

DAS MAGAZIN

# NUTZEN

DER DRUCK- UND MEDIENVERBÄNDE



## Print macht Leben sicher

Deutschlandweite Beratung  
am Start

Lektion für Greenwasher OBI

Neue Azubi-Website



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

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

QUALITÄT,  
DIE IHRE  
BOTSCHAFT  
TRÄGT. ■



Kostenloser  
Standardversand



Kompetenter  
Service



**ONLINEPRINTERS**



Über 1 Mio.  
zufriedene Kunden



35 Jahre  
Erfahrung im Druck

IHRE DRUCKEREI

# EDITORIAL

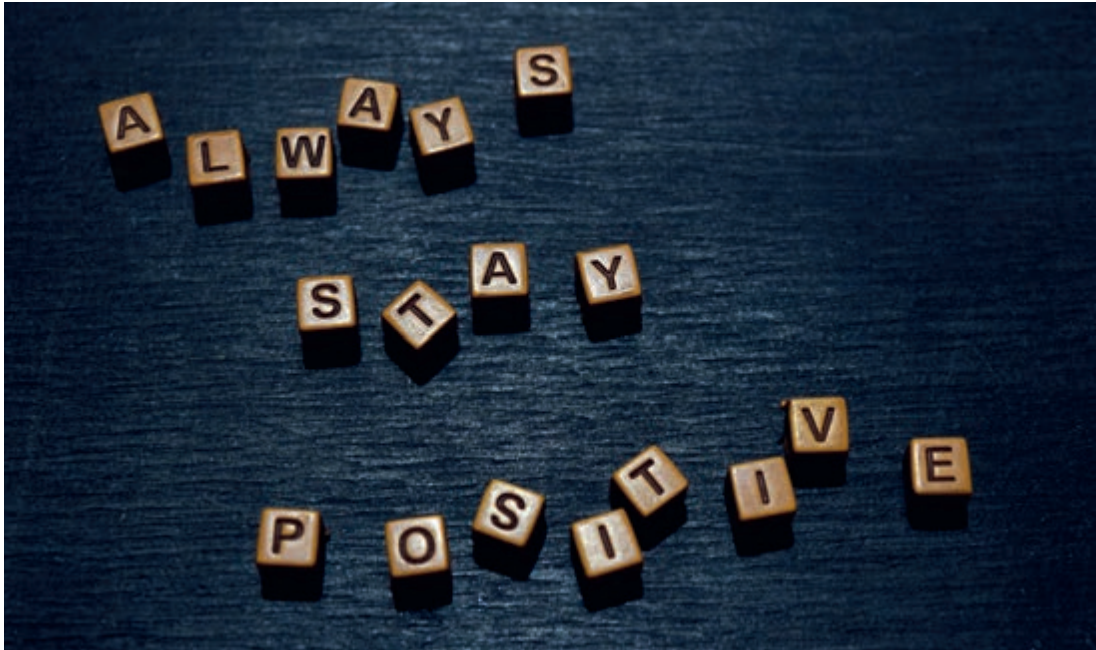


Foto: bangoland – shutterstock

*Liebe Leserin, Lieber Leser,*

ganz offen gesagt: Ich hatte mir den Sommer anders vorgestellt. Mit Erholung des Werbemarktes, Entspannung auf den Papiermärkten, Öffnen der Lieferengpässe und vor allem Frieden in Europa. Aber nichts da. Der Angriffskrieg Russlands auf die Ukraine hat alles verändert: Inflation und explodierende Energiekosten sowie eine Fortsetzung der Preisanstiege für Papier und andere wichtige Inputgüter; zusätzlich zu Corona kamen weitere Logistik- und Lieferprobleme, Naturkatastrophen sowie die Klimakrise oben drauf. Die gegenwärtigen Herausforderungen sind für uns alle und damit auch für Druck- und Medienunternehmen gewaltig. Bereits in den vergangenen zwei Jahren hatten viele Betriebe hart zu kämpfen, mussten ihre Produktion umstellen und sich neu ausrichten. Die Verbände Druck und Medien geben ihren Mit-

gliedern dabei eine Stimme gegenüber der Wertschöpfungskette und der Politik. Das ist auch notwendig, wird doch der Mittelstand immer stärker mit Bürokratie überzogen und bei staatlichen Unterstützungen übergangen. Ehemals treue Kundengruppen sind sich nicht zu schade, sich zu Lasten unserer Industrie ein „Greenwashing“-Antlitz zu geben. Und Zulieferer muss man daran erinnern, dass wir alle in einem Boot sitzen. Doch es gibt auch Positives. Lesen Sie darüber in diesem Heft.

Ich wünsche Ihnen eine angenehme Lektüre.

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





# IN HA LT

Die **Druck- und Medienverbände** vertreten die Interessen der deutschen Druck- und Medienwirtschaft auf allen politischen und technischen Ebenen.

**Regional, national, international.**

Und sie unterstützen die Betriebe auf sämtlichen Feldern ihrer Geschäftstätigkeit. **Praxisnah, persönlich, kompetent.**



## TITELTHEMA: SICHERHEIT

### 08 — PRINT MACHT LEBEN SICHER

- » Bedienungsanleitung oder Idiotenschein?
- » Hersteller und Verkäufer in der Pflicht
- » Klein, aber oho – Etiketten
- » Höchste Sicherheitsstufe
- » Fälschungssicher und praktisch zugleich
- » Klassische Wahlen sind am sichersten
- » Der richtige Weg
- » Im Hochsicherheitstrakt

### 34 — DRUCK AUF BERLIN UND BRÜSSEL

- » Keine neue Bürokratie für unsere Branche
- » Lektion für Greenwasher OBI



## IMPRESSUM

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

VERANTWORTLICH: Bettina Knape

REDAKTIONSTEAM UND TEXTE: Kathrin Duschek, Melanie Erlewein, Cordula Hofacker, Bettina Knape, Silke Leicht-Sobbe, Gwendolyn Paul, Marian Rappl, Antje Steinmetz, Ronny Willfahrt

LAYOUT: Verena Rembeck, Verband Druck und Medien Bayern e.V.  
Birgit Dürr, Verband Druck + Medien Nord-West e.V.

DRUCK: Schleunungdruck GmbH  
Eltertstraße 27, 97828 Marktheidenfeld, Tel.: (09391) 6005 0, Fax: (09391) 6005 90

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

ANZEIGEN: Bundesverband Druck und Medien e.V.

**03 — EDITORIAL**

Herzlich willkommen zum neuen NUTZEN

**06 — PRINT KOMMT AN**

Wähler, Nutzer, Leser

**14 — WIRTSCHAFT**

Rezessionsorgen und Gaslage trüben die Stimmung

**16 — DER NUTZEN**

Nachhaltig – aber sicher

**18 — BERATUNG**

Deutschlandweite Beratung

**20 — DIE FIRMA**

Das Gleiche in Grün



Seite **16**

**23 — NÜTZLICH**

Wissenswertes für die Betriebsführung

**26 — DIE PROFIS**

Plastik kann mit Sicherheit mehr



Seite **28**



Seite **36**

**28 — UNTERWEGS MIT ...**

Branchentreff auf der FESPA

**30 — GESTALTUNGSWETTBEWERB**

Herzlichen Glückwunsch!

**33 — IM GESPRÄCH**

Arbeitssicherheit im Unternehmen

**36 — DEUTSCHER DRUCK- UND MEDIENTAG 2022**

**38 — AUSBILDUNG**

- » Erfolgreiche Personalgewinnung
- » Neue Website für Azubi-Gewinnung

**40 — RECHT**

Flexible Arbeitsmodelle einführen

**42 — TERMINE**

Regionale, nationale und internationale Branchenveranstaltungen

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

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

Wir freuen uns auf Ihre Rückmeldungen!





# Print KOMMT AN

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

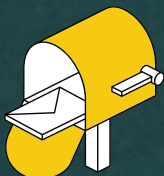
Die Deutschen lesen wieder mehr Bücher:



## 9,6 MILLIARDEN EURO

Umsatz hat der Buchhandel 2021 gemacht und damit wieder zugelegt.

## 35,3 %



betrug der Anstieg beim Druck von illustrierten Postkarten und liegt damit über dem Produktionswert vor der Coronapandemie.

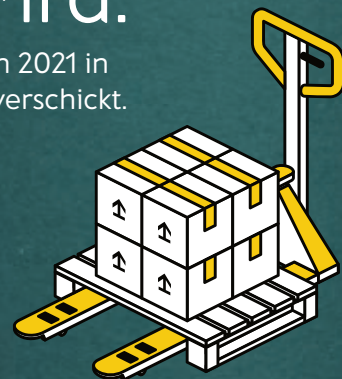


## 1,2 MILLIARDEN

Publikumszeitschriften wurden 2021 gekauft.

## 4,51 Mrd.

Pakete wurden 2021 in Deutschland verschickt. Der Großteil war bedruckt.



## 50stes Jubiläum

hat das Magazin „Mein schöner Garten“ und ist mit 1,74 Millionen Leserinnen und Lesern die unangefochtene Nr. 1 in diesem Segment.

# 90%

der deutschen Konsumentinnen und Konsumenten lesen gelegentlich gedruckte Prospekte.

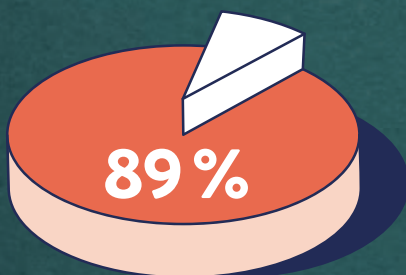
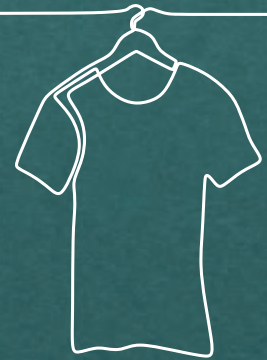


# 4,5 Mrd. Euro

betragen die Gesamtumsätze auf dem Zeitschriftenmarkt pro Jahr in Deutschland.

# 51,1%

betrug der Anstieg im Bereich Textildruck 2021.



der Konsumentinnen und Konsumenten im deutschsprachigen Raum nutzen gedruckte Kundenmagazine.

# 7021

verschiedene Zeitschriften gibt es in Deutschland.





# PRINT MACHT LEBEN SICHER







## Sicherheit ist nicht alles, aber ohne Sicherheit ist alles nichts.“

**S**tecken sie unter keinen Umständen eine lebende Person in die Maschine!“ Wer diesen Hinweis eines Waschmaschinenproduzenten liest, schüttelt vermutlich etwas ratlos den Kopf. Und auch die Mahnung „Herunterschlucken schädlich“ auf einer Packung Angelhaken scheint manchen befremdlich oder auch überflüssig. Aber: Wenn derartige Warnungen keine Berechtigung hätten, würden sie nicht gedruckt, und diese Berechtigungen speisen sich unter anderem aus skurrilen Klagen in den USA.

### **Bedienungsanleitung oder Idiotenschein?**

Zu ewigen Ruhm brachte es Stella Liebeck, die sich 1992 bei McDonald's einen Becher Kaffee über den Leib schüttete und von einem Gericht 2,7 Millionen Dollar Schadenersatz zugesprochen bekam, weil sie nicht auf die Tatsache hingewiesen worden sei, dass der Kaffee sehr heiß ist\*.

Es sind teils groteske Fälle, mit denen Anwälte in den USA vor Gericht ziehen, und nicht selten schlagen sie für ihre Mandanten unglaubliche Summen heraus. Dazu gehört auch Merv Grazinski aus Oklahoma City. Der Wohnwagenhersteller Winnebago MotorHomes musste ihm nicht nur ein neues Wohnmobil stellen, sondern auch 1.750.000 Dollar Schmerzensgeld bezahlen. Auf dem Heimweg von einem Football-Match hatte Grazinski den Tempomat seines Wagens auf 110 km/h eingestellt, dann seinen Sitz verlassen und sich im hinteren Teil des Wohnmobils einen Kaffee gemacht. Leider kam der Wagen von der Straße ab und überschlug sich. Seine horrende Forderung begründete Grazinski damit, dass in der Betriebsanleitung des Wohnmobils nicht darauf hingewiesen worden sei, dass man bei bzw. trotz eingeschaltetem Tempomat den Fahrerplatz nicht verlassen dürfe. Der Hersteller hat danach die Bedienungsanleitung geändert. »

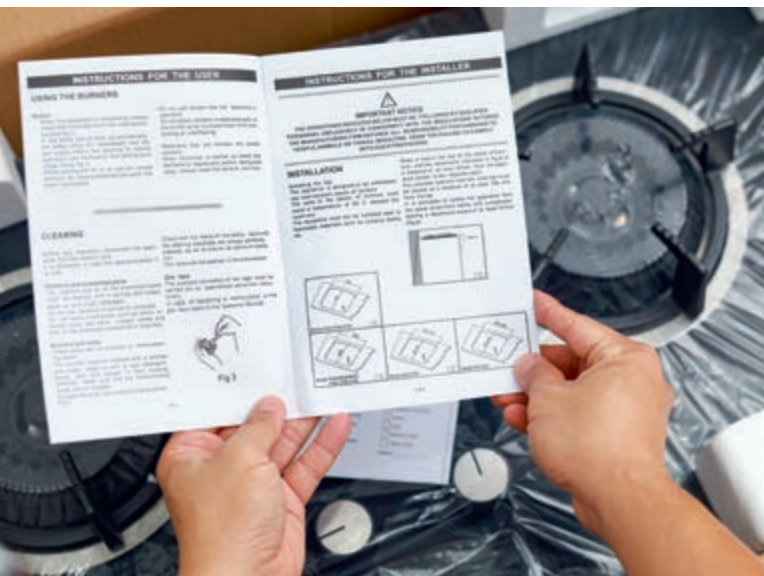
\*Bezahlt wurde die Summe nicht, in 2. Instanz einigte man sich auf einen 6-stelligen Betrag.



### Hersteller und Verkäufer in der Pflicht

Neben diesem Schutz der Hersteller sollen Gebrauchsanweisungen freilich in erster Linie die Nutzerinnen und Nutzer anleiten und vor Gefahren durch falsche Handhabung schützen. Ob das mit dem Satz aus einer Handyanleitung „nicht auf das Gerät oder den Akku beißen oder daran saugen, dadurch kann das Gerät beschädigt werden“ gelingt, ist fraglich, aber der Hersteller hat sich immerhin bemüht – und das muss er auch. Das Oberlandesgericht Frankfurt hat 2019 in einer Entscheidung klargestellt, dass für Produkte, bei deren Verwendung, Ergänzung oder Instandhaltung bestimmte Regeln zu beachten sind, eine deutschsprachige Bedienungsanleitung zur Verfügung gestellt werden muss. Andernfalls liegt ein abmahnbarer Wettbewerbsverstoß vor. Das Produktsicherheitsgesetz gilt für nahezu alle Produkte. Daher muss sich quasi auch jeder Verkäufer mit den entsprechenden Vorgaben für seine

Angebote beschäftigen. Selbst wenn die Produktsicherheit primär eine Herstellerverpflicht ist, haben Verkäufer, z.B. Online-Plattformen, Unterstützungsverpflichtungen. Davon profitieren nicht nur Nutzer oder Verbraucher, sondern das freut auch die Druck- und Medienunternehmen. Alleine ein Media-Markt hat durchschnittlich ca. 45.000 verschiedene Produkte vorrätig, über den Online-Firmenshop sind mehr als 350.000 Artikel verfügbar – und nahezu alle werden zwingend von einer gedruckten Bedienungsanleitung begleitet.



