

DAS MAGAZIN

# NUTZEN

DER DRUCK- UND MEDIENVERBÄNDE



## **GESTOCHEN SCHARF – PERFEKT VEREDELT**

**DIE NACHWUCHS-  
KAMPAGNE  
DER BRANCHE**

Talente entwickeln  
und fördern

Die Wahlprüfsteine  
des bvdM

Sicherheit im Druck –  
ein Gesamtkonzept



**HILPERT**

PRINTING EQUIPMENT


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

---

**Spitzenpreise und eine  
professionelle Abwicklung  
beim Kauf & Verkauf**

**von gebrauchten**

**Bogendruckmaschinen!**



**Wir kaufen jederzeit an:**

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

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

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

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

# EDITORIAL



Drei, die politisch gern an einem Strang ziehen. Im Sinne eines freien und fairen Unternehmertums. **Von links nach rechts:** Steffen Kampeter, Hauptgeschäftsführer der BDA, Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdM, Wolfgang Poppen, Geschäftsführer der Freiburger Druck GmbH & Co. KG und Präsident des bvdM auf dem Deutschen Druck- und Medientag 2017 in Berlin.

*Liebe Leserin, Lieber Leser,*

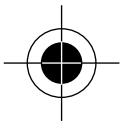
die Erstausgabe unseres Magazins NUTZEN, frisch zum Deutschen Druck- und Medientag im Juni 2017 erschienen, hat für viel Freude gesorgt. Seitdem erreicht uns eine Fülle an Glückwünschen und wertvollem Feedback. Dafür einen herzlichen Dank!

Die Verbände Druck und Medien setzen sich gegenüber der Politik intensiv für die Interessen unserer Branche ein – im Schulterschluss mit anderen hochrangigen Interessenvertretern, oft aber auch völlig unabhängig. So hat der bvdM rechtzeitig vor der Bundestagswahl den wichtigsten Parteien Fragen zu 21 Themen vorgelegt. Diese Wahlprüfsteine umfassen Bereiche wie die Werbefreiheit, die Belastungen durch Sozialabgaben und selbstverständlich die Bildungspolitik.

Denn Bildung und Ausbildung zählen in Zeiten des Fachkräftemangels auch in der Druck- und Medienwirtschaft zu den wichtigsten Zukunftsthemen. Das Titelthema dieses Magazins widmen wir deshalb der neuen Nachwuchskampagne für unsere Branche: Gestochen scharf – Perfekt veredelt. Damit unterstützen wir die Unternehmen dabei, sich im Wettbewerb um gute Köpfe zu behaupten. Als moderne, innovative und unverzichtbare Leistungsträger unserer Gesellschaft.

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.**



## Gestochen scharf – Perfekt veredelt

### TITELTHEMA: NACHWUCHS

#### 10 – GESTOCHEN SCHARF – PERFEKT VEREDELT

*Die Nachwuchskampagne  
der Verbände Druck und Medien*

#### 12 – GUTE PERSPEKTIVEN

*Warum sich eine Ausbildung  
in der Druck- und Medienbranche  
lohnt*

#### 13 – DIE KAMPAGNE

*Aufmerksamkeitsstark  
um Nachwuchs werben*

#### 14 – DIE ARGUMENTE

*Nur Geld und Karriere machen  
Jugendliche nicht glücklich*

#### 15 – INDUSTRIE 4.0 BRAUCHT BILDUNG 4.0

*Besser lernen  
mit Virtual Reality*



### 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](mailto:info@bvdm-online.de)

**VERANTWORTLICH:** Bettina Knappe, Wolf Witte

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

**KONZEPT + LAYOUT: 2issue Design & Content**

Sibylle Schmitt (Art Direktion), Robert Grill, Eric Schütz, [agentur@2issue.de](mailto:agentur@2issue.de)

**ANZEIGEN UND DRUCK: Tecklenborg Druckhaus + Verlag**

Siemensstraße 4, 48565 Steinfurt, Tel: (0 2552) 920 02, Fax: (0 2552) 920 160

**18 – DER NUTZEN**  
*Sicherheit im Druck –  
ein Gesamtkonzept*

**21 – DIE FIRMA**  
*10 auf einen Streich*

**22 – Produktiv, kooperativ,  
engagiert**



Seite **18**



Seite **22**

**03 – EDITORIAL**  
*Herzlich willkommen zum  
zweiten NUTZEN*

**06 – PRINT KOMMT AN**  
*Wähler, Nutzer, Marktanteile*

**08 – DRUCK AUF BERLIN  
UND BRÜSSEL**  
*Vor der Wahl ist nach der Wahl*

**16 – DIE PROFIS**  
*Talente entwickeln und fördern*

**24 – DEUTSCHER DRUCK- UND  
MEDIENTAG 2017**  
*Weg frei für gutes Unternehmertum –  
die Druckindustrie im Wahljahr*

**28 – UNTERWEGS MIT ...**  
*Ein Tag im Leben  
eines QSD-Auditors*

**30 – NÜTZLICH**  
*Wissenswertes für die  
Betriebsführung*

**34 – KURZMELDUNGEN**  
*Informationen aus den Verbänden*

**38 – VERANSTALTUNGSTERMINE**  
*Bundesweite Verbandstermine +  
weitere branchenrelevante Events*

Seite **24**



**DEUTSCHER DRUCK-  
UND MEDIENTAG 2017**  
Peter Altmaier und  
Dr. Paul Albert Deimel

Wir hoffen, dass Ihnen die zweite 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  
LG-Nr. 196889  
www.bvdm-online.de

# Print kommt an

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



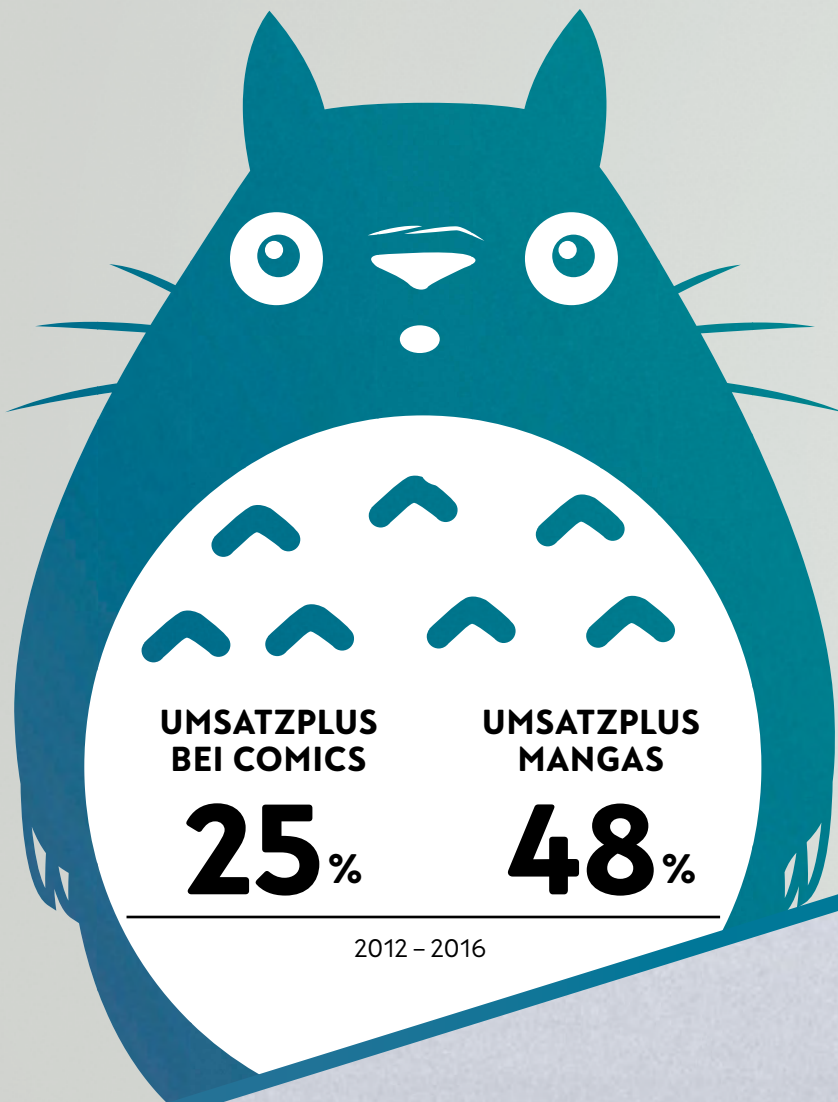
## KUNDENMAGAZINE

Gesamtauflage

**50 MIO**

Anzahl verschiedener Titel

**3.000**



UMSATZPLUS  
BEI COMICS

**25%**

UMSATZPLUS  
MANGAS

**48%**

2012 – 2016



**361**

Zeitungen in  
Deutschland

**80%**

der Leser sagen:

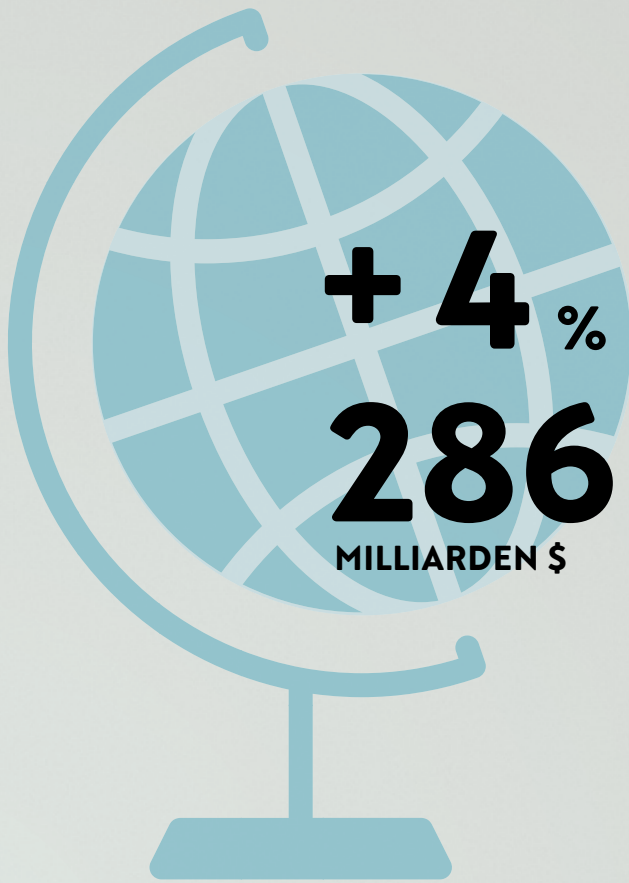
„Geschäfte, die mit  
Anzeigen werben,  
sind seriös.“



**260**

MILLIONEN €

geben die Deutschen jeden  
Monat für Zeitschriften aus.



**+ 4 %**

**286**  
MILLIARDEN \$

**WELTWEITE BANKNOTEN-  
PRODUKTION RUND  
160 – 170  
MILLIARDEN / JAHR**



jährliche Wachstumsquote

**WELTWEITER VERPACKUNGSDRUCK  
WÄCHST MIT EINER RATE VON 5,2 %**

erwarteter Gesamtumsatz im Jahr 2020



**VOLLADRESSIERTE  
WERBESENDUNGEN**

**+ 200** MIO €  
gegenüber 2015



**BÜCHER**



**125.000**

**LESE-TÜTEN**  
(bedruckt)

werden von 570 Buchhandlungen  
an die ABC-Schützen 2017 verteilt



**76 %**

der Deutschen lesen  
Bücher lieber gedruckt  
als auf digitalen  
Geräten.



**TASCHENBÜCHER**

Durchschnittspreis 10,09 €

**+ 4,1 %**

Steigerung:  
06/2016 – 06/2017

# Vor der Wahl ist nach der Wahl

Regierungsprogramme, Politikangebote und verheißungsvolle Beteuerungen haben alle vier Jahre Hochkonjunktur. Der bvdm dagegen ist im Interesse der Branche immer am Ball. Vor der Wahl und auch nach der Wahl.

Im Jahr 2013 ist der Bundesverband Druck und Medien von Wiesbaden nach Berlin umgezogen. Das war ein Kraftakt, aber er hat sich gelohnt. Im Zentrum der politischen Willensbildung kann der bvdm seiner Rolle als Arbeitgeberverband, technischer Fachverband und vor allem als Vertreter der wirtschaftspolitischen Interessen der Verbandsmitglieder viel besser gerecht werden.

So hat er dafür gesorgt, dass das Änderungsgesetz zur Insolvenzanfechtung, das am 5. April in Kraft getreten ist, den Unternehmen deutlich mehr Rechts- und Planungssicherheit bringt, als dies vorher der Fall war. Es konnten weiterhin die Entwürfe der EU für die Datenschutzgrundverordnung entschärft werden – zugunsten der Druckindustrie. Und dem Umweltbundesamt hat der bvdm aufgezeigt, dass dessen Methodik zur Erstellung

von Emissionsstatistiken veraltet war. Die neuen Berechnungen belegen, dass sich die Anstrengungen der Branche zur Reduzierung von Luftschadstoffen gelohnt haben. Ein schönes Plus für Print.

