

DAS MAGAZIN

NUTZEN

DER DRUCK- UND MEDIENVERBÄNDE

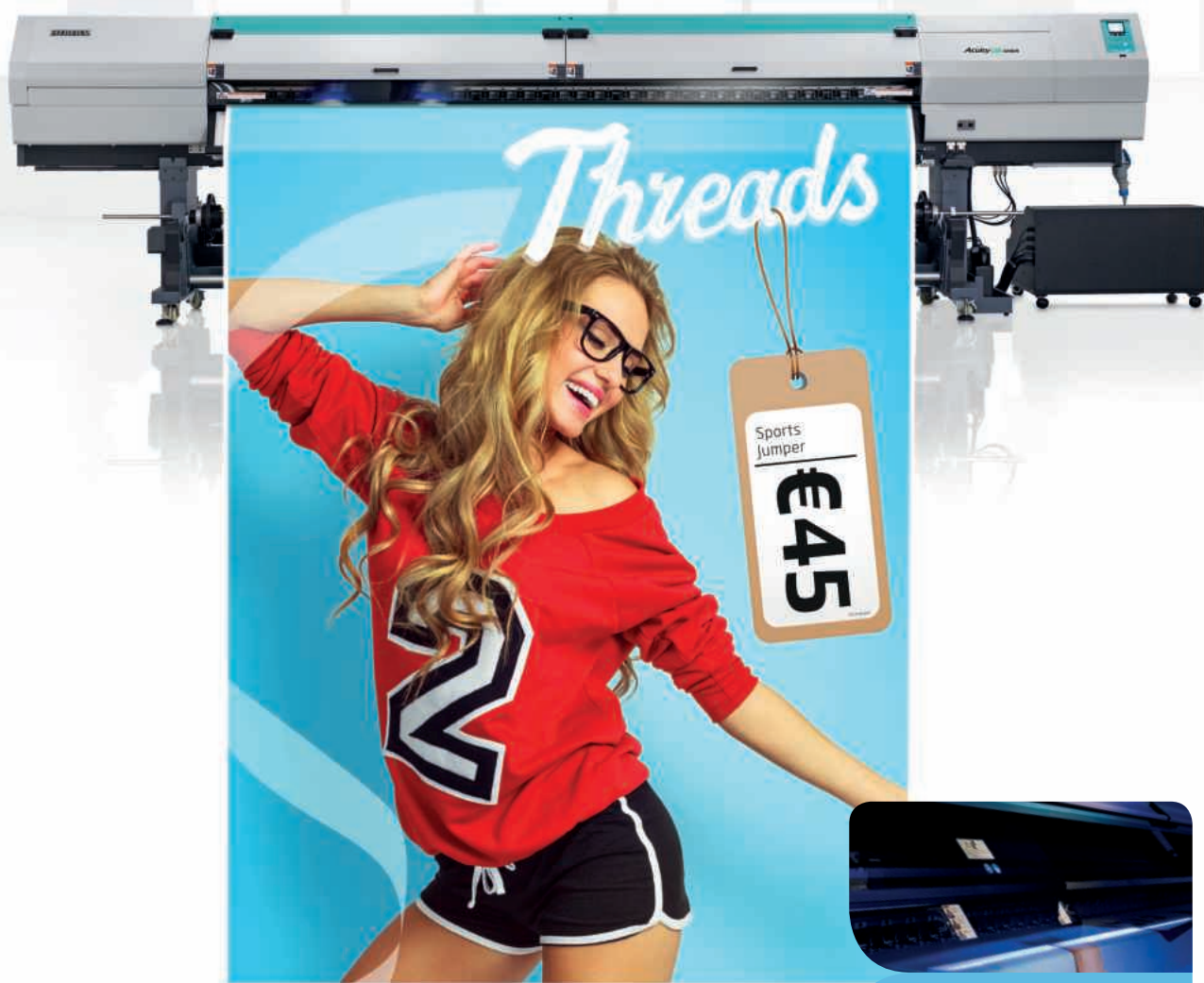


MEHR GRÜN!

Immer mehr Kunden wollen klimaneutral drucken lassen

Gut für die Umwelt – gut fürs Geschäft
Besser 80% jetzt als 100% nie

Wirtschaftlicher Druck im Superwide-Format



Acuity LED 3200R Sehr breit, sehr hochwertig.

Produzieren Sie bereits Grafiken, die breiter als 1,6 m sind oder möchten Sie zukünftig diesen Service anbieten können? Dann ist die Acuity LED 3200R die ideale Maschine für Sie. Auf Grund der energiesparenden LED-UV-Härtungstechnologie und verminderter Geruchsentwicklung eignet sie sich optimal für die kostengünstige Fertigung hochwertiger und lebendiger Auf- und Durchsichtsdísplays.

Erfahren Sie mehr über dieses außergewöhnliche Drucksystem:

www.powerofinkjet.com/acuity-led-3200R/

grafische_systeme@fujifilm.de

Acuity LED 3200R auf einen Blick:

LED-UV-Härtungssystem mit niedrigem Energieverbrauch

Lebensechte Bilder und sensationelle Backlits

Fujifilm Uvijet LF-Tinten

Verwendung vielfältigster Bedruckstoffe, inklusive wärmeempfindlicher Materialien

Doppelrollendruck

Lichtbox für Backlit-Proofing

Schnelle Produktionsbereitschaft

Geringe Wartungskosten

AcuityLED 3200R

FUJIFILM
Value from Innovation

EDITORIAL



Liebe Leserin, Lieber Leser,

„Deutschland und insbesondere die Druckindustrie, die nah am Kunden ist, kann wesentlich dazu beitragen, dass Nachhaltigkeit zu einem Erfolgsmodell wird.“ Dieser Satz des früheren Bundesumweltministers, Klaus Töpfer, auf der drupa 2012 zeigt, dass uns schon damals sehr viel zugetraut wurde. Und wir haben unsere Hausaufgaben fleißig weitergemacht. Heute gilt die Druckindustrie vielen als Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit und Energieeffizienz.

Einen maßgeblichen Beitrag dazu leistet die Klimainitiative der Verbände. Sie feiert in diesem Jahr ihr 10-jähriges Jubiläum und hat maßgeblich geholfen, CO₂-Emissionen im dreistelligen Millionenbereich einzusparen und zu kompensieren. Über die Initiative wurden zudem Kunden und die breite Öffentlichkeit erreicht und damit konnte das frühere „Schmutzfink-Image“ der Branche abgetragen werden. Selbst die „Onliner“ halten sich mit Statements, sie seien die umweltfreundlicheren Kommunikatoren, heute sehr zurück.

Allen Unternehmen, die mit großem Respekt für die Umwelt aktiv sind, sagen wir an dieser Stelle sehr herzlichen Dank. Und wir möchten dazu ermutigen, sich weiterhin in diesem Sinne zu engagieren und dies auch auszubauen und zu kommunizieren.

Das ist nicht nur gut für unser Klima, es hilft der Branche, denn es zeigt der Politik: Die Branche weiß, wie Umweltschutz funktioniert. Dieses Signal brauchen wir, wenn wir mit politischen Entscheidern Maßnahmen diskutieren, die sich für Branchenfremde am grünen Tisch vielleicht gut lesen, der Umwelt jedoch wenig bringen – und schlimmstenfalls den Unternehmen unnötige bürokratische Steine in den Weg legen.

Wir 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.**



Mehr Grün!

TITELTHEMA: UMWELTSCHUTZ

10 — GRÜN DRUCKEN STATT GREENWASHING

10 Jahre Klimainitiative der Druck- und Medienverbände – eine Erfolgsgeschichte

12 — WIR DENKEN UND DRUCKEN GRÜN

Immer mehr Kunden wollen ihre Produkte klimaneutral drucken lassen.

14 — GUT FÜR DIE UMWELT – GUT FÜRS GESCHÄFT

Umwelt- und klimafreundliches Arbeiten zahlt sich für Betriebe aus.



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 Erlewein, Cordula Hofacker, Gwendolyn Paul, Marian Rappl, Antje Steinmetz, Katrin Stumpfenhausen

LAYOUT: Viktor Kopnow, Verband Druck + Medien Nord-West e. V.

ANZEIGEN UND DRUCK: **Tecklenborg Druckhaus + Verlag**
Siemensstraße 4, 48565 Steinfurt, Tel: (0 25 52) 920 02, Fax: (0 25 52) 920 160

03 — EDITORIAL

*Herzlich willkommen zum
vierten NUTZEN*

06 — PRINT KOMMT AN

*Print oder online lesen?
Ein Engergievergleich*

**08 — DRUCK AUF BERLIN
UND BRÜSSEL**

Nachhaltig können wir selbst

16 — DIE PROFIS

Besser 80% jetzt als 100% nie

Seite **24**



Seite **18**

18 — DER NUTZEN

*Mit der Gasturbine weltweit die
Nase vorn*

**21 — DIE VERBANDSEXPERTIN
IM INTERVIEW**

Datenschutz geht jeden an

22 — DIE FIRMA

Nachhaltig dank kurzer Wege



Seite **22**

24 — DIGITALDRUCK-KONGRESS 2018

*Der dritte Digitaldruck-Kongress trifft
erneut den Nerv der Branche*

28 — UNTERWEGS MIT ...

*Ein Tag im Leben eines
technischen Beraters*

30 — NÜTZLICH

*Wissenswertes für die
Betriebsführung*

34 — KURZMELDUNGEN

Informationen aus den Verbänden

38 — VERANSTALTUNGSTERMINE

*Bundesweite Verbandstermine +
weitere branchenrelevante Events*

Wir hoffen, dass Ihnen die vierte 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  kompensiert
(d-Reg. 1870813
www.bvdm-online.de)

SAUBER GEMACHT

Was ist besser für die Umwelt: Eine Zeitung auf Papier zu lesen oder online im Internet? Ein Vergleich zeigt: Das „Holzmedium“ hat eindeutig die Nase vorn. Denn allzu oft wird übersehen, wie hoch der Energieverbrauch für die Online-Lektüre wirklich ist.



39%

DER ENERGIEVERBRAUCH

Wer online liest, verbraucht Strom für PC und Bildschirm (im Durchschnitt 110 Watt) beziehungsweise Laptop (32 Watt). Dazu kommt der Verbrauch für das heimische Internet-Modem und – falls vorhanden – den drahtlosen Zugang per WLAN. Beides läuft in der Regel rund um die Uhr.



DAS INTERNET

Wie viele Treibhausgase bei Einrichtung und Betrieb der weltweit verteilten Serverparks für die Datenspeicherung und -übertragung erzeugt werden, ist schwer zu schätzen. Hier wurde mit einem durchschnittlichen Stromverbrauch von 12,5 Kilowattstunden pro heruntergeladenem Gigabyte gerechnet.

35%

DER COMPUTER

Auch bei der Herstellung von Prozessoren, Speicherchips, Festplatten, Trafos und Gehäusen für den PC werden Treibhausgase ausgestoßen. Die verbauten Rohstoffe sind durch ihre Seltenheit häufig mit besonders hohen CO₂-Äquivalenten versehen und haben daher auch einen negativen Einfluss auf die Ökobilanz.

12%



DER TRANSPORT

Einen vergleichsweise kleinen Anteil an den Umweltfolgen hat der globale Transport der Hardware von Fernost bis zum Endverbraucher in Europa.

1%



DER BILDSCHIRM

Die Herstellung des Bildschirms für den PC oder Laptop benötigt viel Energie. Außerdem werden bei der Produktion hochwirksame Treibhausgase wie Schwefelhexafluorid freigesetzt, die sich negativ auf die Ökobilanz auswirken.

13%

ONLINEZEITUNG

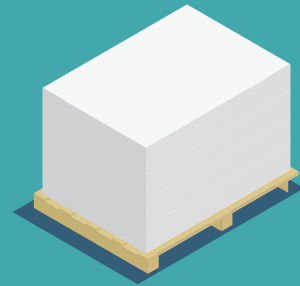
Beispiel: 30 Minuten Lektüre (50% der Leser am PC und 50% der Leser am Laptop), bei 2,5 Stunden Internetnutzung pro Tag, kein Ausdruck von Artikeln
CO₂-Äquivalent im Jahr in kg:

36 kg



DAS PAPIER

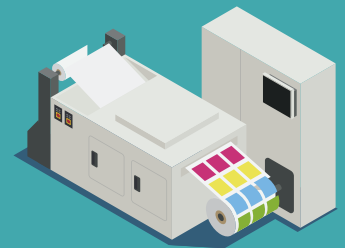
Die Herstellung von Papier für eine Zeitung hinterlässt einen relevanten CO₂-Fußabdruck, da Ressourcen verbraucht werden und der chemische Aufschluss von Holz hohe Energieaufwendungen mit sich bringt. Im Zeitungsbereich werden in der Regel jedoch nur Recyclingpapiere eingesetzt. Deren Fußabdruck ist deutlich geringer als der von Frischfaserpapier.



57%

DER VERTRIEB

Per Lkw und Auto werden die fertigen Zeitungsstapel zu Grossisten, Bahnhofsbuchhandlungen, Kiosken und weiteren Kunden transportiert.



7%

DIE DRUCKMASCHINEN

Die Umweltbelastung beim Drucken entsteht vor allem durch den hohen Stromverbrauch der Rotationsmaschinen. Sie verwandeln die gewaltigen Papierrollen in fertig gedruckte, zusammengelegte und zu Bündeln verschnürte Zeitungen.

19%

GEDRUCKTE ZEITUNG

Beispiel: Tageszeitung im Tabloid-Format, 40 Seiten, Auflage 32.000, 2,4 Leser pro Exemplar **CO₂-Äquivalent im Jahr in kg:**

28 kg

DER PAPIER-TRANSPORT

Das in Deutschland verwendete Zeitungsdruckpapier stammt zum größten Teil aus heimischer Produktion.



7%

DIE FARBE

Bei der Herstellung von Druckplatten, Farben und weiteren Verbrauchsmaterialien werden die eingesetzten Rohstoffe als CO₂-Äquivalente berücksichtigt sowie der bei der Herstellung verwendete Strom. Sie tragen auch zur Treibhausbilanz eines Druckerzeugnisses bei.



10%

QUELLE: DIE ZEIT, CENTRE FOR SUSTAINABLE COMMUNICATIONS AM KTH, STOCKHOLM; EIDGENÖSSISCHE MATERIALPRÜFUNGS- UND FORSCHUNGSANSTALT (EMPA) AN DER ETH ZÜRICH

Nachhaltig können wir selbst

Zum Redaktionsschluss dieser NUTZEN-Ausgabe war nicht absehbar, ob es bereits eine neue Regierung gibt, wenn Sie das Heft in den Händen halten. Macht aber nichts – die deutsche Druckindustrie arbeitet einfach weiter. Und zwar so sauber wie eh und je. Denn sie versteht sich seit Jahren auf die erfolgreiche Selbstverpflichtung zu nachhaltiger Produktion.

Ein Beispiel ist die Brancheninitiative zur Verminderung von Lösemittel-Emissionen im Offsetdruck. Die gibt es seit 1995 und sie führte zu erheblichen Reduzierungen von flüchtigen organischen Substanzen (VOC). Oder bei der Erforschung alternativer, mineralölfreier Druckfarben. Oder mit der Klimainitiative der Druck- und Medienverbände, die erfolgreich zur CO₂-Einsparung beiträgt.

Unabhängig von einer neuen Regierung liegen jedoch nach wie vor politische Vorgaben auf dem Tisch, von denen wir nicht alle für sinnvoll halten. Einige Beispiele:

Wenn, dann mit Sachverstand

Mineralöle wandern aus Lebensmittelverpackungen in Lebensmittel über und verunreinigen diese. Richtig oder falsch? Man weiß es nicht exakt, denn die Analysemethoden sind nicht genau genug, um den Entstehungsort zu kennen. Doch das hinderte den Gesetzgeber 2016 nicht daran, im Entwurf der Mineralölverordnung einen pauschalen Zusammenhang zwischen Messwerten und der Verpackungsherstellung zu ziehen, ohne Beachtung anderer möglicher Quellen im Produktionsprozess eines Lebensmittels – etwa Schmier-, Hydraulik- oder Batching-Öle, aber mit erheblicher Rechtsunsicherheit für die deutsche Druck- und Verpackungsindustrie.