### Klein, aber oho

Ebenfalls unverzichtbar sind Etiketten, und hier sind mitnichten nur die Hinweise für die chemische Reinigung von Blusen und Anzügen gemeint. Nahezu alle unsere Produkte unterliegen der Kennzeichnungspflicht. Ob Elektrogeräte, Pharmaprodukte, Industriebauteile, Haushaltswaren, Lebensmittel, Autos, Fahrräder, Textilien, Möbel oder Werkzeuge – für jede Kategorie gibt die Gesetzgebung genaue Pflichtangaben vor, daher sind alle mit Etiketten versehen.

Diese müssen Umwelteinflüssen trotzen, je nach Produkt leicht oder möglichst nicht ablösbar sein und auf den unterschiedlichsten Materialien haften. So umfasst allein das Portfolio der Schreiner Group mit seinen Standorten in Deutschland, den USA und China mehr als 12.000 Varianten.





### Diesel oder Benzin?

Der falsche Sprit im Tank kann zu einem erheblichen Schaden führen. Deshalb einfach genau lesen, was groß **gedruckt** auf dem Rüssel steht.



### Höchste Sicherheitsstufe

Ein ganz besonderer Sicherheitsbedarf existiert naturgemäß im Pharma- und Gesundheitswesen. Wohl kaum ein Bereich hat im vergangenen Jahr so viel Aufmerksamkeit auf sich gezogen wie die Herstellung von Impfstoffen. Auch hier spielt eine sichere Kennzeichnung eine enorm wichtige Rolle. Entscheidend ist eine lückenlose Rückverfolgbarkeit pharmazeutischer Produkte von der Produktion über die logistischen Prozesse bis hin zum Patienten. Denn Fälschungen oder Fehler in der Logistik würden das Vertrauen der Bevölkerung unterminieren – im Zweifelsfall mit erheblichen negativen Konsequenzen für die Gesellschaft und die Wirtschaft in unserem Land.

### Fälschungssicher und praktisch zugleich

Was für Etiketten gilt, gilt für Verpackungen allemal: Auch sie müssen umfassende Informationen über das Produkt liefern. Besonders wichtig ist das im Gesundheitswesen, dementsprechend hoch sind die Anforderungen im Verpackungsdruck.

Seit 2019 müssen Medikamente in der Europäischen Union fälschungssicher verpackt und gehandelt werden. Das heißt, sämtliche Verpackungen rezeptpflich-

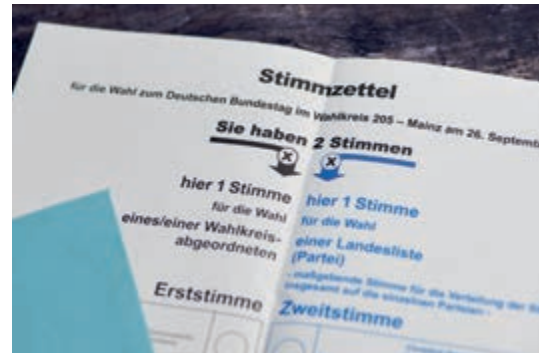
tiger Medikamente tragen eine individuelle Seriennummer. So kann der Apotheker diese bereits bei der Anlieferung und ein weiteres Mal bei der Abgabe an den Patienten einscannen. Dabei wird die Packung als „abgegeben“ aus der Datenbank gebucht. Die Verpackungen müssen alle relevanten Informationen zu Wirkstoffen und zur Dosierung klar darstellen. So klar, dass es auch in Krankenhäusern, wo zahllose Medikamente in großer Zahl verabreicht werden, zu keinen Verwechslungen kommt.

Für Menschen mit Sehbehinderung müssen die wichtigsten Informationen, wie Name und Wirkstärke, auch in Braille-Schrift aufgebracht werden. Zusätzliche Informationen, wie Darreichungsform und Verfallsdatum, können vom Hersteller freiwillig gesetzt werden. Zudem sind Pharma-Verpackungen so herzustellen, dass erkennbar ist, ob sie schon einmal geöffnet wurden. Tabletten und Kapseln werden zu ihrem Schutz in Blisterverpackungen geliefert, manche aber auch in Flaschen, Flüssigkeiten wiederum oft in Injektionsfläschchen (Vials). Der Aufdruck muss dauerhaft abriebfest sein und selbstverständlich müssen Material und Druck höchsten hygienischen Anforderungen genügen. »



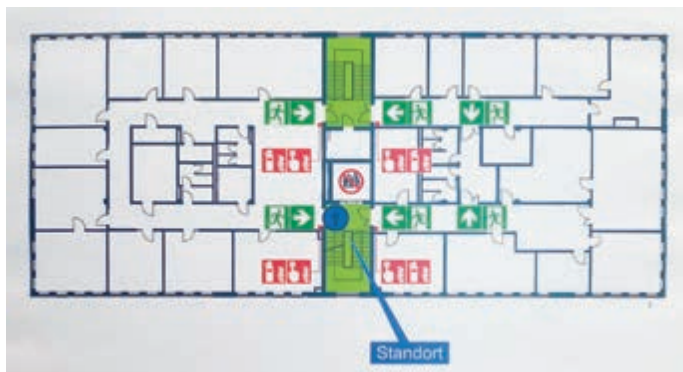
### Klassische Wahlen sind am sichersten

Allem Online-Hype zum Trotz: Die klassische Wahl mit Stift und Zettel sticht alle Versuche der Digitalisierung aus. Wahlmaschinen gelten als notorisch unsicher; Versuche des E-Votings wurden in vielen Ländern zwar unternommen, aber wieder abgebrochen. Auch heute lassen sich das Wahlgeheimnis, die Überprüfbarkeit der Wahl und das Prinzip „One Man – One Vote“ am sichersten mit Stift und – aufwendig bedrucktem – Zettel gewährleisten.



### Der richtige Weg

Übersichtlich ausgewiesene Fluchtwege, Standorte von Hilfsmitteln zum Löschen, Behandeln und Bergen sowie der offizielle Sammelpunkt bei Evakuierungen – genau diese Informationen und noch viele nützliche Details mehr zeigt ein Flucht- und Rettungsplan gem. DIN ISO 23601 in leicht verständlicher Weise. Visuell mit nur wenigen geschriebenen Worten soll so nicht-kundigen Besuchern von öffentlichen Gebäuden schnell und effektiv in Gefahrensituationen geholfen werden. Durch in den letzten Jahren international weiter vereinheitlichte Gestaltungsrichtlinien nach ISO-Normen sind Flucht- und Rettungspläne auch einem internationalen, fremdsprachlichen Publikum im Ernstfall eine große Hilfe.



Egal, ob es sich um einen kleinen Betrieb mit einem Angestellten, ein mittelständisches Unternehmen oder einen großen Konzern handelt: Feuerlöscher (Feuerlöscheinrichtungen) gehören zur Grundausstattung. Je nach Art und Umfang der im Betrieb vorhandenen brennbaren Stoffe, der Brandgefährdung sowie der Grundfläche der Arbeitsstätte muss sichergestellt sein, dass ausreichend Feuerlöscher bzw. Löschgeräte vorhanden sind. Und auch hier sind die Aufdrucke unverzichtbar und daher Vorschrift.

Feuerlöscher besitzen nach Europäischer Norm 3 bis 7 fünf Schriftfelder:

- » das Wort „Feuerlöscher“, die Füllmenge, die Art des Löschmittels und dessen Löschvermögen
- » die Bedienungsanleitung in Schriftform und als Piktogramm, ebenso die Brandklassen, für die der Feuerlöscher geeignet ist
- » einen Warnhinweis auf den einzuhaltenden Sicherheitsabstand beim Gebrauch an elektrischen Anlagen
- » die Beschreibung des Löschmittels, des Treibmittels, des Funktionsbereiches, die Nummer der Anerkennung und die Typenbezeichnung
- » Angaben zum Hersteller

Und wem das Standard-Design nicht gefällt oder wer sich kein bedrohlich rotes Gerät in die gut gestalteten Geschäftsräume hängen will, bestellt sich einen Design-Feuerlöscher. Verchromt oder mit dem Firmenlogo verziert wird aus einem vorgeschriebenen Brandschutzprodukt ein schönes Unikat.





## Im Hochsicherheitstrakt

In Deutschland werden Banknoten von der Bundesdruckerei in Berlin und dem Unternehmen Giesecke+Devrient in Leipzig produziert. Schon bei der Herstellung der Papierbögen werden erste Sicherheitsmerkmale zum Schutz vor Fälschungen eingearbeitet, beispielsweise das Wasserzeichen, der Sicherheitsfaden, das Hologramm oder auch maschinenlesbare Elemente, die notwendig sind, damit Automaten die Echtheit der Banknote feststellen können. Gedruckt wird im Offset-, Sieb- und Stichtiefdruck. Letzterer sorgt für fühlbare Reliefs, die sich leicht von der Oberfläche abheben und ertastet werden können. Wie gefährlich Geldfälschen für Drucker werden kann, zeigte Bastian Pastewka in der Dramaserie „Morgen hör ich auf“.

2020 waren knapp 159 Millionen Zahlungskarten (Debit- und Kreditkarten) im Umlauf, die von deutschen

Zahlungsdienstleistern ausgegeben wurden, Tendenz steigend. Die Bedruckung und Produktion der Karten unterliegen strengen Vorschriften und stellen höchste Ansprüche an Präzision und Sicherheit.

In Berlin-Kreuzberg druckt die Bundesdruckerei jedes Jahr Millionen von Personalausweisen und Reisepässen. Wie das genau funktioniert, welches Papier genau verwendet wird, wo es herkommt, wer die Maschinen produziert hat, auf denen gedruckt wird – alles streng geheim. Denn oberstes Ziel ist, dass die Dokumente fälschungssicher sind. Gewährleistet wird das für den Reisepass unter anderem durch Kunststoffpartikel, die im Papier eingearbeitet sind und die unter UV-Licht leuchten. Chiffren und Codes, die sich nur mithilfe spezieller Lesegeräte auslesen lassen, sorgen für zusätzliche Sicherheit. ■

Print sorgt für gute Karten

Print macht Wahlen sicher

Print ist besser als die Fälscher

Die Kampagne informiert über den Mehrwert von Print, wo es überall zu finden ist, wo Print bei der Orientierung hilft, etwas besser oder sicherer macht: Print macht mehr draus!

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



Produktpiraterie ist ein Problem für fast alle Markenproduzenten. Mit holografischen Elementen (Trust Seals), Micro- oder Nano-Texten, fluoreszierenden Druckfarben oder Effektlacken sind Verpackungen kaum zu kopieren.

bvdm.

# Rezessionssorgen und Gaslage trüben die Stimmung

**Lieferengpässe und Kostensteigerungen bremsten die Branchenentwicklung im zweiten Quartal 2022 weiter deutlich aus. Zudem befeuerte die Volatilität der Gasliefermengen und die damit verbundenen Preisanstiege bei Gas und anderen Energieträgern die Sorgen vor einer Rezession und einer drohenden Gasmangellage im Winter.**

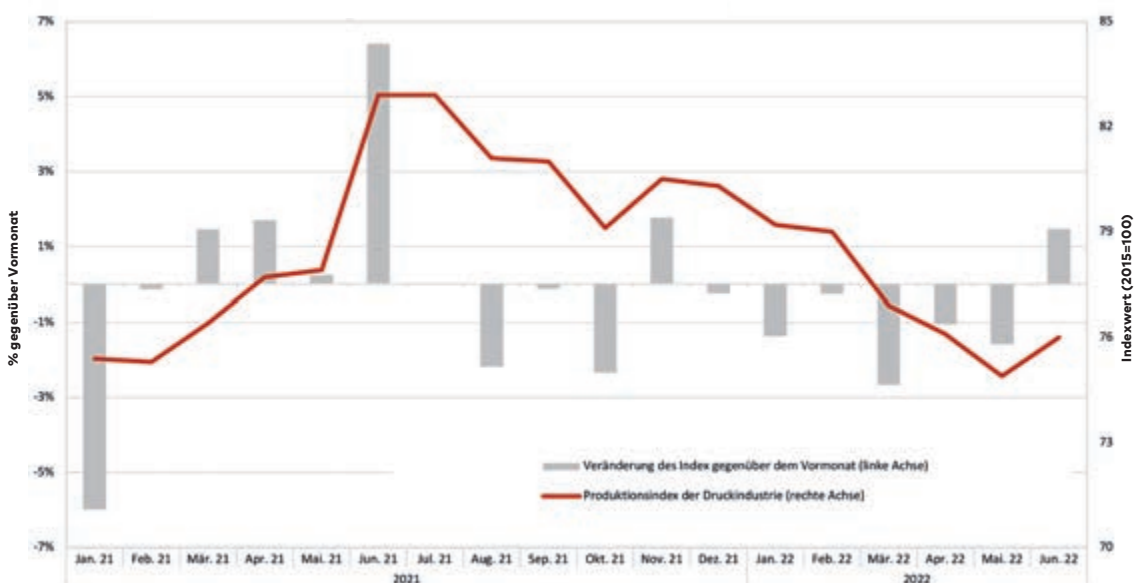
Der saison- und kalenderbereinigte Produktionsindex nahm nach Angaben des Statistischen Bundesamtes (destatis) von Januar 2022 bis Juni 2022 um 4 Prozent ab. Damit lagen die Werte des Index im ersten Halbjahr 2022 im Mittel um 0,6 % niedriger als im Vorjahr. Eine Rückkehr zu den Werten vor der Coronakrise ist aufgrund der aktuellen Lage nicht zu erwarten. Im Gegenteil, die vorherrschenden Belastungen und Produktionsbehinderungen sind weiter gravierend und deuten auf eine potenzielle Verschlechterung der Situation hin. Eine Umfrage des ifo Instituts im Juli 2022 ergab, dass 84 Prozent aller befragten Betriebe weiterhin von Produktionseinschränkungen betroffen sind. Der vom bvdm entwickelte Materialknappheitsindex notierte im

Juli 2022 bei 204 Punkten. Damit war der Index im Vergleich zum Vorquartal mit einer Abnahme von 18 Prozent zwar deutlich rückläufig, lag jedoch noch 12 Prozent über den Werten des Vorjahres und 93 Prozent über den Vorcoronawerten. Neben einem abnehmenden, aber hohen Materialmangel gewinnen insbesondere der Auftrags- und Fachkräftemangel an Bedeutung.

## Auftragslage verschlechtert sich

In der monatlichen ifo-Konjunkturumfrage bewerteten rund 42 Prozent der Druckunternehmen die Entwicklung der Nachfragesituation als negativ und rund 40 beurteilten ihren Auftragsbestand im Juli

## Produktionsentwicklung in der Druckindustrie, Januar 2021 bis Juni 2022



Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: August 2022; Berichtskreis: Betriebe ab 20 Beschäftigten; Berechnungen: bvdm



2022 als „zu gering“. Im Vergleich zum April 2022 ging der vom bvdM berechnete Index der Kapazitätsauslastung um 4 Prozent zurück und liegt damit rund ein Prozent unter dem Vorjahreswert sowie rund 5 Prozent unter dem Indexwert des gesamten verarbeitenden Gewerbes. Aktuell steht dem noch eine konstante Nachfrage durch eine relativ solide Gesamtkonjunktur gegenüber.