Mit Blick auf die kommende Bundestagswahl hat der Bundesverband Wahlprüfsteine zu den wichtigsten Themenkomplexen der Branche formuliert und den Parteien mit der Bitte um Beantwortung vorgelegt. Die Wahlprüfsteine bestehen aus 31 Fragen, die die spezifischen politischen Anforderungen der Druck- und Medienindustrie und mittelständischer Unternehmer aufgreifen. Die Antworten der Parteien wurden – unter anderem auf den Internetseiten der Verbände – veröffentlicht. Damit erhalten unsere Unternehmen konkrete Informationen darüber, welche Partei sich am besten für ihre Belange einsetzt – ohne dass sie mehrere dicke Wahlprogramme lesen müssen. ■



## 21 THEMEN, DIE DER BVDM AKTIV BEGLEITET:

- ▶ Bürokratie wirksam reduzieren ▶ Belastungen durch Sozialabgaben begrenzen
- ▶ Sozialversicherung für die Zukunft rüsten ▶ Arbeitslosenversicherung nicht durch Fremdaufgaben belasten ▶ Betriebliche Altersvorsorge stärken ▶ Flexible Arbeit ermöglichen ▶ Tarifautonomie und Sozialpartnerschaft stärken ▶ Investitionen in die digitale Infrastruktur ▶ Digitale Kompetenzen breitflächig vermitteln ▶ Forschung und Innovationen erleichtern ▶ Berufsbildung sichern ▶ Berufsschulqualität ausbauen ▶ Modernes Urheberrecht gestalten ▶ Einheitlichen Datenschutz mit klaren Regelungen schaffen ▶ Datensicherheit gewährleisten ▶ Erhalt des ermäßigten Umsatzsteuersatzes ▶ Keine Schädigung der Betriebe durch Besteuerung der Substanz ▶ Werbefreiheit gewährleisten ▶ Klimaschutz honorieren
- ▶ Faire Energiepolitik ▶ Umweltschutz sinnvoll umsetzen





## DER POLITIK AUF DEN ZAHN GEFÜHLT

**Die Antworten der Parteien** zu den Themen „Belastungen durch Sozialabgaben begrenzen“ und „Werbefreiheit gewährleisten“ lassen erkennen, dass die Wahlentscheidung mittelständischer Unternehmer und Druck- und Medienunternehmer **Auswirkung auf ihren Unternehmenserfolg** haben kann. Schließlich besteht die Druck- und Medienindustrie überwiegend aus Familienunternehmen und ist zu mehr als 40 % werbeabhängig.

### „ Belastungen durch Sozialabgaben begrenzen

#### CDU/CSU

- » für stabile Lohnnebenkosten und Sozialabgaben
- » gegen teure Leistungsausweitungen der Sozialsysteme
- » Zusatzbeiträge der Versicherten in der GKV sollen bleiben

#### SPD

- » funktionierender Sozialstaat ist nicht kostenlos
- » Kosten sollen gerecht verteilt werden (GKV-Parität)
- » gesamtgesellschaftliche Aufgaben der Rentenversicherung aus Steuermitteln zahlen

#### Grüne

- » Einführung einer Bürgerversicherung
- » versicherungsfremde Leistungen aus Steuermitteln zahlen

#### Linke

- » für paritätische Finanzierung der Sozialversicherung
- » für Abschaffung der Beitragsbemessungsgrenze in der Sozialversicherung

#### FDP

- » Gesamtbelastung an Steuer- und Sozialabgaben nicht mehr als 50 %
- » begrenzter Arbeitgeberanteil in der GKV

### „ Werbefreiheit gewährleisten

#### CDU/CSU

- » Selbstregulierung des Deutschen Werberates wird begrüßt
- » Unsachgemäße Beeinflussung und Irreführung unterbinden
- » Gesetzliche Beschränkungen nur als ultima ratio

#### SPD

- » Keine Werbung für ungesunde Produkte an Kinder und Jugendliche
- » Gesetzliche Maßnahmen sind nicht ausgeschlossen

#### Grüne

- » Selbstregulierung befürwortet, wenn effektiv
- » Wo Selbstverpflichtung nicht greift, gesetzliche Regelungen treffen
- » Werbung für Tabak und ungesunde Lebensmittel stärker beschränken

#### Linke

- » Leitbild des mündigen Verbrauchers wird abgelehnt
- » Selbstregulierung nicht ausreichend, staatliche Regulierung notwendig

#### FDP

- » Vorrang für eigenverantwortlich handelnde Individuen
- » keine Legitimation pauschaler staatlicher Regulierung

Sämtliche Fragen des bvdM und die Antworten der Parteien finden Sie unter [bvdM-online.de/wahlpruefsteine](http://bvdM-online.de/wahlpruefsteine)



# Gestochen scharf – Perfekt veredelt

Die Nachwuchskampagne  
der Verbände Druck und  
Medien

FOTO: CHRISTIANE PAUSCH

”

Es gibt nur  
eins, was auf  
Dauer teurer  
ist als Bildung:  
keine Bildung.“

John F. Kennedy



Im Wettbewerb um Auszubildende haben es kleine und mittelständische Unternehmen – und damit auch viele Betriebe der Druck- und Medienindustrie – momentan nicht leicht. Denn in Zeiten des Fachkräftemangels punkten zunächst oft die großen oder bekannteren Firmen und Konzerne mit ihren aufwendigen Rekrutierungskampagnen. Es gilt also, sich sehr gezielt, aufmerksamkeitsstark und direkt an Jugendliche zu wenden und ihnen zu „beweisen“, dass sie sich in unserer Branche wohlfühlen werden und dass sie das bekommen, was sie suchen.

Die Kampagne „Gestochen scharf – Perfekt veredelt“ der Verbände Druck und Medien hat zum Ziel, die Mitgliedsunternehmen in ihrem Rekrutierungsmarketing zu unterstützen und mehr Jugendliche von einer Ausbildung in der Druck- und Medienbranche zu überzeugen.

Die Motive der Kampagne knüpfen an bestehende Interessen junger Menschen an und sind auch optisch in deren Lebenswelt verankert. Schon auf den ersten Blick vermitteln die Keyvisuals, dass in der Branche Menschen willkommen sind, die ihren eigenen Stil haben. Dass man sich in der Druckindustrie nicht „verbiegen“ muss, dass die Branche cool sein kann und dass sie den jungen Erwachsenen eine berufliche Zukunft bietet. ■

GUTE PERSPEKTIVEN

# Warum sich eine Ausbildung in der Druck- und Medienbranche lohnt

**D**er Fachkräftemangel steigt bedrohlich an. Dieser Trend ist nicht nur im demografischen Wandel begründet, sondern durch den Irrglauben vieler Eltern, ihre Kinder hätten ohne Abitur und Studium keine echte berufliche Perspektive. Dass dies nicht stimmt, belegte eine Untersuchung des Instituts der Deutschen Wirtschaft (IW). Der IW-Report 5/17 weist nach, dass beruflich Qualifizierte im Berufsleben hinsichtlich

Personalverantwortung, Entwicklungschancen und Bezahlung auf Augenhöhe mit Kollegen rangieren, die den akademischen Weg gegangen sind. Die Studie legt weiterhin Berechnungen vor, die zeigen, „dass beruflich Qualifizierte über das komplette Berufsleben eine höhere Wahrscheinlichkeit haben, erwerbstätig zu sein, als Akademiker“. Für die Ausbildung zur Fachkraft in der Druckindustrie gibt es also gute Argumente. ■

**1** Fachkräfte in der Druck- und Medienwirtschaft werden gut bezahlt – das gilt bereits in der Ausbildung.

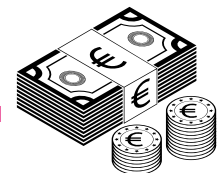
Dazu das Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Institut (WSI) der Hans-Böckler-Stiftung in Düsseldorf: „Die höchsten Zahlungen erhalten die Azubis in der Metall- und Elektroindustrie, der Chemischen Industrie, dem Bank- und Versicherungsgewerbe, der Druckindustrie sowie im öffentlichen Dienst.“

**2** Für motivierte, engagierte Beschäftigte gibt es in der Druckindustrie vielfältige Weiterbildungsmöglichkeiten und Aufstiegschancen.

Gerade in unserer mittelständisch geprägten Branche, die sich permanent verändert, ist es oft leichter, sich weiterzuentwickeln, als in großen, stark hierarchisch geprägten Konzernen.

**3** Die deutsche Druckindustrie gehört zu den modernsten der Welt. Sie produziert auf höchstem Niveau, ist kreativ und innovativ und Vorreiter in der Digitalisierung. Wer das mag, dem wird es in dieser Branche nicht langweilig.

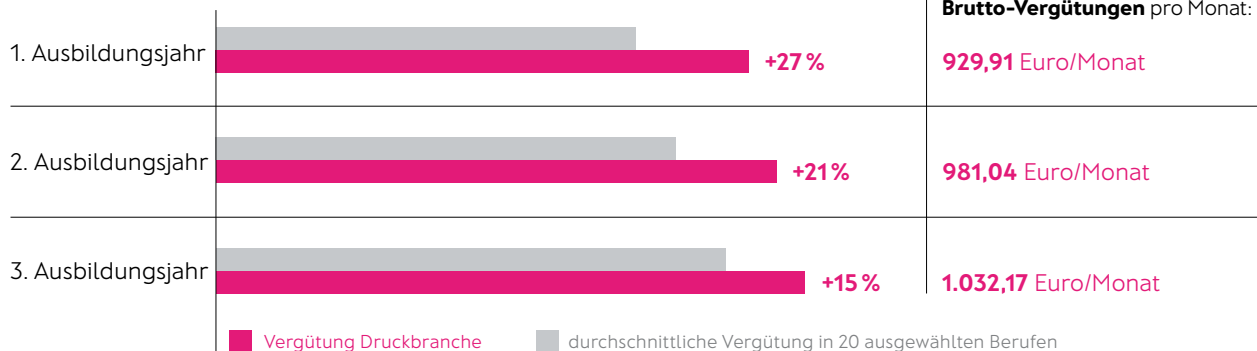
Wer das mag, dem wird es in dieser Branche nicht langweilig.



## AUSBILDUNGSVERGÜTUNGEN

Auszubildende in der Druckindustrie verdienen **überdurchschnittlich**. Das zeigt der Vergleich mit 20 ausgewählten Berufen\*:

Seit dem **1. August 2017** erhalten Auszubildende in der **Druckindustrie die folgenden Brutto-Vergütungen** pro Monat:



\* Maurer/-in, Kaufmann/-frau für Versicherungen und Finanzen, Mechatroniker/-in, Industriemechaniker/-in, Industriekaufmann/-frau, Medientechnologe/-technologin, Druck, Verwaltungsfachangestellte/-r, Kaufmann/-frau im Einzelhandel, Gärtner/-in, Dachdecker/-in, Gebäudereiniger/-in, Medizinische/-r Fachangestellte/-r, Koch/Köchin, Kraftfahrzeugmechatroniker/-in, Kaufmann/-frau für Büromanagement, Metallbauer/-in, Maler/-in und Lackierer/-in, Bäcker/-in, Florist/-in, Schornsteinfeger/-in

Quelle: Berechnungen des Bundesinstituts für Berufsbildung

DIE KAMPAGNE

## Aufmerksamkeitsstark um Nachwuchs werben

Mitglieder der Druck- und Medienverbände können sich die **Motive der Kampagne „Gestochen scharf – Perfekt veredelt“ als offene Dateien aus dem Downloadcenter der Kampagne laden** und für eigene Anzeigen, Banner, Plakate, Rollups und weitere Instrumente nutzen. Selbstverständlich können die Motive mit dem eigenen Firmennamen und Logo versehen werden sowie mit den genauen Berufsbezeichnungen, der Webadresse des werbenden Unternehmens etc.

### So finden Jugendliche (oder deren Eltern oder Freunde) freie Ausbildungsplätze:

Die Verbände haben eine Ausbildungsplatzbörse eingerichtet, in die Unternehmen ihre freien Ausbildungsplätze eintragen können. Interessierte finden durch Eingabe ihrer Postleitzahl Angebote in der Nähe.

Weitere Infos: [druckindustrie.de](http://druckindustrie.de)

## Wie wir die Jugendlichen überzeugen

Die Druck- und Medienwirtschaft ist vielen Jugendlichen nicht wirklich gut bekannt. Und manche sind sich vielleicht nicht sicher, ob sie in dem Bereich eine berufliche Zukunft finden. Daher präsentiert die Kampagnenseite des Bundesverbandes Druck und Medien

- » Informationen über die einzelnen Berufsbilder
- » Fotos und Statements von Jugendlichen, die sich für die Branche entschieden haben
- » die Ausbildungsplatzbörse mit ausbildenden Unternehmen
- » Links zu weiteren Ausbildungsplatzplattformen

Darüber hinaus steht es natürlich allen frei, sich auf der **Internetseite des Verbandes umfassend über die Druck- und Medienwirtschaft zu informieren** und sich selbst ein Urteil über die Branche zu bilden. Dazu gehört auch die Kampagne „Print macht mehr draus“. Mit Zahlen, Daten und Fakten wird dort belegt, wie vielfältig und wie unentbehrlich Print ist und zukünftig auch bleiben wird.

Weitere Infos: [bvdm-online.de](http://bvdm-online.de)



DIE ARGUMENTE

# Nur Geld und Karriere machen Jugendliche nicht glücklich

**W**er Jugendliche für sein Unternehmen gewinnen möchte, sollte wissen, wie sie ticken. Denn nur dann kann man ihnen die Argumente nennen, die sie bei ihrer Entscheidung für einen Beruf überzeugen. Die aktuelle Shell Jugendstudie belegt, dass Jugendliche sich die Vereinbarkeit von Arbeit, Freizeit und Familie wünschen. Und es geht ihnen „um planbare und verlässliche Gestaltungsmöglichkeiten und weniger um »entgrenzte Welten«. Der Beruf soll „sicher sein und ein auskömmliches Leben ermöglichen, aber auch als eine selbstbestimmte, sinnvolle und gesellschaftlich nützliche Tätigkeit erlebbar sein“.