Grenzwertig

Ein Grenzwert ist politisch schnell festgelegt, aber wird er später auch veränderten Rahmenbedingungen angepasst? Die deutsche Druckindustrie wurde über Jahre hinweg bei den Emissionen flüchtiger organischer Verbindungen (VOC) und deren Meldung an die EU-Kommission schlechterechnet. Im Verbund mit weiteren Verbänden konnte der bvdm gegenüber dem Umweltbundesamt belegen, dass die VOC-Anteile in Farben, Lacken, Verdünnern und Reinigungsmitteln mittlerweile deutlich gesunken sind.



Energie!

Ohne Energie geht in der Druck- und Medienwirtschaft nichts. Das liegt in der Natur der Sache. Und weil Energie Geld kostet, arbeiten immer mehr Betriebe so effizient, dass es kaum noch Einsparpotenziale gibt. Nicht zuletzt aufgrund der EEG-Umlage werden jedoch die meisten Druck- und Medienunternehmen über Gebühr zur Kasse gebeten. Denn aufgrund ihrer Größe gelingt es ihnen nicht, Ausnahmeregelungen in Anspruch zu nehmen, wie es in energieintensiveren Branchen durchaus möglich ist. Das führt zu bedrohlichen Wettbewerbsnachteilen gegenüber Herstellern in den Nachbarländern.

Wenn Merkblätter Millionen kosten

„Merkblätter zu den Besten Verfügbaren Techniken“, kurz BVT-Merkblätter, werden auf europäischer Ebene beschlossen und dienen der Verankerung eines einheitlichen, hohen Umweltschutzniveaus für Industrieanlagen in der EU. Spätestens vier Jahre nach deren Veröffentlichung im EU-Amtsblatt müssen sie eingehalten werden und schaffen somit faktisch nationales Recht. Die Mitwirkung an der Überarbeitung dieser Merkblätter ist eine Daueraufgabe des bvdM. Denn nur so lassen sich praxisferne und manchmal auch sehr kostspielige Nachteile für die Druckindustrie verhindern. ■

Praxisgerechter Umwelt- und Arbeitsschutz ist kontinuierlich Thema in den Technikgremien des bvdM, die im Rahmen des Treffpunkt Technik tagen. Moderiert werden sie von Julia Rohmann, Referentin für Umweltschutz/Arbeitssicherheit beim bvdM.



In ihren Grundsatzpositionen bündeln die Verbände Druck und Medien konkret und prägnant die zentralen Forderungen, die sie im Namen der Branche an die Politik richten. Vom Bürokratieabbau bis hin zur Netzpolitik. Natürlich gehören dazu auch umweltpolitische Forderungen:

- Nachhaltige Umweltpolitik, ohne betriebliche Belange ins Abseits zu stellen
- Stärkere Berücksichtigung von technischen Fakten und nachweislicher Wirksamkeit bei der Entwicklung gesetzlicher Vorgaben
- Entbürokratisierung von Dokumentationspflichten und bei Nachweisen in der Lieferkette
- Wettbewerbsorientiertes Energiekonzept für Deutschland, das die Kosten der Energiewende nicht den kleinen und mittleren Unternehmen aufbürdet



Grün drucken statt Green- washing

”

185.000.000 Kilogramm
CO₂ in zehn Jahren
kompensiert.“

Wenn es um Nachhaltigkeit geht, müssen sich Drucker nicht mehr verstecken. Im Gegenteil: Im Vergleich zu vielen anderen Industrien hat die Druck- und Medienbranche mittlerweile sogar eine Vorreiterrolle übernommen. Dabei zeigt sich: Umwelt- und klimafreundliches Arbeiten zahlt sich auch für Betriebe aus. Denn bei der professionellen Suche nach „Energiefressern“ im Unternehmen werden Prozesse analysiert, Produktionswege geprüft und Ressourcenverbräuche hinterfragt. Im Resultat führt das häufig zu effizienterem Arbeiten, zu Materialeinsparungen, zur Vermeidung von Fehlern und damit zur Senkung interner Kosten. Seit nunmehr zehn Jahren engagieren sich Druckereien im Rahmen der Klimainitiative des Bundesverbandes Druck und Medien für den Klimaschutz. Mittlerweile haben sie über 131.000 verschiedene Druckprodukte klimaneutral produziert und dabei insgesamt 185.000.000 Kilogramm CO₂ durch Investitionen in Klimaschutzprojekte kompensiert.

Erfolgsmodell Klimainitiative

Umfassende Unterstützung auf dem Weg in die umweltfreundliche Produktion erhalten die Druckereien von den Landesverbänden. Betriebe, die seit Gründung der Klimainitiative bzw. seit zehn Jahren Mitglied sind, werden von diesen für ihr vorbildliches ökologisches Engagement ausgezeichnet. „Die Klimainitiative der Verbände ist eine Erfolgsgeschichte, die ohne all die Unternehmen, die von Beginn an von ihr überzeugt waren, nicht möglich gewesen wäre“, unterstreicht Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdM. „Für ihr Vertrauen und ihr Engagement verdienen sie allergrößten Dank.“ Auf politischer Ebene setzt sich der bvdM in Deutschland und Europa dafür ein, dass Vorschriften, Gesetze oder Zertifizierungsanforderungen die wirtschaftlichen Aspekte unternehmerischen Handelns ausreichend berücksichtigen. Denn Umweltschutz in der Wirtschaft gelingt nur dann, wenn er auch in der Wirtschaft umgesetzt werden kann. ■

Wir denken und drucken Grün

Die Leinebergland Druck GmbH & Co. KG aus Alfeld (Leine) erstellt und kompensiert jährlich ihre Energiebilanz. Die Kunden mögen das. Die Umwelt auch. Im Gespräch mit NUTZEN erklärt Geschäftsführer Bernd Klostermeyer, warum auch die Firma davon profitiert.



Alle Zeichen auf Grün. Bernd Klostermeyer, seit zehn Jahren Mitglied der bvdm-Klimainitiative, und Holger Schürmann vom Verband Druck & Medien NordOst.

Herr Klostermeyer, Sie werben auf Ihrer Internetseite mit dem Slogan „Wir denken und drucken Grün!“. Wie setzen Sie dieses Firmenmotto konkret im Unternehmen um?

Grundsätzlich reduzieren wir das Thema Umwelt nicht nur auf klimaneutrales Drucken, sondern wir bieten das komplette Paket an. Dazu gehören alkoholreduzierter Druck, klimaneutraler Druck, FSC- bzw. PEFC-Zertifizierung und wir drucken auch auf Recyclingpapieren. Abfälle recyceln wir natürlich wie vom Gesetzgeber vorgeschrieben, versuchen aber, sie größtmöglich wieder zu verwerten. Im Bereich der Druckplattenentwicklung geht es leider aus wirtschaftlichen Gründen nicht ganz ohne Chemie. Aber mit unserer modernen Druckplattenentwicklungsmaschine fallen schon 70 bis 80 Prozent weniger Abfall an als noch vor drei bis vier Jahren.

Sie sind seit November 2010 Mitglied der bundesweiten Klimainitiative des bvdm und nutzen seitdem auch den CO₂-Rechner der Verbände. Was hat Sie damals zum Mitmachen bewogen?

Zunächst waren es Kundenanforderungen. Zwei, drei Kunden wollten ihre Produkte klimaneutral produzieren lassen. Wir haben uns daraufhin mit Hilfe des Verbandes in die Thematik eingearbeitet und mit seiner Unterstützung das Ganze umfassend umgesetzt.

Welche Daten und Informationen waren erforderlich, um den CO₂-Rechner im Unternehmen zu installieren?

Wir mussten viele Leistungswerte zusammentragen – nicht nur die der Druckmaschinen und Weiterverarbeitungsanlagen in unserem Hause, sondern auch die der externen Weiterverarbeiter. Also die Fortdruck-Fortlauf-Geschwindigkeiten und natürlich den Stromverbrauch. Hinzukommen Gasverbrauch für die Heizung und Strom für das Unternehmen insgesamt. Dann war relevant, wie die Mitarbeiter zur Arbeit kommen – mit dem Auto, den öffentlichen Verkehrsmitteln, dem Fahrrad und wie weit ihre Wege sind.

Welche Möglichkeiten ergeben sich für Sie durch die Nutzung des CO₂-Rechners? In welchem Umfang setzen Sie ihn ein?

Die Nutzung des CO₂-Rechners ist klar an das Produkt gekoppelt. Wir können damit die CO₂-Emissionen eines Auftrages errechnen. Danach haben wir die Möglichkeit, den entsprechenden CO₂-Ausstoß durch Investition in Klimaschutzprojekte, die die gleiche Menge CO₂ einsparen, auszugleichen (zu kompensieren). So können wir unseren Kunden klimaneutrale Produkte verkaufen. Zusätzlich haben wir durch unser MIS-System die Möglichkeit, erstellte Kalkulationen online in den Klimarechner einzuspielen und so schon im Angebotsprozess die Daten des Klimarechners und die Kosten für die geplante Kompensation des CO₂-Ausstoßes in das Angebot einfließen zu lassen. Das spart Zeit und ist viel genauer, weil die Zeiten und Fortlaufgeschwindigkeiten der Maschine direkt aus der Kalkulation entnommen werden, also nicht mit einem Durchschnittswert errechnet wird.

Im Zuge der Einführung des CO₂-Rechners wurde in Ihrem Unternehmen eine betriebliche Energieeffizienzanalyse durchgeführt. Gab es Ergebnisse, mit denen Sie nicht gerechnet haben?

Ja, das Ergebnis war, dass wir im Prinzip schon ziemlich gut aufgestellt sind. Das liegt sicher daran, dass wir ein recht neues Betriebsgebäude hatten, in dem Wärmedämmung oder Heizung schon auf dem aktuellen Stand der Technik waren. Maßnahmen wie Fassadendämmung und Heizungsmodernisierung waren daher nicht erforderlich. Wir haben noch Empfehlungen zum Stromsparen aus der Beratung umgesetzt, wie die Umstellung der Beleuchtung in der Produktion auf LED. Wirklich interessant war, dass eine große Anzahl von EDV-Anlagen Wärme erzeugt, die dann wieder per Klimaanlage runtergekühlt werden muss. Deshalb haben wir im letzten Jahr unsere Server virtualisiert, also in die Cloud verschoben, sodass als Nebeneffekt jetzt keine Wärme mehr aus dem Serverraum abgeführt werden muss. Leinebergland Druck war 2014 bundesweit eine der ersten Druckereien, die ihren CO₂-Fußabdruck für das Unternehmen ermittelt hat. Dafür wird die gesamte Wertschöpfungskette des Unternehmens unter die Lupe genommen.

Welche Erkenntnisse konnten Sie aus diesem Prozess ziehen?

Definitiv haben wir im Bereich Stromeinkauf dazu gelernt. Da Strom den größten Teil der von uns verursachten CO₂-Emissionen ausmacht, haben wir geprüft, was es kostet, wenn man den Strom klimaneutral einkauft. Dabei kam heraus, dass viele Stromlieferanten bereits stückweise regenerative Energien



Immer mehr Kunden wollen ihre Produkte komplett klimaneutral drucken lassen.

Bernd Klostermeyer

einsetzen und die Kosten für klimaneutral eingekauften Strom kaum höher ausfallen. Wir haben umgestellt und was am Ende an CO₂-relevanter Energie übrig bleibt, stellen wir klimaneutral, um das Statement „Wir denken und drucken Grün!“ bewusst zu unterstreichen. Also nicht nur der Kunde, der seinen Auftrag kompensiert, sondern auch wir tragen etwas zur Klimaneutralität bei. Das heißt, durch unseren Einsatz wird die Kompensation des einzelnen Druckauftrages für die Kunden preiswerter, weil wir die Energie, die bei uns im Unternehmen anfällt, schon klimaneutral gestellt haben. So muss der Kunde nur noch den Kompensationsaufwand für Rohstoffe, Papier, Druckplatten – also die extern anfallenden Emissionen – tragen.

Wie kommen Ihre Initiative für die Umwelt und Ihr Firmenmotto bei den Kunden an?

Wir merken, dass immer mehr Kunden, auch größere Konzerne mit mehreren Standorten, ihre Produkte komplett klimaneutral drucken lassen wollen. Nicht nur einen Auftrag, sondern alles, von der Weihnachtskarte bis zum Geschäftsbericht. Das ist eine Firmenphilosophie, die dann auch auf FSC- oder PEFC-zertifiziertes Papier achtet. Das gehört dazu, um heute sein Unternehmen als nachhaltigen Betrieb darzustellen. Vor 10 Jahren waren es ein oder zwei Kunden. Heute ist ein steigender Prozentsatz aller Aufträge, die wir produzieren, zumindest CO₂-neutral, meist in Verbindung mit nachhaltig zertifiziertem Papier. Und das ist gut so. Jeder muss etwas dazu beitragen, dass wir unsere Umwelt ein bisschen in den Arm nehmen und schützen. Wenn ein Kunde Geld in die Hand nimmt, vielleicht nur 15,- oder 20,- Euro pro Auftrag, dann zeigt er doch, dass ihm die Umwelt nicht egal ist. Und wenn der Kunde das tut, dann packen wir gerne die andere Hälfte noch oben drauf und schaffen eine schöne Win-win-Situation für eine gemeinsame saubere Zukunft. ■

Gut für die Umwelt – gut fürs Geschäft



Grüner drucken ist heute mehr als ein Trend. So wie sich immer mehr Menschen mit Produkten aus Biomärkten versorgen oder Haushalte energiesparende Technik kaufen, erwarten Kunden von ihren Druckereien möglichst saubere, nachhaltig gefertigte Produkte. Das gilt für viele Unternehmen, Behörden oder Ministerien, aber auch private Auftraggeber. Und zunehmend wird in Ausschreibungen gefordert, dass Druck- und Medienbetriebe einen Nachweis über umwelt- und klimafreundliche Produktionen vorweisen können.

Immer mehr Druckereien in Deutschland schließen sich daher der Klimainitiative der Druck- und Medienverbände an. Denn damit zeigen sie, dass sie nicht nur imstande sind, einzelne Produkte klimaneutral zu stellen. Für sie ist klimaneutrales Produzieren mehr als eine kurzfristig verkaufsfördernde Maßnahme. Sie beweisen glaubwürdiges, konsequentes Engagement und erfüllen damit den Anspruch ihrer Kunden, sich gemeinsam verantwortungsbewusst zu verhalten.

Nachhaltig klimafreundlich drucken

Die Leitlinien der bvdm-Klimainitiative setzen auf Nachhaltigkeit. Daher geben sie drei Bausteine für klimafreundliche Produktionen vor: CO₂ ermitteln ► CO₂ vermeiden ► CO₂ kompensieren.



Stufe 1: Arbeiten mit dem CO₂-Rechner, um die produktbezogenen Emissionen zu ermitteln.

Der Onlinerechner zeigt auf, welche Emissionen durch einen Druckauftrag erzeugt werden. Zugangsvoraussetzung zu dem Rechner ist die Teilnahme an einer Schulung, bei der die komplexen Zusammenhänge der Bilanzierung sowie die einzelnen Rechenparameter erläutert und auf den entsprechenden Betrieb ausgerichtet werden.



Stufe 2: Überprüfung der Energieeffizienz des Unternehmens, um Emissionen zu vermeiden.

Betriebe, die Mitglied in der Klimainitiative werden möchten, erklären sich bereit, ihre Energieeffizienz überprüfen zu lassen. Dabei werden sie von den Verbandsexperten unterstützt. Diese Beratung wird für KMUs von der KfW mit 80% der Kosten bezuschusst.



Stufe 3: Nicht vermeidbare Emissionen kompensieren.

Unternehmen können selbst oder im Auftrag ihrer Kunden die bilanzierten Emissionen eines Druckauftrages kompensieren. Dazu werden für die verursachten CO₂-Emissionen entsprechende Zertifikate aus Klimaschutzprojekten erworben. Kompensierte Druckprodukte dürfen mit dem Zeichen „Print CO₂ kompensiert“ gekennzeichnet werden.

Umfassend klimafreundlich arbeiten

Vielen Betrieben ist die Kompensation von Druckproduktionen nicht genug. Deshalb bieten die Verbände an, den CO₂-Fußabdruck für das gesamte Unternehmen zu ermitteln und zu kompensieren. Dabei werden drei Bereiche, sogenannte „Scopes“, unterschieden.

Scope 1 betrifft alle Emissionen aus eigenen Verbrennungsprozessen wie z. B. von Heizungen (Gas) und Fahrzeugen (Benzin).