### Papiersituation weiterhin angespannt

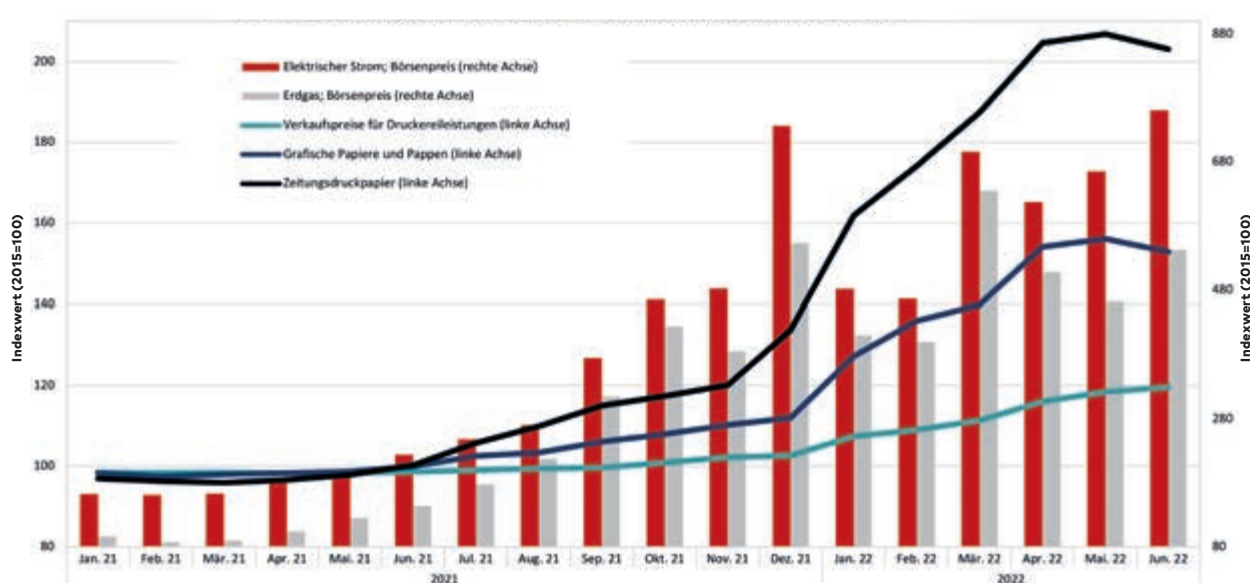
Die Preise für gemischtes Altpapier sowie Holz- und Zellstoff lagen im Juni 2022 6,4 Prozent bzw. 3,3 Prozent über den Werten des Vormonats und 28,5 Prozent bzw. 23,0 über den Werten des Vorjahres. Der Erzeugerpreisindex für grafische Papiere sank im Vormonatsvergleich im Juni 2022 zwar um 2,0 Prozent leicht ab, lag jedoch mit einem Plus von rund 50,0 Prozent im Vorjahresvergleich unverändert hoch. Bei den Preisen für Zeitungsdruckpapiere steht ein vormonatlicher Rückgang von rund 1,8 Prozent einem Vorjahreswachstum von 102,4 Prozent gegenüber. Angesichts dieser drastischen Preise und Kosten kann man nur appellieren, dass alle beteiligten Unternehmen weiter verantwortungsvoll mit dem Preisinstrument umgehen.

### Gasversorgung gibt Anlass zur Sorge

Die gestiegenen Gesamtbelastungen der Druck- und Medienindustrie durch hohe Energiepreise halten wei-

terhin an. Eine drohende Gasmangellage im Winter und die Abhängigkeit von Energieimporten haben die deutsche Wirtschaft fest im Griff. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes (destatis) stieg der Index der Börsenpreise für elektrischen Strom im Juli 2022 im Vormonatsvergleich um 14,3 Prozent und erreichte damit ein neues Allzeithoch. Aufgrund der dynamischen Veränderungen der letzten Monate reagiert der Gasbörsenpreis deutlich volatil. Im Vormonatsvergleich stieg der zugehörige Index im Juni 2022 um 17,5 Prozent an. Damit liegt er jedoch noch unter seinem Jahreshöchstwert vom März 2022. Durch die unilaterale Reduktion der Gasliefermenge seitens Russlands und die eingeführten Einspar- und Effizienzmaßnahmen für einen verminderten Gas- und Energieverbrauch stehen die Gas- und Energiepreise auch weiterhin unter einem deutlichen Aufwärtsdruck. Für die Unternehmen der Druckindustrie bedeutet dies weiterhin eine hohe Doppelbelastung durch hohe Energiepreise. Hinzu kommen Sorgen vor einer möglichen Rezession, die im Falle einer Unterversorgung mit Erdgas schwer abzuwenden sein wird. Die weitere Entwicklung der Branche hängt daher maßgeblich von den Verläufen auf den Energiemärkten und in der Gesamtkonjunktur ab. ■

## Preise für Vorleistungsgüter und Produkte der Druckindustrie, Januar 2021 bis Juni 2022



Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: August 2022; Berechnungen: bvdM



# Nachhaltig – aber sicher

**Giesecke+Devrient geht mit der „Green Banknote“ einen neuen Weg in Sachen Nachhaltigkeit bei Banknoten: ökologische, ressourcenschonende Materialien und Produktionsprozesse gepaart mit langer Haltbarkeit und modernsten Sicherheitsmerkmalen. NUTZEN hat dazu gesprochen mit Felix Ehrtmann, Product Manager Integration + Print bei Giesecke+Devrient.**

## **Green Banknote – was ist das?**

Die Green Banknote ist ein integraler Bestandteil unserer „Green Banknote Initiative“. Diese haben wir aufgesetzt, um Nachhaltigkeit bei Banknoten und im Bargeldkreislauf zu forcieren. Wir heben damit das Produkt „Banknote“ auf ein höheres Niveau, indem wir mit einem neuartigen Mix aus regionalen Fasern und zertifizierter Bio-Baumwolle sowie recycelten Materialien arbeiten oder umweltfreundliche Druckfarben verwenden. Gleichzeitig beweisen wir aber auch, dass wir Verbesserungspotenziale nicht nur sehen und analysieren, sondern auch mit unseren bestehenden Prozessen umsetzen können – ohne unser bewährtes Sicherheitskonzept für die Banknote von Grund auf neu erfinden zu müssen.

## **Die Green Banknote macht Nachhaltigkeit im wahrsten Sinne des Wortes „greifbar“?**

Ja, wir machen sie greifbar, konkret und anwendbar. Aber vor allem: machbar! Was gibt es da draußen nicht alles an schönen Ideen, leeren Phrasen, Greenwashing und Greenbashing? Für uns hingegen war es immer Grundvoraussetzung, dass wir unsere Green Banknote über unsere Standardprozesse und -aggregate laufen



Felix Ehrtmann, Giesecke+Devrient

lassen können. Und dass die Forderung nach mehr Nachhaltigkeit – die wie überall in der Wirtschaft an uns herangetragen wird – erfüllt wird.

## **Was schafft die Green Banknote konkret?**

Bei der grünen Banknote bestehen Trägerfolie für den Sicherheitsfaden und Folienpatch aus 70 % recyceltem Polyester, das aus wiederverwerteten Materialien wie PET-Flaschen stammt. Das ist ein Novum. Außerdem haben wir die Folienstärke für die Schutzschicht des besonders langlebigen Hybrid-Substrats von 6 µm auf





## Die Green Banknote ist ein hochkomplexes, anspruchsvolles Produkt.“

4µm reduziert, etwa ein Zehntel eines menschlichen Haares. Dies führt zu 86 % weniger Kunststoff im Vergleich zu Banknoten aus Polymer. Darüber hinaus werden erstmals mineralölfreie Druckfarben in der Banknotenproduktion verwendet, wodurch der Einsatz fossiler Rohstoffe reduziert wird.

Wir verwenden weiterhin einen Kern aus natürlichen, erneuerbaren Fasern, der – und das ist für die Banknotenproduktion völlig neu – zu 50 % aus Baumwolle aus zertifiziertem biologischen Anbau und zu 50 % aus in Europa angebauten FSC-zertifizierten Zellstofffasern besteht.

### Welche Effekte hat das?

Das Ergebnis ist eine erhebliche Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen im Vergleich zu herkömmlichen Baumwollfasern, durch den Einsatz von weniger Dünger und Pestiziden. In Kombination mit der dünnen Laminierfolie, die den Papierkern, aber auch die Sicherheitsfolien und -fäden schützt, erreicht die Green Banknote dabei die gleiche Lebensdauer wie Polymer-Banknoten und ist somit dreimal so lang wie bei herkömmlichen Baumwollbanknoten.

### Und die größte Herausforderung?

Das ist die Gesamtkomplexität. In Bezug auf Produktion und Materialien ist die Green Banknote ein hochkomplexes, anspruchsvolles Produkt – vom Papierkern über das Aufbringen des Patches bis zur Laminierung und den verschiedenen Arbeitsgängen im Druck. Trotz dieser Komplexität sind die Ergebnisse beeindruckend: Als führendes Produkt in Sachen Nachhaltigkeit erzeugt sie heute 29 % weniger CO<sub>2</sub> als Polymer-Banknoten. Gleichzeitig sind die Umlaufergebnisse ähnlich wie bei unseren Standard-Hybrid™-Banknoten. Der Substratkern wird hier mit einer dünnen Kunststoffschicht ummantelt. So erzielen wir die gleiche Lebensdauer wie bei Polymer-Banknoten, aber nur mit dem absolut notwendigen Anteil an Plastik. Dennoch bleibt eines immer auf höchstem Niveau: die Sicherheit. Wie alle faser-

basierten Substrate kann auch die Green Banknote mit sämtlichen modernen, in das Substrat eingebetteten Sicherheitsmerkmalen aufwarten.

### Wäre es nicht schon viel früher an der Zeit für ein solches Produkt gewesen?

Nachhaltiges Denken und Handeln kann nicht früh genug beginnen. Louisenthal und G+D setzen bereits seit langer Zeit auf eine nachhaltige Produktion durch z.B. selbsterzeugten, regenerativen Strom aus Wasserkraft oder Solarenergie. Bei diesem Projekt stand nun das Produkt selbst im Fokus und hier arbeiten wir natürlich nur mit bestimmten Qualitäten. Recyceltes Polyester ist nichts Neues, aber wenn es „trübe“ wird und nicht die nötige Transparenz behält, dann ist es für uns unbrauchbar. Diesen hohen Qualitätsansprüchen werden wir heute mit unserer Green Banknote gerecht.

### Mit dem Ergebnis eines ebenso alltags-tauglichen wie nachhaltigen Produkts?

Ja, eines, das auch unserem Anspruch eines „Upcyclings“ entspricht, also einer tatsächlichen stofflichen Aufwertung: Während andere aus Plastikmüll Einwegblumentöpfe herstellen, kreieren wir beispielsweise aus gebrauchten Plastikflaschen Sicherheitsfäden für Banknoten. So schaffen wir aus einem Rezyklat etwas viel Wertvolleres und leisten mit der Green Banknote einen entscheidenden Beitrag zu mehr Umweltschutz und Nachhaltigkeit – was nicht nur der Forderung nach „weniger Plastik“ entgegenkommt: Die Green Banknote unterstützt unsere Kunden und Partner mit all unserem Wissen und Können auf ihrem Weg zu einem grüneren Bargeldkreislauf. ■



Die Green Banknote macht Nachhaltigkeit greifbar.

# Deutschlandweite Beratung am Start

**Verbände Druck und Medien bündeln ihre Beratungskompetenz in einer gemeinsamen, bundesweit agierenden Gesellschaft – mit persönlichen Ansprechpartnern vor Ort.**

**V**iele Unternehmen der Druck- und Medienindustrie nutzen seit Jahren die Dienstleistungen der Beratungsunternehmen der Verbände Druck und Medien. Um das Angebot weiter zu professionalisieren, auszubauen und vor allem deutschlandweit anzubieten, haben sich die Beratungsgesellschaften der Verbände Nord-West und Nord-Ost mit der printXmedia Süd GmbH zusammengeschlossen. Unter dem neuen Namen „printXmedia GmbH“ bündeln damit alle Druck- und Medienverbände Deutschlands ihre technischen und kaufmännischen Beratungsangebote. Der eingeschlagene Weg einer stärkeren verbandsübergreifenden Zusammenarbeit aller Landesverbände wird damit auch im Beratungsgeschäft konsequent fortgesetzt. Die Leitung der neuen Beratungsgesellschaft liegt beim Geschäftsführer Jens Meyer.

## **Ganz nah an den Unternehmen**

„Das ist für uns ein ganz entscheidender Schritt in die Zukunft. Gemeinsam mit allen Verbänden Druck und Medien bieten wir nun im gesamten deutschsprachigen Raum neutrale und unabhängige Beratung in den Bereichen Umwelt, Technik und Betriebswirtschaft“, betont Jens Meyer, Geschäftsführer der neuen Gesellschaft. „Dabei stellen wir mit sieben Standorten sicher, dass wir mit unseren Leistungen im ganzen Bundesgebiet immer ganz nah an den Unternehmen sind“, so Meyer weiter. Die durch den Zusammenschluss gehobenen Effizienzen wird die Beratungsgesellschaft für den weiteren Ausbau der Angebote in den Bereichen Technik, Umwelt und Klima sowie Betriebswirtschaft nutzen. „Wir freuen uns auf die personelle Verstärkung der Kolleginnen und Kollegen der Verbände Nord-West und Nord-Ost, die wir nutzen werden, Spezialisten-Know-how in wichtigen Beratungsleistungen gezielt aufzubauen“, betont Meyer.



Ein entscheidender  
Schritt in die Zukunft.“

Jens Meyer, printXmedia GmbH

## **Umfassendes Angebot**

Im engen Schulterschluss mit den Verbänden Druck und Medien wird die printXmedia GmbH ihre bewährten Leistungen in den Bereichen ProzessStandard Offsetdruck (PSO), neutrale Maschinenabnahme, Arbeitssicherheit, Kostenrechnung, MIS-Systemberatung, Prozessoptimierung, Klimarechner und Umweltgütesiegelberatung bundesweit einheitlich anbieten. „Mit dem Zusammenschluss aller Beratungsgesellschaften zu einem einheitlich operierenden Anbieter sind wir deutlich effizienter aufgestellt sowie sichtbarer und schneller im Markt – zum Nutzen unserer Kunden“, betont Geschäftsführer Meyer. „Durch die Mitwirkung an der Erarbeitung von Branchenstandards und deren Umsetzung in die Praxis sind wir obendrein stets einen Schritt voraus und können Unternehmen frühzeitig informieren und beraten.“ Gerade auch bei den Themen Klima und Nachhaltigkeit stehen Unternehmen vor weitreichenden Anforderungen. Die neue Gesellschaft wird ihr Angebot auch in diesen Bereichen weiter bedarfsgerecht ausbauen, etwa bei der Zertifizierung mit dem Blauen Engel. Wie bei allen Leistungen profitieren Mitglieder der Verbände Druck und Medien von exklusiven Angeboten und attraktiven Konditionen. ▣

### **Deutschlandweite Beratung – unsere Standorte:**

Hamburg / Lünen / Düsseldorf / Berlin / Hannover / München / Stuttgart / Frankfurt





# Das Gleiche in Grün

„Mich beschäftigt die Frage, wie sich nachhaltig wirtschaften lässt, schon seit vielen Jahren“, sagt Michael Gugelfuß, Inhaber von Druck & Medien Zipperlen in Dornstadt bei Ulm. Und weil er ein Mann der Tat ist, hat er viele seiner Ideen für eine nachhaltig wirtschaftende Druckerei verwirklicht.