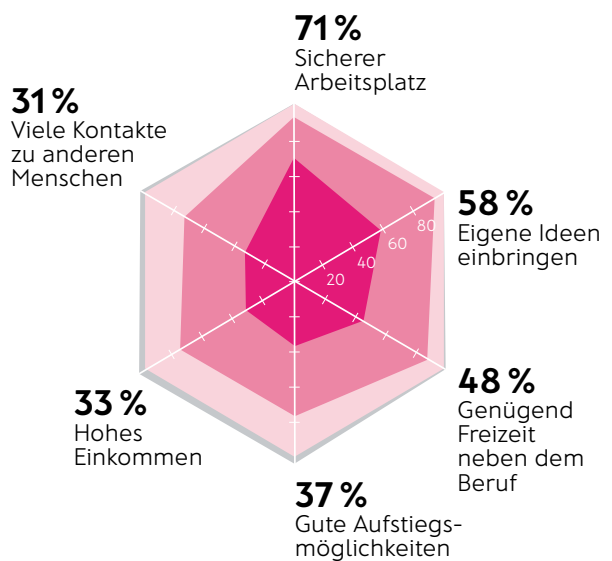
## SHELL JUGENDSTUDIE: WIE TICKT DIE JUGEND?



O-Töne und bewegte Bilder gibt's hier:  
[youtu.be/F5PCnfqyxRA](https://youtu.be/F5PCnfqyxRA)

Interessant ist, dass ein gutes Fünftel der Jugendlichen (22 Prozent), die bereits die Schule verlassen haben, meint, dass sie aufgrund des fehlenden Schulabschlusses nicht ihren Wunschberuf ergreifen konnten. Lag das wirklich am Schulabschluss oder eher an Defiziten in schulischen Basiskennnissen? Oder hatten sie sich auf den Industriemechaniker oder das Friseurhandwerk eingeschworen, weil ihnen jemand gesagt hat, das wäre etwas für sie? Vielleicht wussten sie einfach nicht, was die Druck- und Medienwirtschaft ist und dass es auch hier Traumberufe gibt? Hier gilt es, gemeinsam für mehr Bekanntheit und das positive Image der Branche und ihrer Berufe zu werben, z.B. auf Messen und mit Schülerpraktika, aber auch gegenüber Partnern wie Arbeitsagenturen und anderen Multiplikatoren. Die Verbände Druck und Medien sind in diesem Bereich seit Jahren sehr aktiv. ■

## ERWARTUNGEN AN DIE BERUFSTÄTIGKEIT



Basis: Jugendliche von 12 bis 25 Jahren ohne eigene Kinder



Vieles, was sich Jugendliche wünschen, können Betriebe der **Druck- und Medienwirtschaft** bieten. So sind die Einkommen vergleichsweise gut, die **tariflich vereinbarten Arbeitszeiten** lassen Freiraum für Familie und Hobby, und **motivierete, engagierte Beschäftigte** haben vielfältige Möglichkeiten, sich weiterzuentwickeln und aufzusteigen.

Quelle: 17. Shell Jugendstudie, 2015

INDUSTRIE 4.0 BRAUCHT BILDUNG 4.0



”

Wir sehen, dass die Digitalisierung immer stärker den Arbeitsalltag prägt. Daher brauchen wir eine Berufsbildung 4.0 mit digitalen Inhalten und Methoden.“

Prof. Dr. Johanna Wanka,  
Bundesbildungsministerin

**MEHR INFORMATIONEN**

Alle Infos zu den Projekten und einen ausführlichen Bericht finden Sie auf [social-virtual-learning.de](http://social-virtual-learning.de) und [bvdm-online.de/bmbf](http://bvdm-online.de/bmbf)

# Besser lernen mit Virtual Reality

Die Verbände Druck und Medien passen die Gestaltung der Ausbildungsgänge in der Druckindustrie kontinuierlich an die Anforderungen des Marktes an. In der zunehmend digitalisierten und vernetzten Arbeitswelt setzt die Branche dabei auf zukunftsweisende Lernformen. Auf Initiative des bvdm und ver.di unter dem Dach des ZFA wurde das Bundesprojekt „Social Augmented Learning“ (SAL) und in Folge „Social Virtual Learning“ (SVL) initiiert. Es ermöglicht Auszubildenden, in eine Druckmaschine hineinzusehen, um die komplexen Arbeitsabläufe besser zu verstehen. Sie platzieren dazu einen Tablet-PC vor ein Marker-Plakat an einer Druckmaschine und erhalten so eine dreidimensionale Darstellung des Innenlebens dieser Maschine, die sich je nach Position des Tablets mitbewegt. Mit dem vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten SAL-Projekt konnte nachgewiesen werden, dass Auszubildende im Beruf „Medientechnologe/-in Druck“, die mit dieser Technik lernen, im Abschlusstest besser abschneiden als eine Vergleichsgruppe mit konventionellen Lernmitteln. Seit September 2016 wird dieser Lernansatz stetig ausgebaut. Mittlerweile gibt es vier Lernmodule für das Lernen an Tablets und zwei Module für das Lernen in virtuellen Welten mit VR-Brillen.

„Wir sehen, dass die Digitalisierung immer stärker den Arbeitsalltag prägt. Daher brauchen wir eine Berufsbildung 4.0 mit digitalen Inhalten und Methoden. Das ist die Voraussetzung für eine erfolgreiche Industrie 4.0 und damit für die Zukunftsfähigkeit des Wirtschaftsstandorts Deutschland“, kommentierte Bundesbildungsministerin Prof. Dr. Johanna Wanka die beeindruckenden Ergebnisse der Druckindustrie auf einem Workshop im Jahr 2016. ■

Das Unternehmen LSD zählt in den Bereichen Verpackungsentwicklung, Werbemittelgestaltung und Medienproduktion mit seinen rund 160 Mitarbeitern mittlerweile zu den Marktführern in Deutschland. Die ehemalige Schriftsetzerei hat sich während ihres mehr als 50-jährigen Bestehens zu einem Full-Service-Anbieter entwickelt. Die Bereitschaft zur kontinuierlichen Weiterentwicklung gehört zur Unternehmensphilosophie – einen besonders hohen Stellenwert hat dabei die interne Personalentwicklung und Nachwuchsförderung.

**W**enn Poldi und Schweini sich im Werbespot fröhlich die Chipstüte zuwerfen, dann halten sie ein von LSD produziertes Dummy-Einzelstück in den Händen. Denn wenn es um das Thema Verpackung geht, macht dem Unternehmen so schnell keiner etwas vor. Prototypen von Verpackungen in Auflage eins für TV-Werbespots, Sales Samples oder Präsentationsmuster für Messen werden als originalgetreue Einzelstücke entwickelt und produziert. „Wir produzieren Prototypen für Produkte, die es heute noch gar nicht gibt – vom späteren Original sind sie kaum zu unterscheiden. Dabei setzen wir moderne Technik im Digital-, Offset- und UV-Offset-, Flexo- und Siebdruck ein und nutzen auch die Möglichkeiten der 3D-Visualisierung und des 3D-Drucks“, erklärt Geschäftsführer Klaus Finken. Auch mit weiteren innovativen Ideen, wie der Entwicklung webbasierter Lösungen, die für eine intelligente Vernetzung von Arbeitsschritten sorgen, unterstützt die LSD GmbH & Co. KG ihre Kunden.

Für die Geschäftsführer Klaus und Chris Finken sind, neben dem Einsatz neuer Technologien, gut qualifizierte und motivierte Mitarbeiter die wichtigste Basis für den Erfolg des Unternehmens. „Wir fördern ganz bewusst die Entwicklung von jungen Talenten, deshalb steht das Thema Ausbildung bei uns ganz oben auf der Agenda. Gut ausgebildete Mitarbeiter sind die Grundlage für weiteres erfolgreiches Wachstum“, erläutert Chris Finken. Aus diesem Grund hat LSD im vergangenen Jahr gemeinsam mit dem VDM Nord-West interne Prozesse und Strukturen optimiert, Personalentwicklungsmaßnahmen in die Wege geleitet und ein neues Ausbildungskonzept

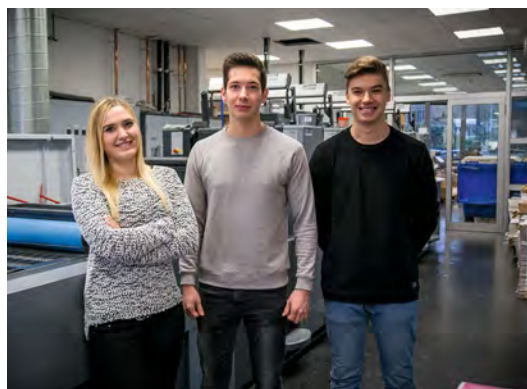
# Talente entwickeln und fördern



Geschäftsführer  
Klaus Finken und  
Chris Finken



eingeführt. Die drei Mediengestalter-Azubis, die im August 2016 ihre Ausbildung begonnen haben, absolvierten direkt zu Beginn einen dreimonatigen Grundkurs bei der Akademie des Verbandes und konnten so mit fundiertem Grundlagenwissen und einem Überblick über das gesamte Berufsbild in den Ausbildungsalltag starten. „Wir haben immer schon eine gute Ausbildung geboten, aber der Einstieg war häufig schwer und die Durststrecke am Anfang relativ lang. Jetzt können wir unsere Azubis sofort ins Tagesgeschäft integrieren. Das macht Spaß, sie fühlen sich wahrgenommen und können direkt mitwirken. Eine Win-win-Situation für beide Seiten“, so das Urteil von Ausbildungsleiter Dieter Hintze. Im „Mikrokosmos der Druckindustrie“ (Hintze) werden bei LSD alle Druckverfahren – bis auf Tiefdruck – praktiziert, die Auszubildenden lernen das gesamte Spektrum kennen. Dabei hilft ein interner Ausbildungsplan. „Wir sind ein großes Unternehmen und möchten, dass unsere Auszubildenden alle Abteilungen durchlaufen. Dabei wollen wir individuelle Stär-



Die drei Auszubildenden (von links nach rechts): Vanessa Schiller, Daniel Pöttgen, Marco Ollig

”

Wir fördern ganz bewusst die Entwicklung von jungen Talenten, deshalb steht das Thema Ausbildung bei uns ganz oben auf der Agenda.“

LSD-Geschäftsführer



LSD produziert Prototypen für Produkte, noch bevor es sie gibt

ken und Talente entdecken und während der Ausbildungszeit optimal fördern. Letztendlich soll am Ende feststehen, in welchem Bereich der zukünftige Mitarbeiter am besten aufgehoben ist“, so Hintze. Immerhin ist der Beruf des Mediengestalters ein anspruchsvoller Beruf mit einer enormen Bandbreite. Die Auswahlmöglichkeit für den späteren Tätigkeitsschwerpunkt ist also groß. Ausbildungsziel ist immer: Jeder Auszubildende, der bei LSD anfängt, soll anschließend auch als Mitarbeiter übernommen werden. Bei den jetzigen drei angehenden Mediengestaltern scheint dieser Plan aufzugehen. „Alles läuft reibungslos, wir sind sehr zufrieden und man sieht, dass sie sich bei uns wohlfühlen. Auch bei unseren neuen Auszubildenden, die im Sommer dazukommen, werden wir das Konzept beibehalten“, so Hintze. Die zusätzliche Ausbildung eines Medientechnologen wäre „das Tüpfelchen auf dem i“. Bewerber mit grafischer Vorbildung werden auch kurzfristig aufgenommen.

**Und wie sieht der Blick in die Zukunft aus?** Mit regelmäßigen Schulungen für Mitarbeiter und Auszubildende und einem zeitgemäßen Ausbildungskonzept schafft LSD gute Voraussetzungen für das große Unternehmensziel: Bis 2020 will die LSD-Gruppe Deutschlands Nummer eins beim Thema Verpackung werden. Zuvor steht noch ein anderes großes Projekt an. LSD hat ein Nachbargebäude am Standort Düsseldorf erworben, um mehrere in der Region verteilte Standorte noch in diesem Jahr zusammenzuführen. „Dadurch werden Betriebs- und Kreativprozesse sowie interne Arbeitsabläufe weiter optimiert. Zusätzlich haben wir am neuen Mediacampus noch mehr Fläche für zukünftiges Wachstum“, so die Zukunftsvision der beiden Geschäftsführer Klaus und Chris Finken. ■

# Sicherheit im Druck – ein Gesamtkonzept

Unwissenheit schützt vor Strafe nicht. Wer mit einem gefälschten Fahrausweis reist, macht sich strafbar – auch wenn er glaubhaft versichert, das Ticket ehrlich erworben zu haben. Betrüger nutzen vor allem die Unkenntnis von Touristen und Gelegenheitsfahrern. Und die kriminelle Kreativität der Betrüger ist hoch: Es wird geklebt, geschnitten, radiert, kopiert, beschichtet, gewachst, laminiert und natürlich auch gedruckt. Der Bahn hilft da nur eins: besser sein.



Rund 7.000 Fahrkartenautomaten betreibt die DB bundesweit. Für Fahrausweise für den Nah- und Fernverkehr und viele weitere Angebote.

**D**ie Bahn braucht Millionen Fahrscheine. Sie müssen sicher gedruckt werden. Die Deutsche Bahn (DB) befördert jeden Tag 5,5 Mio. Fahrgäste in ihren Zügen allein in Deutschland. Sie alle brauchen ein Ticket, als Jahres-, Monats-, Wochenkarte oder auch als Einzelfahrschein. Online erstellt und selbst ausgedruckt, aus dem Fahrscheinautomaten gezogen oder im Reisezentrum gekauft: Je nach Vertriebsweg sieht das Ticket anders aus. Das liegt auch an den verschiedenen Sicherheitsmerkmalen, die dort aufgedruckt sind.