Scope 2 umfasst die Emissionen, die durch die Energieerzeugung der vom Unternehmen hinzugekauften Strom- oder Fernwärmemengen entstehen.

Scope 3 beinhaltet alle indirekten Emissionen, die durch die vor- und nachgelagerte Produktionskette des Unternehmens verursacht werden. Hierzu zählen erworbene Güter wie z.B. Papier oder Farben in der Druck- und Medienwirtschaft, Dienstleistungen, Reisetätigkeiten, Aktivitäten von Lieferanten und die Nutzung des Produktes durch den Kunden. ▣

Unternehmen, die Mitglied der Klimainitiative sind, also entsprechend nachhaltig arbeiten, signalisieren dies mit dem offiziellen Siegel der Verbände.

Print geprüft
www.bvdm-online.de

Unternehmen, die sich darauf beschränken, die Emissionen zu kompensieren, die direkt in ihrem Hause anfallen (Scope 1 + 2), erhalten das Siegel „Energieeinsatz CO₂ kompensiert“.

Energieeinsatz kompensiert
Klimaneutral bis Id.-No. www.bvdm-online.de

Unternehmen, die die Bilanz ihres gesamten Standortes (Scope 1, 2 + 3) kompensieren, dürfen dies mit dem Siegel „Unternehmen CO₂ kompensiert“ ausweisen.

Unternehmen kompensiert
Klimaneutral bis Id.-No. www.bvdm-online.de



”

Wir haben eine Energieeffizienzanalyse durchgeführt und ich war erstaunt über das Kosten-Nutzen-Verhältnis der Energiesparmaßnahmen. Allein mit der Umstellung von Pumpen in der Druckerei konnten jährlich 60.000 Euro eingespart werden.“

Matthias Tietz, Geschäftsführer der Rheinisch-Bergische Druckerei GmbH

Besser 80% jetzt als 100% nie

Längst hat der „Öko-Trend“ auch die Druckindustrie erfasst. Die Nachfrage nach sauberen Produkten und Dienstleistungen steigt. Die Stober GmbH aus Eggenstein bei Karlsruhe setzt sich selbst ganz bewusst hohe ökologische Ziele. Doch für Marcus Stober, Geschäftsführer des Unternehmens mit rund 55 Mitarbeitern, ist die umweltschonende Produktion nur ein kleiner Teil eines umfassend nachhaltigen Gesamtkonzepts. Für NUTZEN hat der Wirtschaftsingenieur offen über sein außergewöhnliches Verständnis von Nachhaltigkeit gesprochen.



Herr Stober, Sie haben kürzlich in eine neue Halle investiert und Ihre Fläche nahezu verdreifacht. Was hat das mit Ökologie zu tun?

Es ist für mich ökologisch, heute schon Dinge vorzubereiten, um in Zukunft optimal agieren zu können. Und zwar optimal im Hinblick auf wirtschaftliche, umweltbezogene und soziale Ziele. Als Unternehmer sollte man sich die Möglichkeit schaffen, ökologische Technologien einzusetzen und ressourcenschonende Prozesse zu organisieren, Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sind demgemäß bei Stober zunächst eine wichtige Ressource und kein Kostenfaktor. Aktuell bereiten wir einen in etwa fünf Jahren anstehenden Generationswechsel bei unseren Fachkräften vor und scheuen uns nicht, dafür bereits heute personell aufzustocken. Mit dieser Haltung haben wir die Investition in die neue Halle getätigt. Ganz abgesehen davon, dass wir unsere Logistikkosten reduzieren.

FOTOS: TOBIAS BUGALA, PRODUKTBILD: STOBER GMBH

STOBER GMBH Eggenstein/Leopoldshafen

Geschäftsführer:
Jürgen Stober, Marcus Stober

Mitarbeiter: 55

Leistungen:
Druckvorstufe, Druck, Weiterverarbeitung, Digitalmedien, Logistik, IT-Services

Ökologie:

- Biofarben, FSC-zertifizierte Papiere
- ressourcenschonende Prozesssteuerung, chemiearme Druckplattenherstellung
- CO₂-kompensiertes Drucken, Wärmerückgewinnung durch Kreuzwärmetauscher

Recycling:

- Papier, Druckplatten, PE-Folie, Holz, Metalle, Kunststoffe
- energieeffizienter Transport

Wie planen Sie für die Zukunft?

Gegebenheiten verändern sich und ich muss einen Weg finden, sie zu integrieren. Vorgefertigte Wege gibt es heute nicht mehr. Dabei wird sich unser Kerngeschäft in Zukunft nicht wesentlich verändern. Was sich aber disruptiv verändert, sind die Möglichkeiten, Prozesse optimal zu gestalten. Disruption allein steht jedoch im Widerspruch dazu, Veränderungen organisch anzugehen und mit wirksamer Nachhaltigkeit auszustatten. Deshalb heißt „optimal“ für mich, alle vorhandenen Ressourcen effizient zu nutzen – und zwar im Einklang zueinander. Im weitesten Sinne verstehen wir bei Stober das als „umfassende Ökologie“.

Gelebte Ökologie ist quasi die ständige Arbeit am Prozess?

Ich hätte nie gedacht, dass ich das einmal sage ... Früher war Ökologie für mich immer schwarz oder weiß. Richtig oder falsch. Heute würde ich eher sagen: Lieber 80 Prozent sofort umsetzen als 100 Prozent nie. Ökologie heißt ja nicht, dass man alles nur umweltfreundlicher machen will, sondern dass die Dinge auch umgesetzt werden. Ökologie muss daher immer mitgedacht werden. Und dann muss ich fragen, ob sich das zum jetzigen Zeitpunkt auch ökonomisch umsetzen lässt. Oder man muss sich zunächst mit einer Zwischenstufe zufriedengeben, die dann regelmäßig auf ihr Optimierungspotenzial hin überprüft wird. Wenn 80 Prozent realisiert sind, dann kann ich in einem nächsten Schritt an kleinen Schrauben drehen und den Prozess weiter verbessern. Mit dem Beginn ist das meiste schon geschafft.

Publikation NEULAND des KIT (Karlsruher Institut für Technologie): Kooperation und Zusammenarbeit werden in langjährigen Kundenbeziehungen sichtbar.



”

Jeder Einzelne soll seine Potenziale leben können.“

Marcus Stober, Inhaber Druckerei Stober GmbH

Ist also auch der Mensch eine Ressource?

Früher habe ich mich immer sehr gegen den Begriff „Human Resources“ gewehrt. Heute sehe ich Menschen ganz klar als eine Ressource. Als Unternehmer haben wir die Verantwortung, diese Ressource optimal einzusetzen. D.h., wir müssen prüfen, wo können Mitarbeiter in ihrer Arbeit unterstützt werden? Und wie gefördert? Meinen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen will ich die Möglichkeit geben, sich individuell einzubringen und ihre Potenziale zu leben. Das ist für mich Orientierung an der Ressource – also auch ökologisch.

Das scheint Ihnen besonders am Herzen zu liegen.

Auf jeden Fall. Jeder Einzelne sollte sich bewusst sein, was er erreichen will. Auf dieser Basis können wir dann gemeinsam an der Umsetzung arbeiten. Das hat mit der Druckerei nichts zu tun, das ist eine Haltung.

Dass Sie auch CO₂-Emissionen kompensieren, sortenrein Müll trennen und eine im Branchenschnitt äußerst geringe Fehlleistungsquote um die 0,5 Prozent haben, ist da nur Nebensache?

Es ist Teil des Gesamtkonzepts. Es geht immer nur darum, die Dinge, die wir einsetzen, optimal zu nutzen und Verschwendung zu vermeiden. Womit auch wieder der ökonomische Ansatz vertreten wäre. Für mich bilden umweltbezogene, wirtschaftliche und soziale Überlegungen eine Einheit. Das ist meine Philosophie. ■

Mit der Gasturbine weltweit die Nase vorn



Am Rande des Harzes entstehen tagtäglich Millionenaufgaben von Drucksachen in einer der führenden Heatset-Rollenoffset-Druckereien Deutschlands. Für namhafte Kunden im In- und Ausland produziert die Jungfer Druckerei und Verlag GmbH mit mehr als 350 Mitarbeitern seit über 40 Jahren hochwertige Werbebeilagen, Prospekte, Kataloge und Zeitschriften.

Seit dem Generationswechsel 2009 setzen die Gesellschafter Guido Lang, Andreas Wulf und Roger Mellinghausen – neben der Geschäfts- und Personalentwicklung – einen ganz besonderen Schwerpunkt auf Investitionen in zukunftsweisende Technologien. Durch nachhaltiges Wirtschaften und ein Höchstmaß an ökologischem Verantwortungsbewusstsein hat das erfolgreiche Trio frischen Wind in das Unternehmen gebracht.

Mit dem hochmodernen technischen Equipment des Unternehmens werden ressourcenintensive, meist kurzlebige, aber hochwertige Produkte im Heatset-Rollenoffset-Verfahren produziert.

Bedingt durch einen entsprechend hohen Einsatz von endlichen Ressourcen, die zudem immer kostenintensiver werden, entschied man sich zu handeln. Der Fokus wurde auf die ökologischen Aspekte gelegt. Bei der Entscheidung für eine neue energetische Ausrichtung des Unternehmens waren neben der Höhe der CO₂-Emissionen sowohl der Verbrauch der endlichen als auch der erneuerbaren Energien ausschlaggebend. Ziel war, den Verbrauch der benötigten Energie zu mindern und zum anderen die noch benötigten Energien effizient einzusetzen. Die Belastung von Umwelt und Gesellschaft sollte auf ein Minimum gesenkt, am besten ganz vermieden werden. Gleichzeitig galt es, auch den Anforderungen an nachhaltiges Wirtschaften gerecht zu werden.



Das Unternehmen hat die für sich optimale Lösung gefunden: Mit einem Investitionsvolumen von rund 14 Millionen Euro wurde ein Meilenstein für den Weg in die Zukunft gelegt, der verschiedene Zielsetzungen erfüllt:

- **Autonomie:** Erzeugung aller relevanten Energieformen vor Ort
- **Effizienz:** Einsatz hocheffizienter Technologien
- **Emissionen:** Verminderung bis hin zu Vermeidung
- **Kreislauf:** Rückgewinnung und Wiederverwendung von Rohstoffen

Das Kernstück dieser weltweit einzigartigen Konstruktion ist die Gasturbine, die sowohl Strom als auch Wärme und Heißgas erzeugt und auf diese Weise die Eigenproduktion aller im Unternehmen erforderlichen Energieformen abdeckt. Bei einer Überproduktion von Strom kann dieser sogar in das örtliche Stromnetz eingespeist werden.

Beim Heatset-Rollenoffset kommt dem Verbrauch der Wärmeenergie prozessbedingt eine besondere Bedeutung zu, da die bedruckten Papierbahnen zur Trocknung innerhalb kürzester Zeit auf hohe Temperaturen erhitzt werden müssen. Dieser Bedarf an Wärmeenergie wird über die Weiterleitung des in der Gasturbine erzeugten Heißgases an die Trockner der Rollenoffsetdruckmaschinen abgedeckt. Aus diesem Grund sind die internen Gasbrenner der Druckmaschinen bei Jungfer im Druckprozess vollständig abgeschaltet, sodass ein CO₂-freier Druckprozess möglich ist.

Anschließend wird die Abluft der Heatset-Rollenoffsetmaschinen durch einen sogenannten Wärmetauscher weitergeleitet. In der Anlage wird die Luft abgekühlt, dadurch werden die im Abluftstrom enthaltenen gasförmigen Mineralöle und das Kondenswasser von der Abluft getrennt. Die Abluft kann anschließend einfach in die Atmosphäre geleitet werden. Im nächsten Schritt wird das Wasser-Öl-Gemisch in einem Schwerkraftabscheider voneinander getrennt. Das Wasser wird anschließend als Prozesswasser wieder genutzt. Das Mineralöl wird nach einer weiteren Aufbereitung wieder in den Rohstoffkreislauf zurückgeführt und dient als Rohstoff zur Druckfarbenherstellung.

Das Haus Jungfer zeigt damit ökologische Verantwortung sowie Kompetenz in innovativen, zukunftsweisenden Technologien und sorgt gleichzeitig in einer strukturell schwierigen Region für sichere Arbeitsplätze. ■



Sie leiten die Geschäfte der Jungfer Druckerei und Verlag GmbH: Guido Lang, Roger Mellinghausen und Andreas Wulf.

KOENIG & BAUER

Vom Erfinder der Druckmaschine. Immer wieder neue Lösungen für Printprofis.

Innovationen im Printbereich haben bei Koenig & Bauer schon 200 Jahre Tradition. Von der Banknote bis zur edlen Verpackung. Wir nutzen die Digitalisierung für neue Produkte und individuelle Services. Damit erleichtern wir Ihnen das Geschäft mit mehr Performance und Qualität.

Das ist unser Anspruch aus 200 Jahren Partnerschaft mit den Druckern dieser Welt.

KBA-Deutschland GmbH
Tel: +49 351 833-1100
kba-d-gmbh@koenig-bauer.com

koenig-bauer.com



we're on it.



Foto: vdmno

MITGLIEDERMANAGEMENT

Die vdmno-App ist da!

Wir bieten Ihnen in unserer App die aktuellen Publikationen des vdmno, weisen Sie auf Veranstaltungen und wichtige Termine hin und informieren Sie über Inhalte rund um Druck und Medien.

Es gibt was Neues ...

Ja, wir halten wieder etwas Neues für Sie bereit! Den vdmno gibt es ab sofort auch zum Mitnehmen für unterwegs.

Sie finden unsere App im iTunes Store, aber auch bei Amazon und Google. Geben Sie in der Suche im jeweiligen Shop „vdmno“ ein und schon haben Sie uns gefunden.

Für die vdmno interne Rubrik „News Kompakt“ benötigen Sie einen Freischaltcode, den wir unseren Mitgliedern selbstverständlich gerne zur Verfügung stellen.

Senden Sie uns einfach eine Email an:
Nutzen@vdmno.de mit dem Betreff: Freischaltcode App

Sie haben Ideen oder Vorschläge für weitere Inhalte der App? Wir sind gespannt auf Ihr Feedback. Natürlich freuen wir uns auch über eine gute Bewertung der App in den App-Stores. **■**

Sie haben Anmerkungen oder Fragen zur App und zu den Social-Media-Kanälen des vdmno?
Rufen Sie uns an und lassen Sie sich von unseren Fachleuten beraten!
Sie erreichen uns unter 0511 33 80 60 **■**

INHALT

VII — VDMNO VOR ORT
Der Meilenstein und seine Geschichte

VIII — HEENEMANN 50/50
Ein Interview anlässlich des ddk2018 mit dem Geschäftsführer Dirk Hentschler

X — PROZESSLOSE DRUCK-PLATTEN: DIE ZUKUNFT?
Ein Thema für das vdmno-Netzwerk PSO

XIV — DIE TÜCKEN DES INTERNETS
Kriterien, die eine Unternehmenswebseite erfüllen muss



UMWELT

Engagiert im Klimaschutz: Zehn Jahre Klimainitiative der Verbände

Seit zehn Jahren engagieren sich bundesweit Druckereien im Rahmen der Klimainitiative des Bundesverbandes Druck und Medien und seiner Landesverbände für den Klimaschutz. Mittlerweile sind über 31.000 verschiedene Druckprodukte klimaneutral produziert worden. Dieses Jahr werden alle Druck- und Medienunternehmen, die seit Gründung der Initiative 2008 dabei sind, für ihr ökologisches Engagement ausgezeichnet.

Der Bundesverband Druck & Medien und die Landesverbände Druck & Medien unterstützen mit ihrer Klimainitiative Druckereien dabei, die Emissionen einzelner Druckerzeugnisse zu quantifizieren, zu optimieren und im letzten Schritt zu kompensieren, also auszugleichen. Diesen Dreiklang verfolgen sie gemeinsam seit nun schon zehn Jahren.

Und das gemeinsame Engagement kann sich sehen lassen: Seit Gründung der Klimainitiative wurden über 31.000 verschiedene Druckprodukte klimaneutral produziert und dabei insgesamt 185.000 Tonnen CO₂ durch Investitionen in Klimaschutzprojekte kompensiert.

In diesem Jahr werden die Verbände all jene Unternehmen, die der Klimainitiative von Beginn an die Treue halten, für ihr Engagement auszeichnen: Unter anderem erhalten alle Unternehmen, die seit 10 Jahren dabei sind, eine Urkunde. Die Übergabe findet natürlich persönlich vor Ort im Unternehmen statt. Wir werden in den nächsten Ausgaben darüber berichten.

