. Rahe-Rohling
Rudolf-Diesel-Straße 28
48157 Münster
Telefon 02 51 / 32 50 45
Fax 02 51 / 32 50 39
www.rahe-rohling.de

Print macht mehr draus

Wir möchten, dass auch in Zukunft viel gedruckt wird.

Deshalb sagen wir Agenturen, Einkäufern, Kunden, Medien und Multiplikatoren: Print macht mehr draus! Aus Papier, Verpackungen und Produkten. Aus Dienstleistungen, Supermärkten oder Kampagnen. Print informiert, motiviert, dekoriert, überzeugt, unterhält und gewinnt. Print sorgt für Umsatz, Marktanteile, Einschaltquoten, Käufer, Wähler, Gäste, Mieter, Nutzer, Besucher und viele(s) mehr.

Was Print noch alles kann, lesen Sie hier: www.bvdm-online.de

bvdm.



Entsorgung und Verwertung von:

• Altpapier • Druckerei-Abfällen • Folien • Restpartien

Knol Papier Recycling



Knol Papier Recycling | Parelstraat 21 | 7554 TL Hengelo | Tel: +31 (0)74 291 40 24 | Fax: +31 (0)74 250 06 93

www.knolpapierrecycling.nl

www.reisswolf.nl



TERMINE

2017 ◀

- 22.-23.06.2017
**Deutscher Druck- und Medientag
2017 bvdM**, Berlin
- 22.06.2017
Jahrespressekonferenz bvdM, Berlin
- 27.06.2017
W&V Meetnight, München
- 28.-29.06.2017
Direct Mail Days 2017, Neuwied
- 29.-30.06.2017
HPV Jahrestagung, Hamburg
- 04.07.2017
Bildung 2030 Zukunftskonferenz BDA,
Berlin
- 23.-24.08.2017
HORIZONT Werbewirkungsgipfel 2017,
Frankfurt am Main
- 25.08.2017
Jahrestagung vdm Hessen, Kassel
- 14.-16.09.2017
Igepa Select 2017, Essen
- 09.-11.10.2017
IFRA World Publishing Expo 2017,
Berlin
- 11.10.2017
vdm Nord-West Vertriebskongress,
Düsseldorf
- 11.-14.10.2017
Druck+Form Messe Sinsheim,
Sinsheim

11.-15.10.2017
Frankfurter Buchmesse, Frankfurt am Main

18.-20.10.2017
viscom 2017, Düsseldorf

19.-20.10.2017
Treffpunkt Technik 2017, Berlin

24.-25.10.2017
The Inkjet Conference, Düsseldorf

26.10.2017
Druck&Medien Awards 2017, Berlin

06.-07.11.2017
VDZ Publishers Summit, Berlin

14.-16.11.2017
InPrint 2017, München

27.-28.11.2017
**Jahrestreffen Brancheninitiative
Offsetdruck**, Mainz

27.-28.11.2017
Direct Container Print, Düsseldorf

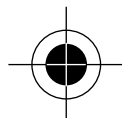
▶ 2018

27.-30.01.2018
Paperworld, Frankfurt am Main

28.02.-01.03.2018
Colour Management Symposium, München

20.-21.04.2018
**Gemeinsame Jahrestagung der Verbände
NordOst und Mitteldeutschland**, Neuruppin

28.-29.06.2018
Deutscher Druck- und Medientag 2018,
Stuttgart



Vielfalt. Service. Mehrwert.

Partner, kreativer Ideengeber
und Servicedienstleister erster Wahl.

Wir versorgen Sie mit Know-how und kreativen Konzepten aus unserer engen Zusammenarbeit mit Herstellern, Druckindustrie, Verlagen und der Kreativbranche.

Wir liefern Ihnen die richtige Portion Wissen und Zeitgeist, sind Ihr Experte für Just-In-Time, Overnight oder auch mal „jetzt gleich“. Wir finden mit Ihnen zuverlässig und schnell passende Produkte für Ihr Projekt, Ihre Aufgabe, Ihr Vorhaben.

Wir sind Ihre IGEPA group.

#SmartPrintShop



PUSH TO STOP

Push to Stop ist unsere Idee der smarten Printproduktion von morgen. Mit vernetzten Prozessen und intelligenten Maschinen, die alle Druckjobs selbstständig organisieren und abarbeiten. Völlig autonom. Der Bediener greift nur noch ein, wenn es nötig ist. So gewinnen Sie wertvollen Freiraum und können sich auf die Dinge konzentrieren, die wirklich wichtig sind. **Simply Smart.**



HEIDELBERG

Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH
Gutenbergring, 69168 Wiesloch, Deutschland
Telefon 06222 8267456, heidelberg.com