Der Vergleich mit den eigenen Mitarbeitern und das Wortspiel mit den fleißigen Bienen, nun ja, er drängt sich auf: Auf den Grünflächen von Druck & Medien Zipperlen, etwa so groß wie ein Handballfeld, fliegen drei Honig produzierende Völker umher. Michael Gugelfuß gefällt, wie die Fleißbienen ohne viel Aufhebens ihre Arbeit machen. Den Weg zu „Green Print“ hat schon der Gründer Zipperlen eingeschlagen. „Wir waren in der Region eine der ersten Druckereien, die FSC-zertifizierte Produkte angeboten hat und als Mitglied der Klimainitiative der Druck- und Medienverbände CO<sub>2</sub>-neutral produzieren konnten, erzählt Gugelfuß. Unter seiner Ägide hat sich die Firma noch konsequenter der grünen Idee verschrieben. Motto: Wir drucken alles, was andere auch drucken – nur in Grün. „Das Gleiche in Grün“ bedeute demnach: Kunden bekommen Druckqualität und Service wie in jeder erstklassigen Druckerei, jedoch so umweltfreundlich produziert wie möglich.

## Effiziente und umweltfreundliche Energienutzung

Eine Photovoltaikanlage produziert seit Jahren Strom für den Betrieb, die Beleuchtung wurde auf LED umgestellt, das erste E-Auto für den Betriebsfuhrpark angeschafft, Drucklufterzeugung und Luftbefeuchtung energieeffizient organisiert. Intelligentes Energiemanagement zeigt sich auch darin, dass beispielsweise die Abwärme der Druckmaschinen zum Beheizen der Produktion genutzt wird. Unterm Strich spart das rund 12 Tonnen CO<sub>2</sub> im Jahr ein. Selbst bei frostigen Temperaturen sei keine zusätzliche Energie zum Heizen erforderlich. Seit sechs Jahren wird zudem alkoholfrei produziert. „Das Drucken ist dadurch etwas aufwendiger und anspruchsvoller, aber letztlich besser fürs Produkt und vor allem für die Mitarbeiter“, sagt Michael Gugelfuß.

Ein weiteres Beispiel für die nachhaltig produzierende Druckerei ist die seit September 2021 komplett auf prozesslose Druckplatten umgestellte Vorstufe. Früher bei der Herstellung entstandene Chemikalien werden dadurch vermieden, „jährlich können wir somit rund 2000 Liter dieser Entwicklerflüssigkeit sparen. Dadurch benötigen wir außerdem erheblich weniger Mengen an Wasser, Gummierung und Energie“, erklärt Michael Gugelfuß. Prozesslose Druckplatten seien zwar etwas teurer als herkömmliche, doch sie „garantieren eine perfekte Qualität und tragen durch die genannten Einsparungen dazu bei, dass die Belastung für die Umwelt zu verringern“.



## Von der Führungskraft zum Unternehmer

In dem Unternehmen, das ihm seit Juli 2014 gehört, hat er selbst das Druckerhandwerk gelernt. Als sich die Familie Zipperlen zurückziehen wollte, hatte Gugelfuß als Betriebsleiter bereits gründlich Erfahrungen gesammelt, wusste Firma und Branche gut einzuschätzen. Das Angebot, den Betrieb zu übernehmen, fand er spannend – und wurde von der angestellten Führungskraft zum Unternehmer. Eine Rolle, die zu ihm passt.

Seine Macherqualitäten und die ersten Jahre als mittelständischer Unternehmer haben Michael Gugelfuß geholfen, in der Pandemie mit zwischenzeitlicher Auftragsflaute zu bestehen. „Bis Corona haben wir uns gut entwickelt und sind sogar gegen den Branchentrend gewachsen“, sagt der 42-Jährige. Dann kamen Krise, Kurzarbeit, Ungewissheit. Eine bis dahin nicht gekannte Herausforderung, gerade was Management und Mitarbeiterführung betrifft. Allerdings ist Michael Gugelfuß jemand, der ein Glas lieber halb voll als halb leer bezeichnet. „Ich habe immer nach vorne geblickt und überlegt, was wir verbessern und effizienter machen können.“



Die drei Bienenvölker von Michael Gugelfuß füllen viele Gläser mit feinstem Honig.



Erstklassige Qualität beim Druck – so nachhaltig wie möglich

## Breites Leistungsspektrum gewährleistet „alles aus einer Hand“

Druck & Medien Zipperlen ist in Dornstadt bei Ulm zu Hause und hat sich in den über 40 Jahren seines Bestehens einen guten Ruf in der Region erarbeitet. „Wir sind immer für unsere Kunden da, Service schreiben wir groß. Das wissen sie zu schätzen“, so Gugelfuß. Über die Jahre wurde die Leistungspalette stetig erweitert. Ob brillanter Farbdruck, Matt-, Glanz- und UV-Lackierung, Large-Formate, der eigene Lettershop: „Wir decken ein breites Spektrum ab, können alles aus einer Hand liefern“, sagt der Firmenchef. Rund 500 aktive Kunden aus verschiedenen Branchen und unterschiedlichster Größe bedient Zipperlen mit seinen 40 Mitarbeitern. Hinzu kommen 80 Austräger, die für das Verlagsgeschäft mit 16 Amts- und Mitteilungsblättern eine wichtige Rolle spielen.

## „Wir sind eine tolle Branche“

So erfreulich die zuletzt belebte Nachfrage auch gewesen sei, „die aktuell steigenden Kosten für Material und Energie fressen den Umsatzzuwachs auf“, so Gugelfuß. Auf die kommenden fünf bis zehn Jahre blickt der dennoch mit Zuversicht. „Wir wollen uns weiterentwickeln, etwa im Large-Format-Printing und in der Veredelung von Produkten.“ Seiner Branche würde er gerne mehr Selbstbewusstsein verordnen. „Papier und Farbe bieten so viele Möglichkeiten. Wir sind eine tolle Branche.“ ■



# Wie man mit Papier die Zukunft gestaltet

**Berberich Papier verbindet traditionelle Werte mit nachhaltigen Innovationen.**

Papier hat eine lange Geschichte. Und das hat seinen Grund. Denn Papier ist, trotz großer elektronischer Konkurrenz, ein unersetzbares Kommunikationsmittel – mit beeindruckender Haptik und fühlbarer Sinnlichkeit. Der individuelle und wertige Charakter, die vielfältigen Veredelungsmöglichkeiten und das unnachahmliche Zusammenspiel von Optik und Haptik verleihen dem Medium Papier einen einzigartigen Charme mit besonderem Wiedererkennungswert und nachhaltigem Eindruck.

Berberich Papier, das einzige deutsche Papiergroßhandelsunternehmen in Familienhand, bietet eine vielseitige Auswahl an Papieren. Druckereien, Interessierte, Liebhaber und Kreative finden hier das richtige Material für ihre Projekte: matt oder glänzend, naturfarben oder hochweiß, holzfrei oder holzhaltig.

## **Der Trend geht in eine Richtung: Nachhaltigkeit**

Da Papier ein Naturprodukt ist, liegt der nachhaltige Umgang mit dem Medium, und den Ressourcen insgesamt, auf der Hand. Stets ist man in dem Unternehmen


auf der Suche nach innovativen Lösungen aus alternativen Fasern: Papiere aus Gras oder Kartone aus der Energiepflanze Silphie sind nur einige Beispiele für den eigenen Anspruch, beim Thema Nachhaltigkeit in der Branche voranzugehen.

Die hauseigene Marke VIVUS umfasst alle nachhaltigen Papiere des breit gefächerten Angebots. Hier findet sich immer das richtige Papier für jedes Projekt, passend zu den gestiegenen Ansprüchen an Nachhaltigkeit und Umweltschutz. Die Papiere und Kartone des Hauses, die aus nachhaltigen Zellstoffen gewonnen werden, wurden mit wichtigen Umweltlabels, wie FSC, PEFC, Blauer Engel und EU Ecolabel ausgezeichnet. Selbstverständlich setzt Berberich Papier bereits bei der Wahl der Lieferanten auf Nachhaltigkeit und Umweltschutz. Und auch bei der Auslieferung der Produkte wird dank kundennaher Niederlassungen und kurzer Transportwege viel Energie eingespart.

So bleibt Berberich Papier auch nach 150 Jahren seiner Linie treu und kombiniert traditionelle Werte mit innovativen Ideen – um das vielseitige Medium Papier immer wieder in neuem, frischem Glanz erstrahlen zu lassen.



# Liebe Mitglieder,



nach zweijähriger Pause fand vom 30. Juni bis zum 1. Juli 2022 der Deutsche Druck- und Medientag mit über 200 Druck- und Medienunternehmern in Leipzig statt. Spannende Vorträge und eine coole Location über den Dächern von Leipzig — viel Raum zum Networking — machten das Zusammentreffen zu einem großen Erfolg. In diesem Rahmen fand auch unsere Mitgliederversammlung statt, an der leider nur ein sehr kleiner Kreis von Mitgliedsunternehmen vertreten war. Unser Vorstandsvorsitzender Andreas Jörß und ich sowie das gesamte vdmno-Team würden sich sehr freuen, wenn wir im kommenden Jahr wieder eine größere Zahl aus unserer Mitgliedschaft begrüßen dürften. Nur gemeinsam sind wir eine starke Stimme für unsere Industrie! Die vdmno-Jahresversammlung 2023 wird in Bremen vom 1. bis 3. Juni 2023 stattfinden. Wir werden dieses Branchentreffen gemeinsam mit unseren Schwesterverbänden Nord-West und Mitteldeutschland organisieren. Ich bin mir sicher, dass dies eine spannende Plattform für Sie und die Branche werden wird. Notieren Sie sich bitte diesen Termin als Highlight in Ihrem Terminkalender!

Aktuell erleben wir eine Kette von Krisen. Man kommt kaum zum Luftholen. Covid, Lieferkettenengpässe, Ukraine-Krieg, Turbulenzen auf den Papier- und Energiemärkten, Inflation. Unsicherheit wird zum Normalzustand. Die gestiegene Unberechenbarkeit sorgt für Nervosität — in der Breite der Bevölkerung, aber auch in den Unternehmen. In einer eng vernetzten Welt verbreiten sich Schockwellen in Windeseile über alle Grenzen hinweg. Dem stehen politische Strukturen gegenüber, die diesen neuen Herausforderungen nicht gewachsen sind. Insbesondere denken wir in Deutschland noch viel zu sehr analog. Ein digitales Mindset der Verwaltung — aber auch in vielen Unternehmen — hat sich noch nicht nachhaltig durchgesetzt. Durch die Krisen erkennen wir überall Schwachstellen: Umwelt, Klimawandel, Gesundheit und soziale Sicherung, Energieversorgung, Wohnungsbau, Einwanderung, Bildungssystem. Vor Corona lebten wir in Deutschland noch in dem Glauben, dass wir auf allen Feldern Weltmeister seien. Jetzt müssen wir erkennen, dass wir mittlerweile in vielen Bereichen unseren Nachbarn hinterherlaufen.

Aber: In jeder Krise steckt auch eine Chance! Krisen haben etwas Positives. Es bewegt sich etwas in Deutschland. Politik, Wirtschaft und Gesellschaft fangen an, neue Wege zu diskutieren: Die Beschleunigung von Genehmigungsverfahren, die Einführung einer Aktienrente, mehr regional statt global denken, ohne gleich die Entglobalisierung einzuläuten. Wir befinden uns in einer Umbruchphase, in deren Verlauf sich neue, bessere Formen unseres Zusammenlebens herausbilden.

Die Druck- und Medienindustrie befindet sich bereits seit dem digitalen Wandel in einem großen Veränderungsprozess. Die Branche muss sich strategisch neu ausrichten, um wieder eine wettbewerbsfähige Positionierung im Markt zu erreichen. Eine große Herausforderung für viele Druck- und Medienhäuser. Worin könnte der Schlüssel für eine erfolgreiche Transformation der Druck- und Medienindustrie liegen? Die Antwort könnte lauten: Die Kommunikationskanäle Print und Digital zusammendenken — nicht schwarzweiß. Nach meiner Meinung liegt in beiden Kommunikationskanälen großes Zukunftspotential! Meine Bitte an die Kunden der Druck- und Medienindustrie: Tragt Eure Marketingstrategien nicht auf dem Rücken von Print versus Digital aus. Es geht nicht darum, welcher Kommunikationskanal umweltfreundlicher bzw. nachhaltiger ist. Es geht darum, für welches Kommunikationsziel ist welcher Kanal der Beste. „Go Green — Go Paperless“ ist schlechtes Greenwashing!

Des Weiteren freue ich mich sehr, dass unser langjähriges Mitgliedsunternehmen Hubert & Co in Göttingen seine 100-jährige Erfolgsgeschichte als Teil der ESSER Gruppe aus Süddeutschland fortsetzen kann. Klasse Job @Ramona Weiß Weber (GF, Hubert & Co), @RA Daniel Goth (Insolvenzverwalter) und @Danny Stockmann (Gehrke Econ Unternehmensberatungsgesellschaft), wie Sie als Team den M&A-Prozess zu einem erfolgreichen Abschluss gebracht haben! Auf den folgenden Seiten dieser Ausgabe finden Sie hierzu weitere Informationen.

Hingegen hat es unser Mitgliedsunternehmen Märkische Etiketten aus Müncheberg leider nicht geschafft. Nach einem erfolgreich vollzogenen Sanierungsverfahren scheiterte der Neustart am Papiermangel im Frühjahr. Ein gefundener Investor sprang in letzter Minute ab. Unser Vorstandsmitglied Henning Schwenke sucht nun eine neue Herausforderung. Vielleicht haben Sie eine Idee oder gar selbst Bedarf an einer erfahrenen und engagierten Führungsperson (hen.schwenke@web.de)!

Einen farbenfrohen Herbst wünsche ich Ihnen!