„Die Klimainitiative der Verbände ist eine Erfolgsgeschichte, die ohne all die Unternehmen, die von Beginn an von ihr überzeugt waren, nicht möglich gewesen wäre“, unterstreicht Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdM. „Für ihr Vertrauen und ihr Engagement verdienen sie allergrößten Dank.“

Die Klimainitiative der Druck- und Medienverbände verfolgt das Ziel, einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten, der vom Menschen verursachten globalen Erwärmung entgegenzuwirken und ihre Folgen zu begrenzen.

”

Wir tragen durch die Erstellung und Kompensation unserer betrieblichen Energiebilanz zur Klimaneutralität bei.“

Bernd Klostermeyer, Geschäftsführer Leinebergland Druck, Alfeld

Sie verfolgt einen ganzheitlichen Klimaschutzansatz basierend auf folgendem Prinzip: Treibhausgasemissionen müssen quantifiziert und reduziert werden. Dies geschieht praktisch über eine Energieeffizienzanalyse sowie die Bereitstellung eines mit wissenschaftlicher Expertise entwickelten CO₂-Rechners. Die unvermeidbaren Emissionen werden durch die Unterstützung von anerkannten Klimaschutzprojekten ausgeglichen und somit sozusagen „neutralisiert“. Weitere Informationen zur bvdM-Klimainitiative finden Sie unter www.klima-druck.de. ■

UMWELT

Umweltkennzahlen

Der Bundesverband Druck und Medien e.V. führt jährlich Erhebungen von druckspezifischen Umweltkennzahlen durch. Die Erhebung wird für die Drucksparten Tiefdruck, Rollen- und Bogenoffsetdruck sowie den Zeitungsdruck angeboten.

Alle beteiligten Betriebe profitieren von den Ergebnissen dieser Erhebung. Der anschließende anonymisierte Bericht enthält die Mittelwerte der eingereichten Kennzahlen im Vergleich zu den eigenen. So können Sie Ihre Daten mit dem deutschen Durchschnitt vergleichen. Damit der bvdm seine politischen Aufgaben für die Druck- und Medienindustrie auf Bundesebene optimal wahrnehmen kann, sind diese Umweltkennzahlenvergleiche sehr wichtig. Ohne

Zahlenmaterial zur Emissionssituation in der Druckindustrie – gerade auch zum CO₂-Aufkommen, das für alle Wirtschaftsbereiche ein wichtiges Thema ist, kann sonst nur begrenzt Lobbyarbeit durch den bvdm betrieben werden.

Der Umweltkennzahlenvergleich 2018 wurde im Februar 2018 gestartet, Sie können sich noch bis Ende Juni 2018 beim vdmno melden und Ihre Erhebungsbogen anfordern.

Nehmen Sie unbedingt zahlreich an der Umweltkennzahlenerhebung teil. ▣



Foto:Stock-Fotografie-ID:912578326

Umwelt-Rechtskataster

Für alle Unternehmen, die nach einem Umweltmanagementsystem, wie z.B. nach ISO 14001 oder EMAS oder nach einem Energiemanagementsystem gemäß ISO 50001 zertifiziert sind, ist die Einhaltung des geltenden Rechts eine Grundvoraussetzung für die Zertifizierung.

Für mittelständische Unternehmen gelten rund 60 Bundesgesetze und etwa 150 Verordnungen, die durch zahlreiche Landesgesetze, Verwaltungsvorschriften sowie technische Regelwerke ergänzt und spezifiziert werden. Rechtssicherheit und Rechtskonformität sind nur machbar, wenn zum einen alle relevanten Gesetze und Verordnungen bekannt sind und zum anderen in stets aktualisierter Version vorliegen.

Ein Rechtskataster listet die für das Unternehmen relevanten Vorschriften (Verordnungen, Richtlinien, Entscheidungen, Gesetze, Regeln, Satzungen etc.) auf.

Das Umwelt-Rechtskataster können Sie als Mitgliedsbetrieb kostenlos beim vdmno anfordern.

Das Umwelt-Rechtskataster ist unter dem Vorbehalt der Vollständigkeit zu sehen. Es kann auch nicht der Rückschluss getroffen werden, rechts sicher zu handeln, sofern alle gelisteten Gesetze eingehalten werden. Es handelt sich hierbei um ein Verzeichnis umwelt- und energierelevanter Gesetze und Verordnungstexte.

Bitte bedenken Sie auch, dass es weder die Landesvorschriften noch einzelne kommunale Anforderungen beinhaltet. Daher sind nicht alle technischen Regeln abgebildet.

Dieses Kataster ist eine Arbeitsgrundlage, und sofern Sie dieses Kataster für Ihre Zertifizierungen nutzen möchten, sollten Sie es an Ihre anlagen- und standortspezifischen Anforderungen anpassen. ▣



Foto: © BMUB/Michael Gottschalk

Weltklimakonferenz COP23 in Bonn

Im Spätsommer 2017 erkannte einer der Cookies auf dem Laptop des betriebswirtschaftlichen Referenten des vdmno, Henning Marcard: Beim Verband kümmert man sich um Fragen des Klimawandels. Zielgerichtet rief eine Werbeeinblendung im Browser dazu auf, sich als Freiwilliger für den Dienst bei der Weltklimakonferenz in Bonn zu bewerben.

Sie haben Fragen zum Thema Umwelt?
 Rufen Sie uns an und lassen Sie sich von unseren Fachleuten beraten!
 Sie erreichen uns unter 0511 33 80 60 ▣

Und die Bewerbung hatte Erfolg: Als Mitglied im Team „greening ambassadors“ bestand die Aufgabe unseres Referenten darin, die internationalen Teilnehmer der Konferenz zwei Wochen lang darüber aufzuklären, was jeder Einzelne tun kann, damit dieses Großereignis die klimafreundlichste Konferenz dieser Art wird. Im Rahmen der angestrebten Zertifizierung nach EMAS war das, das erklärte Ziel der Veranstalter.

Die Aufgabe von Henning Marcard als „greening ambassador waste management“ war, aktiv auf die Konferenzteilnehmer zuzugehen und ihnen das Müllvermeidungs-, Mülltrennungs- und Recyclingkonzept der Klimakonferenz zu erläutern und sie zum Mitmachen anzuregen.

Aus aller Welt kamen Delegierte und Experten nach Bonn. Eine gute Gelegenheit zur Positionsbestimmung, denn als Berater des vdmno muss das Wissen immer auf dem neuesten Stand sein. Einige Erkenntnisse des Einsatzes:

- In Gesprächen mit dem internationalen Publikum spiegelte sich die Meinung wieder, dass **die deutsche Druckindustrie weltweit einen ausgezeichneten Ruf hat.**
- Die in Deutschland übliche Mülltrennung ist bei vielen Teilnehmern unbekannt, stößt aber auf Anerkennung und reges Interesse.
- Die Option, dass Drucksachen klimaneutral eingekauft werden können, ist selbst bei Experten in Sachen Klimaschutz nicht überall bekannt. Hier gibt es viel Kommunikationsfreiräume. Nutzen Sie die Chance! ▣



Foto: Katrin Stumpenhausen

vdmno vor Ort: Der Meilenstein

Das Jahr 2018 ist ein besonderes Jahr. Der vdmno startet die Kampagne „vdmno vor Ort“.

Wir besuchen in diesem Jahr alle Mitgliedsunternehmen des vdmno in Niedersachsen, Bremen, Brandenburg und Berlin, um die Neuausrichtung des Verbandes vorzustellen und darüber mit Ihnen als Mitgliedsbetrieb zu diskutieren. Das neue Corporate Design, die Kommunikationskanäle, ob Print oder Digital, unsere Netzwerke und vieles mehr können Themen unserer Gespräche sein.

Auch Sie als vdmno-Mitgliedsbetrieb sind ein Teil dieser Kampagne, deshalb bringen wir Ihnen etwas besonderes mit: Den vdmno-Meilenstein!

Der Steinmetz Klaus Spalt verrät Ihnen die ganze Geschichte unserer vdmno-Meilensteine ...

Wie kamen Sie auf die Idee der Logosteine?

Die Idee zu den beschrifteten Steinen kam mir bei einem Spaziergang mit meinem Sohn am Rhein. Wir suchten auf einer Kiesbank Steine und ließen sie über das Wasser hüpfen. Mein Sohn entdeckte dabei einen besonders schönen Stein und wollte, dass da sein Name darauf steht. Da ich bereits etwas Erfahrung mit dem Sandstrahlen von Glas hatte, versuchte ich es auch mit diesem Stein. Das Ergebnis konnte sich sehen lassen.

Wo kommen die Steine her?

Die Steine stammen aus dem Alpenrhein – dem größten Gebirgsfluss Europas. Gesammelt werden sie auf verschiedenen Kiesbänken im Dreiländereck Österreich/Liechtenstein/Schweiz. Das Spannende ist die Suche nach dem richtigen Stein für das entsprechende Motiv. Klein und glatt oder groß und rau – mittlerweile weiß ich, an welchen Flussabschnitten ich fündig werde.

Wie werden die Steine gesammelt?

Jeder in Frage kommende Stein wird händisch auf-gelesen und dann auf seine Beschaffenheiten untersucht: Hat er die passende Größe? Passt die Form? Gibt es Risse oder Löcher? Es braucht Zeit und Geduld, die passenden Steine zu finden. Oftmals wünschen meine Kunden Steine mit weißer Maserung. Generell achte ich auch auf eine glatte, kompakte Oberfläche mit schöner Patina.

Welche Technik wenden Sie für das Gravieren an?

Zu meinen Arbeitsgeräten gehören ein Computer, ein Schneideplotter zum Herstellen der Schablonen, alternativ auch lichtempfindliche Masken. Anschließend kommt ein starker Luftkompressor sowie eine Sandstrahlkabine mit Absaugungsfunktion zum Einsatz. Mit dieser modernen Sandstrahltechnik und viel Geschick und Übung kann auf echte, selbst gesammelte Bachsteine jedes Motiv in annähernd gedruckter Genauigkeit aufgebracht werden. Das Motiv kann „erhaben“ oder „vertieft“ herausgearbeitet werden.

Herzlichen Dank für das Gespräch. □



Liebe NUTZERinnen und NUTZER

an erster Stelle möchten wir uns herzlich bei Henning Rose und seinem Team, der Wegner GmbH aus Stuhr, für die tollen Einladungskarten zu unserer diesjährigen Jahresversammlung am 20. & 21. April 2018 in Neuruppin bedanken.

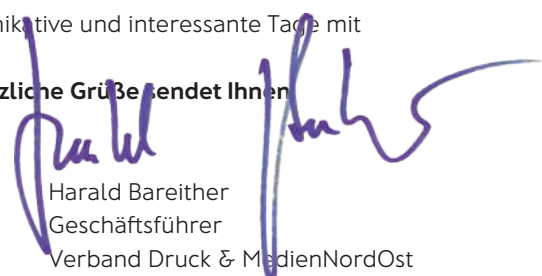
Unser diesjähriger Keynote-Speaker ist **Prof. Dr. Klemens Skibicki!** Googeln Sie einfach mal **#profski**.

Auch am Samstag halten wir ein Highlight für Sie bereit: **Daniel Hoch**. Das Besondere: diesen Vortrag hören wir auf der „Kronprinz Friedrich“ auf dem Weg zu unserem Ausflugsziel ...

Wir freuen uns auf Ihre zahlreichen Anmeldungen und auf zwei informative, kommunikative und interessante Tage mit Ihnen im Brandenburgischen am Ruppiner See.

Wir hoffen, dass Ihnen auch diesmal die Mischung des NUTZEN zusagt. Ihr Feedback senden Sie bitte an feedback@vdmno.de.

Herzliche Grüße sendet Ihnen
Ihr



Harald Bareither
Geschäftsführer
Verband Druck & MedienNordOst

Heenemann 50/50

Die 1906 in Berlin-Wilmersdorf gegründete Buch- und Offsetdruckerei H. Hennemann ist heute mit über 100 Mitarbeitern eines der größten Berliner Druckereiunternehmen: Vollstufig mit Bogenoffset- und Digitaldruckmaschinen von 2 bis 8 Farben ausgestattet. Innovative Technologien und modernes Equipment im ganzen Unternehmen sind für den traditionsreichen Betrieb selbstverständlich. Erzeugnisse wie Zeitschriften oder Kataloge für die Kunstszene, ob mit außergewöhnlicher Typografie oder getreuer Wiedergabe der Originale, sind „normaler Alltag“. Wir trafen Dirk Hentschler, Geschäftsführer bei Heenemann, am Rande des ddk 2018, wo er über die wesentlichen Herausforderungen bei der Einführung von industriellem Digitaldruck referierte.

Heenemann trägt die traditionellen Druckverfahren im Firmennamen. Mittlerweile hat auch der Digitaldruck einen festen Platz in Ihrem Unternehmen. Wie lief diese Entwicklung?

Wir beschäftigen uns schon seit 1997 mit dem Thema Digitaldruck. In den Anfängen wurden fast ausschließlich einfarbige Produkte produziert. 2010 mit der Anschaffung einer NexPress hielt dann der „richtige“ Digitaldruck bei der Buch- und Offsetdruckerei H. Heenemann Einzug. Der Anfang war etwas mühsam, da keiner unsere kleine NexPress für voll genommen hat. Wir konnten trotzdem bis 2013 einen Umsatz von 400 T€ generieren. Zu dieser Zeit haben wir allerdings auch noch nicht wirklich in Digitaldruck-Dimensionen gedacht und auch unsere interne Arbeitsabläufe waren nicht entsprechend angepasst. Es war für uns nur das klassische Projektgeschäft mit kleinen Losgrößen.

Heenemann hat in zwei moderne HP Indigo Maschinen investiert. Welches Resümee ziehen Sie daraus?

Zum damaligen Zeitpunkt war für uns immer noch das klassische Projektgeschäft mit Kleinauflagen im Fokus des Digitaldrucks. Unsere Anschaffung war eine der ersten B2 Maschinen im Markt. Die fehlende Erfahrung mit der Indigo-Technologie in unserem Haus gepaart mit den Ansprüchen eines Offsetdruckers - mit allen denkbaren Anwendungen hinsichtlich Papier- und Produktvielfalt - hat uns vor einige Aufgaben gestellt, die wir lösen mussten. In dem Moment mussten wir unsere Produktionsabläufe anpassen, das heißt automatisieren und im Unternehmensablauf implementieren. Aus diesem Grund stand bei uns das Jahr 2015 im Zeichen der Automatisierung. Das bedeutet, dass unser MIS und der nachfolgende Workflow für die automatische Auftragsannahme bereit sein musste. Mit den von uns angepassten und umgesetzten Prozessen konnten wir dann auch Kleinauflagen automatisch über e-commerce Plattformen annehmen. Nachdem die Druckmaschinen liefen und die Automatisierung voranging, stellte sich schnell heraus,



Dirk Hentschler, Geschäftsführer der Buch- und Offsetdruckerei H. Hennemann sprach zum Thema: Reale Transformation von Offset zu Digitaldruck

dass unsere Weiterverarbeitung die Bedürfnisse der Digitaldruckprodukte nicht erfüllte. Die Folge war, dass wir investieren mussten, um auch kostendeckend die „Auflage 1“ herstellen zu können. Ein Klebebinder für variable Produktion, neue Sammelhefttechnik und diverse andere Maschinen wurden angeschafft. Zusätzlich sind wir

in dieser Zeit in die Kalenderfertigung eingestiegen und wuchsen dort Jahr für Jahr. Das besondere unserer Produktion ist, dass wir immer mehr gebatchte Klein- und Kleinstauflagen – die Kombination aus Offset- und Digitaldruck - fertigen. Wegen des anhaltenden Wachstums im Werbebereich entschlossen wir uns 2016 in eine weitere HP Indigo zu investieren. Mit dieser Maschine konnten wir auch die Spitzen in der Hochsaison abfangen.

Digitaldruck ist nicht gleich Digitaldruck. Welche Unterschiede gibt es aus Ihrer Sicht und wie ist die Abgrenzung zum klassischen Offsetdruck?