FOTOS: Deutsche Bahn AG

Die Bahn



**5,5** Mio.

Fahrgäste pro Tag in Deutschland

**7.000**

Fahrkartenautomaten bundesweit (gerundet)



## Die Vielfalt der Fahrscheine und die dahinterstehenden Beträge locken auch Betrüger an.“

### Betrügern das Handwerk so schwer wie möglich machen

Ob in der Form der Monats- oder Jahreskarte, des vergleichsweise klempreisigen Nahverkehrstickets oder als Fahrkarte für den nationalen oder den grenzüberschreitenden Verkehr in Europa, die auch in den Nachbarländern ihre Gültigkeit hat: Die Vielfalt der Fahrscheine und die dahinterstehenden Beträge locken auch Betrüger an. Es gibt einerseits den Kleinfälscher, der sich aus einer März- eine April-Monatskarte macht oder versucht, seine Fahrkarte komplett nachzumachen. Und es gibt professionelle Fälscherbanden, die mit hoher krimineller Energie Fahrkarten im großen Stil fälschen (oder es zumindest versuchen). Beide Tätergruppen könnten einen hohen wirtschaftlichen Schaden verursachen, wenn man sie ungehindert gewähren lassen würde.

Natürlich trifft dies nicht nur Papierfahrkarten. Auch Online-Tickets sind nicht immer rechtmäßig erworben. Dort allerdings liegt der kriminelle Schwerpunkt bei den Bezahlmethoden, wie dies bei vielen online getätigten Käufen der Fall ist. Beispielsweise werden gestohlene Kreditkartendaten verwendet.

### Sicherheit im Druck – ein Gesamtkonzept

Gedruckte Fernverkehrsfahrscheine der Deutschen Bahn weisen, wie die anderer europäischer Bahnen auch, bestimmte gemeinsame Sicherheitsmerkmale auf. Dies dient der Erkennbarkeit und ist unter den europäischen Bahnen standardisiert. Damit



Ob Tagesticket oder Monatskarte: Täglich vertrauen Millionen Fahrgäste auf einen ungefälschten Fahrschein.



**Carola Lammich**  
Managerin Strategische  
Beschaffung  
Deutsche Bahn AG

können Zugbegleiter auf den ersten Blick auch bei Tickets aus Nachbarländern erkennen, ob eine Fahrkarte verdächtig ist und einer genaueren Prüfung bedarf. Zu den Sicherheitsmerkmalen gehören z. B. spezielle Farben, Hintergrundmuster oder spezielle Barcodes.

Auch die große Vielfalt der Nahverkehrsfahrscheine, z. B. Verbundtickets, wird durch zahlreiche Sicherheitsmerkmale vor Fälschungen geschützt. Offen sichtbare sowie auf den ersten Blick nicht sichtbare Sicherheitsmerkmale bilden ein Gesamtkonzept. Bei der Weiterentwicklung dieser Sicherheitsmerkmale arbeitet die Deutsche Bahn etwa mit Universitäten und der Bundespolizei, aber auch mit ihren Lieferanten zusammen.

### Fahrkartendruckereien müssen hohen Standards entsprechen

Die Deutsche Bahn setzt auf Sicherheitsdruckereien, die nach dem internationalen ISO-Standard 14298 zertifiziert sind. Dabei muss der gesamte Prozessablauf von der Rohmaterialbeschaffung über den Druck und die Verarbeitung bis in den Versand und die Makulaturentsorgung strikt überwacht werden und nachweisbar sein.

Mit diesen Sicherheitsdruckereien schließt die DB in der Regel mehrjährige Rahmenverträge, die im europaweiten Wettbewerb vergeben werden. So hat die Deutsche Bahn verlässliche Partner, bei denen ihre Fahrscheine in sicheren Händen sind. ■

# 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/](http://www.powerofinkjet.com/acuity-led-3200R/)

[grafische\\_systeme@fujifilm.de](mailto: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

**Acuity**LED 3200R

**FUJIFILM**  
Value from Innovation



## INHALT

II – vdmno  
**NETZWERK BILDUNG**  
*Der richtige Weg zum  
Fachkräftenachwuchs!*

IV – vdmno  
**ÜBERBETRIEBLICHE  
AUSBILDUNG**  
*Digitale Medien halten Einzug*

VI – vdmno  
**IM NORDOSTEN VIEL NEUES**  
*Der vdmno beschreitet neue  
Wege*

XII – vdmno  
**MITGLIEDSUNTERNEHMEN**  
*Kalenderkompetenz  
vom Erfinder  
des 3-Monatskalenders*

XVI – vdmno  
**WERBUNG IN EIGENER  
SACHE**  
*PSO - Das Original*

## **Hallo und herzlich willkommen zur zweiten Ausgabe des NUTZEN!**

Ist Ihnen was aufgefallen?

Der Verband Druck & Medien NordOst ist anders.

Wir haben ein neues Gesicht.  
Wir haben ein neues Erscheinungsbild.  
Wir haben ein neues Corporate Design.  
Wir setzen neue Impulse.

Seien Sie gespannt.  
Wir erzählen Ihnen, wie wir diesen Weg eingeschlagen und  
dann erfolgreich die ersten Meilensteine erreicht haben.

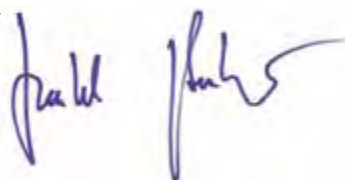
Haben Sie Ihren persönlichen „Meilenpin“ schon angesteckt?  
Machen Sie doch einfach ein Selfie und posten Sie sich und Ihren  
Meilenpin in den sozialen Netzwerken.

### **#vdmnoMeilenpin**

Wir freuen uns, gemeinsam mit Ihnen den Verband Druck & Medien  
NordOst erfolgreicher und bekannter zu machen.

Herzliche Grüße sendet Ihnen

Ihr



---

## **IMPRESSUM**

**HERAUSGEBER** Verband Druck & Medien NordOst e.V., Geschäftsstelle Hannover, Bödekerstraße 10, 30161 Hannover, Telefon: (0511) 33 80 60, Telefax: (0511) 33 80 620, E-Mail: Nutzen@vdmno.de

**GESCHÄFTSLEITUNG** Harald Bareither (V.i.S.d.P.) **REDAKTION** Katrin Stumpfenhausen (V.i.S.d.P.), Telefon (0511) 33 80 630

# Perfekt veredelt

Du liebst **Farbe**. Dir sind **Details** wichtig.  
Du willst einen Beruf mit **Zukunft**.

Entscheide dich für eine Ausbildung in  
der **Druck- und Medienwirtschaft**.

Mehr Infos über die Berufe, die Gehälter, deine  
Perspektiven und freie Ausbildungsplätze unter:

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



**wm**

# Netzwerk Bildung: Der richtige Weg zum Fachkräftenachwuchs!

”

Wir bekommen vom vdmno nicht nur Unterstützung bei Ausbildungsfragen, sondern nutzen auch intensiv das Angebot der überbetrieblichen Ausbildungsstätte des vdmno.“

### Das vdmno Netzwerk Bildung

Das erste Treffen des Netzwerkes Bildung findet am 26.09.2017 in der Geschäftsstelle des vdmno in Hannover statt.

### Die Zielgruppe

Unsere Zielgruppe sind Ausbilder, Personalverantwortliche und Unternehmer. Alle, die sich mit Ausbildung und Auszubildenden beschäftigen oder alle, für die das Thema interessant ist.

### Die Themen

Stellen Sie sich auch die Fragen:

Wie gestalte ich meine Ausbildung anders, damit mein Unternehmen für Jugendliche interessant ist?

Welche Medien nutze ich, damit ich die Jugendlichen erreiche?

Welche Unterstützung kann ich vom vdmno

in Anspruch nehmen?

Die Antworten auf diese Fragen erhalten Sie von uns am 26. September 2017 in Hannover bei unserem ersten Treffen des Netzwerkes Bildung:

### Die Teilnahme

Die Teilnahme an der Veranstaltung ist für Mitglieder des vdmno kostenfrei.

Sie sind noch nicht Mitglied im Verband Druck & Medien NordOst? Sie interessieren sich aber für das Thema. Auch Sie sind herzlich eingeladen, unser Netzwerk kennen zu lernen.

### Der Ort

Verband Druck & Medien NordOst e.V.  
Geschäftsstelle Hannover  
Bödekerstraße 10  
30161 Hannover

### Der Ablauf

13.00 Uhr Ankunft der Gäste mit Kaffee und Kuchen

13.30 Uhr Vorträge

> Ausbildung 4.0 Chancen und Herausforderungen  
Thomas Hagenhofer  
Projektleiter | Zentral-Fachausschuss Berufsbildung  
Druck und Medien

> Das richtige Recruiting für Auszubildende  
Katja Raasch,  
Online Marketing | Social Media Marketing

> Die neue Imagekampagne für Medientechnologen  
Katrin Stumpfenhausen  
Referat Bildung | vdmno

15:00 Uhr Diskussionsrunde

15.30 Uhr Ausklang

### Die Anmeldung

Da die Anzahl der Plätze begrenzt ist, bitten wir um Anmeldung.

Senden Sie einfach eine Email an:  
pietsch@vdmno.de oder

rufen Sie uns an unter 0511 33 80 60

”

Wir müssen die Vorteile digitaler Medien in der beruflichen Ausbildung nutzbar machen.“

Prof. Dr. Johanna Wanka,  
Bundesbildungsministerin



**MM**

# Überbetriebliche Ausbildung: Digitale Medien halten Einzug





Gunnar Moritz, Industriemeister Druck, Ausbilder Print | Postprint üa, testet die neue VR-Brille vor Ort.

**D**ie überbetriebliche Ausbildungsstätte des Verbandes Druck & Medien NordOst - meist üa abgekürzt - in Oldenburg hat zwei weitere kleinere Standorte in Hannover und Berlin.

In Oldenburg haben wir eine vollstufige Druckerei - von der Vorstufe über das Proof bis zum Druck, von der Schneide- über die Falzmaschine bis zum Klebebinder und natürlich auch die entsprechende Ausstattung im Digitaldruck. Die üa ist sowohl nach PSO als auch nach QSD zertifiziert.

Ob es die Theorie- oder Praxis-Prüfungsvorbereitungskurse für die Zwischen- oder die Abschlussprüfung sind, die Kalkulationskurse für Mediengestalter FR

Beratung und Planung, die Digitaldruck-Kurse I - III für Medientechnologen Print oder die Klebebinder-Kurse I - III für die Medientechnologen Druckverarbeitung, für alle Berufe der Druck- und Medienbranche finden Sie die richtigen Kurse.

#### **Innovative Technik**

Ab September 2017 bieten wir in allen Kursen für Medientechnologen Druck die neuesten digitalen Medien an. VR und SAL haben bei uns schon Einzug gehalten. Nutzen Sie die Chance.

Das neue Programm der üa erhalten Sie ab Anfang September beim vdmno.

Senden Sie uns eine Email an [nutzen@vdmno.de](mailto:nutzen@vdmno.de) mit dem Stichwort: üa Kursprogramm 4.0 ■

Der Verband Druck  
und Medien NordOst e.V.  
beschreitet neue Wege.

# Im Nordosten viel Neues ...

Verbände haben es gerade nicht leicht – nicht nur in der Druck- und Medienindustrie. Ihre Aufgaben werden von Mitgliedern oder potenziellen Mitgliedern zunehmend in Frage gestellt oder als nicht mehr so relevant erachtet, wie vielleicht noch vor etlichen Jahren. Die nachfolgenden Generationen – insbesondere bei inhabergeführten Unternehmen – setzen andere Prioritäten und sind eher bereit, langjährige Zugehörigkeiten zu hinterfragen und dann auch zu lösen. Damit ist klar: Auch die Verbände müssen umdenken.



Harald Bareither  
Geschäftsführer des  
Verbandes Druck & Medien  
NordOst e.V.



**B**eim Verband Druck & Medien NordOst e.V. (vdmno) hat der Prozess des Um- und Neudenkens schon längst begonnen. Dazu war ein Perspektivwechsel von Bedeutung. Geschäftsführer Harald Bareither (60) stellte sich zusammen mit seinem Team den wichtigen Fragen: Was ist der Nutzen einer Mitgliedschaft? Welche Gründe sprechen dafür, welche vielleicht dagegen? Wie nehmen Mitglieder den Verband überhaupt wahr? Sind sie zufrieden? Welche Wünsche oder Hoffnungen werden an eine Mitgliedschaft geknüpft?

### Ernüchternde Ergebnisse

**D**ie daraus resultieren Erkenntnis-  
se waren einigermaßen ernüchternd. Bareither konstatiert: „Eine klare Definition des Nutzens einer Mitgliedschaft ist den meisten befragten Unternehmen nicht möglich. Spätestens wenn es finanziell eng wird, steht die Mitgliedschaft auf dem Prüfstand. Mehr noch: Wir werden als wenig modern und wenig innovativ erlebt, wir kommen passiv rüber und unser Einfluss auf Politik und Wirtschaft wird als sehr gering eingeschätzt. Erschwerend kommt hinzu, dass die Vorstellungen bezüglich des optimalen Verbandes seitens der Mitglieder sehr weit auseinanderliegen.“

**M**it den Ergebnissen dieser, in Interviewform durchgeführten, Befragung von 50 Geschäftsführerinnen und Geschäftsführern von Mitgliedsunternehmen lagen dem vdmno valide, wenn auch nicht sonderlich erfreuliche Ergebnisse vor. Klar war nun, dass Mitgliedern, und wahrscheinlich auch potenziellen Mitgliedern, die Vorzüge des Verbands besser verdeutlicht werden müssen. Und dass es einer übergeordneten und möglichst ganzheitlichen Strategie bedarf.