Herzliche Grüße  
Ihr




**Kontakt:**  
Philipp von Trotha  
M +49 160 98 98 11 16  
trotha@vdmno.de



# Hubert & Co wird Teil der ESSER Gruppe

IN DER 116-JÄHRIGEN FIRMENGESCHICHTE DES TRADITIONSUNTERNEHMENS  
AUS GÖTTINGEN WIRD EIN NEUES KAPITEL AUFGESCHLAGEN



Seit über 100 Jahren produziert Hubert & Co hochwertige Bücher am Standort in Göttingen. Das Unternehmen hat sich als Komplettanbieter in der Buchherstellung aufgestellt – von der Druckvorstufe, über den Druck und die Buchbinderei bis hin zur Versandlogistik. Zu den Kunden gehören vornehmlich Verlage,

Universitäten und Akademien, Bibliotheken oder Agenturen sowie Unternehmen aus Industrie und Handel. Zuletzt geriet das Unternehmen jedoch in Schwierigkeiten und musste ein Insolvenzverfahren durchlaufen. Am Ende dieses Weges steht fest: Die Erfolgsgeschichte wird als Teil der ESSER Gruppe fortgesetzt.





„Schon lange ist Hubert & Co ein zuverlässiger und treuer Lieferant der ESSER Gruppe mit viel Know-how in der komplexen und sehr hochwertigen Buchfertigung. Ich freue mich sehr, nun innerhalb der ESSER Gruppe den hochwertigen Buchbereich abdecken zu können und so unser Portfolio zu erweitern“, freut sich der geschäftsführende Gesellschafter Markus Esser. Das Unternehmen wird offiziell Esser bookSolutions heißen. Um deutlich zu machen, dass der Geist wertorientierter Tradition auch künftig in den Göttinger Hallen wehen wird, bleibt der Name Hubert & Co weiterhin als bekannte Marke im Markt präsent.

In der Produktion und Verwaltung möchten Diana und Markus Esser personell auf Kontinuität und Beständigkeit setzen. Dies jedoch, ohne Investitionen zu vernachlässigen, die für eine erfolgreiche Zukunft in der Gruppe notwendig sind. So bleibt die langjährige Geschäftsführerin Ramona Weiß-Weber dem Unternehmen ebenso erhalten wie das bewährte Team.

„Wir haben uns das Ziel gesetzt, die langjährigen und erfolgreichen Beziehungen zu den Verlagskunden aufrecht zu erhalten und auszubauen, ohne dabei den Blick für neue Märkte zu verlieren, die sich mit den Möglichkeiten des Digitaldrucks ergeben“, so Diana Esser. Die Buchproduktion wird somit ein zentrales Element der in vierter Generation geführten ESSER Gruppe sein, die bislang mit rund 130 Mitarbeitern an zwei Standorten im baden-württembergischen Bretten sowie im bayerischen Ergolding eine der europaweit führenden Digitaldruckereien betreibt.

„Wir wollen weiter schnell, flexibel und innovativ produzieren. Aber auch mit Herz und Leidenschaft die mitunter sehr speziellen Anforderungen unserer Kunden erfüllen. Dies soll uns auch weiterhin von seelenlosen Buchfabriken unterscheiden und den Wachstumskurs der ESSER Gruppe unterstützen“ betont Ramona Weiß-Weber.

Doch wie haben sich die beiden Unternehmen gefunden? Weiß-Weber: „Schon früh im M&A-Prozess unterstützte uns der Verband Druck & Medien NordOst mit Rat und Tat und präsentierte unser Unternehmen gemeinsam mit dem Insolvenzverwalter Daniel Goth möglichen Investoren. Für den engagierten Einsatz sind wir sehr dankbar. Der Verband hat eine überaus hilfreiche Rolle beim Erreichen dieses für alle Seiten positiven Ergebnisses gespielt.“

#### BILD

*v.l.n.r. Markus Esser  
(Geschäftsführender Gesellschafter der  
ESSER Gruppe),  
Ramona Weiß-Weber  
(Geschäftsführerin Hubert & Co),  
Diana Esser (Prokuristin der  
ESSER Gruppe)*

# „Print ist entscheidend für die Zukunft Europas“

FÜR PRINT IN BRÜSSEL

**Intergraf ist die Stimme der Druckindustrie in Brüssel und vertritt die Interessen der Druckunternehmen bei der Europäischen Union. In ihrem Gastbeitrag wirft Generalsekretärin Beatrice Klose einen Blick auf die Herausforderungen der Branche auf Europäischer Ebene.**

Womit wird die Druck- und Medienindustrie in Zukunft konfrontiert sein? Für eine Branche, die sich über Jahrhunderte hinweg ständig gewandelt hat, ist die Beantwortung dieser Frage von entscheidender Bedeutung. Angesichts der anhaltenden Papierkrise und der anhaltenden Gefahr durch COVID-19 wird es immer dringlicher, die Unternehmen auf die künftigen Herausforderungen vorzubereiten. Intergraf, der europäische Verband der Druckindustrie, arbeitet für Druckereien – er repräsentiert die Unternehmen der Branche, um sich auf europäischer Ebene für Print einzusetzen. Niemand kann die Zukunft vorhersagen, aber unsere Arbeit kann Druckereien und Verbänden dabei helfen, sich zu wappnen und den Trends einen Schritt voraus zu sein.

## **Papierkrise: ein Dauerthema**

Die Erholung nach der COVID-Pandemie wird durch eine Verknappung von Papier und Karton erschwert, die durch die schrumpfenden Kapazitäten der Papierlieferanten verursacht wird und sich während der Pandemie beschleunigt hat. Einige Druckereien berichteten, dass zu Beginn des Jahres 40 % des benötigten Papiers nicht beschafft werden konnten. Die Papierknappheit bedroht den Druck von Publikationen (z. B. Bücher, Zeitungen, Zeitschriften und Werbung), und die Kartonknappheit bedroht den Verpackungsdruck. Besonders gefährdet sind zeitkritische Produkte sowie lebenswichtige Produkte wie Lebensmittel, Medikamente und Schulbücher. Hinzu kommen steigende Preise und beträchtliche Energiezuschläge, die von den Papierherstellern Ende 2021 ohne Vorwarnung eingeführt wurden. Für einige

Druckereien sind die Papierpreise im Vergleich zu vor einem Jahr um 100 % gestiegen – Kosten, die nicht vollständig auf die Kunden abgewälzt werden können.

Intergraf hat beharrlich auf diese Krise aufmerksam gemacht – sowohl direkt bei der Papierindustrie und den politischen Entscheidungsträgern der EU als auch in den internationalen Medien. Darüber hinaus arbeiten wir mit anderen Verbänden in unserer Lieferkette zusammen, um sicherzustellen, dass die Kunden von Druckereien über die Krise Bescheid wissen.

## **Umweltauflagen: zunehmend von der Lieferkette ausgehend**

Ein weiteres großes Thema für die Zukunft (und die Gegenwart) ist die Nachhaltigkeit. Druckereien müssen ihre Umweltfreundlichkeit unter Beweis stellen – sowohl für sich selbst als auch für ihre Kunden. Unternehmen, die Nachhaltigkeit fördern, sind attraktivere Arbeitgeber für jüngere





# Print unterstützt den grünen und digitalen Wandel in Europa und wird auch in Zukunft unverzichtbar bleiben.

BEATRICE KLOSE, GENERALSEKRETÄRIN



Arbeitnehmer, die in der Branche dringend benötigt werden. Auch die Kunden von Druckereien versuchen zunehmend, ihre eigene Umweltbilanz zu verbessern, und verlangen daher auch mehr von ihrer Lieferkette. Um Unternehmen bei der Bewältigung dieser Herausforderung zu unterstützen, hat Intergraf Empfehlungen zur Berechnung von CO<sub>2</sub>-Emissionen in der Druckindustrie entwickelt, einen Leitfaden für Unternehmen, die ihren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck berechnen wollen, sowie die Intergraf-Roadmap, die Druckereien bei der Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen und Energieverbrauch helfen soll. Unsere Empfehlungen führten zur Entwicklung von zwei Rechnern, darunter das bvdM-Tool „Klimainitiative“.

Die Trends entstehen nicht nur von unten nach oben, sondern auch von oben nach unten. Die Europäische Union räumt der Umwelt seit langem eine Priorität ein und hat zahlreiche politische Initiativen im Rahmen des Europäischen Green Deal veröffentlicht. Maßnahmen zur Abholzung von Wäldern, zum Ökodesign von Produkten, zu Chemikalien, Emissionen und Abfall werden sich auf unsere Branche und ihre Produkte auswirken. Die EU ändert auch die Anforderungen an Verpackungen, vom Design bis zum Ende der Lebensdauer, und an Materialien mit Lebensmittelkontakt. Da sich die EU heute mehr denn je auf das Thema Nachhaltigkeit konzentriert, ist es für unsere Branche von entscheidender Bedeutung, sich bei diesen Themen bemerkbar zu machen.

## Print ist unverzichtbar

Eine florierende Gesellschaft kann ohne Print nicht funktionieren. Druckerzeugnisse sind un-

verzichtbar für die Lieferketten von Lebensmitteln und Medikamenten sowie für die Förderung von Bildung, Demokratie und Kultur. Sie fördern die Lese- und Schreibfähigkeit, die Weitergabe von Informationen und die Integration in einer digitalen Welt, die nicht automatisch alle Menschen einschließt. Politische Entscheidungsträger, die, wie viele in der Gesellschaft, Druckerzeugnisse übersehen, müssen regelmäßig an ihre Bedeutung erinnert werden. Es ist besonders wichtig, den Wert des Lesens in gedruckter Form zu fördern, das nachweislich leistungsfähiger ist als das Lesen am Bildschirm. Das Lesen von gedrucktem Material ist besser für das Verständnis, die Konzentration, das Behalten und das vertiefte Lesen.

Darüber hinaus ist die gedruckte Werbung wichtig für die Gesellschaft, aber in ganz Europa bedroht. Die Zusammenarbeit zwischen nationalen Berufsverbänden und anderen europäischen Verbänden ist der Schlüssel zur Bekämpfung des Drucks auf Werbepost. Dies ist ein Bereich, in dem Intergraf eine wichtige Rolle spielt: Wir organisieren den Austausch von Informationen und Argumenten zwischen unseren Mitgliedern und verwalten eine Branchenkoalition auf europäischer Ebene.

Print unterstützt den grünen und digitalen Wandel in Europa und wird auch in Zukunft unverzichtbar bleiben, wenn dieser Wandel voranschreitet – eine Botschaft, die Intergraf in allen Aspekten unserer Arbeit weiterhin bekräftigen wird. ■



# Gutenberg Beuys Feindruckerei als ÖKOPROFIT-Betrieb ausgezeichnet

BRANCHENTALK

Die Gutenberg Beuys Feindruckerei GmbH wurde 1998 von Matthias Hake in Hannover gegründet. Seit dem Jahr 2000 werden im feinsten Offsetdruck (120 AM-Raster) hochqualitative Produkte gedruckt. Mit über 60 Mitarbeitern produziert der Betrieb seit 2011 in Langenhagen. Am 7. Juli 2022 wurde die Feindruckerei mit der Auszeichnung „ÖKOPROFIT-Betrieb 2022“ vom Oberbürgermeister der Stadt Hannover, Herrn Belit Onay, ausgezeichnet. ÖKOPROFIT wurde 1991 vom Umweltamt der Stadt Graz ins Leben gerufen und steht für eine erfolgreiche Kooperation zwischen lokalen Umweltbehörden und kleinen und mittleren Unternehmen und wird in Deutschland in mehr als 100 Kommunen angeboten. Neben der Erreichung ehrgeiziger Umweltziele und wirtschaftlicher Effizienz soll auch die Zusammenarbeit zwischen Behörden und Unternehmen verbessert werden. Am Ende der Projektperiode werden die Betriebe anhand eines 48 Punkte umfassenden Kriterienkataloges überprüft. Dass mit der Teilnahme am über ein Jahr laufendem ÖKOPROFIT-Programm sich ökologische und ökonomische Ziele gut miteinander verknüpfen lassen, beweisen die vielen tollen Ergebnisse, die die Teilnehmer erreicht haben. Holger Schürmann sprach mit dem Geschäftsführer Christian Lieb über die Teilnahme am ÖKOPROFIT-Programm.



## Herr Lieb, warum haben Sie am ÖKOPROFIT-Programm teilgenommen?

Es gibt verschiedene Zertifizierungsprogramme um zu zeigen, wie man ökologisch unterwegs ist. Die meisten Programme haben aber den Nachteil, dass sie viel Geld kosten. Wir sind schon länger ökologisch unterwegs, bislang fehlte uns hierfür aber der Beweis. ÖKOPROFIT ist ein regionaler Anbieter, bei dem das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt und sie haben uns gut dabei unterstützt, unsere Umweltzahlen zu ermitteln, so dass wir eine Standortbestimmung für uns vornehmen konnten. Erfreulicherweise konnten wir feststellen, dass es nicht

mehr viel gibt, was wir noch optimieren können.

Des Weiteren hat uns auch gefallen, dass ÖKOPROFIT ein weites Themenfeld mit uns bearbeitet hat. So ging es nicht nur darum, Wasser oder Strom einzusparen, sondern auch um andere Themen wie Arbeitsschutz, Abfall, Ressourceneffizienz, Emissionen, Kommunikation, Umweltrecht und vieles andere. Diese Themen wurden in acht Workshops und vier individuellen Beratungsterminen bearbeitet.

**Ein weiterer Aspekt von ÖKOPROFIT ist auch der branchenübergreifende**

## Austausch mit den anderen Teilnehmern. Wie haben Sie diesen erlebt?

In den Online-Workshops, die sonst als Präsenzveranstaltung stattgefunden hätten, war ein Hotel, ein Logistikunternehmen, die Arbeiterwohlfahrt, eine berufsbildende Schule, eine Versicherung, eine Sparkasse und ein Verband dabei. Dies hat den Vorteil, dass man einmal über den Tellerrand hinaus schauen konnte und so auch von Einsparungen erfährt, die für Druckereien nicht üblich sind, aber in anderen Branchen schon umgesetzt worden sind. So hat man ein umfassenderes Bild über mögliche Einsparpotenziale erhalten.



### Was haben Sie in dem Jahr der Teilnahme in Ihrem Betrieb erreicht?

In dem Jahr der Teilnahme bei ÖKOPROFIT war es gar nicht so viel, da wir in den Vorjahren bereits viel angestoßen haben, so zum Beispiel die Umstellung von Verbrennerfahrzeugen auf Elektro- und Hybrid-Fahrzeuge. Im letzten Jahr haben wir ein Elektroauto und fünf Hybridfahrzeuge gekauft. Von ÖKOPROFIT haben wir noch einzelne Hinweise zur Optimierung erhalten. Das Wichtigste war für uns unsere Standortbestimmung und die Rückmeldung, dass bereits viel erreicht wurde. Ein weiterer Impuls den wir durch ÖKOPROFIT erhalten haben ist, dass wir uns erneut mit dem Thema Photovoltaik beschäftigen werden. Eine Kosten-Nutzen-Rechnung vor fünf Jahren hatte ergeben, dass die Amortisationszeit bei 17 Jahren lag. Die Mitarbeiter von ÖKOPROFIT haben uns auf die neuen leistungsfähigen und gegenüber damals günstigeren Techniken hingewiesen. Auch unter Berücksichtigung der gestiegenen Strompreise überprüfen wir gerade die Investition in eine neue Photovoltaikanlage.