Ja, das stimmt. Digitaldruck ist nicht gleich Digitaldruck. Wir sind davon überzeugt, dass wir mit der bei uns eingesetzten Digitaldrucktechnik am weitesten an die Offsetdruckqualität herankommen. Das war auch einer der wichtigsten Gründe bei unserer Entscheidung für die Investition. Es gibt natürlich Digitaldruckanwendungen, die wir heute noch nicht in einer Offsetqualität umsetzen können, allerdings gibt es auch viele Produkte im Digitaldruck, die der Offsetdruck nicht umsetzen kann. Um den Qualitätsanforderungen unserer Kunden gerecht zu werden haben wir die Digitaldruckmaschinen jeweils mit 7 Farbwerken ausgestattet. Zusätzlich haben wir Veredelungen wie erhabenen Druck (raised printing), digitales Prägen in der Maschine (Texture Effects), digitale Wasserzeichen (transluzente Effekte), die Farbe Weiß als Druckfarbe sowie das Bedrucken von synthetischen Materialien (oneShot) integriert. Die Druckqualität an sich ist aus diesem Grund für uns nur noch nebensächlich bei der Entscheidung ob Digital oder Offset.

Der Digitaldruck hat Vorteile:

Flexibilität, Zielgruppen spezifische Werbung, Personalisierung. Wie nutzen Sie diese Vorteile?

Das Drucken von variablen Daten ist der eigentliche und große Vorteil des Digitaldrucks, nicht mehr die Tatsache, dass Kleinauflagen günstiger produziert werden können. Tatsache ist zwar, dass durch die Automatisierung im Offset der Break-Even zwischen Offset- und Digitaldruck immer weiter nach unten gedrückt wird, aber die Verarbeitung variabler Datenströme und die zielgruppengerechte Produktion – damit meine ich auch Auflage 1 - , kann der Offset nicht leisten. Ich bin davon überzeugt, dass in der Zukunft nur noch das gedruckt wird, was der Empfänger auch wirklich benötigt.

Welche Serviceleistungen sollte ein Digitaldrucker Ihrer Meinung nach anbieten?

Es kommt darauf an, wie er sich positioniert. Wir sind

beispielsweise ein sehr beratungsintensives Unternehmen und besprechen im Projektgeschäft viele Details mit unseren Kunden. Dafür muss man natürlich entsprechendes Know-how vorhalten. Unsere Möglichkeiten der komplexen Produktionen wie z.B. die Kombination aus Offset- und Digitaldruck muss man umsetzen und auch überzeugend verkaufen können. Dagegen stehen im e-commerce-Geschäft die straffen Prozesse der Kleinauflagen effizient zu steuern im Vordergrund. Das gilt meiner Meinung nach auch im Projektgeschäft, denn kein Kunde gibt gerne zu viel Geld aus. Wir arbeiten zusätzlich noch mit einer Software, die die zielgruppenrelevante Produktion für unsere Kunden unterstützt.

Wie sieht es mit dem erforderlichen Know-how Ihrer Mitarbeiter im Digitaldruck aus?

Wir haben unsere Digitaldrucker aus der Druckvorstufe und aus dem Offsetdruck rekrutiert. Die Symbiose aus beidem ist der ideale Digitaldrucker. Der Offsetdrucker ist fit im Umgang mit Papier und Farbe und der Mediengestalter übernimmt das Datenhandling.

Wie sehen Ihre Strategien aus, um sich im Markt weiter zu entwickeln?

Unsere Strategie heißt „Heenemann 50/50“. Das bedeutet, dass bis 2020 50 % unseres Umsatzes aus dem Offset und 50 % aus dem Digitaldruck kommen soll. Das ist natürlich kein Dogma sondern ein angestrebtes Ziel und zeigt wo wir Wachstumspotenzial sehen. Aktuell liegt der Digitaldruckanteil noch bei 23 %.

Was meinen Sie, welche Rolle der Digitaldruck in 10 Jahren in Ihrem Haus spielen wird?

Soweit in die Zukunft zu sehen, ist schwer. Ich nehme allerdings an, dass die Bedeutung des Digitaldruckes zunimmt, denn auch der Offset wird immer digitaler. Wer weiß, vielleicht trennen wir das ja in 10 Jahren gar nicht mehr.

Glauben Sie an die Zukunft von Papier und damit an die gedruckte Kommunikation?

Ja, ich glaube an bedrucktes Papier! Dabei wird aber der Nutzen für die jeweilige Zielgruppe im Vordergrund stehen. Alles was reine Information ist, wird meines Erachtens digital publiziert werden.

Herr Hentschler, wir sagen herzlichen für das Gespräch und Ihre Offenheit.



Prozesslose Druckplatten: Die Zukunft?

Die Vorteile von prozesslosen Druckplatten werden immer wieder angepriesen, doch warum hat sich die Technologie noch nicht flächendeckend durchgesetzt? Das Netzwerk PSO widmete sich den Fragen und Mythen, die sich um prozesslose Druckplatten ranken.



Fotos: Ronny Willfahrt

Die bewährte Druckplattenmessung funktioniert bei prozesslosen Platten (links) aufgrund des schwachen Kontrasts nur nach der Entschichtung in der Druckmaschine. Im Bild rechts zu sehen ist eine chemisch entwickelte Nassplatte, die ein ausreichend gutes Kontrastverhältnis bietet.

Wäre es nicht traumhaft, die belichtete Druckplatte direkt in die Maschine nehmen zu können, ohne den Einsatz von Entwicklerchemie oder Wasser? Prozesslose Druckplatten versprechen genau das.

Die Vorteile liegen auf der Hand. Doch es halten sich auch hartnäckig Vorbehalte gegenüber diesen Platten. Anders ist es nicht zu erklären, warum der Marktanteil der prozesslosen Druckplatten aktuell nur bei ca. 20 Prozent liegt. Das Netzwerk PSO des vdmno wollte es genau wissen: gehört den prozesslosen Druckplatten nun die Zukunft oder nicht?

Funktionsweise

Das Prinzip von prozesslosen Druckplatten ist verblüffend einfach. Es handelt sich dabei um Thermalplatten, die mit jedem Thermalbelichter und für alle üblichen Rasterarten einsetzbar sind. Wie auch bei Nassplatten ist ein aufgerauter und anodisierter Aluminiumträger die Basis. Darauf ist lediglich eine dünne Polymerschicht aufgetragen, die bei der Belichtung an den druckenden Stellen vernetzt wird.

Die Polymerschicht an den nicht druckenden Stellen wird erst in der Druckmaschine abgetragen, und zwar nicht chemisch, sondern physikalisch durch die Züchtigkeit der Druckfarbe. Prozesslose Druckplatten können aufgrund dieser Funktionsweise weder gummiert, noch eingebrannt werden.

Kritik an prozesslosen Druckplatten

Kritiker führen hartnäckig Argumente gegen die Technologie ins Feld: die Entschichtung in der Maschine kontaminiere das Feuchtwasser, die Prozesskontrolle sei schwierig, die Platten seien empfindlich und für hohe Auflagen ungeeignet. Was davon trifft auf aktuelle prozesslose Druckplatten zu und was nicht?

Maik Schmiedeberg, Druckplattenspezialist bei Kodak, stellte sich beim Netzwerk PSO den Fragen der Praktiker aus Vorstufe und Druck und präsentierte die aktuelle und zukünftige Generation von prozesslosen Druckplatten.

Beschichtungsrückstände im Feuchtmittel?

Rückstände der Druckplattenbeschichtung im Feuchtmittelkreislauf können vorkommen, der Grund dafür ist aber meist ein nicht optimal eingestellter Entschichtungsprozess, stellte der Druckplattenspezialist klar. Insbesondere sei das richtige Maß bei der Vorfeuchtung in der Druckmaschine entscheidend. Es gehe zudem nur um etwa 1 Gramm Beschichtung pro Plattenquadratmeter, abzüglich der vernetzten bildgebenden Stellen.

Prozesskontrolle

Die Prozesskontrolle ist durch das geringe Kontrastverhältnis zwischen druckenden und nicht druckenden Bereichen auf der belichteten Druckplatte schwierig.

Die Hersteller arbeiten zwar daran, das Kontrastver-

hältnis mit jeder Plattengeneration zu optimieren, aber die Verbesserungen gehen nicht so weit, dass eine messtechnische Beurteilung ohne Entschichtung möglich wäre. Für eine zuverlässige messtechnische Beurteilung muss die Platte also zuerst in der Maschine entschichtet und anschließend für die Messung wieder ausgespannt werden, was im Alltag nicht allzu praktikabel ist. Ein manuelles Entschichten, z. B. mit einem Tuch und Glasreiniger, ist mit großen Unsicherheiten verbunden. Anwender von prozesslosen Druckplatten führen die Prozesskontrolle deshalb häufig nur auf dem ausgedruckten Bogen durch, nur in Ausnahmefällen auf der Druckplatte.

Empfindlichkeit

Die Praxis hat gezeigt, dass bei prozesslosen Druckplatten weder die Entschichtung in der Maschine, noch die Prozesskontrolle besonders problematisch sind. Vielmehr ist dort die Empfindlichkeit der Druckplatten durch die systembedingt fehlende Gummierung eine Herausforderung. Beim maschinellen und manuellen Handling der Druckplatten ist deshalb besondere Vorsicht geboten. Auch dürfen die Platten nicht für längere Zeit UV-haltigem Licht ausgesetzt werden.

Auflagenbeständigkeit

Prozesslose Druckplatten sind durch eine geringere Auflagenbeständigkeit gekennzeichnet als Thermalplatten, die einen nass-chemischen Entwicklungsprozess durchlaufen. Beim konventionellen Bogenoffsetdruck ist die prozesslose Platte für bis zu 100.000 Drucke spezifiziert, bei chemiearmen Thermalplatten hingegen sind bis zu 500.000 Drucke möglich.

Die kommende Generation der prozesslosen Druckplatten soll nach Aussagen des Herstellers eine höhere Auflagenbeständigkeit haben.

Die hier behandelten Themen können Sie mit unseren Spezialisten vertiefen.

Rufen Sie uns an und lassen Sie sich von unseren Fachleuten beraten!

Sie erreichen uns unter 0511 33 80 60



Fazit

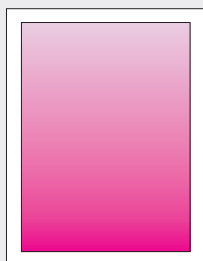
Prozesslose Druckplatten haben unter dem Strich ökologische Vorteile. Wer größten Wert auf eine nachhaltige Produktion legt, für den wiegt der Wegfall der Chemie und deren Entsorgung sowie weniger Energie- und Wasserverbrauch durch den Wegfall des Plattenentwicklers entsprechend schwer. Die Druckplatten erzwingen aber auch eine hohe Sensibilität im Handling und erfordern ein wohljustiertes Vorgehen an der Druckmaschine.

Die Prozesskontrolle auf den Druckplatten bleibt schwierig, jedoch entfällt auch ein Großteil der Schwankungsursachen durch den Wegfall der chemischen Entschichtung. Die Auflagenbeständigkeit sollte für die meisten Druckjobs im Bogenoffsetdruck sicher bereits jetzt ausreichend sein und durch zukünftige Plattengenerationen noch verbessert werden. Es ist zu erwarten, dass sich der Marktanteil der prozesslosen Druckplatten weiter erhöhen wird.

Hier könnte Ihre Anzeige stehen!

Kontaktdaten für Ihren Anzeigenwunsch: Katrin Stumpenhausen T +49 511 33 80 630 · stumpenhausen@vdmno.de

Preise / Formatübersicht Regionalteil vdmno NUTZEN Auflage 1.000 Exemplare

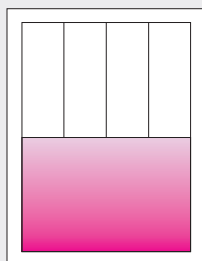


1/1 Seite

S: 185 x 240 mm

A: 210 x 297 mm

4c: 2.000,- €

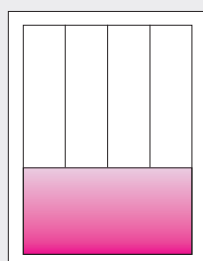


1/2 Seite quer

S: 185 x 120 mm

A: 210 x 148 mm

4c: 1.000,- €

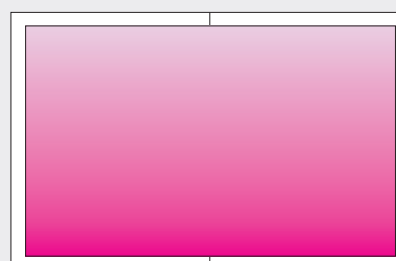


1/3 Seite quer

S: 185 x 80 mm

A: 210 x 100 mm

4c: 600,- €



2/1 Seite

S: 397 x 240 mm

A: 420 x 297 mm

4c: 4.000,- €

S: Satzspiegelformat

A: Anschnittformat

(zzgl. 3 mm **Beschnittzugabe** rundum)

Nutzen-Leser sind Firmeninhaber und leitende Angestellte, die sich über die Branche und einzelne Betriebe informieren wollen.

WER HAT'S ERFUNDEN?

terminic® – Genau!

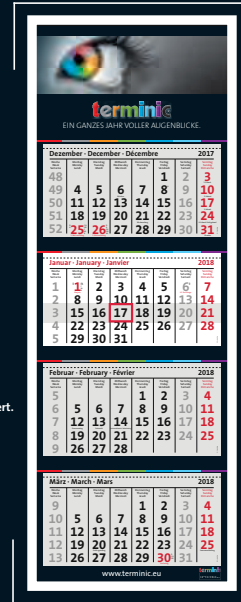
Und schon 1938 waren wir die Nummer 1.



Erfunden für **1938.**

2018 voll etabliert.

80 Jahre
Erfolg



36 Sprachkombinationen

65 produzierte
Kalender pro Minute

3 von 4

Personen erinnern sich
an die Werbebotschaft

124 beliebte Länder

365 Tage im Blickfeld
des Nutzers

2 mal täglich werden

Werbekalender mindestens
genutzt

Erfunden, etabliert, erfolgreich:

Überzeugen Sie sich von unserer einzigartigen Kalender-Vielfalt auf
www.terminic.eu – wir freuen uns auf Sie!

TECHNIK

Sonderfarben: Profitipps für Praktiker

Das Handling von Sonderfarben ist für jeden Mediengestalter und Druckvorstufenmitarbeiter Alltag. Und doch ist deren richtige Handhabung alles andere als trivial, denn die wie selbstverständlich eingesetzten Tools gehen damit nicht immer so um, wie es der Anwender erwartet. Drei hilfreiche Tipps zum Umgang mit Sonderfarben.

Tipps 1: Pantone Color Manager Software

Bei Pantone kamen in den letzten Jahren viele Pantone Plus Farben hinzu. Die gedruckten Formula



Der Pantone Color Manager zeigt an, wie originalgetreu die Farben in 4c druckbar sind.

Guides wurden erweitert und sollten inklusive der neuen Farben inzwischen in jeder Druckerei verfügbar sein. Wer die neuen Farben allerdings in den digitalen Farbbibliotheken seiner Adobe-Programme sucht, wird diese nicht finden, selbst in den aktuellsten Programmversionen nicht.

Also: was tun, wenn der Kunde eine Farbe wünscht, die in der Farbbibliothek von Adobe partout nicht zu finden ist? Hier hilft eine Software von Pantone, der „Pantone Color Manager“. Damit können Sie neue und vollständige Pantone-Bibliotheken für Ihre Kreativprogramme exportieren, sogar mit korrekt abgeleiteten CMYK-Entsprechungen, abgestimmt auf den Druckprozess und dessen ICC-Profil.

Tipp 2: Beim Layout auf alternativen Farbwert achten

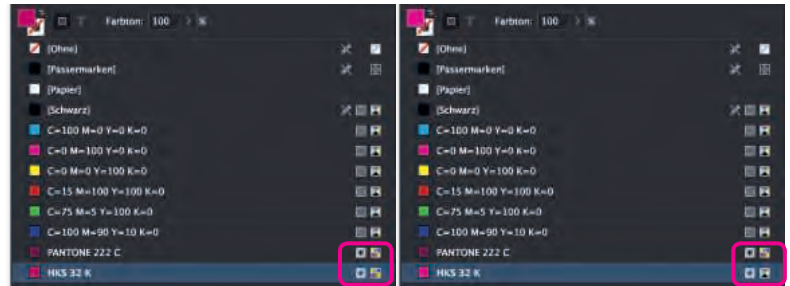
Jeder Sonderfarbe wird im Layoutprogramm ein alternativer Farbwert zugeordnet, der auch für die Visualisierung am Bildschirm benötigt wird. Ab InDesign CS6 werden Pantone-Farben mit LAB anstatt CMYK verknüpft. Die Farben sehen im Vergleich zu früheren Programmversionen am Bildschirm nicht nur anders aus, sie werden möglicherweise auch anders gedruckt - zumindest dann, wenn die Sonderfarbe vor dem Druck in Prozessfarben umgewandelt werden muss.