Visualisierung der neuen Verbandswebsite, deren Umsetzung in vollem Gange ist (oben).



Der Wind hat sich gedreht.  
Mit Hilfe eines neuen  
Corporate Designs und  
einer neuen Verbandsstra-  
tegie nimmt der vdmno  
Fahrt auf.



### Blick nach vorn

Für den vdmno weiteten diese Erkenntnisse die Sicht auf neue Möglichkeiten und Herangehensweisen. Harald Bareither formuliert es so: „Den Kopf in den Sand zu stecken, war für mein Team und mich zu keinem Zeitpunkt eine Option. Vielmehr sahen wir die sich bietende Chance, unseren Verband neu auszurichten und neue Impulse zu setzen.“ Der vdmno formulierte seine künftigen Ziele.

Bareither: „Wir wollen als kompetent, aktiv, modern, zukunftsorientiert und einflussreich wahrgenommen werden. Die Neupositionierung des vdmno muss den Nutzen des vdmno für die Geschäftsführungen der Mitgliedsbetriebe und Nichtmitgliedsbetriebe herausarbeiten, um sich von anderen Anbietern und Wettbewerbern abzugrenzen. Unsere Mitgliedsbetriebe sollen derart nachhaltig vom Nutzen ihrer Mitgliedschaft überzeugt sein, dass sie andere Betriebe begeistern und sie davon überzeugen, ebenfalls Mitglied zu werden.“

Deutlich wird, dass man beim vdmno die Zeichen der Zeit erkannt hat. Statt in Passivität zu verharren, geht der Verband auf Mitglieder und potenzielle Mitglieder zu, um Leistungen und Angebote an deren Anforderungen auszurichten.

Bareither dazu: „Wir wollen weiterempfohlen werden. Wir wollen Begeisterung schaffen. Wir wollen, dass insbesondere die Entscheider in den Betrieben das Gefühl haben, dass wir sie an die Hand nehmen und gemeinsam mit ihnen vertrauensvoll ihre Probleme lösen.“

Gute Karten: Das neue Erscheinungsbild findet bereits Anwendung auf den beidseitig bedruckten Visitenkarten (rechts und oben rechts).



Die gegenseitige Unterstützung in einem partnerschaftlich agierenden Team wurde zum Leitbild (oben).

### Innere Werte nach außen gekehrt

Den beteiligten Personen war dabei klar, dass sämtliche Bemühungen nur mit einer begleitenden Kommunikationsstrategie Erfolg haben werden. Was auf Ebene der großen Player schon längst eine Selbstverständlichkeit ist, hat sich bei mittelständischen oder kleinen Unternehmen sowie Verbänden noch nicht überall herumgesprochen: die herausragende Bedeutung von Corporate Design, also dem nach außen hin sichtbaren und zu jedem Zeitpunkt gut wiedererkennbaren Erscheinungsbild.

Zum besseren Verständnis ein Vergleich: So, wie Menschen in der Regel allmorgendlich ihr Äußeres vor dem Spiegel überprüfen und anpassen, ist es auch für Unternehmen bedeutsam, sich von Zeit zu Zeit den Spiegel vorzuhalten, um das Äußere mit dem Inneren in Einklang zu bringen. Oder anders formuliert: Wie man sich darstellt, wird man gesehen.

### Schulterschluss als Analogie

Wie aber sollte der vdmno von externen Zielgruppen wahrgenommen werden?

Dazu Harald Bareither: „Wir versuchten, gemeinsam mit einer Designagentur, eine Analogie zu finden, die für alle Außenstehenden unsere Situation und unser Selbstverständnis leichter nachvollziehbar macht. Wir kamen auf den Gedanken, dass wir als Verband der gute Freund sind, von dem man schon länger nichts gehört hatte. Die Erinnerungen an diesen Freund waren mit der Zeit verblasst, man wusste nicht mehr viel voneinander. Die Freundschaft verliert an Wert und Bedeutung. Ein wirkliches Wir-Gefühl gibt es nicht mehr. Genau diese Aspekte galt es, zu bearbeiten und aufzu-



frischen.“

Ein neues Zusammengehörigkeitsgefühl muss also her. Als Analogie fand sich der Schulterchluss, das enge Zusammenstehen aller Beteiligten. Der Begriff „Verband“ wurde sozusagen auf seine ursprüngliche Bedeutung zurückgeführt: ein Band, eine Verbindung, ein Bündnis.

### Eine neue Wortmarke als sichtbarer Kern

Die Idee des Schulterchlusses findet ihre unmittelbare Umsetzung in der neuen Wortmarke des Verbandes. Eine eigens durch die international prämierte und in Hannover ansässige Designagentur Heine Warnecke entwickelte Buchstabenfolge bildet das wichtigste Wiedererkennungsmerkmal des Verbandes. So, wie es die Idee des Schulterchlusses erwarten lässt, umschlingen sich die einzelnen Zeichen und bilden eine Einheit, ohne dabei ihre individuellen Charakterzüge aufzugeben. Die Farbigkeit betont die Aktivität des vdmno, der Farbverlauf verdeutlicht den Gedanken des Austausches und der Synergien.

Um die zentralen Funktionen und Vorzüge zu unterstreichen, kann die Wortmarke durch eine Tagline ergänzt werden, mit deren Hilfe der Verband seine Funktionen als Anwalt, verlängerte Werkbank, Informant und Coach nach außen kehrt. „wissenswerte vereint“ sendet in unseren Augen auf optimale und verschiedenartig interpretierbare Weise die Kernaussage des vdmno, so Bareither. „Der Verband soll sich als der Partner in allen betrieblichen Fragen präsentieren. Denn wir haben das Branchen-Know-how und verstehen uns als Partner für unsere Mitglieder, deren wirtschaftlicher

Erfolg unser größtes Interesse ist.“

### Umfassende Maßnahmen geplant

Wortmarke und Tagline sind nur die ersten Bausteine des neuen Corporate Designs. Inzwischen ist der Verband damit beschäftigt, das neue Erscheinungsbild in all seine Anwendungsbereiche zu transferieren. Geschäftsführer Harald Bareither: „Ein gutes Corporate Design kann seine Wirkung im Hinblick auf Wiedererkennung und Markenbekanntheit, ähnlich wie unsere Unternehmensstrategie mit ihrem Wachstumsfokus, nur dann voll entfalten, wenn es einheitlich gelebt wird. Hier liegt jetzt die zentrale Herausforderung für uns alle.“



Regeln und Definitionen helfen bei der Konsequenzen Anwendung des neuen Corporate Designs (unten).

Verband Druck & Medien  
NordOst e.V.



Verband Druck & Medien  
NordOst e.V.



Anwendungsbeispiel  
KFZ-Beschriftung (unten).





Die terminic-Mitarbeiter der Frühschicht vor der Stanzmaschine in den Farben des Unternehmens.

# TERMINIC GMBH: Kalenderkompetenz vom Erfinder des 3-Monatskalenders



”

Von der Beratung über das Layout, den Druck und die Weiterverarbeitung bis zum Versand unserer Kalender passiert alles an unserem Unternehmensstandort in Bremen.“

**E**s begann als Lösung speziell für die Schifffahrt und wurde zu einer echten Erfolgsgeschichte: 1937 entwarf der Kalenderhersteller terminic – damals noch Buchdruckerei B.C. Heye & Co. – für die Unterweser Reederei AG Bremen den weltweit ersten 3-Monatskalender. 80 Jahre später gehört die terminic GmbH zu den führenden Kalenderherstellern Europas und produziert mehr als 30 verschiedene Werbekalender-Modelle in über 35 Sprachkombinationen im Standard. Jedes Jahr liefert terminic Kalender in Millionenauflage in nahezu alle Länder der Welt.

### Die Produktion

Produziert wird dabei ausschließlich in Deutschland. „Von der Beratung über das Layout, den Druck und die Weiterverarbeitung bis zum Versand unserer Kalender passiert alles an unserem Unternehmensstandort in Bremen. Hier sorgen unsere 70 Mitarbeiter täglich dafür, dass unsere Kunden erstklassige Kalender bekommen, die unverzichtbares Planungsinstrument und effektives Werbemittel zugleich sind“, so Geschäftsführer Wolfgang Rolla du Rosey.

### Das Portfolio

Das Portfolio beinhaltet heute Wandkalender mit 3-, 4-, 5-, 6- 7- und 8-Monatsübersicht, diverse Tisch- und Plakatkalender sowie die erste 3-Monatskalender-App für iOS und Android Smartphones. Vielfältige Angebote der Druckveredelung, vollständig an das Corporate Design der Kunden angepasste „tailor-made“-Kalender und eine einzigartige Sprachvielfalt der Kalendarien vervollständigen das Angebot des Kalenderherstellers.

### Die Leidenschaft

Die Leidenschaft für Papier, Druck und haptische Medien liegt offenbar in der Familie. Nachdem er die Geschäftsleitung 1993 von seinem Schwiegervater Rolf Ilg übernahm, wird Wolfgang Rolla du Rosey seit 2013 tatkräftig von seinem Sohn Huschke Rolla du Rosey unterstützt. Anfang 2017 übernahm dieser die Verkaufsleitung und setzt somit die langjährige Tradition als Familienunternehmen erfolgreich fort: „Schon als 6-jähriger war es für mich das Größte, bei der Auslieferung der Kalender mit dem LKW mitfah-

ren zu dürfen. Jetzt gemeinsam mit meinem Vater die Zukunft des Unternehmens aktiv zu gestalten, ist eine tolle Sache.“

Das Geheimnis ihres Erfolges? Scheinbar ganz einfach: „Wir machen das, was wir können und lieben“, so Wolfgang Rolla du Rosey. Im Gegensatz zu anderen Unternehmen der Branche hat sich terminic ausschließlich auf die Produktion hochwertiger Monatskalender spezialisiert.

### Die Qualität

„Dabei machen wir keine Kompromisse, was die Qualität unserer Produkte und die Betreuung unserer Kunden betrifft.“ Die Kalenderproduktion unterliegt daher höchsten, zertifizierten Qualitäts- und Nachhaltigkeitsstandards. So ist terminic beispielsweise nach ISO 12647 ProzessStandard Offsetdruck



Die terminic Werbekalender werden nach zertifizierten Qualitäts- und Nachhaltigkeitsstandards wie ProzessStandard Offsetdruck oder FSC® produziert.



Wir machen das, was



terminic-Geschäftsführer Wolfgang Rolla du Rosey (rechts) und Verkaufsleiter Huschke Rolla du Rosey

für den besonders anspruchsvollen Kartonagendruck zertifiziert und druckt standardmäßig aus der Euroskala im 100er Raster. Zusätzlich wird die Qualität, Prozesssicherheit und Einhaltung der Standards seit 2015 auch quartalsweise durch das Zusatzmodul PSOaktiv überprüft. Das Unternehmen verwendet ausschließlich FSC®-zertifizierte Papiere und Kartonagen aus nachhaltiger Forstwirtschaft sowie mineralölfreie Druckfarben und bietet seinen Kunden außerdem an, durch den Ankauf von Zertifikaten verifizierter Klimaschutzprojekte die Kalender komplett klimaneutral zu produzieren.