### Wie passt die ÖKOPROFIT-Auszeichnung in Ihre Gesamt-Unternehmensstrategie?

Unserer Unternehmensstrategie ist seit vielen Jahren die gleiche. Wir möchten möglichst wenig Ressourcen verbrauchen und möglichst ökologisch arbeiten. Hinzu kommt jetzt der steigende Druck von außen, sein ökologisches Handeln durch Zertifikate nachzuweisen. Zertifikate wie cradle to cradle oder der Blaue Engel sind für uns noch keine Option. Das branchenübergreifende ÖKOPROFIT-Zertifikat eignet sich aus unserer Sicht hierfür hervorragend. Der nächste Schritt wird jetzt die Teilnahme am ÖKOPROFIT-Club sein, in dem wir uns weiter mit den Teilnehmern austauschen werden und so hoffentlich auch weitere Impulse erhalten. Mit der Teilnahme an ÖKOPROFIT sehen wir uns auch für ein mögliches Öko Audit gut gerüstet.

### Welches Fazit können Sie ziehen?

Wir können ÖKOPROFIT nur jedem

empfehlen, der die Möglichkeit hat, an dem Programm teilzunehmen (wird nicht überall angeboten). Wir wurden von der Stadt/Region finanziell und durch den Verband inhaltlich unterstützt. In diesem Zusammenhang möchte ich mich noch beim Verband für die gute Zuarbeit und Unterstützung bedanken. Selbst wenn man schon viel gemacht hat, erhält man eine Bestätigung, dass man auf dem richtigen Weg ist. Auch der branchenübergreifende Austausch hat uns sehr gut gefallen.

Bei Interesse oder Fragen zum ÖKOPROFIT-Programm steht Christian Lieb für Auskünfte gerne zur Verfügung. Sie erreichen ihn per E-Mail an: [lieb@feindruckerei.de](mailto:lieb@feindruckerei.de)

Das Interview führte  
Holger Schürmann

BILD LINKS

*Christian Lieb,  
Geschäftsführer der  
Gutenberg Beuys Feindruckerei  
GmbH mit der Auszeichnung  
als ÖKOPROFIT-Betrieb 2022*

BILD UNTEN

*Christian Lieb (Mitte) bei der  
Auszeichnung durch den  
Oberbürgermeister der Stadt  
Hannover, Herr Belit Onay  
(links), sowie durch die  
Wirtschafts- und Umwelt-  
dezernentin der Stadt Hannover,  
Frau Anja Ritschel (rechts)*









# Jahresversammlung 2022

VERBANDSMITGLIEDER TRAFEN SICH IN DER DRUCKER- UND MESSESTADT LEIPZIG

BILD OBEN

*links: Dr. Bertram Stausberg, Axel Springer Print Management GmbH;  
rechts: Nael El Nahawi, ROCO Druck GmbH*

BILD UNTEN

*neues Beiratsmitglied Ralf Büttner*



Durch die Tagesordnungspunkte der Mitgliederversammlung NordOst führten der Vorsitzende Andreas Jörß sowie der stellvertretende Geschäftsführer Martin Maischak. Der Geschäftsführer Philipp von Trotha konnte aufgrund einer Covid-19-Infektion leider nicht teilnehmen. Erläutert wurden die Maßnahmen zur Re-Strukturierung des VDMNO. Der jüngste Stellenabbau soll u.a. mit einer intensivierten Zusammenarbeit unter den Landesverbänden aufgefangen werden. Die enge Zusammenarbeit unter den Landesverbänden soll sich ab 2023 auch in einem gemeinsamen Markenauftritt zeigen. Die Jahresversammlung des vdmno wurde mit der Entlastung des Vorstands, Beirats und der Geschäftsführung abgeschlossen. In diesem Jahr fanden keine regulären Wahlen für Vorstand und Beirat statt. Für den Beirat wurde allerdings Ralf Büttner von der Sattler Media Group in Hornburg für die Amtszeit 2022-2023 nachnominiert – und einstimmig gewählt. Wir bedanken uns sehr herzlich für das

ehrenamtliche Engagement und gratulieren Ralf Büttner zur Bestätigung im Amt!

Im Anschluss an die Jahresversammlung folgten fast alle Teilnehmenden dem Programm des Deutschen Druck- und Medientages, in den die Mitgliederversammlung eingegliedert war. Das Unternehmerforum und der Abend der Deutschen Druck- und Medienindustrie über den Dächern Leipzigs boten die Gelegenheit zum Austausch. Leipzig, wir kommen wieder, Gott grüß' die Kunst! ▣

## Save the date!

Gemeinsam mit den Verbänden Mitteldeutschland und Nord-West wird der vdmno 2023 ein kommunikatives Branchentreffen konzipieren, in welches die jeweiligen Mitgliederversammlungen integriert werden. Notieren Sie sich als Termin und Ort bereits den **1. – 3. Juni 2023 in Bremen!**

## Azubi-Kurse und Kurzmeldungen

NEUES PROGRAMM DER ÜBERBETRIEBLICHEN AUSBILDUNG

Das komplette Kursangebot für 2022/2023 inkl. aller Prüfungsvorbereitungskurse finden Sie in unserer neuen Kursübersicht unter [vdmno.de/leistungen/uea/](https://vdmno.de/leistungen/uea/).

### MEDIENGESTALTER

#### 1. LEHRJAHR

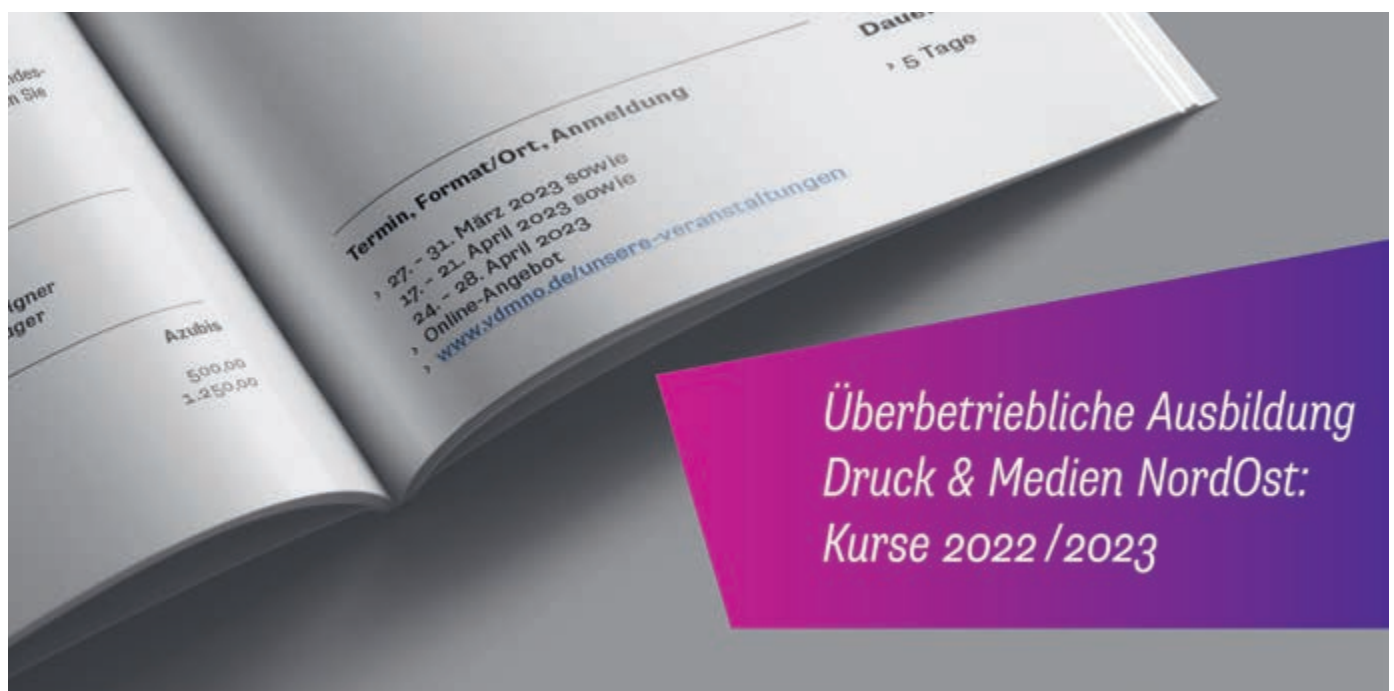
10.10.–14.10.2022	KW41	Adobe Creative Suite I – hybrid
24.10.–28.10.2022	KW43	Bildbearbeitung I – hybrid
05.12.–09.12.2022	KW49	Medienproduktion I – online
06.02.–10.02.2023	KW06	Gestaltung I - online

#### 2. LEHRJAHR

05.09.–09.09.2022	KW36	Gestaltung II – online
10.10.–14.10.2022	KW41	Medienproduktion II – online
07.11.–11.11.2022	KW45	Bildbearbeitung II – online
28.11.–02.12.2022	KW48	Adobe Creative Suite II – online

#### 3. LEHRJAHR

14.11.–18.11.2022	KW46	Adobe Creative Suite III – online
28.11.–02.12.2022	KW48	Gestaltung III – online





---

## 01. WILLKOMMEN, TAKAPRINT GMBH!

Mit Wirkung zum 1. Juli 2022 begrüßen wir die Takaprint GmbH aus Hannover als neues Mitgliedsunternehmen im Verband Druck und Medien NordOst. Das Team um Takaprint ist in Deutschland und Kamerun verwurzelt. Ziel ist es, eine Digitaldruckerei in Kamerun und einen Onlineshop in Deutschland aufzubauen. Das Motto von Senay Sarikas und ihrem Team lautet: „Erfolgreiche Emigranten geben zurück“. Ein spannendes „Entwicklungsprojekt“, von dem wir sicher noch hören werden.

---

## 02. SAVE THE DATE – 23. SEP 2022: ERÖFFNUNGSEVENT BERLIN

Anlässlich unseres Umzugs vom „Haus der Wirtschaft“ in das „Haus der Presse“ im legendären Zeitungsquartier – zwischen Axel Springer und taz – laden wir Sie am 23. September 2022 um 14.00 Uhr sehr herzlich zum Networking mit uns ein. Freuen Sie sich auf zwei Vorträge zu den Themen „Von Print zu Online - Wie hat sich das Nutzerverhalten geändert?“ und „Online und Print: Ab wann sind die Grenzen überschritten?“ von Clarissa Moughrabi, Leiterin Marktforschung bei der AXEL SPRINGER SE, und Roman Portack, Geschäftsführer des DEUTSCHEN PRESSERATS E.V. Sie sind herzlich willkommen, die Teilnahme ist kostenlos! Info und Registrierung unter [www.vdmno.de/veranstaltungen](http://www.vdmno.de/veranstaltungen).

---

## 03. BILANZKENNZAHLENVERGLEICH: JETZT MITMACHEN UND VON VERGLEICHSWERTEN PROFITIEREN

Der Jahresabschluss ist ein aussagekräftiges Dokument, aus dem viele Informationen zum Unternehmen hervorgehen – spiegelt er doch das Geschehen eines ganzen Jahres wider. Lassen Sie uns die Daten Ihrer Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung für



Sie analysieren. Wir bereiten Ihre Bilanzzahlen so auf, dass Sie am bundesweit durchgeführten Bilanzkennzahlenvergleich teilnehmen können. Als Benefit erhalten Sie eine objektive Standortbestimmung und Stärken-/ Schwächenanalyse Ihres Unternehmens im Vergleich zum Wettbewerb. Der Service ist für Mitgliedsunternehmen kostenlos. **Holger Schürmann** aus unserem Team beantwortet gerne Ihre Fragen: [schuermann@vdmno.de](mailto:schuermann@vdmno.de); T 0511 3380636.

---

## 04. NEUORDNUNG VERBANDSKOMMUNIKATION

Mit zwei halbtägigen Workshops im Juli 2022 hat der VDMNO die Grundlage für eine Neuausrichtung der Verbandskommunikation gelegt. Unter der Leitung des Digitalpioniers und Publishingprofis Hae-me Ulrich ([morntag.com](http://morntag.com)) nahmen außer dem kompletten VDMNO-Team auch ehrenamtlich tätige Mitglieder teil. Zunächst wurden die Bedürfnisse der unterschiedlichen Stakeholder erarbeitet – allen voran die Interessen der Mitglieder. Eine auf einem digitalen Whiteboard erstellte „Story Map“ diente als Grundlage zur Identifizierung mehrerer MVP's (Minimal Viable Product) – die dringlichsten Handlungsfelder. In den kommenden Monaten wird der VDMNO die gemeinsam erarbeiteten Aufgaben umsetzen und viele Änderungen an der Außenkommunikation vornehmen.

# Beratung nach Maß für Druckereien und Printmedienschaffende

Ausgewählte Leistungen



## NEUTRALE MASCHINENABNAHME

Die Druckmaschine ist die teuerste Investition im Unternehmen. Kommt es zu Produktionsverzögerungen, kann es zum Verlust des Kunden oder gar zum Imageverlust der Druckerei führen. Eine unabhängige Prüfung inkl. messtechnischem Nachweis einer einwandfreien Druckqualität schafft Sicherheit.



## QUALITÄTSSIEGEL DIGITALDRUCK

Als professioneller Digitaldruckdienstleister müssen Sie erkennbaren Mehrwert bieten, mit gutem Kundenservice punkten und überzeugende Qualität abliefern. Mit dem Qualitätssiegel Digitaldruck beweisen Sie ein hohes Qualitätsbewusstsein im Digitaldruck und die Fähigkeit, Ihre Maschinen optimal einzusetzen.



## FSC/PEFC: BERATUNG VOR DER ZERTIFIZIERUNG

Die Zertifizierungssysteme FSC und PEFC zur nachhaltigen Waldbewirtschaftung gewinnen immer stärker an Bedeutung. Kunden von Druckereien machen ihre Auftragserteilung davon abhängig. Lassen Sie sich von uns die Handbücher erstellen und auf das Zertifizierungsaudit vorbereiten.

**pxmno.de** Ihre Ansprechpartner



Udo Eickelpasch  
Geschäftsführer,  
Berater Technik  
T 0511 33 80 631  
eickelpasch@pxmno.de



Ronny Willfahrt  
Berater Technik  
T 030 302 20 21  
willfahrt@pxmno.de



Holger Schürmann  
Berater Betriebswirtschaft,  
Umwelt  
T 0511 33 80 636  
schuermann@pxmno.de

**PRINT X MEDIA**  
CONSULT  
NORD-OST GMBH

## IMPRESSUM

### HERAUSGEBER

Verband Druck & Medien NordOst e.V.  
Geschäftsstelle Hannover  
Bödekerstraße 10 · 30161 Hannover  
T 0511 33 80 60 · F 0511 33 80 620  
nutzen@vdmno.de · www.vdmno.de

### GESCHÄFTSFÜHRUNG

Philipp von Trotha (V.i.S.d.P.)

## ANZEIGEN

Ronny Willfahrt

### KONZEPT & LAYOUT

Florian Sell, bitflare GmbH

### REDAKTIONSTEAM

Petra Bosse, Udo Eickelpasch, Astrid Habermann,  
Martin Maischak, Inge Oberheide, Holger Schürmann,  
Volker Sielaff, Philipp von Trotha, Ronny Willfahrt





## ► Hinweisgeberschutz: Unternehmen sollten jetzt handeln!

Seit Dezember 2019 gilt die EU-Whistleblower-Richtlinie mit dem Ziel, einen europaweit einheitlichen Schutzstandard für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu schaffen, welche Verstöße, gleich welcher Art und Schwere, in Unternehmen aufdecken. Deutschland setzt die Richtlinie für alle Unternehmen bindend mit dem Hinweisgeberschutzgesetz noch im Herbst 2022 um. Durch die Umsetzung besteht für viele Unternehmen konkreter Handlungsbedarf.