Im Druckfarbenmanager von InDesign kann nur noch für HKS-Farben festgelegt werden, ob LAB oder CMYK als alternativer Farbwert verwendet werden soll. Die Einstellung heißt „Standard-Lab-Werte für Volltonfarben verwenden“. Das Icon in der Farbpalette zeigt an, welcher alternative Farbwert für eine Sonderfarbe hinterlegt ist.

Ein besonderes Angebot für Sie:

In unserer vdmno-App finden Sie einen weiteren Tipp und – für die Profis – die ausführliche Beschreibung unserer beiden Ratschläge.

Laden Sie sich die vdmno-App noch heute auf Ihr Smartphone und lassen Sie sich überraschen ...

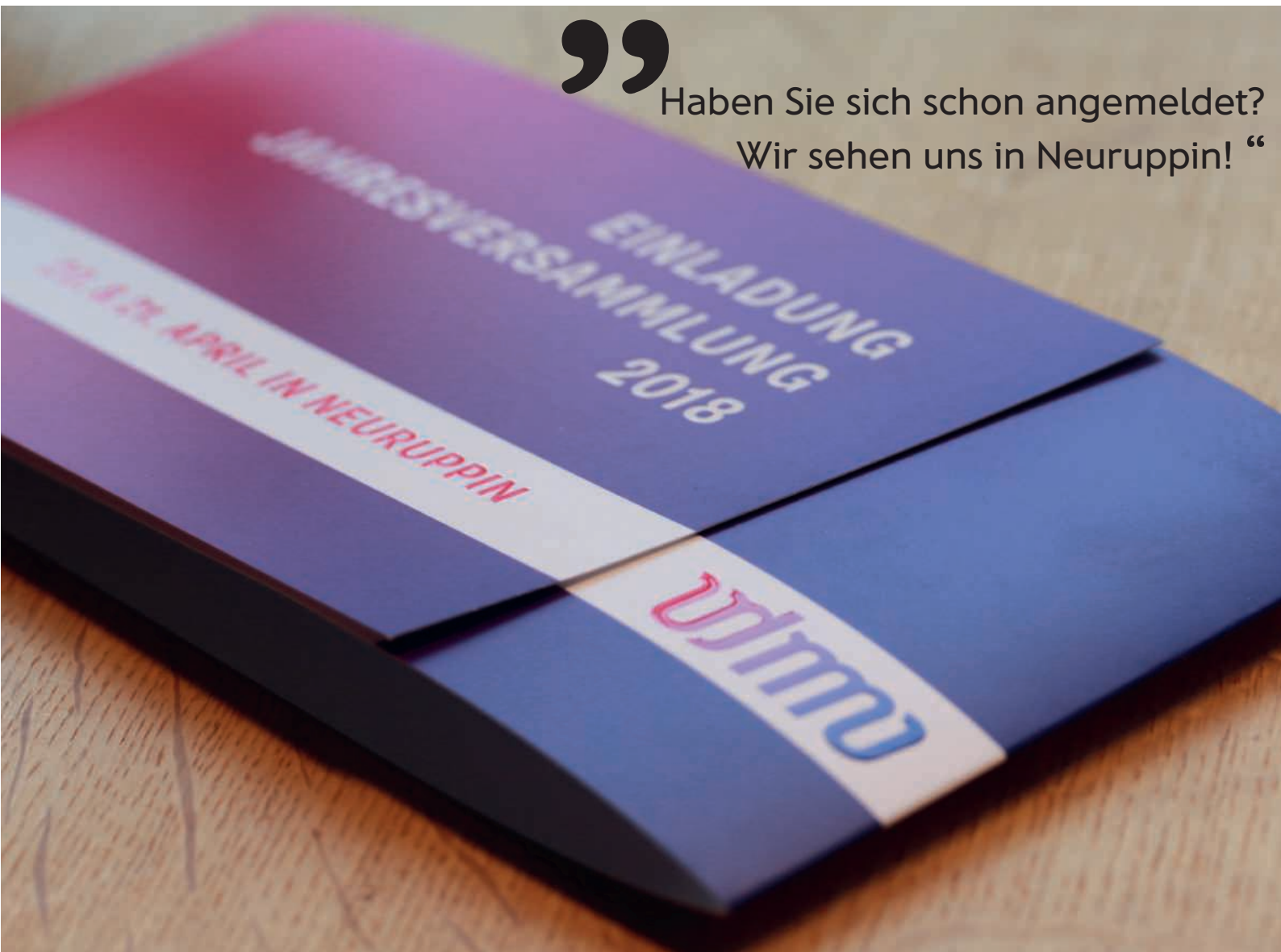


Die InDesign-Farbpalette zeigt an, welcher alternative Farbwert aktiv ist.

”

Haben Sie sich schon angemeldet?

Wir sehen uns in Neuruppin! “





RECHT

Die Tücken des Internets

Die fortschreitende Digitalisierung bringt es mit sich, dass eine Firma, die nicht im Internet präsent ist, schlicht „nicht existiert“. Dementsprechend ausgeprägt ist das Interesse aller Gewerbetreibender, im Internet auf sich aufmerksam zu machen oder doch zumindest „präsent“ zu sein. Hierbei gilt es jedoch, Stockfehler zu vermeiden, um nicht Opfer von Abmahnvereinen oder Konkurrenzunternehmen zu werden, die ein Interesse daran haben, Fehler im Internetauftritt als Wettbewerbsverstöße zu bewerten und zu ahnden.

Impressum

Eine geschäftlich genutzte Website benötigt ein Impressum, das den Pflichtangaben des § 5 Telemediengesetz entspricht. Hiernach müssen die erforderlichen Informationen zunächst einmal „leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar“ sein.

Das bedeutet, dass die Impressumsangaben auch unter der Überschrift „Kontakt“ oder „Impressum“ zu finden und mit maximal 2 Klicks erreichbar sein müssen. Es ist allerdings nicht erforderlich, dass jede Seite des Untermenüs einen direkten Link zum Impressum beinhaltet.

Die Pflichtangaben des Impressums, wie Name, Rechtsform oder vertretungsberechtigte Person(en) sind in § 5 Abs. 1 Telemediengesetz aufgeführt.

TIPP: Man kann es sich jedoch auch einfacher machen und das Impressum über einen im Internet

aufzurufbaren Impressum-Generator erstellen.

Haftungsausschluss-Disclaimer

Ein Haftungsausschluss oder auch „Disclaimer“ ist kein offizieller Bestandteil des Impressums und auch nicht verpflichtend; dennoch findet man ihn auf sehr vielen Websites.

Dabei ist eines klar: Für „eigene Inhalte“ haftet der Betreiber der Website immer voll. Es kann stets nur darum gehen, sich „fremde Inhalte“ nicht zu eigen zu machen und dementsprechende Inhalte oder Links sofort zu löschen, sobald einem ein Rechtsverstoß bekannt wird.

Unsinnig ist es hingegen, wenn sich der Betreiber einer Website – wie man es auch heutzutage immer noch findet – mit Hinweis auf ein berühmtes gewordenes Urteil des Landgerichts Hamburg vom 12. Mai 1998 grundsätzlich von allen externen Links

IMPRESSUM

HERAUSGEBER Verband Druck & Medien NordOst e.V.

Geschäftsstelle Hannover

Bödekerstraße 10 · 30161 Hannover

T +49 511 33 80 60 · F +49 511 33 80 620

Nutzen@vdmno.de · www.vdmno.de

GESCHÄFTSFÜHRUNG Harald Bareither (V.i.S.d.P.)

REDAKTIONSLEITUNG & KONZEPT & LAYOUT & ANZEIGEN Katrin Stumpfenhausen (V.i.S.d.P.)

VDMNO-REDAKTIONSTEAM: Martin Maischak, Ronny Willfahrt, Joachim Wolpers, Tilman Schröder-Hohensee, Holger Schürmann, Henning Marcard

distanzieren will. Denn das zitierte Urteil besagt gerade das Gegenteil: Wer auf seiner Homepage bewusst Links auf Seiten mit beleidigendem oder anderweitig rechtswidrigem Inhalt ausbringt, kann sich vom Inhalt nicht durch einen generellen Disclaimer distanzieren.

TIPP: Ein sachgerechter Disclaimer sollte den Hinweis beinhalten, dass die Erstellung der Inhalte der Website mit größtmöglicher Sorgfalt erfolgte, allerdings keine Gewähr für die Vollständigkeit der bereitgestellten Inhalte, ihre Aktualität sowie Richtigkeit übernommen werden kann.

Sofern die Website Verlinkungen zu Webseiten Dritter beinhaltet, sollte darauf hingewiesen werden, dass zum Zeitpunkt der Verknüpfung der externen Links keine Rechtsverstöße ersichtlich waren (unbedingt überprüfen!) die permanente Überwachung fremder Inhalte auf Rechtsverstöße ohne konkrete Hinweise jedoch nicht zumutbar ist.

Datenschutzerklärung

Sobald ein potenzieller Kunde eine geschäftlich genutzte Website aufrufen kann, ist eine Datenschutzerklärung auf der Website verpflichtend. Dabei ist die Datenschutzerklärung kein Pflichtbestandteil des Impressums und kann insofern auch an anderer Stelle platziert werden.

TIPP: Sie erfolgt am besten unter dem eigenen Link „Datenschutz“. Die Datenschutzerklärung muss leicht auffindbar und – wie das Impressum – von jeder Seite des Internetauftritts aus erreichbar sein. Auch hier gilt die 2-Klick-Regel. Die Datenschutzerklärung ist für jeden Fall erforderlich, in dem Sie personenbezogene Daten speichern und wiederverwenden möchten.

Auch wenn es den gesetzlichen Anforderungen genügt, dass Sie in der Datenschutzerklärung lediglich die Art der gespeicherten Daten und den Verwendungszweck angeben (§ 13 Telemediengesetz), bietet es sich in aller Regel an, eine ausführlichere Datenschutzerklärung vorzuhalten. Da die (potenziellen) Kunden immer mehr darauf achten, was mit ihren Daten geschieht, empfiehlt es sich, in die Datenschutzerklärung alles aufzunehmen, was dokumentiert, wie Sie die Sicherheit der Daten Ihrer (potenziellen) Kunden im Unternehmen schützen.

Urheberrechte

Ganz gleich, ob Sie Ihre Website mit fremden Texten, Fotos oder Videos bereichern oder auch eine Landkarte verwenden, um Ihren potenziellen Kunden den Standort Ihrer Firma näher zu bringen – all dies sind urheberrechtlich geschützte Werke, deren Nutzung grundsätzlich nur mit Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers zulässig ist. Das deutsche

Urheberrecht schützt grundsätzlich nur solche Werke, die ein gewisses Gestaltungsniveau erreichen. Bei Fotos gilt etwas anderes.

Jeder noch so profane Schnappschuss ist zumindest als „Lichtbild“ geschützt und der Urheber darf über die Verbreitung seines Werkes entscheiden. So manch ahnungsloser Nutzer musste schon die Erfahrung machen, dass ein einfaches Produktfoto eines unbekannteren Fotografen, das er zur Veranschaulichung auf seine Website stellte, mittels Suchprogramm vom Urheber – oder dessen Anwaltskanzlei – aufgespürt wurde und ihn statt 0 € auf einmal mehr als 1.000 € (einschließlich Anwaltskosten) kostete.

TIPP: Sofern man also keinen Profi-Fotografen mit der Erstellung der Fotos beauftragt hat, von dem man das Nutzungsrecht unmittelbar erwirbt, sollte man sich an professionelle Anbieter wie z. B. Adobe Stock oder pixelio (um nur zwei zu nennen) wenden, die einem aus einem nahezu unerschöpflichen Fundus Fotos zu erschwinglichen Preisen anbieten. Oder man greift selbst zur Kamera und weiß infolgedessen definitiv, mit dem Urheber nicht über Nutzungsrechte streiten zu müssen.

Die behandelten Schwerpunkte zum Thema Internetrecht stellen nur einen Überblick dar.
Sie haben Fragen zum Thema?
 Rufen Sie uns an und lassen Sie sich von unseren Fachleuten beraten!
 Sie erreichen uns unter 0511 33 80 60 ▣

AGB, Widerrufsbelehrung

Wenn Sie einen Online-Shop betreiben, besteht für Sie die Verpflichtung, eine Widerrufsbelehrung auf Ihrer Website vorzuhalten. Für die Mitgliedsunternehmen des vdmno, die ihre Waren mittels Online-Shop vertreiben, stellen wir entsprechende Muster zur Verfügung, die gemäß den gesetzlichen Neuerungen sowie der aktuellen Rechtsprechung gepflegt und aktualisiert werden. Gleiches gilt für Online-AGB.

Aber auch die vdmno-Mitgliedsunternehmen, die ihren Internetauftritt als reine Informations- und Werbeeinrichtung betrachten, können ihre AGB online stellen und ihre Geschäftspartner bei Vertragsabschluss hierauf hinweisen. Denn im B-to-B-Geschäft bedarf es grundsätzlich nicht der Übersendung der AGB, um diese rechtswirksam in den Vertrag einzubeziehen. Es genügt, wenn der Vertragspartner die Möglichkeit der Kenntnisnahme hat. Dies ist stets der Fall, wenn die AGB auf der Homepage des Anbieters vorgehalten werden. ▣

RECHT

Endlich mal abschalten

Urlaub, Sonne, Meer, Erholung, Ruhe und Entspannung. So sollte es eigentlich sein. Durch den ständig wachsenden Leistungsdruck aber auch durch die moderne Technik wie Smartphones, Tablets kommt es in vielen Betrieben immer wieder dazu, dass Mitarbeiter auch im Urlaub erreichbar sein sollen oder einfach im Urlaub angerufen werden. Ist das eigentlich zulässig? Wirkt sich das auf den erteilten Urlaubsanspruch aus? Wir beantworten Ihnen diese Fragen!

Nach einer Erklärung des Bundesarbeitsministeriums sollte es eigentlich so sein, dass alle Arbeitnehmer während der Wochenenden und des Urlaubs von betrieblichen E-Mails und Anrufen auf dem Handy verschont bleiben.

Die Realität sieht aber teilweise anders aus. Nach den Regelungen des Bundesurlaubsgesetzes und nach der Rechtsprechung der Arbeitsgerichte dient der Erholungsurlaub allein der Regeneration und der Wiederherstellung der Arbeitskraft.

Danach haben alle Beschäftigten einen Anspruch darauf, Urlaub und Freizeit selbstbestimmt zu verbringen. Vereinbarungen, in der sich der Arbeitnehmer verpflichtet, den Urlaub abubrechen und die Arbeit wieder aufzunehmen, verstoßen gegen § 13 Bundesurlaubsgesetz.

In Bezug auf den gesetzlichen Urlaubsanspruch nach § 1 Bundesurlaubsgesetz kann weder durch Tarifvertrag noch durch einzelvertragliche Absprachen zu Ungunsten des Arbeitnehmers abgewichen werden. Eine Vereinbarung, die den Rückruf des Arbeitnehmers aus dem Urlaub vorsieht, bewirkt, dass der Arbeitnehmer nicht uneingeschränkt von seiner Arbeitspflicht befreit wird. Dies kann rechtswirksam nicht vereinbart werden (Bundesarbeitsgericht, Urteil vom 20.06.2000 – 9 AZR 405/99).

Es besteht grundsätzlich keine gesetzliche Verpflichtung, im Urlaub über Handy oder E-Mail erreichbar zu sein. Damit der Arbeitgeber Mitarbeiter während des Urlaubs anrufen oder auch zurückholen kann, bedarf es besonderer Ausnahmesituationen. Demzufolge darf der Arbeitgeber nur „bei zwingenden Notwendigkeiten, die keinen anderen Ausweg zulassen“ anrufen (Bundesarbeitsgericht, Urteil vom 20.06.2000 – 9 AZR 405/99).