### Die Kunden

Ein Blick auf den Kundenstamm zeigt, dass dieses Konzept aufgeht: Ein Großteil der Kunden – vom Ein-Mann-Betrieb über den klassischen Mittelstand bis zum globalen Großkonzern – vertraut seit Jahrzehnten auf die Erfahrung, die Produktqualität und den umfangreichen Service von terminic. Darauf ist Wolfgang Rolla du Rosey besonders stolz: „Auch unser erster Kunde, die Unterweser Reederei AG, bestellt seine Kalender bis heute bei uns!“ ■

wir können und lieben...“

**Kontakt**  
 terminic GmbH  
 Europaallee 15  
 28309 Bremen  
 Telefon: 0421 - 871450  
 Email: info@terminic.eu  
 www.terminic.eu



**Über terminic**

Die terminic GmbH, Bremen, gehört mit heute 70 Mitarbeitern zu den führenden europäischen Kalenderherstellern. Das Unternehmen wurde 1927 unter dem Namen B. C. Heye & Co. gegründet und entwickelte 1937 den weltweit ersten Wandkalender mit 3-Monatsübersicht, welcher unter dem Namen „Schiffahrtskalender“ vorrangig an Reedereien und schiffahrtbezogene Unternehmen geliefert wurde. Seit dem Jahr 2000 firmiert das Unternehmen unter dem Namen seines Hauptproduktes terminic. terminic vertreibt seine Produkte in Deutschland und vielen europäischen Ländern sowie auf nahezu allen Kontinenten. Das Unternehmen gehört zu den wenigen Betrieben in Europa, die sich ausschließlich auf die industrielle Produktion hochwertiger Werbekalender spezialisiert haben. Das Produktportfolio umfasst heute mehr als 30 Kalendermodelle: Wandkalender mit 3-, 4-, 5-, 6-, 7- und 8-Monatsübersicht sowie diverse Tisch- und Plakatkalender. Pro Jahr liefert terminic weltweit in Millionenaufgabe Kalender mit Kalendarien in über 35 Fremdsprachen als Standard aus. terminic ist nach FSC® und als erster reiner Kalenderhersteller nach Prozessstandard Offsetdruck (ISO 12647) zertifiziert. Außerdem bietet terminic seinen Kunden an, ihre Kalender aus klimaneutraler Produktion zu beziehen. Der Produktname terminic ist eine international eingetragene Schutzmarke. ■



1937		DEZEMBER							1937	
So.	Mo.	Di.	Mi.	Do.	Fr.	Sa.	So.	Mo.	Di.	
				1	2	3				
4	5	6	7	8	9	10				
11	12	13	14	15	16	17				
18	19	20	21	22	23	24				
25	26	27	28	29	30	31				

1938		JANUAR							1938	
So.	Mo.	Di.	Mi.	Do.	Fr.	Sa.	So.	Mo.	Di.	
1	2	3	4	5	6	7				
8	9	10	11	12	13	14				
15	16	17	18	19	20	21				
22	23	24	25	26	27	28				
29	30	31								

1938		FEBRUAR							1938	
So.	Mo.	Di.	Mi.	Do.	Fr.	Sa.	So.	Mo.	Di.	
			1	2	3	4				
5	6	7	8	9	10	11				
12	13	14	15	16	17	18				
19	20	21	22	23	24	25				
26	27	28								

**terminic**  
 EIN GANZES JAHR VOLLER AUGENBLICKE.

DEZEMBER 2017							
Wochentag	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
48					1	2	3
49	4	5	6	7	8	9	10
50	11	12	13	14	15	16	17
51	18	19	20	21	22	23	24
52	25	26	27	28	29	30	31

JANUAR 2018							
Wochentag	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
1	1	2	3	4	5	6	7
2	8	9	10	11	12	13	14
3	15	16	17	18	19	20	21
4	22	23	24	25	26	27	28
5	29	30	31				

FEBRUAR 2018							
Wochentag	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
5				1	2	3	4
6	5	6	7	8	9	10	11
7	12	13	14	15	16	17	18
8	19	20	21	22	23	24	25
9	26	27	28				

MÄRZ 2018							
Wochentag	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
9				1	2	3	4
10	5	6	7	8	9	10	11
11	12	13	14	15	16	17	18
12	19	20	21	22	23	24	25
13	26	27	28	29	30	31	

www.terminic.eu

Der weltweit erste 3-Monatskalender von 1938 und der meistverkaufte 4-Monatskalender „Super 1 Quadro“ in der terminic-Edition 2018.

# PSO **bvdm.**

**DAS ORIGINAL**



Das Bessere ist der Feind des Guten – an diesem Slogan messen wir uns und lassen uns regelmäßig vom **Marktführer** zertifizieren: Wir setzen auf den **PSO** der Fogra und der Verbände.

**Stefan Greinert**  
**Ruksaldruck GmbH & Co. KG Repro plus Offset**



Der PSO der Fogra und der Verbände. Die verlässliche Zertifizierung vom Erfinder und Marktführer mit klarem Wettbewerbsvorteil durch Wirtschaftlichkeit, Qualität und Sicherheit.

# 10 auf einen Streich

Druckhaus Mainfranken erhält zehn PSO-Zertifikate für alle Standorte, darunter die weltweit erste PSO-Zertifizierung mit ungestrichenem Papier nach der neuen ISO-Norm

**D**ie Druckhaus Mainfranken GmbH im unterfränkischen Markttheidenfeld hat für alle Produktionsstandorte die PSO-Zertifizierung erhalten. Das Unternehmen ist neben der Flyeralarm Industrial Print GmbH der wichtigste Produzent der Würzburger Onlinedruckerei Flyeralarm. In deren Auftrag beliefert es von seinen fünf Standorten in Bayern und Sachsen den europäischen Markt.

Am Standort Klipphausen wurde dabei die weltweit erste PSO-Zertifizierung mit ungestrichenem Papier nach den Richtlinien von bvdm/Fogra nach den Vorgaben der aktualisierten Norm (ISO 12647-2:2013) durchgeführt. So wurde der Beweis erbracht, dass auch bei ungestrichenem Papier eine durchgängig hohe Druckqualität möglich und vor allem auch zertifizierbar ist. Diese erste Zertifizierung mit Naturpapier zeigt, dass hochwertiger Druck auf anspruchsvollen Papieren und Qualität Hand in Hand gehen können. Bei der Zertifizierung wurden drei unterschiedliche Druckbedingungen geprüft sowie vier verschiedene Farbsysteme eingesetzt. „Wir sind stolz darauf, dass sich alle Produktionsstandorte mit dem Qualitätssiegel PSO schmücken dürfen. Die

Zertifizierung ist für uns ein erneuter Ansporn, künftig weiterhin auf höchstem Niveau für alle Kunden zu produzieren“, betont Ulrich Stetter, Geschäftsführer der Druckhaus Mainfranken GmbH.

Das unterfränkische Unternehmen lässt seine Produktion durchgängig auf PSO-Konformität überprüfen. Dafür wird der PSOaktiv genutzt, der Druckereien die Möglichkeit bietet, auch zwischen den Stichtagsprüfungen Qualität, Prozesssicherheit und Einhaltung der Standards nachzuweisen. Damit entsteht ein dauerhaft protokollierter und nachweisbar sicherer Prozess. Das stärkt das Vertrauen zwischen Druckerei und Kunden, vermeidet Auseinandersetzungen und steigert die Qualität in der Produktion. ■



Mit der Druckhaus Mainfranken GmbH setzt erneut ein sehr erfolgreiches Unternehmen auf das PSO-Zertifikat des Marktführers. Die verantwortlichen Mitarbeiter des Unternehmens freuen sich über die Zertifizierung aller fünf Produktionsstandorte.



# Produktiv, kooperativ, engagiert

Das erfolgreiche Familienunternehmen Aumüller Druck in Regensburg ist einer der leistungsfähigsten industriellen Bogendrucker Deutschlands

## AUMÜLLER DRUCK REGENSBURG

**1888** Gründung als Zeitungsbetrieb

- » Familienbetrieb in vierter Generation
- » **150 Mitarbeiter, 125** in der Produktion
- » **30 Mio. Euro Umsatz**
- » 42 Druckwerke,  
**5 Druckmaschinen**
- » Täglicher Druckplattenbedarf:  
rund **1.500**

**B**eim Rundgang mit den Brüdern Christian und Stefan Aumüller durch ihr Unternehmen wird einem schnell klar: Hier wird im industriellen Maßstab gedruckt. Im Drucksaal wird gerade eine neue Achtfarben aufgebaut – bereits die 21. Maschine dieser Größenordnung, die die beiden Geschäftsführer seit 1995 installiert haben. Im Schnitt jedes Jahr eine Maschine. Bei Aumüller Druck arbeiten aktuell 42 Druckwerke in 5 Maschinen – hocheffiziente, industrielle Druckproduktion. Der frühe Einstieg in die Schön-/Wider-Technologie gepaart mit einer sehr effizienten Weiterverarbeitung war ein wichtiger Meilenstein ihrer Erfolgsgeschichte. Stefan Aumüller: „In der Druckindustrie kann man nur noch durch eine hochspezialisierte Produktion die vom Markt geforderten Preise darstellen. Daher haben wir schon vor 20 Jahren damit begonnen, die Firma auf

eine rationelle und schlanke Produktion auszurichten. Konkret: nur noch ein einziges Maschinen- und Plattenformat sowie das Vermeiden von unnötig komplizierten Arbeitsschritten in der Vorstufe oder in der Weiterverarbeitung.“

Eine Spezialisierung, die auch von vielen Kollegenbetrieben genutzt wird. Die Geschäftsführer sind sich sicher: Heutiges Wirtschaftsleben funktioniert nicht ohne Kooperationen. Und so drucken sie für viele Druckereien die Aufträge, die diese nicht wirtschaftlich produzieren können. „Rund 15 bis 20 Prozent unserer Aufträge kommen von anderen Druckereien. Je höher bei den Druckprodukten der Umfang ist, umso stärker wirkt sich unsere Produktivität aus. Die Auflagenhöhe spielt dabei keine Rolle. Wir geben aber auch selbst Aufträge an Kollegenbetriebe ab, z. B. Produkte im Digitaldruckbereich“, betont Christian Aumüller und bringt es auf den Punkt: „Wir sind kein Mediendienstleister – wir wollen einfach möglichst schnell möglichst viel Papier bedrucken. Und das hocheffizient.“ Ist das schon Print 4.0? „Print 4.0 ist ein Schlagwort. Bei uns geht es darum, die Prozesse zu optimieren beziehungsweise zu automatisieren. Deshalb ist der Gedanke des Lean Management bei uns ganz stark verankert. Wir versuchen alles durch die Lean-Brille zu sehen“, sagt Stefan Aumüller. Für das Unternehmen bedeute dies konkret die Vermeidung von Verschwendung sowie das Potenzial seiner Mitarbeiter zu nutzen.

Unter dem Leitspruch „Wer nichts verschwendet, kann großzügig sein“ gehen Stefan und Christian Aumüller seit jeher auch im Management innovative Wege. „Schon seit 35 Jahren können sich unsere Mitarbeiter am Unternehmen beteiligen. Rund 60 Prozent sind stille Gesellschafter und am Gewinn beteiligt“, freut sich Stefan Aumüller. Ebenso früh begann das Engagement für Umwelt, Familienfreundlichkeit und Arbeitssicherheit. Beispiele für das gesellschaftliche Engagement des Unternehmens sind der „Aumüller Schulpreis“, der „Aumüller Berufsschulpreis“,

”

Schon seit 35 Jahren können sich unsere Mitarbeiter am Unternehmen beteiligen. Rund 60 Prozent sind stille Gesellschafter und am Gewinn beteiligt.“

Christian Aumüller



Die Brüder Stefan und Christian Aumüller (v. l.) im Gespräch mit NUTZEN

”

Wer nichts verschwendet, kann großzügig sein.“

Stefan Aumüller

der „Aumüller Integrationspreis“. Diese und weitere Aktivitäten wurden bereits mit zahlreichen Preisen und Auszeichnungen gewürdigt. Das alles trage zur Attraktivität als Arbeitgeber bei und führe dazu, dass sich die Mitarbeiter stark mit dem Unternehmen identifizieren. Von einem Fachkräftemangel sei bei Aumüller noch nichts zu spüren. Das Unternehmen war schon immer Ausbildungsbetrieb. Um ganzheitlich auszubilden und um den Lehrlingen einen Blick über den spezialisierten Tellerrand zu ermöglichen, ist für alle der Besuch der Überbetrieblichen Ausbildung des Verbandes unverzichtbarer Bestandteil der Ausbildung. Zudem schulen sie alle Mitarbeiter – intern und extern. „Wir verzeichnen rund 200 Schulungstage im Jahr bei 150 Mitarbeitern. Auch dies ist eine letztlich sehr lohnende Investition – denn unsere Mitarbeiter sind gerne bei uns und versuchen mit Sportsgeist, die Produktivität zu optimieren“, so Christian Aumüller. ■

# Deutscher Druck- und Medientag 2017

Das wichtigste Jahresevent der organisierten Druck- und Medienwirtschaft stand wieder ganz im Zeichen von Politik sowie den Zukunftsthemen der Branche. Über 240 Teilnehmer verfolgten am 22. Juni im Kempinski Hotel Bristol Berlin spannende und interessante Vorträge.

**bvdm.**

Bundesverband  
Druck und Medien e.V.

**N**ach der Eröffnung des traditionellen Unternehmerforums durch den Präsidenten des bvdm, Wolfgang Poppen, referierte Steffen Kampeter, Hauptgeschäftsführer der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände. Wenige Monate vor der Wahl forderte er die Politik mit dem Leitsatz „Mehr Wirtschaft wagen!“ dazu auf, zukünftig die legitimen Interessen des Unternehmertums verstärkt in den Fokus zu nehmen.

Herzliche Grüße von Angela Merkel aus Brüssel übermittelte Peter Altmaier, Bundesminister für besondere Aufgaben und Chef des Bundeskanzleramtes. Er präsentierte einen eindrucksvollen Überblick über das Erreichte und die anstehenden Aufgaben der Politik – in Deutschland und in Europa. Man dürfe den Kampf um das gedruckte Wort nicht aufgeben, stellte Altmaier in einem leidenschaftlichen Appell für Print zu Beginn seiner Rede klar.

Dr. Markus Lorenz, Partner bei The Boston Consulting Group, schloss das Unternehmerforum mit dem wohl wichtigsten Zukunftsthema der Branche ab: Print 4.0. Lorenz, der digitale Druckmaschinen für industrielle Anwendungen baute, bevor er 2002 zu BCG kam, bot überraschende Einblicke in den voll digitalisierten, vernetzten und weitgehend automatisierten Drucksaal der Zukunft.

Den Abend der Deutschen Druckindustrie verbrachten die Teilnehmer im Spreespeicher im neuen Medienzentrum am Berliner Osthafen. Höhepunkt des Abends war ein Grußwort des Regierenden Bürgermeisters von Berlin, Michael Müller. Er hat viele Jahre als Drucker im familieneigenen Betrieb gearbeitet und kennt daher die Branche wie wohl kaum sonst ein Politiker. ■



FOTOS: CHRISTIAN A. WERNER





„Mehr Wirtschaft wagen!“, lautet der Appell an die Politik von Steffen Kampeter, Hauptgeschäftsführer der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände.



Peter Altmaier, Bundesminister für besondere Aufgaben und Chef des Bundeskanzleramtes, überbringt herzliche Grüße von Angela Merkel aus Brüssel. Man dürfe den Kampf um das gedruckte Wort nicht aufgeben, stellt Altmaier in einem leidenschaftlichen Appell für Print zu Beginn seiner Rede klar.