Unternehmen mit mehr als 250 Beschäftigten sind indirekt bereits seit dem 17. Dezember 2021 zur Einrichtung von Meldestellen verpflichtet. Bei einer Unternehmensgröße von 50 bis 249 Mitarbeitenden wird die Einrichtung einer eigenen Meldestelle empfohlen, spätestens jedoch ab dem 17. Dezember 2023 ist die Einrichtung auch für diese Unternehmen verpflichtend. Für Betriebe mit weniger als 50 Mitarbeitenden gibt es keine Verpflichtung zur Einrichtung einer Meldestelle, jedoch ist die Einrichtung einer Meldestelle immer sinnvoll.

In Kooperation mit dem Verband Druck und Medien Bayern stellt der spezialisierte Dienstleister Hinweisgeberexperte ein umfassendes Komplett-Paket mit ganz konkreter Unterstützung für die Unternehmen der Druck- und Medienindustrie zur Verfügung.



**Weitere Infos und der Flyer zum Download**  
[vdmb.de/hinweisgeberschutz](http://vdmb.de/hinweisgeberschutz)

## ► Cyberattacke – und was wir daraus lernen sollten!

Cyberkriminalität ist eine der größten Bedrohungen für die Wirtschaft. Auch Druckereien sind schon wiederholt Opfer von Cyberattacken krimineller Organisationen geworden. Wie aber kann man sein Unternehmen davor schützen, Cyberattacken erfolgreich abzuwehren und Datenpannen zu verhindern? Die Onlineveranstaltung „Cyberattacke – und was wir daraus lernen sollten!“ am 19.9.2022 gibt dazu exklusiv für Druckunternehmen aus unterschiedlichen Perspektiven nützliche Antworten. Fachleute des Landeskriminalamtes, betroffene Unternehmer, versierte Juristen, Cybercrime-Experten sowie Versicherungsspezialisten liefern wertvolle praxisnahe Informationen. Nutzen Sie dieses kompakte Onlineformat, Ihr Unternehmen sicherer zu machen.

**Weitere Infos und Anmeldung unter**  
[print-academy.de/infokompakt-cyber-security](http://print-academy.de/infokompakt-cyber-security)

## XING stellt Gruppen zum 11.01.2023 ein

Das Business-Netzwerk XING hat angekündigt, seine Gruppen zum 11. Januar 2023 einzustellen. Der Betreiber, die New Work SE, begründet den Schritt damit, seine Mitglieder vorrangig bei der beruflichen Orientierung unterstützen zu wollen. Die Gruppen seien nicht mehr der Ort, an dem die meisten Diskussionen auf XING stattfinden. Auch der XING Eventmarkt wird gestrichen.

Bereits existierende Gruppen werden zum Stichtag gelöscht. Gruppen-Beiträge und -Kommentare können bis zum 10. Januar 2023 über die persönliche Datenauskunft gesichert werden. Bereits zum 18. August 2022 hat XING die Möglichkeit zum Erstellen neuer Gruppen deaktiviert. Der Betreiber empfiehlt, den Kontakt mit Gruppenmitgliedern zukünftig über Kontaktanfragen und Direktnachrichten fortzusetzen. Gruppen-Events werden bereits ab dem 31. Dezember 2022 gelöscht und sind dann nicht mehr auf XING verfügbar. XING hat häufig gestellte Fragen zur Abschaltung der Gruppen online gestellt. Gruppenmoderatoren wird empfohlen, rechtzeitig zu handeln.



## ◀▶ Inspirierende Speaker, Austausch und Expertentipps

Am 8. November 2022 bietet der Vertriebskongress Digital einen Überblick über aktuelle Vertriebsthemen, liefert Antworten und eröffnet Möglichkeiten zum Austausch und zur Vernetzung. Beim Kongress geben Top-Speaker und Vertriebsverantwortliche aus der Druck- und Medienbranche Impulse für mehr Erfolg im Vertrieb und betrachten zentrale Herausforderungen aus unterschiedlichen Perspektiven. Dank insgesamt sechs parallel stattfindenden Diskussionsforen („Sessions“) haben die Teilnehmer die Möglichkeit, Themen individuell auszuwählen und zu diskutieren. Die virtuelle Event-Plattform sorgt dafür, dass sich die Kongressteilnehmer in verschiedenen Räumen aufhalten, ihre Fragen an die Experten stellen, sich mit anderen Besuchern vernetzen sowie die virtuellen Messestände besuchen können.



**Programm, Anmeldung & Informationen**  
[vdmnw.de](http://vdmnw.de) (Veranstaltungen)



# UNSER QUALITÄTSPERSPACHEN

1. Wir bieten LIVE-Online-Weiterbildung mit branchenerfahrenen Top-Trainern. Seminare aus der Konserve gibt es bei uns nicht.

**VERSPROCHEN!**

2. Alles im Rahmen einer Flatrate: Einmal gebucht, können ALLE Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus Ihrem Unternehmen ALLE Seminare der Print Academy besuchen.

**VERSPROCHEN!**

3. Für jedes Unternehmen finanzierbar – Sie werden überrascht sein.

**VERSPROCHEN!**



[www.print-academy.de](http://www.print-academy.de)

  
Print  
Academy

# Plastik kann mit Sicherheit mehr

**Die Vogt Spezialdruck GmbH im nordhessischen Hessisch Lichtenau ist bekannt als Spezialistin für den Druck auf nicht saugenden Bedruckstoffen. Eines ihrer acht Geschäftsfelder befasst sich dabei gezielt mit dem Thema Sicherheit.**

**M**ailingkarten aus Papier kennt jeder. Und nicht selten landen sie schnell im Altpapier. Vor dem Hintergrund dieser Erfahrung hat man bei Vogt einfach den Bedruckstoff geändert. „Wir haben mit normalen Mailingkarten, beispielsweise für Mailingaktionen von Versicherungen, angefangen. Plastikkarten generieren jedoch ein wesentlich größeres Interesse als einfache Papiermailings“, erklärt Holger Vogt, Geschäftsführer in der 4. Generation. Doch das ist noch nicht das Ende der Geschichte, denn Plastikkarten können noch viel mehr. Inzwischen produziert man seit 22 Jahren in der Tochterfirma „Card Factory“ unter anderem Zutrittskarten für Gebäude oder Hotelzimmer, Karten für den öffentlichen Nahverkehr sowie Karten, die im Rahmen von Echtheitszertifikaten von Uhren oder teurem Schmuck zum Einsatz kommen.

Als Sicherheitsmerkmale können von der Card Factory selbst bespurte Magnetstreifen, RFID-Antennen und Hologramme zum Einsatz kommen. Eingebettete Chips erhalten eine Verschlüsselung. Eine andere, nicht elektronische Technik ist beispielsweise der Einsatz von fluoreszierenden Farben, die bei der Beleuchtung mit Schwarzlicht deutlich hervortreten und so als „Wasserzeichen“ fungieren.



Holger Vogt, Vogt Spezialdruck GmbH

## Bitte Abstand halten

Eine andere Art von Sicherheit trat während der Coronapandemie verstärkt in den Fokus. Fußboden- und Fensteraufkleber mit der Bitte um die Einhaltung von Abständen oder mit dem Aufruf zum Lüften kamen nun in vielen Bereichen des Einzelhandels oder in öffentlichen Gebäuden zum Einsatz. Das Unternehmen hatte solche Produkte zuvor bereits für Schalter- und Geldautomatenbereiche von Banken produziert.

Einen neuen Anwendungsbereich haben auch Produkte ähnlich der aus Hotels bekannten Türhänger mit dem Hinweis „Bitte nicht stören!“ erhalten. In vielen Städten gehören E-Scooter inzwischen zum Straßenbild. Um die sichere Anwendung dieser elektrischen Transportmittel zu gewährleisten, gibt es Kampagnen von Städten und Kommunen, die mithilfe von an den E-Scootern befestigten Hängeschildern auf sicherheitsrelevante Themen hinweisen. Dazu gehören beispielsweise das sichere Abstellen der Fahrzeuge oder der Hinweis auf die Helmpflicht.

## Herausforderung Produktsicherheit

Vogt Spezialdruck produziert auch viele Spielzeugteile und Werbemittel, die von Kindern genutzt werden. Dafür gibt es gesetzliche Vorgaben und eine Kennzeichnungspflicht oder eine Produktprüfung mit Zertifizierung. Ähnliches gilt auch für Etiketten und Verpackungen von Lebensmitteln wie Eis oder Mayonnaise, bei denen gewährleistet sein muss, dass vorgegebene Migrationswerte für Druckchemikalien eingehalten werden. „Wir organisieren die notwendigen Untersuchungen und haben Verfahren entwickelt, wie wir solche Produkte erzeugen, damit die Sicherheit für den jeweiligen Einsatzbereich gegeben ist“, betont Holger Vogt. „Wir arbeiten mit mehreren Labors zusammen, die sich um unterschiedliche Bereiche kümmern. Eines ist Spezialist für Spielzeug, ein anderes für Lebensmittel und ein drittes für Produktsicherheit im Allgemeinen.“





Aus nichtsaugenden Bedruckstoffen lassen sich die praktischsten Produkte machen – von der Kreditkarte bis zu den Abstands-Fußabdrücken.

### Auf Nummer sicher

Schon im Vorfeld einer Produktion prüft die Firma Vogt mithilfe eines Rechtsbeistands, welche gesetzlichen Regelungen eingehalten werden müssen. Produktfreigaben dauern daher oft auch mal drei bis vier Wochen. Nach einer Auftragserteilung wird zunächst ein Muster aus Originalmaterial mit Originalfarbe gefertigt, das dann an ein Institut zur Prüfung geht. Erst, wenn die Einhaltung aller Referenzwerte bestätigt wurde, kann mit der Produktion begonnen werden.

Für die Zukunft beschäftigt sich Holger Vogt mit dem Thema Nachhaltigkeit. Die vom Unternehmen bedruckten Kunststoffe haben ihre Berechtigung, da sie langlebiger und robuster sind als entsprechende Produkte aus Papier. Somit sind sie auch nachhaltig. Zusätzlich können Recyclingkunststoffe verwendet werden, die sowohl aus Rezyklaten bestehen als auch später wieder

recycelt werden können. „Wir nehmen auch neue Materialien wie Graskarton in unsere Produktion auf, wenn sie sich für unsere Druckanlagen eignen. Außerdem beschäftigen wir uns mit Digitaldruckverfahren, die energieeffizient und umweltfreundlich arbeiten“, betont der Geschäftsführer. „Wir werden neben unserer Kernkompetenz auch weitere Geschäftsbereiche suchen und aufbauen.“ Was die Firma Vogt Spezialdruck in der Zukunft möglicherweise noch alles produzieren wird, kann an dieser Stelle selbstverständlich nicht verraten werden. ■

# Branchentreff auf der FESPA

Die FESPA Global Print Expo 2022 brachte vom 31. Mai bis zum 3. Juni 2022 die Spezialdruck-Community in Berlin zusammen und präsentierte neue Produkte, Geschäftsfelder, technische Lösungen und Materialien, mit denen die Druckindustrie auch in Zukunft erfolgreich sein wird. Die Verbände Druck und Medien waren mit einem Print-Academy-Messestand vor Ort und tauschten sich mit Unternehmerinnen und Unternehmern „live und in Farbe“ aus.

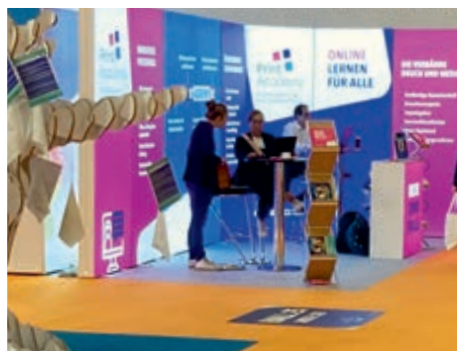


**1** Vor dem Networking und den Gesprächen am Stand steht erst mal der Aufbau. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Verbände packen gemeinsam an.



**2**

Der Aufbau hat sich gelohnt – der Print-Academy-Stand strahlt in leuchtenden Farben und lädt dazu ein, ins Gespräch zu kommen und sich zu informieren.







# 6

Der Termin für die nächste Fespa Global Print Expo in Europa steht bereits fest: Sie findet wieder in Deutschland statt – vom 23. bis zum 26. Mai 2023 in München. Wir sind dabei!

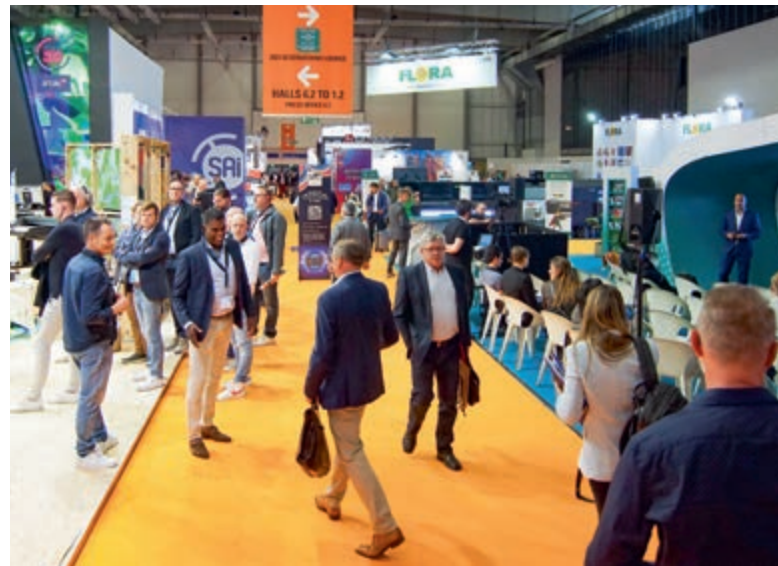
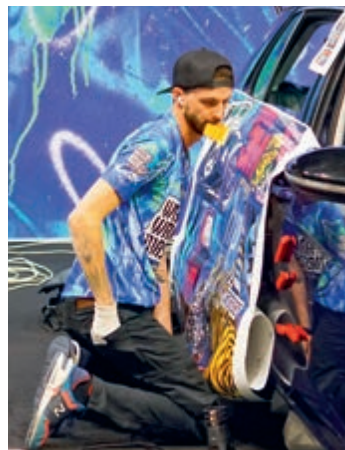


# 5

Und wie thematisieren wir die FESPA in der nächsten Ausgabe des Magazins NUTZEN? Zwischendurch gab's auch eine Mini-Redaktions-sitzung am Stand. :-)

# 4

Bei Europas führender Fachmesse für Spezialdruck, Beschilderung und visuelle Kommunikation konnten die Besucher in acht Hallen neue Technologien und Verbrauchsmaterialien entdecken, technische Lösungen kennenlernen und Kollegen und Geschäftspartner treffen.