Wenn ein Arbeitgeber einen Arbeitnehmer während seines Urlaubs anruft und ihn tatsächlich in Anspruch nimmt, kann dies der Gewährung von Erholungsurlaub entgegenstehen. Zwar steht die bloße Mitnahme eines Smartphones oder eines iPads der Erfüllung des Urlaubsanspruchs noch nicht entgegen, wenn dies aber auf Veranlassung des Arbeitgebers zu dienstlichen Telefonaten führt oder dazu E-Mails zu lesen und zu beantworten, wird dies im Zweifel zur Folge haben, dass der Urlaubsanspruch nicht verbraucht wird.

Fehlt es allerdings an einer arbeitgeberseitigen Veranlassung, bleibt es bei dem gewährten Urlaub.

Das freiwillige Lesen von E-Mails zur Vorbereitung auf die Arbeit nach dem Urlaub, steht der Erfüllung des Urlaubsanspruchs nicht entgegen. Teilweise wird auch die Intensität der Beeinträchtigung herangezogen. Bleibt es bei kurzen Gesprächen von bis zu 10 Minuten, soll dies ohne rechtliche Konsequenzen bleiben. Ansonsten wird der Urlaubsanspruch nicht erfüllt.



Foto: Stock-Fotografie-ID:464632250

Es wird aber auch zu Recht darauf hingewiesen, dass bereits mehrere kurze Unterbrechungen über den Tag verteilt erhebliche Auswirkungen auf die Möglichkeit zur Erholung und Entspannung haben, was dann wiederum der Erfüllung des Urlaubsanspruchs entgegensteht (ausführlich dazu Falder in NZA 2010, 1150, 1156; Gaul in DB 2013, 60, 62).

Fazit

Unternehmer sind gut beraten, verbindliche interne Regelungen zu treffen, die sicherstellen, dass Mitarbeiter im Urlaub abschalten können. ▣

Datenschutz geht jeden an

Frau Blank, am 25. Mai wird die Datenschutz-Grundverordnung in Kraft treten. Das sind nur noch rund dreizehn Wochen. Ist das in den Unternehmen angekommen?

Wir stellen deutlich fest, dass das Thema bei den Betrieben angekommen ist. Das merken wir an der Nachfrage nach unseren Checklisten, an den Beratungsanfragen, die uns von den Mitgliedern erreichen und an den Teilnehmerzahlen der Schulungen und Workshops, die die Verbände Druck und Medien anbieten. Die Unternehmen sind sensibilisiert und wissen: Datenschutz geht jeden an.

Was müssen Unternehmen genau tun?

Das lässt sich kaum in ein paar Sätzen abhandeln. Aber in Kürze: Es sollte zunächst eine Bestandsaufnahme über sämtliche Datenverarbeitungsprozesse im Unternehmen erfolgen. Jedes Unternehmen muss jederzeit Rechenschaft darüber ablegen können, dass die im Unternehmen stattfindenden Datenverarbeitungsprozesse im Einklang mit dem geltenden Datenschutzrecht stehen. Aus diesem Grund ist es ratsam, diese zu dokumentieren, um im Bedarfsfall den Nachweis auch innerhalb kurzer Frist erbringen zu können.

Das klingt nach immensem Aufwand. Was raten Sie Unternehmen, insbesondere kleineren, die sich bislang noch nicht darum gekümmert haben?

Ich glaube, bis auf wenige Ausnahmen sind die Unternehmen inzwischen an dem Thema dran. Den datenschutzrechtlichen Pflichten unterliegt jedes Unternehmen, das personenbezogene Daten verarbeitet – unabhängig von dessen Größe. Lediglich einzelne



Pauline Blank, Referentin für Wirtschaftsrecht beim Bundesverband Druck und Medien.

Bestimmungen, wie beispielsweise die Verpflichtung zur Bestellung eines Datenschutzbeauftragten, können in kleineren Unternehmen mitunter entfallen. Um die Arbeit zu erleichtern, haben wir für die Mitgliedsunternehmen der Verbände Druck und Medien Checklisten mit Erläuterungen erarbeitet, die anschaulich durch das komplexe Thema führen und zugleich auch der Dokumentation der Datenverarbeitungsprozesse im Unternehmen dienen können. Sie sind bestmöglich auf die Umsetzung in der betrieblichen Praxis zugeschnitten. Bei weiteren Fragen stehen natürlich die Juristen der Verbände mit Rat und Tat zur Seite. ■



Das leisten die Verbände:

- Schnelle Erstberatung persönlich oder am Telefon
- Vermittlung von Datenschutzexperten und Datenschutzbeauftragten
- Kooperation mit professionellen Datenschutzexperten
- Informationsveranstaltungen
- Datenschutz-Checklisten zur Unterstützung bei der Feststellung möglichen Anpassungs- und Handlungsbedarfs

Nachhaltig dank kurzer Wege

Der Blick über den eigenen Tellerrand, eine hohe Flexibilität und nachhaltiges Handeln zeichnen das mittelständische Familienunternehmen Kuthal Print in Mainaschaff aus.

Die Maschinen laufen auf Hochtouren. Im Akzidenz-Bogenoffset spielt Kuthal Print seit vielen Jahren vorne mit – darauf sind die Geschäftsführer Helmut Kraft und Stefan Glaab stolz. Und der Erfolg gibt ihnen recht. Was 1910 als Franz Kuthal Kunst- und Handelsdruckerei mit fünf Beschäftigten begann, ist heute ein industrielles Druckunternehmen mit mehr als 80 Mitarbeitern. Als Schlüssel zum Erfolg sehen die beiden die Verbindung aus höchster Flexibilität mit der Qualität in der Beratung. „Wir drucken zwar industriell, aber ein fester Ansprechpartner und die Möglichkeit, auch extrem kurzfristig zu reagieren – das ist unseren Kunden wichtig“, erklärt Stefan Glaab. Er weiß: „Neben der Schnelligkeit und der Qualität der Drucksachen ist natürlich auch die Nachhaltigkeit ein wichtiges Entscheidungskriterium für unsere Kunden.“

Zum größten Teil sind es bei Kuthal Stammkunden aus der Region. Laut Helmut Kraft ist die Nähe nach wie vor ein wichtiger Faktor: „Es heißt zwar immer, dass der Standort keine große Rolle mehr spielt. Trotzdem kommen rund 90 Prozent unseres Umsatzes aus dem Rhein-Main-Gebiet.“ Diese prosperierende Wirtschaftsregion bietet dem Unternehmen seit jeher wichtige Kunden,



vor allem aus der Finanz- und Immobilienwirtschaft. Und dennoch bereitet die mittel- und langfristige Entwicklung im Bereich Akzidenzdruck den beiden Unternehmern auch Sorgen. Grund hierfür sind rückläufige Auflagen und die Unplanbarkeit der Aufträge. Hier wird dem Unternehmen eine enorme Flexibilität abverlangt.

Zweites Standbein Logistik

Für die Unternehmer ist es beruhigend, dass sie in den letzten Jahrzehnten ein weiteres Unternehmen aufgebaut haben: „Wir lieben unsere Druckerei und möchten mit ihr lange am Markt erfolgreich sein, aber wir sind schon sehr froh, dass wir mit unserem dynamischen, wachsenden Logistikunternehmen ein zweites Standbein haben.“ Und dieses Standbein ist mittlerweile das weit größere des Familienunternehmens. Wie es dazu kam? Aus der unternehmerischen Idee heraus, ein weiteres Geschäft neben der Druckerei aufzubauen, und aus dem Kundenwunsch nach komplexeren Distributionsleistungen entstand im Jahr 1990 das Schwesterunternehmen RMD Logistics. „Wir haben uns einen großen Namen gemacht in der Kombination von Druck und Logistik“, so Helmut Kraft. Mittlerweile arbeiten über



Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein sind für Kuthal Print eine Selbstverständlichkeit und längst in die Arbeitsabläufe integriert.

Kurze Wege

Zwischen der Druckmaschine und dem Lagerregal liegen 25 bis maximal 150 Meter. Frachtwege und -kosten zwischen Print und Logistiker entfallen und somit auch die Umweltbelastung durch CO₂-Emissionen.

Nachhaltige Materialien

Es kommen ökologische Druckfarben auf FSC- oder PEFC-zertifizierten, besonders umweltfreundlichen Papieren zum Einsatz.

Gutes Raumklima

Verwendung von unbedenklichem Druckpulver ohne Feinstaubbelastung. Die alkoholbasierten Lösungsmittel IPA wurden im Druckprozess um 80 Prozent reduziert.

Energieeffizienz

Ein eigenes Block-Heizkraftwerk erzeugt energiesparend Wärme und Strom. Mit der Kompressor-Abwärme aus der Produktion werden die Lagerräume geheizt. Effizienz auch im Verbrauch: In der gesamten Weiterverarbeitung wurde auf energiesparende LED-Beleuchtung umgestellt.

Aufbereitetes Wasser

Sowohl bei der Luftbefeuchtung der Halle als auch bei der Feuchtwasserversorgung der Maschinen kommt aufbereitetes Wasser zum Einsatz.

Kleinere Abfallmengen

Durch einen verringerten Ausschuss in der Anlaufmakulatur und das Recycling von Einwegpaletten wird die Müllmenge reduziert.

Ressourcenschonende Technik

Maschinen der neuesten Generation sparen Ressourcen.

Klimaneutrales Drucken

Der verbleibende, unvermeidliche CO₂-Ausstoß kann durch die Option „klimaneutrales Drucken“ ausgeglichen werden.

350 Mitarbeiter an zwei modernen Standorten mit insgesamt 150.000 Paletten- und Artikelstellplätzen und versenden jährlich mehr als 1.000.000 Pakete an nationale und internationale Empfänger.

Das ist auch ein Mehrwert für die Kunden der Druckerei. Sie können schnell und unkompliziert auf dieses breite Leistungsangebot zugreifen. Zum Beispiel beim Einlagern, Konfektionieren oder Versenden von Printprodukten nach Verteiler und Abrufliste.

Nachhaltigkeit ist kein Modetrend

Die enge Verzahnung von Druckbetrieb und Logistikdienstleister wissen viele Kunden zu schätzen. „Wir arbeiten nach dem Prinzip der kurzen Wege. Den Materialtransport haben wir auf ein Minimum reduziert. Das bedeutet, dass zwischen Druckmaschine und Lagerregal gerade einmal ein paar Meter liegen. Das beschleunigt nicht nur Prozesse, sondern vermeidet auch unnötige Emissionen“, so Stefan Glaab und ergänzt: „Zudem sind wir sowohl FSC- als auch PEFC-zertifiziert – Zertifikate, die wir aber durchaus auch kritisch sehen. Unser hauseigenes Blockheizkraftwerk ist ein wichtiger Baustein unserer Effizienz-Strategie. Auch im Verbrauch werden wir immer effizienter, beispielsweise mit dem flächendeckenden Einsatz von energiesparender LED-Beleuchtung.“

Man merkt sofort: Nachhaltig zu handeln ist für die Unternehmer kein Modetrend, sondern gelebte unternehmerische Verantwortung. „Das kennen wir nicht anders, denn langfristiges Denken ist seit Jahrzehnten fester Bestandteil unserer Unternehmensführung. Und weil wir viel bewegen, ist diese Art zu denken auch in unserem Produktionsalltag vielfältig verankert“, ist sich Helmut Kraft sicher. Und Stefan Glaab ergänzt: „Nachhaltig zu wirtschaften heißt für uns, eine Win-win-win-Situation herzustellen: Für unsere Kunden, für uns und vor allem auch für unser aller Zukunft.“



Die Geschäftsführer von Kuthal Print, Helmut Kraft (l.) und Stefan Glaab (r.), im Gespräch mit Marian Rappl (VDMB).



DIGITALDRUCK- KONGRESS 2018

Mit über 200 Teilnehmern, spannenden Vorträgen und interessanten Diskussionen war auch der dritte Digitaldruck-Kongress (ddk) am 15. Februar in Düsseldorf ein Erfolg. Präsentiert wurden Geschäftsmodelle und Produkte, die es ohne den Digitaldruck nicht gäbe, Transformationsprozesse vom Offset- zum Digitaldruck sowie Leistungen, mit denen sich Druck- und Medienleister erfolgreich im Markt positionieren.

Bereits der traditionelle Vorabend des Kongresses bot beste Gelegenheiten zum fachlichen Austausch zwischen Profis, die im stark wachsenden Segment Digitaldruck aktiv sind. Dazu gehören Traditionsunternehmen ebenso wie Start-ups, Anwender genauso wie deren Kunden. Wie auch in den früheren Veranstaltungen hat sich das Veranstaltungskonzept „Anwender präsentieren für Anwender“ bewährt. Denn auf dieser Ebene werden Themen, Herausforderungen, Chancen, Probleme und Lösungsansätze – unabhängig vom Angebot einzelner Hersteller oder Zulieferer – diskutiert.

Und natürlich bieten die Verbände Druck und Medien Unternehmen eine große Palette an Werkzeugen an, um sich erfolgreich dem digitalen Wandel zu stellen und neue Technologien optimal zu nutzen. Diese reichen von der Prüfung und Zertifizierung der technischen Voraussetzungen im Betrieb über Investitionsplanungen bis hin zur umfassenden Qualifizierung von Mitarbeitern. Dazu gehören das fundierte Fortbildungsformat „Geprüfter Digitaldruck Professional“ oder die Zertifizierung „QualitätsSiegel Digitaldruck“.

Mitveranstalter war wie auch in den vorherigen Jahren die drupa.

Unterstützt wurde der ddk von den Firmen Canon, CloudLab, RICOH, Steuber, efi, x-doc-solution, FKS, Heidelberg, Konica Minolta, der Medienversicherung, Obility, PapierUnion, technotrans und Xerox. ▣

ddk Digitaldruck-Kongress
Düsseldorf 2018

Der ddk2019 findet im bewährten Format am 6. Februar 2019 in Düsseldorf statt.

Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvd/m, und Sabine Geldermann, Director drupa, eröffnen den dritten Digitaldruck-Kongress in Düsseldorf.



Guido Wiegand, Studiosus Reisen München GmbH, bricht eine Lanze für die Klima- initiative der Druck- und Medienverbände.



Die ddk-Partner Canon und CloudLab im Gespräch mit den Moderatoren Udo Eickelpasch (links) und Jens Meyer (rechts).



Volles Haus. Mehr als 200 Teilnehmer folgten den Präsentationen und Diskussionen auf dem ddk2018.

Berufsbilder und Qualifikationen werden von den Verbänden kontinuierlich den Anforderungen der Unternehmen angepasst, erläutert Dr. Paul Albert Deimel, bvdvm.



Dirk Hentschler, Geschäftsführer der Buch- und Offsetdruckerei Heenemann, hat den Umsatz im Digitaldruck seit 2014 verdoppelt.



„Was können wir von anderen Branchen lernen?“ Jens Beckmann (links), copy-druck Gesellschaft für Digital- und Offsetdruck, und Udo Eickelpasch (rechts) im Gespräch.



Fachlicher Austausch auch in den Pausen mit Oliver Curdt, Geschäftsführer des Verbandes Druck + Medien Nord-West (Mitte).

Johannes Petrasch präsentiert die Erfolgsstory des Kinderbuches „Lost My Name“. Bis zu 4.000 personalisierte Bücher produziert Schätzl Druck & Medien am Tag.



Dominik Romer, CEO und Gründer der Firma adnemics, weiß, wie man mit intelligenten Paketbeilagen den Umsatz beflügelt.



Berlin, Brüssel, Bayern im Dialog. Bettina Knappe (Pressesprecherin bvdm), Beatrice Klose (Geschäftsführerin Intergraf), Holger Busch (Geschäftsführer des Verbandes Druck und Medien Bayern).



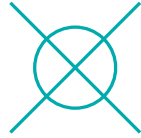
„Wir bringen Funktion auf Papier“, erklärte Carola Gather die innovative, erfolgreiche Neuausrichtung des Traditionsunternehmens Gather Mönchengladbach.



Robert Höllein, CPI buch bücher.de, beschreibt, wie Druckereien mit guter Beratung und der Erfüllung von Sonderwünschen zu wettbewerbsstarken Dienstleistern werden.



Kein Bock auf braune Boxen. Julian Jost, CEO und Gründer des Start-ups printmate, überzeugt mit einem schlüssigen Konzept für bedruckte Verpackungen in Kleinauflagen.



TREFFPUNKT INNOVATION

bvdm.

Druck- und Mediendienstleister diskutieren mit Experten aus Forschung und Zulieferindustrie Märkte, Strategien und Prozesse.