Zahlen, Daten, Fakten, Perspektiven. Auf seiner Jahrespressekonferenz informiert der Bundesverband die Journalisten über die Lage und die Entwicklung der Deutschen Druck- und Medienwirtschaft.



Wolfgang Poppen empfängt Peter Altmaier auf dem Deutschen Druck- und Medientag in Berlin.

◀ Wolfgang Poppen, Präsident des bvdM, eröffnet das Unternehmerforum des Deutschen Druck- und Medientages 2017.

Leidenschaftliche Verfechter gedruckter Werke: Peter Altmaier, Bundesminister für besondere Aufgaben und Chef des Bundeskanzleramtes, und Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdM.





Heimspiel auf dem DDMT 2017 für Michael Müller, Regierender Bürgermeister von Berlin und gelernter Drucker (v.l.n.r.: Dr. Paul Albert Deimel, Michael Müller, Wolfgang Poppen)



Dr. Markus Lorenz, Partner bei BCG, präsentiert Perspektiven von Print 4.0.



Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdM und Gastgeber des DDMT 2017 in Berlin, führt durch den Tag. In diesem Rahmen ehrt er die Bundesinnung für das Flexografen-Handwerk anlässlich ihres 50-jährigen Bestehens (v.l.n.r.: Dr. Paul Albert Deimel, Uwe W. Hermann, Obermeister der Innung, Martin Dürmeyer und Frank Büttner, stellvertretende Obermeister).



Klaus Nelius (Mitte) wird für seine ehrenamtliche Tätigkeit im sozialpolitischen Ausschuss des bvdM und in der Berufsgenossenschaft ETEM mit der Goldenen Ehrennadel des Bundesverbandes geehrt.

Ein tolles Ambiente für den Abend der Deutschen Druckindustrie: Im Spreespeicher, am Osthafen an der Berliner Oberbaumbrücke, feiern die Teilnehmer des DDMT 17 bis spät in die Nacht.

Für Verblüffung und beste Laune der Gäste im Spreespeicher sorgt René Chevalier mit seiner exklusiven Zauberkunst.



# Zukunftsfonds – Die Branchenlösung, die Sicherheit mit Renditechancen kombiniert.

Die betriebliche Altersversorgung.

Mit dem Zukunftsfonds investieren Sie wirtschaftlich und kalkulierbar in Ihr Unternehmen – und das in doppelter Hinsicht. Sie bieten Ihren Mitarbeitern eine sichere Perspektive für das Rentenalter – mit einfacher Handhabung und ohne Nachfinanzierungsrisiken. Zusätzlich senken Sie Ihre Lohnnebenkosten und binden Ihre Mitarbeiter an das Unternehmen. So ist der Zukunftsfonds ein Gewinn für beide Seiten.

**Sie haben Fragen? Nehmen Sie jetzt Kontakt zu uns auf:**

**HDI Generalvertretung: Jahreis & Kollegen** | Telefon: 0911 96042954

**HDI Hauptvertretung: Claudia Schneider** | Telefon: 0162 9006039 | [claudia.schneider@hdi.de](mailto:claudia.schneider@hdi.de)



**zukunftsfonds.**  
Medien · Druck · Papier

[www.zukunftsfonds-medien-druck-papier.de](http://www.zukunftsfonds-medien-druck-papier.de)

**bvdm.**

**hpv**

**ver.di**

**HDI**

# Auf den Farbort kommt es an

## EIN TAG IM LEBEN EINES QSD-AUDITORS

Kunden haben hohe Qualitätsanforderungen an Druckprodukte. Das QualitätsSiegel Digitaldruck (QSD) belegt, dass ein Druck- und Medienbetrieb über nachweislich hohe Kompetenz hinsichtlich fehlerfreier Workflows, Farbmanagement, Datenhandling und einer qualifizierten Kundenberatung durch seine Mitarbeiter verfügt. Das QSD wurde von den Verbänden Druck und Medien und deren Beratungsgesellschaften printXmedia in enger Zusammenarbeit mit renommierten Digitaldruckereien entwickelt. Verliehen wird es nach der Zertifizierung des Betriebes durch Experten der Verbände. Es gilt – wie eine TÜV-Prüfung für PKWs – zwei Jahre, wobei alle sechs Monate ein Zwischenaudit stattfindet.

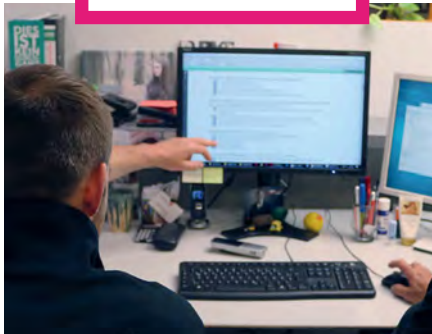
**1**

Heute ist QSD-Tag. Ronny Willfahrt, technischer Berater beim Verband Druck und Medien Nord-Ost, macht sich auf zu Hans Schiffmann, Leiter Medientechnik bei BWH in Hannover.



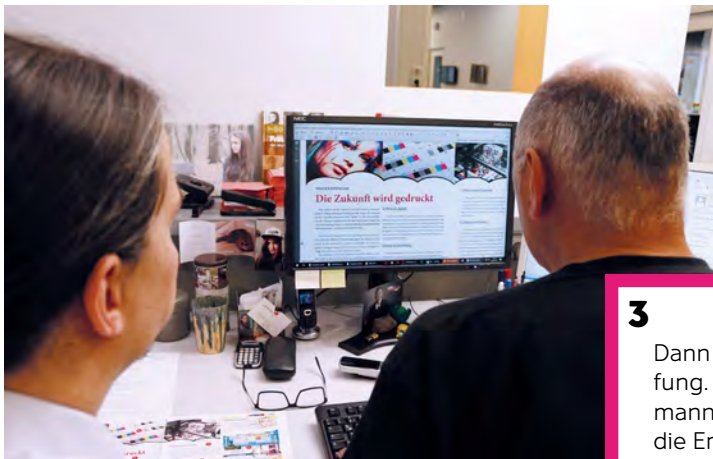
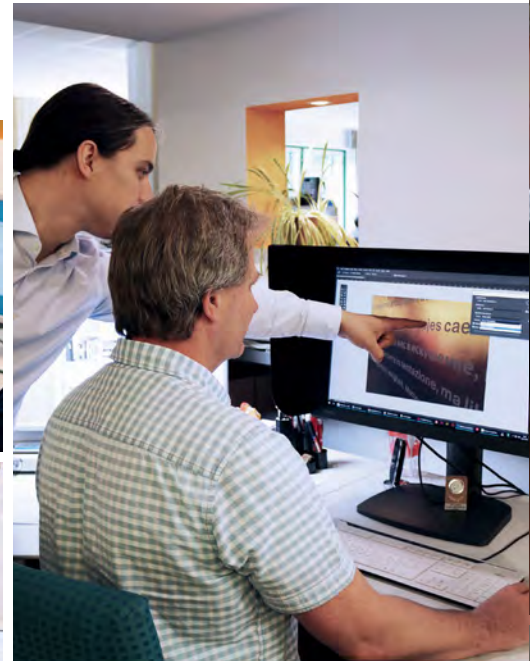
**2**

Es geht los. Zunächst ermitteln die Mitarbeiter im Multiple-Choice-Verfahren eigenständig ihre Beratungs- und Medienkompetenz.



**4**

Auch die Fotos der Farbmanagement-Aufgabe werden überprüft. Super bearbeitet!



**3**

Dann die PDF-Prüfung. Hans Schiffmann präsentiert die Ergebnisse. Alles o. k., die erste echte Hürde ist genommen.



**7+8**

Es wird ernst, nun gilt's! Die Produktion läuft.

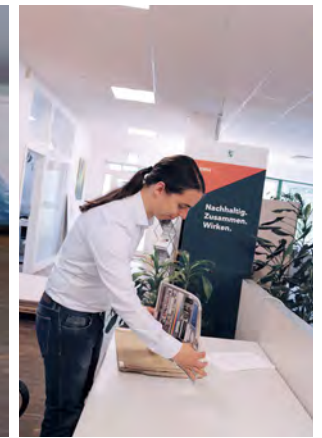
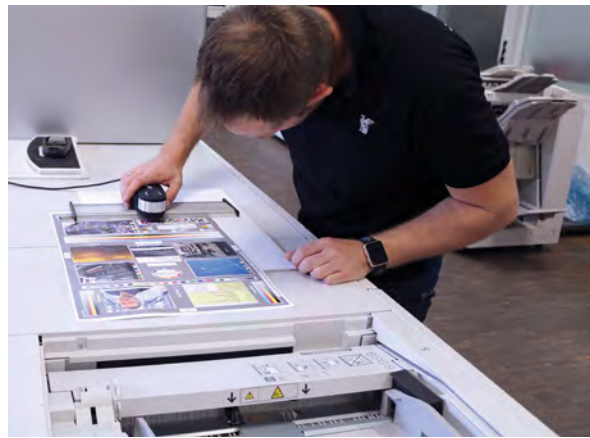


**5+6**

Bevor nach QSD-Kriterien gedruckt werden soll, diskutiert das Team noch die Ergebnisse des Multiple-Choice-Tests. Alle Fragen richtig beantwortet!

**9**

Bestens gedruckt? Stimmen die Farborte? Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser.



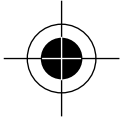
**10**

Ronny Willfahrt nimmt die Druckbogen zur Überprüfung mit in den Verband und schickt sie anschließend zum Zweitauditor zur Gegenprüfung.



**11**

Geschafft! Die QSD-Urkunde für die nächsten zwei Jahre ist da.



## ► Industrieller Druck im Blick

Der industrielle Druck ist ein weltweit wachsendes Segment der Druckindustrie – hochtechnologisch und effizient. Die InPrint 2017 auf der Messe München vom 14. bis 16. November 2017 bietet umfassende Einblicke in diese Drucktechnologie mit Fokus auf dem funktionalen und dekorativen Druck sowie dem Verpackungsdruck. Die Verbände Druck und Medien bieten ihren Mitgliedern freien Eintritt sowie einen exklusiven Messerundgang. Kontakt vor Ort ist der Stand des Verbandes Druck und Medien Bayern in der Halle A6.

### MEHR INFORMATIONEN

bei den Landesverbänden Druck und Medien





## Bewerber richtig einschätzen – Eignungstest für Auszubildende

Das Potenzial junger Menschen einzuschätzen, ist oft nicht ganz einfach – gerade wenn die persönliche Entwicklung noch nicht abgeschlossen ist. Der „Eignungstest für Druck- und Medienberufe“ unterstützt Druck- und Medienunternehmen bei der Bewerberauswahl. In Tests von 5 bis 20 Minuten können folgende Bereiche geprüft werden: Deutsch, logisches Denken, Mathematik, Allgemeinwissen, technisches Verständnis, räumliches Vorstellungsvermögen, Konzentrationsfähigkeit, Merkfähigkeit, Englisch, Arbeitsabläufe, Farben erkennen, Motorik und Gestaltung. Die einzelnen Bereiche sind in sich abgeschlossen und können separat eingesetzt werden. So empfiehlt sich beispielsweise der Bereich räumliches Vorstellungsvermögen besonders für angehende „Packmitteltechnologe/innen“ oder der Bereich Gestaltung für „Mediengestalter/innen“.

### MEHR INFORMATIONEN

bei den Landesverbänden Druck und Medien

## MEDIENGESTALTER: NEUE PRÜFUNGS- AUFGABEN FÜR FLEXODRUCK-REPRO

Ab der Sommerprüfung 2017 hat der ZFA für die Abschlussprüfung für Mediengestalter neue Prüfungsaufgaben für Betriebe entwickelt, die Reproduktionen für den Flexodruck herstellen.



### MEHR INFORMATIONEN

[zfamedien.de/w3-3](http://zfamedien.de/w3-3)



## Arbeitszeitrechtswidrige Vertragsregelungen

Die werktägliche Arbeitszeit der Arbeitnehmer wird in § 3 Arbeitszeitgesetz geregelt. Für das Arbeitszeitvolumen, das wirksam als geschuldet vereinbart werden kann, werden Höchstgrenzen vorgegeben.

Ein Verstoß gegen solche Höchstgrenzen hat eine Teilnichtigkeit der Arbeitszeitvereinbarung zur Folge – nicht eine Nichtigkeit der Arbeitszeitvereinbarung insgesamt. Die Arbeitszeitvereinbarung bleibt im Rahmen des gesetzlich Zulässigen wirksam. Darüber hinaus führt ein Verstoß gegen solche Höchstgrenzen nicht zum Ausschluss des Vergütungsanspruchs. Der Arbeitgeber darf dem Arbeitnehmer die Vergütung für die über die Höchstgrenzen hinaus geleistete Arbeitszeit nicht versagen.



## Aktualisierte AGB erschienen

Die Verbände Druck- und Medien haben die Online-AGB überarbeitet und an den aktuellen Stand der Rechtsprechung angepasst. Zusätzlich wurde das Muster der seit Februar 2017 geltenden Informationspflichten zur Verbraucherstreitbeilegung ergänzt. Diese müssen zwingend in

den AGB bereitgestellt werden. Auch kleinere sprachliche Änderungen wurden vorgenommen, um eine bessere Lesbarkeit und Verständlichkeit zu erreichen. Die aktualisierte Version der AGB steht seit August 2017 direkt bei den Verbänden zur Verfügung.