Das zeigen wir jetzt auch im Namen: Beim Treffpunkt Innovation am **27. und 28. September 2018 in Berlin** treffen sich die Pioniere und Macher, um die Potenziale der Branche zu beleuchten – auch weit jenseits technischer Entwicklungen.

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

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

GEPRÜFTER DIGITALDRUCK PROFESSIONAL

Die Qualifizierung für Ihren Erfolg im Digitaldruck

Nächster Start am
25. Oktober 2018

Ihre Ansprechpartner:

Celina Sievers
02306.20262-56

Ursula Zöllner
0711.45044-32

Christoph Degel
089.33036-215

www.digitaldruck-professional.de



Verband Druck
und Medien
in Baden-Württemberg e.V.

VERBAND
DRUCK
+ MEDIEN
BAYERN

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



Hält manchmal.

Jetzt bei **SPRINTIS:**
Exzellente Klebstoffe
für anspruchsvolle
und preisbewusste
Buchbinder!

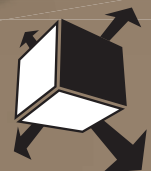
Hält immer.



Hotmelt

Dispersion

Reiniger



SPRINTIS

www.sprintis.de

Öko? Logisch!

EIN TAG IM LEBEN EINES TECHNISCHEN BERATERS

Eine ressourcenschonende Produktion gewinnt für Wirtschaft und Industrie immer mehr an Bedeutung. Auch für die Druck- und Medienindustrie sind der Einsatz von innovativen und modernen Produktionsverfahren und eine möglichst umweltschonende Produktion selbstverständlich. Bei der Herstellung von Printprodukten entstehen wie bei jedem industriellen Prozess Emissionen. Die Verbände Druck und Medien unterstützen deshalb mit ihrer Klimainitiative Druckereien dabei, die Emissionen einzelner Druckerzeugnisse zu quantifizieren, zu optimieren und im letzten Schritt zu kompensieren.

1

Stefan Brunken, technischer Berater des VDM Nord-West, ist heute im Auftrag des Klimaschutzes unterwegs. Und der ist bei schmitz druck & medien Chefsache: Geschäftsführer Marko Schmitz und der kaufmännische Leiter Tobias Kleinehr begrüßen ihn.



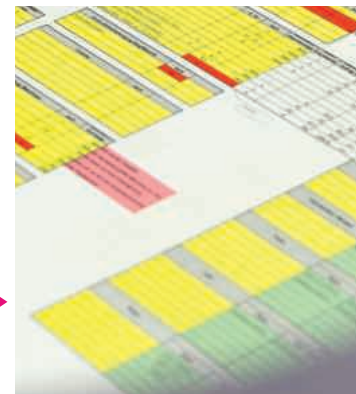
2

Schritt für Schritt zur Klimainitiative. Kleinehr und Brunken nehmen gemeinsam alle notwendigen Betriebsdaten auf und besprechen die Details, um den Klimarechner zu implementieren.



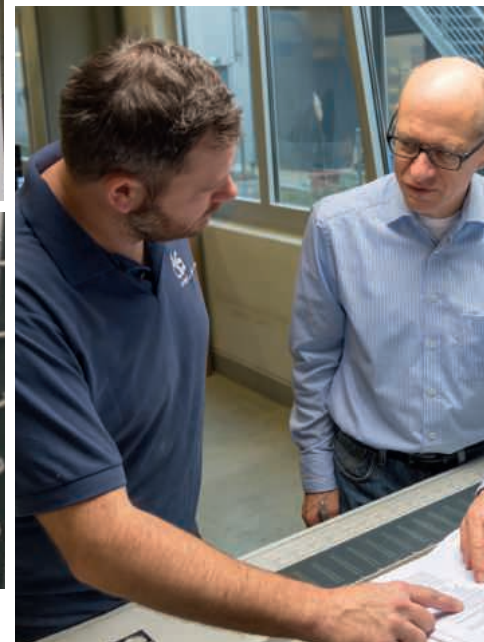
3+4

Energieverbrauch, Fuhrpark, Anzahl der Mitarbeiter – Kleinehr hat schon einige Daten zusammengetragen, um das Unternehmen abzubilden. Die roten Felder zeigen: „Achtung, hier fehlen noch Angaben“. Diese Lücken werden heute gefüllt.



5

Auch die Maschinenausstattung muss erfasst werden. Dafür geht's direkt in die Produktion. Drucker René Olbrich erläutert die technischen Daten.



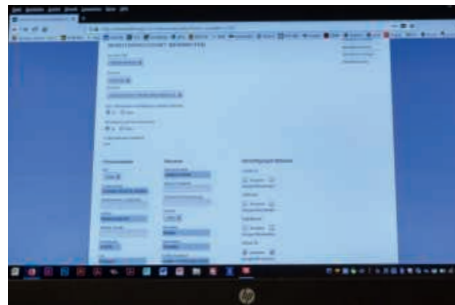
6+7

Wie sieht es mit dem Stromverbrauch aus? In welcher Geschwindigkeit und mit welchen Rüstzeiten wird produziert? Zu dritt besprechen sie, welche Daten für den Klimarechner relevant sind und übertragen sie in die Erfassungsbögen.



8

Alle Daten sind erfasst. Jetzt kann's losgehen! Brunken schaltet den Zugang zum Klimarechner frei. Hier können nun alle Personen, die im Unternehmen mit dem Klimarechner arbeiten, angemeldet werden.



9

Die Logogenerierung ist ganz einfach. Einmal erklärt, kann online direkt losgelegt werden. Unter klima-druck.de können Kunden aus unterschiedlichen Klimaschutzprojekten auswählen, die alle den Goldstandard erfüllen.



10

Nach der Datenaufnahme und Schulung übergibt Brunken die Urkunde für die Teilnahme an der Klimainitiative der Druck- und Medienverbände. Herzlichen Glückwunsch!



11

„Viel Erfolg bei der Umsetzung!“, wünscht Stefan Brunken zum Abschluss. Ein erfolgreicher Tag im Leben eines technischen Beraters geht zu Ende.





► MedienStandard Druck Update verfügbar

Der MedienStandard Druck ist die Grundlage zur reibungslosen technischen Zusammenarbeit zwischen Auftraggebern, Vorstufendienstleistern und Druckbetrieben und steigert so Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit des Mediums Print in allen Druckverfahren.

Jetzt wurde das kostenlos in deutscher und englischer Sprache verfügbare Standardwerk wichtigen Neuerungen angepasst und ist in einer aktualisierten Version erhältlich. Das Update berücksichtigt unter anderem den neuen ECI-Arbeitsfarbraum bzw. CMYK-Austauschfarbraum „eciCMYK“, was insbesondere für den großformatigen Digitaldruck von Bedeutung ist.

Der MedienStandard Druck steht als PDF zum Download zur Verfügung unter bvdm-online.de/handreichungen

Arbeitsschutz auf einen Blick: Alles, was ein Kleinbetrieb wissen muss

Die Berufsgenossenschaft BG ETEM hat ein Unternehmenshandbuch neu aufgelegt, das die Anforderungen der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes speziell für Betriebe mit bis zu 50 Beschäftigten anschaulich darstellt. Auch Auszubildende können sich damit schnell einen Überblick über die rechtlichen und organisatorischen Fragestellungen der Arbeitssicherheit verschaffen.

Die Broschüre „Unternehmenshandbuch – Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz im Kleinbetrieb“ informiert anschaulich über rechtliche sowie organisatorische Fragen und beleuchtet auch wirtschaftliche Aspekte. Nützliche Hinweise gibt die Broschüre zu einer Reihe von Themen: von Arbeitsmitteln über die Gestaltung des Arbeitsumfeldes bis hin zur Handhabung von Gefahrstoffen und zur Ersten Hilfe. Wer mehr wissen will, findet Verweise auf andere Broschüren, Internetseiten oder Seminare. Außerdem enthält sie zahlreiche Musterdokumente sowie Checklisten.

Die Broschüre kann als gedrucktes Exemplar bestellt (Schutzgebühr: 2 Euro) oder von der Website der BG ETEM heruntergeladen werden.

Ihr Link zur Bestellung
bvdm-online.de/arbeitsschutz



KÜNDIGUNG AUF VERLANGEN DES BETRIEBSRATES

Hat ein Arbeitnehmer den Betriebsfrieden wiederholt ernstlich gestört, so kann der Betriebsrat nach § 104 Satz 1 BetrVG dessen Entlassung verlangen. Setzt der Betriebsrat diesen Entlassungsanspruch gerichtlich durch, so ist die daraufhin erfolgende Kündigung des Arbeitsverhältnisses wirksam. Dies hat das BAG am 28. März 2017 (2 AZR 551/16) entschieden.

Im zugrunde liegenden Fall hatte die Arbeitnehmerin Kollegen körperlich angegriffen. Die Entscheidung des Arbeitsgerichts, die den Arbeitgeber auf Verlangen des Betriebsrates verpflichtete, die Arbeitnehmerin zu entlassen, stellt ein „dringendes betriebliches Erfordernis“ im Sinne des § 1 Abs. 2 Satz 1 KSchG dar, das eine Kündigung rechtfertigt. Zur Vermeidung eines Zwangsgeldes blieb dem Arbeitgeber keine andere zumutbare Reaktionsmöglichkeit, so das BAG.



Verteilung der Betriebsratssitze nach d'Hondt verfassungsgemäß

Erfolgt eine Betriebsratswahl aufgrund von Vorschlagslisten, werden die Betriebsratssitze gemäß § 15 Abs. 1 Satz 1 Wahlordnung (WO) nach dem sogenannten d'Hondtschen Höchstzahlverfahren auf die Listen verteilt. Das BAG hatte kürzlich zu entscheiden, ob dieses Verfahren verfassungsgemäß ist. Die antragstellenden Arbeitnehmer forchten die Wahl nach § 19 BetrVG an. Sie meinten, das Verfahren sei verfassungswidrig, da es kleine Gruppierungen benachteilige. Das BAG hat am 22.11.2017 (7 ABR 35/16) entschieden, dass das Verfahren weder den aus Art. 3 Abs. 1 GG folgenden Grundsatz der Gleichheit der Wahl noch die durch Art. 9 Abs. 3 GG geschützte Koalitionsfreiheit verletzt. Für die in diesem Jahr turnusgemäß stattfindenden Betriebsratswahlen ist somit die notwendige Rechtssicherheit gegeben.



KENNEN SIE IHRE KOSTENSÄTZE?

Kostensätze sind als Grundlage der Kalkulation und der Auftragsabrechnung die Basis von Kunden- und Produktgruppenanalysen. Ohne Kenntnis der tatsächlichen Kostensätze finden zum Teil schwerwiegende Fehleinschätzungen statt, die sich mit den richtigen Kostensätzen durchaus vermeiden lassen. Ermitteln Sie die eigenen Kostensätze und erhalten Sie Transparenz über Ihre Kostenstruktur. So werden Optimierungspotenziale deutlich.

Nutzen Sie die Beratung der Landesverbände für eine transparente Kostenstruktur und eine gewinnbringende Kalkulation.



Der Blaue Engel – eine Erstberatung bietet Ihnen Ihr Landesverband

Der Blaue Engel ist eines der bekanntesten Umweltzeichen. Er garantiert, dass die Produkte hohe Ansprüche an Umwelt-, Gesundheits- und Gebrauchseigenschaften erfüllen. Bei der Beurteilung ist dabei stets der



gesamte Lebensweg zu betrachten. Entsprechend hoch sind auch die Anforderungen an die Druckerei, die Druckerzeugnisse mit dem „Blauen Engel für Druckerzeugnisse RAL-UZ 195“ kennzeichnen möchte.

Der umfangreiche Kriterienkatalog ist auf fast alle Druckverfahren anwendbar. Für die einzelnen Verfahren sind jeweils spezifische Höchstwerte festgelegt worden. Gefordert wird insbesondere der Verzicht auf kritische Substanzen in allen verarbeiteten Materialien aus Druckvorstufe, Druck und der Weiterverarbeitung sowie auch die Emissionsbegrenzung flüchtiger organischer Verbindungen (VOC) aus Farben, Lacken, Reinigungs-, Wasch- und Feuchtmitteln. Druckfarben müssen mineralöl- und kobaltfrei sein.

Schon an der Entwicklung der Kriterien haben engagierte Druck- und Medienunternehmen und der bvdm aktiv mitgewirkt. Für kleine und mittelständische Druckereien besteht ein beträchtlicher Aufwand, die Einhaltung der Kriterien nachzuweisen. Der bvdm hat hierzu das Umweltbundesamt kontaktiert, um diese Situation zu verbessern.

Die Verbände unterstützen Betriebe dabei, einen Überblick zu bekommen, wie sich die Zertifizierung umsetzen lässt und welche Umstellungen und Kosten damit verbunden sind.

FRAGEN?
NUTZEN@BVDM-ONLINE.DE



**ONLINE
PRINT
SYMPOSIUM**
München 2018

15.–16. März 2018

Seien Sie dabei und sichern Sie sich
jetzt einen der begehrten Plätze auf
dem 6. Online Print Symposium.

www.online-print-symposium.de

#OPS2018

Leading the competition – Wachstumsstrategien im Onlineprint



**DEUTSCHER
DRUCK- UND
MEDIENTAG**

28.–29. Juni 2018 · Stuttgart

bvdm.

Mehr Informationen
und Anmeldung unter
www.ddmt18.de

vdm

vpdm

PORSCHE MUSEUM

MARITIM



KURZ MEL DUN GEN

FRAGEN?

NUTZEN@BVDM-ONLINE.DE

► Engagiert im Klimaschutz: Zehn Jahre Klimainitiative der Verbände

Seit zehn Jahren engagieren sich Druckereien im Rahmen der Klimainitiative des Bundesverbandes Druck und Medien für den Klimaschutz und haben über 131.000 verschiedene Druckprodukte klimaneutral produziert. Dieses Jahr werden die Druckereien, die seit Gründung der Initiative dabei sind, für ihr ökologisches Engagement ausgezeichnet.

Der Bundesverband Druck und Medien und seine Landesverbände unterstützen mit ihrer Klimainitiative Druckereien dabei, die Emissionen einzelner Druckerzeugnisse zu quantifizieren, zu optimieren und im letzten Schritt zu kompensieren, also auszugleichen. Diesen Dreiklang verfolgen sie gemeinsam seit nun schon zehn Jahren.

Und das gemeinsame Engagement kann sich sehen lassen: Seit 2007 wurden über 131.000 verschiedene Druckprodukte klimaneutral produziert und dabei insgesamt 185.000.000 Kilogramm CO₂ durch Investitionen in Klimaschutzprojekte kompensiert. In diesem Jahr werden die Verbände all jene Unternehmen, die der Klimainitiative von Beginn an die Treue halten, für ihr Engagement auszeichnen: Unter anderem erhalten sie eine Urkunde, die persönlich übergeben wird.

► Klimabilanz von Druckerzeugnissen jetzt auch mit **Printplus** ermitteln

Druckereien können ihren Kunden jetzt noch einfacher produktionsbedingte Emissionen aufzeigen und die nicht vermeidbaren Emissionen in Klimaschutzprojekten ausgleichen: mit einer neuen Schnittstelle zu Printplus.

Per Knopfdruck kann schon in der Vorkalkulation der CO₂-Verbrauch eines Druckauftrages prognostiziert und nach Auftragsabwicklung die Kompensation durchgeführt werden. Gleichzeitig können Kunden schon im Vorfeld die Umweltverträglichkeit ihrer Aufträge bzw. die Möglichkeiten der Kompensation über CO₂-Minderungsprojekte und die damit verbundenen Kosten aufgezeigt werden.

„Wir freuen uns über diesen weiteren Schritt zum klimaneutralen Drucken“, kommentiert Julia Rohmann, Referentin für Umweltschutz beim bvdM, die Zusammenarbeit mit der Printplus AG.

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



Equipment

Entdecken Sie das Unerwartete. Versafire.

Jetzt das Plus an digitaler Flexibilität erleben. Mit der Versafire von Heidelberg können Sie nicht nur ein unübertroffen großes Bedruckstoffspektrum verarbeiten: das einzigartige Prinect Digital Frontend stellt die digitale Integration 100 % sicher.

➔ heidelberg.com/Versafire

Jetzt gratis
Druckmuster
anfordern!

➔ [heidelberg.com/
vf-muster](https://heidelberg.com/vf-muster)



 **HEIDELBERG**

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