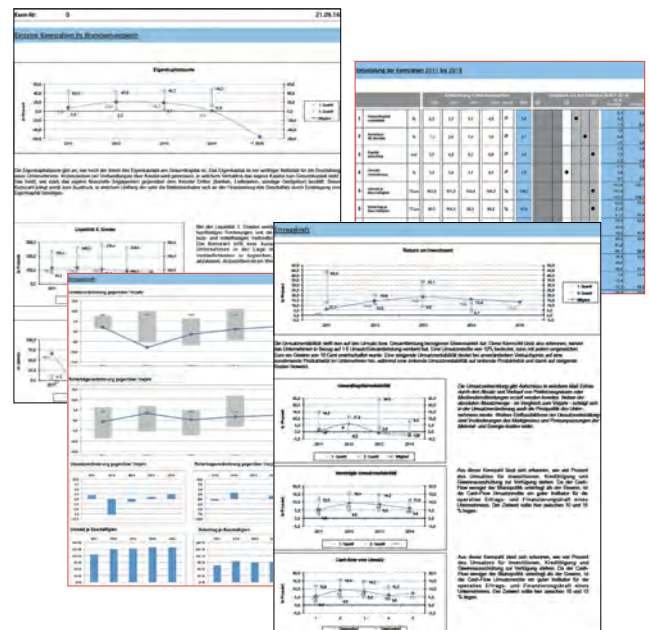
**FRAGEN?**  
NUTZEN@BVDM-ONLINE.DE

## Stärken und Schwächen im Unternehmen erkennen

Auch in 2017 bieten die Verbände Druck und Medien exklusiv für ihre Mitglieder den Bilanzkennzahlenvergleich Druck und Medien an. Innerhalb verschiedener Betriebsgruppen werden 15 Kennzahlen anonym ausgewertet und Vergleichswerte für Vorstufenunternehmen und Druckereien aus den Bereichen Digitaldruck, Etikettendruck, Rollenoffset und Siebdruck ermittelt. Bei Bogenoffsetdruckereien wird zudem nach Betriebsgröße unterschieden. Die Teilnehmer erhalten über Durchschnitts- und Vergleichswerte einen Orientierungsrahmen. Was kann erreicht werden und wo hat das eigene Unternehmen Stärken bzw. Schwächen? Eine fundierte Analyse der eigenen Entwicklungen und Abweichungen gibt wichtige Entscheidungshilfen für die Unternehmensausrichtung. Neu ist das individuelle Unternehmens-Cockpit: Eine mehrseitige Auswertung, die das eigene Unternehmen im Vergleich zur jeweiligen Betriebsgruppe darstellt.

### MEHR INFORMATIONEN

bei den Landesverbänden Druck und Medien







## TREFFPUNKT TECHNIK

**bvdm.**

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

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

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

**Mehr Informationen unter:**

[www.bvdm-online.de/TreffpunktTechnik](http://www.bvdm-online.de/TreffpunktTechnik)

**FORUM INNOVATION**

Veranstalter:

**PRINT X MEDIA**  
das beratungsnetzwerk  
der druck- und medienverbände

## FACHKONGRESS OFFSET DRUCK

27/09/2017 Frankfurt a.M.

LED-UV-/UV-Druck / Profile und  
Devicelinks / Update PSO / Prozess-  
optimierung und Automatisierung

Anmeldung, Informationen und Programm unter:

**WWW.PXM-SUED.DE**

## GEPRÜFTER DIGITALDRUCK PROFESSIONAL

Die Qualifizierung für Ihren Erfolg im Digitaldruck

Aufgrund hoher Nachfrage nächster  
Start am 23. November 2017!

Ihre Ansprechpartner:

Celina Sievers  
02306.20262-56

Melanie Erlewein  
0711.45044-50

Christoph Degel  
089.962287-15

[www.digitaldruck-professional.de](http://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.

## DAS MANAGEMENT- PROGRAMM

Die Weiterbildung für Unternehmer und Führungskräfte der Druck- und Medienbranche.



Nächster  
Start:  
23.11.2017

Mutig – Wachstum und Produktivität steigern – Mittelmaß nein danke

führung marketing finanzen kommunikation prozesse

Weitere Informationen und Anmeldung:

Teresa Kohnen, [kohnen@vdmnw.de](mailto:kohnen@vdmnw.de)  
0 23 06. 2 02 62. 26





## FRAGEN?

NUTZEN@BVDM-ONLINE.DE

### ► **bvdm streitet in Toronto für praxisgerechte Druckindustrie-Standards**



Das ISO Technical Committee 130 „Graphic Technology“ (ISO TC 130) erarbeitet weltweit gültige Normen, die Druck- und Mediendienstleistern sowie deren Zulieferern und Kunden wirtschaftliche und

nachhaltige Produktions- und Geschäftsprozesse ermöglichen sollen.

Der bvdm vertrat in der vergangenen Sitzung in Toronto erneut die Position der Anwender aus der Druckindustrie. So stimmt er sich grundsätzlich gegen Normungsvorhaben, die ausschließlich den Geschäftsinteressen einzelner Unternehmen oder Interessengruppen dienen. Erfreuliche Fortschritte wurden hinsichtlich folgender ISO-Normen erreicht: 15930-9 (PDF/X-6), 16613-1 (PDF/VCR – das PDF/X für den variablen Digitaldruck), 16684 (XMP-Plattform) und 17972-4 (Farbdaten-Containerformat CxF/X-4) sowie die Revisionen der ISO-Normen 2846-1 (Skalendruckfarben für Bogen- und Rollenoffset) und 13655 (Spektrale Farbmessungen).

Darüber hinaus erarbeitet der Bundesverband zusammen mit der Schweizerischen Normen-Vereinigung (SNV) einen Normvorschlag, der eine einfache messtechnische Eingangskontrolle von Papieren in Druckereien beschreibt. Die Norm soll Druckereien und Papierherstellern dabei helfen, kritische Chargenschwankungen zu erkennen und somit unnötige Makulatur und papierbedingte Reklamationen zu vermeiden.

### ► **Drucken, bis der Arzt kommt**

Um die Sicherheit von Arzneimitteln zu gewährleisten, müssen verschreibungspflichtige Medikamente ab dem 9. Februar 2019 mit einer produktindividuellen Seriennummer versehen werden. Diese Vorgabe hat Auswirkungen auf die gesamte Prozesskette der Produktion und so auch für Druckdienstleistungen. Weiterhin werden die Losgrößen immer kleiner. Es gilt also, Pharmaherstellern Lösungen im Sinne der neuen Regelungen zu bieten und gleichzeitig häufigem Umrüsten zu Lasten von Effizienz und Wirtschaftlichkeit wirksam etwas entgegenzusetzen.

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

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

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

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

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

**Erstinformationen:**

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

**ANZEIGENSCHLUSS**

für die Ausgabe 3/2017

**13. NOVEMBER 2017**

Wir nehmen Ihnen  
den Druck ab...

und binden ihn.

BUCHBINDEREI  TERBECK

WIR SIND FSC® ZERTIFIZIERT

www.buchbinderei-terbeck.de

# GEHACKT!

INFOVERANSTALTUNG: CYBERKRIMINALITÄT AUF DEM VORMARSCH – WIE SCHÜTZE ICH MEIN UNTERNEHMEN?

19/09/2017 DÜSSELDORF | 20/09/2017 HAMBURG

VDM

VERBAND  
DRUCK+MEDIEN  
NORDWEST

Mehr zum  
Thema Cyber-  
crime auch in  
Nutzen 3/2017

Anmeldung unter: [www.vdmnw.de/akademie/seminarkalender](http://www.vdmnw.de/akademie/seminarkalender)

KURZ  
MEL  
DUN  
GEN

## Neue **Richtlinie** zur technischen Abnahme von **Bogenoffsetdruck-** **maschinen**

Was müssen Druckmaschinen leisten – und wie stellt man sicher, dass neu installierte Systeme die festgelegten Spezifikationen tatsächlich einhalten? Der bvdM überarbeitet derzeit gemeinsam mit seinen Partnern die Richtlinie zur technischen Abnahme von Bogenoffsetdruckmaschinen. Ihr Geltungsbereich wird auf moderne Druckmaschinenkonzepte erweitert; Sämtliche Prüfkriterien werden an den aktuellen Marktanforderungen ausgerichtet. Damit bietet die Richtlinie weiterhin die unverzichtbare Grundlage, um teure Maschineninvestitionen durch eine qualifizierte Abnahmeprüfung abzusichern.

## IGEPA setzt auf **PSO-Zertifikat** des Marktführers

Die IGEPA group und die Verbände Druck und Medien mit ihren printXmedia-Beratungsgesellschaften haben eine enge Zusammenarbeit beschlossen. Ziel der Kooperation ist die Unterstützung von Druckunternehmen bei der Einführung und der Zertifizierung des PSO nach bvdM/Fogra. IGEPA-Kunden profitieren bei technischen Beratungsdienstleistungen vom Know-how aus über 1.000 PSO-Zertifizierungen des Beraternetzwerks der Druck- und Medienverbände. „Die Ansprüche der Kunden steigen, der Wettbewerb wird härter. Umso wichtiger ist es, sich von der Masse abzuheben und sich als professioneller Partner zu positionieren. Im Unternehmen nichts dem Zufall überlassen und Ansprüche auf höchstem Niveau umzusetzen“, so Dr. Jörg Sensburg, Geschäftsführer der IGEPA group.

## Erstmals objektive Kriterien für die **Systemprüfung** im **Digitaldruck**

Die neue Prüfrichtlinie für Digitaldrucksysteme ermöglicht erstmalig die Einordnung von unterschiedlichen Systemen. Zu jedem einzelnen Prüfparameter beschreibt sie die Bandbreite des Marktangebots und nennt zum Vergleich typische Werte des Offsetdrucks.

Den Vertragspartnern wird so die Vereinbarung individueller Grenzwerte erleichtert. Nach

der Inbetriebnahme eines Drucksystems lässt sich objektiv prüfen, ob es den festgelegten Anforderungen tatsächlich entspricht. Hierzu stellt die Richtlinie Vorgaben für Gestaltung, Druck und Auswertung von Testformen bereit. Die Prüfrichtlinie wird gemeinsam von bvdM und Fogra herausgegeben. Die Veröffentlichung ist noch für 2017 geplant.



## Ihr Entsorgungsfachbetrieb ...der Partner an Ihrer Seite

• Akten • Altpapier • Folie

### ➤ Entsorger und Vertragspartner von

• Druckereien · Verlagen · Papier- und Pappenverarbeitern

### ➤ Entsorgung und Verwertung von

• allen gängigen Sorten Altpapier · Folien · Holz

### ➤ Aktenvernichtung nach BDSG

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

Buschortstraße 52-54 · 32107 Bad Salzufen · Telefon (05221) 70347 · Telefax (05221) 759968  
[info@stuecke-gmbh.de](mailto:info@stuecke-gmbh.de) · [www.stuecke-gmbh.de](http://www.stuecke-gmbh.de)



ALTPAPIER  
KUNSTSTOFFE  
AKTENVERNICHTUNG

**STÜCKE**  
ROHSTOFF-RECYCLING GmbH

Tradition bindet:



- seit 1864 im Familienbesitz

- Klebebindung PUR
- Falzen bis Format 76 x 112 cm

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

# Print macht mehr draus

Wir möchten, dass auch in Zukunft viel gedruckt wird.

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

Was Print noch alles kann, lesen Sie hier: [www.bvdm-online.de](http://www.bvdm-online.de)

**bvdm.**



Entsorgung und Verwertung von:

• Altpapier • Druckerei-Abfällen • Folien • Restpartien

**Knol Papier Recycling**



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

[www.knolpapierrecycling.nl](http://www.knolpapierrecycling.nl)

[www.reisswolf.nl](http://www.reisswolf.nl)



# TERMINE

## 2017 ◀

14.-16.09.2017  
**Igepa Select 2017**, Essen

27.09.2017  
**Fachkongress Offsetdruck**, Frankfurt am Main

09.-11.10.2017  
**IFRA World Publishing Expo 2017**, Berlin

11.10.2017  
**vdm Nord-West Vertriebskongress**, Düsseldorf

11.-15.10.2017  
**Frankfurter Buchmesse**, Frankfurt am Main

18.-20.10.2017  
**viscom 2017**, Düsseldorf

19.-20.10.2017  
**Treffpunkt Technik 2017**, Berlin

24.-25.10.2017  
**The Inkjet Conference**, Düsseldorf

26.10.2017  
**Druck&Medien Awards 2017**, Berlin

06.-07.11.2017  
**VDZ Publishers Summit**, Berlin

09.11.2017  
**IT meets Print**, Frankfurt am Main

09.11.2017  
**5. Print Media Future Day 2017**, Stuttgart

14.-16.11.2017  
**InPrint 2017**, München

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

27.-28.11.2017  
**Direct Container Print**, Düsseldorf

29.11.2017  
**Future Summit Print 2017**, München

## ▶ 2018

27.-30.01.2018  
**Paperworld**, Frankfurt am Main

28.02.-01.03.2018  
**Colour Management Symposium**, München

15.-16.03.2018  
**Online Print Symposium**, München

07.-09.06.2018  
**Bayerischer Druck- und Medientag**, Passau

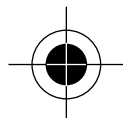
28.-29.06.2018  
**Deutscher Druck- und Medientag 2018**,  
Stuttgart

## ▶ 2019

25.-28.02.2019  
**Hunkeler Innovationdays 2019**, Luzern

## ▶ 2020

23.06.-03.07.2020  
**drupa 2020**, Düsseldorf



# 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](https://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](https://heidelberg.com)