# 3

Gut besuchter Branchentreff! Mit 375 ausstellenden Unternehmen zog die Veranstaltung ein internationales Publikum aus 126 Ländern an. Deutschland, Italien, Polen, Niederlande und Großbritannien lieferten die größten Besucherdelegationen.



# Herzlichen Glückwunsch!

**Aufgabe des 31. Gestaltungswettbewerbes der Druck- und Medienverbände war es, eine Business-Geburtstagskarte zu gestalten. 94 Bewerbungen lagen vor, gewonnen hat die Auszubildende Lili Lubkowitz von der BRAND FACTORY GmbH in Offenbach am Main.**

**G**eburtstage von Geschäftspartnern, Kunden, Mitarbeitern oder Kollegen sind immer wieder eine Herausforderung. Wie persönlich möchte man werden, wie gelingt es den richtigen Ton zu treffen, soll die Karte überraschen, schmeicheln, gute Laune stiften oder hochachtungsvoll Ehre erweisen? Dieser Thematik haben sich die Auszubildenden für den 31. Gestaltungswettbewerb gestellt, insgesamt wurden 94 Arbeiten eingereicht. Die Ausführungen reichten von einfach gescribbelten Karten bis hin zu komplett durchgestalteten Sets. Entsprechend schwer war die Bewertung.

Die Jury – zehn Personen aus den Bereichen Druck, Werbung und Gestaltung – hat es sich nicht leicht gemacht. Die Meinungen und Einschätzungen gingen gelegentlich auseinander, aber nach mehrstündiger Arbeit standen die Ergebnisse fest.

## **Für die Bewertung der Einreichungen galten diese Kriterien:**

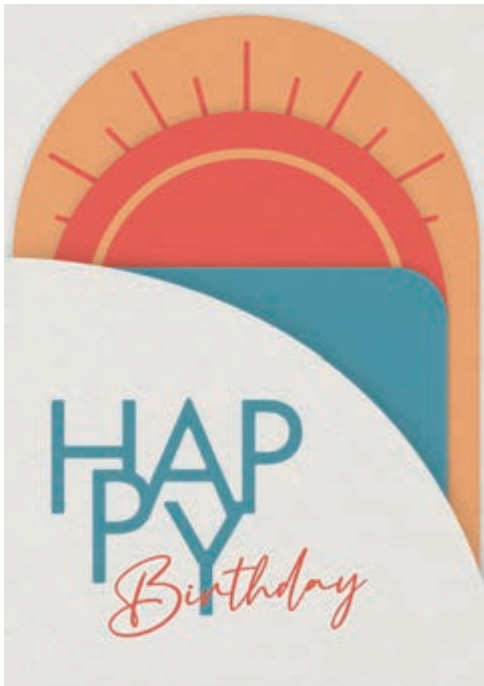
- » **Sind bei der Umsetzung der Arbeit gute gestalterische Fähigkeiten zu erkennen?**
- » **Ist die Gestaltung originell oder steckt eine gute und neue Idee dahinter?**
- » **Ist die Gestaltung für das Thema des Wettbewerbs passend?**



## **Die Jury**

- » **Romeo Bay**, Butter GmbH, Kreativdirektor
- » **Sina Brückmann**, ressourcenmangel GmbH, Creative Director, Teamleitung Kreation/Publikation, Ausbilderin für Mediengestaltung
- » **Markus Kaufmann**, Ernst Kaufmann GmbH & Co. KG, Druckhaus, Geschäftsführender Gesellschafter
- » **Bettina Knape**, Bundesverband Druck und Medien e.V., Pressesprecherin/Leiterin Öffentlichkeitsarbeit
- » **Prof. Dr. Franziska Loh**, Professorin für Gestaltung
- » **Karsten Mühlhaus**, muehlhausmoers corporate communications GmbH, Gesellschafter
- » **Peter Nagel**, Meyle+Müller GmbH & Co. KG, Creative Director
- » **Simone Nierhaus**, Flyeralarm GmbH, Chief Marketing Officer
- » **Mark Schmidt**, WIRTZ Druck GmbH & Co. KG, Geschäftsführer
- » **Florian Sell**, bit.flare GmbH, Geschäftsführer und Inhaber

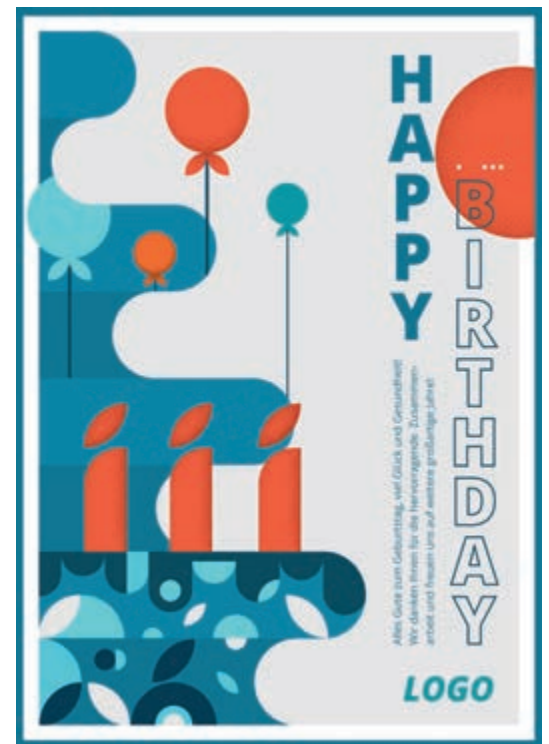




1. Platz: Lili Lubkowitz

▲ **1. Platz:** Der erste Platz ging an Lili Lubkowitz, im zweiten Ausbildungsjahr bei der BRAND FACTORY GmbH in Offenbach am Main. Damit erhält sie ein Preisgeld in Höhe von 750 Euro. Die Jury lobte ihre Idee, eine Glückwunschkarte zu einem Erlebnis zu machen. Die Karte ist hochwertig und zollt dem „Geburtskind“ höchsten Respekt. Das sehr gut durchdachte, flexible Konzept, eine schöne, frische Gestaltung und die inhaltlich und grafisch ausgezeichnete Umsetzung haben zur höchsten Punktzahl geführt.

**2. Platz:** Den zweiten Platz hat Julian Krüger, im ersten Ausbildungsjahr bei der CMF Advertising GmbH in Mörfelden-Walldorf, errungen – er darf sich über 500 Euro freuen. Julian hat Objekte, die er mit dem Thema Geburtstag assoziiert, in einer selbst gebauten Kreation verbunden. Dabei hat er sich auf wenige Objekte beschränkt. Einfache, proportional aufeinander abgestimmte Formen und kontrastreiche Farben geben der Gestaltung eine moderne, plakartartige künstlerische Anmutung.



2. Platz: Julian Krüger



3. Platz: Sascha Mertes

◀ **3. Platz:** Den dritten Platz – dotiert mit einem Preisgeld von 250 Euro – hat sich Sascha Mertes verdient, Azubi im ersten Ausbildungsjahr bei der VENNEKEL + PARTNER GmbH aus Kempen. Auch Saschas Entwurf sticht aus der Menge der Einreichungen hervor. Er zeichnet sich durch eine originelle, mutige Gestaltung aus. Die Wildheit der Linien und der Schrift ziehen Aufmerksamkeit auf sich, sind sympathisch und stehen dafür, dass ein Geburtstag kein langweiliger, sondern – im Gegenteil – ein bewegender Tag sein sollte. »



# Herzlichen Glückwunsch!



## Auf den weiteren Plätzen:

**4. Platz: Elisa Maglio,**  
2. Ausbildungsjahr, Tanner AG in Lindau

**5. Platz: Zoë Hils,**  
1. Ausbildungsjahr, BREUER+NOHR  
GmbH & Co. KG in Landau/Pfalz

**6. Platz: Maya Schwarzer,**  
2. Ausbildungsjahr, Fraunhofer-Institut  
für Intelligente Analyse- und Informati-  
onssysteme IAIS in Sankt Augustin

**7. Platz: Sarah Götz,**  
1. Ausbildungsjahr, indexdigital  
in Wiesbaden

**8. Platz: Wolfgang Neff,**  
2. Ausbildungsjahr, Niedermayr  
Kommunikation in Regensburg

**9. Platz: Marie Peter,**  
2. Ausbildungsjahr, AD&VISION GmbH  
in Dreieich

**10. Platz: Anne-Marie Wirth,**  
2. Ausbildungsjahr, Klapproth+Koch  
GmbH in Weimar

Die Plätze vier bis zehn werden mit je einem Jahresabonnement der Zeitschrift PAGE honoriert. Die Entwürfe aller Preisträgerinnen und Preisträger finden sich auf [www.vdmno.de/gestaltungswettbewerb-der-druck-und-medienverbaende/](http://www.vdmno.de/gestaltungswettbewerb-der-druck-und-medienverbaende/).

Thema und Termine für die Ausschreibung des Gestaltungswettbewerbes 2023 werden im Herbst 2022 veröffentlicht. □



# Arbeitssicherheit im Unternehmen

Das Arbeitsschutzgesetz ist die gesetzliche Grundlage für den betrieblichen Arbeitsschutz. Durch dieses Gesetz sind Arbeitgeber dazu verpflichtet, Gesundheitsgefährdungen am Arbeitsplatz zu erkennen und zu beurteilen und geeignete Maßnahmen zum Schutz ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu ergreifen. Was dabei zu beachten ist, erklären Marko Graumann (MG) und Stefan Brunken (SB), Fachkräfte für Arbeitssicherheit.



Marko Graumann



Stefan Brunken

## Welche Unternehmerpflichten gibt es im Arbeitsschutz?

**MG:** Es gehört zu den Grundpflichten eines Arbeitgebers, die Gesundheit seiner Beschäftigten zu schützen und Sicherheit zu gewährleisten. Er muss also präventiv tätig sein. Arbeitsschutz ist jedoch mehr als reine Gefahrenabwehr oder die Beseitigung von Risiken. Durch eine sichere Arbeitsumgebung werden Ausfälle von Menschen und Maschinen reduziert – dadurch werden auch betriebswirtschaftliche Einbußen verhindert.

## Muss eine Gefährdungsbeurteilung durchgeführt werden?

**MG:** Eine Gefährdungsbeurteilung ist das wichtigste Instrument, um für Arbeitsschutz und Sicherheit zu sorgen. Seit dem Aufkommen der Coronapandemie ist das Thema für die allermeisten Unternehmen sehr präsent geworden: Sie haben eine Gefährdungsbeurteilung zum Schutz ihres Personals und der Besucher vor Corona durchgeführt, um Ansteckungen bestmöglich zu vermeiden. Aber Gefährdungsbeurteilungen müssen für unterschiedliche Themen vorliegen. Sie müssen beispielsweise Gefährdungen durch Maschinen oder Gefahrstoffe im Blick haben oder psychische Belastungen erkennen und entsprechende Schutzmaßnahmen benennen. Die Fachkräfte für Arbeitssicherheit der Verbände helfen bei der Umsetzung im Unternehmen.

## Was sind Arbeitsschutzunterweisungen?

**SB:** Es gibt drei verschiedene Arten von Unterweisungen. Neben der Erstunterweisung für neue Mitarbeiter müssen auch Arbeitnehmer, die schon länger im Unternehmen arbeiten, wiederkehrend und individuell je nach Tätigkeitsfeld über Arbeitsabläufe, Gefährdungen und Schutzmaßnahmen sowie Sicherheitskennzeichnungen informiert werden. Zusätzlich gibt es noch anlassbezogene Unterweisungen, zum Beispiel nach Unfällen oder beim Einsatz von neuen Maschinen. Wer sein Team zu einem sicherheitsgerechten Verhalten motiviert, profitiert langfristig von geringeren Ausfallzeiten und einem störungsfreien Betriebsablauf.

## Was ist im Umgang mit Gefahrstoffen zu beachten?

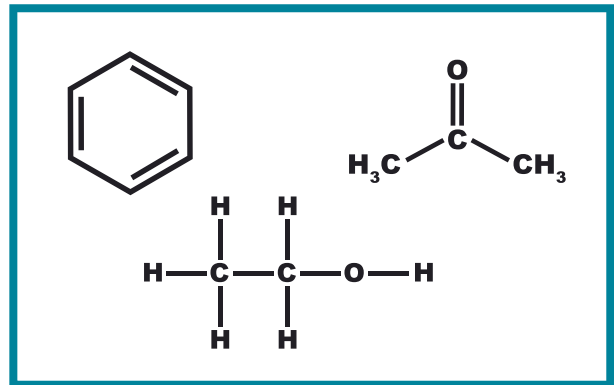
**SB:** Die Gefahrstoffunterweisung vermittelt Kenntnisse über alle Gefährdungen und die entsprechenden Schutzmaßnahmen. Basis dafür ist eine schriftliche Ausführung, dann ist diese Unterweisung einmal jährlich mündlich durchzuführen. Pflichtbestandteil ist auch eine entsprechende Dokumentation. Was noch im Zusammenhang mit Gefahrstoffen zu beachten ist, ist am besten individuell und auf das jeweilige Unternehmen bezogen mit einer Fachkraft für Arbeitssicherheit durchzusprechen.



# Keine neue Bürokratie für unsere Branche

Der bvdm kritisiert den Referentenentwurf zur Änderung der 31. Verordnung zur Durchführung des Bundes-Immissionsschutzgesetzes (31. BImSchV). Die Bestrebungen, strengere Grenzwerte und umfassendere Mess- und Nachweispflichten einzuführen, als die europäischen Schlussfolgerungen aus den BVT-Merkblättern vorgeben, hält der bvdm für überzogen. In seiner Stellungnahme fordert er eine Eins-zu-eins-Umsetzung europäischer Vorgaben.

Das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV) hat am 25. Mai 2022 einen Änderungsentwurf der 31. BImSchV vorgelegt, den der bvdm in seiner Stellungnahme kritisiert. Mit der Verordnung werden die im Jahr 2020 veröffentlichten Schlussfolgerungen zu den besten verfügbaren Techniken (BVT) gemäß der Richtlinie 2010/75/EU in Bezug auf die Behandlung von Oberflächen unter Verwendung von organischen Lösungsmitteln in nationales Recht umgesetzt. Die 31. BImSchV wird für immissionsschutzrechtliche Genehmigungen von Anlagen, aber auch bei Änderungsgenehmigungen herangezogen. Die 31. BImSchV gilt für Anlagen, in denen unter Verwendung organischer Lösemittel Tätigkeiten mit gewissen Schwellenwerten ausgeführt werden. Das sind in unserer Branche üblicherweise Illustrationstiefdruck-, Heatset-Rollenoffset- oder Flexo- bzw. Verpackungstiefdruckbetriebe mit einem Verbrauch von über 15 Tonnen Lösemitteln im Jahr.



Aus Sicht des bvdm sind die auf europäischer Ebene angelegten emissionsschutzrechtlichen Regelungen, deren Ziel es ist, ein einheitliches und hohes Umweltschutzniveau sowie gleiche Wettbewerbsbedingungen in Europa zu gewährleisten, ausreichend. National sollten keine darüber hinausgehenden Forderungen angestrebt werden, da sonst die wirtschaftliche Wettbewerbssituation konterkariert wird. Vielmehr fordert der bvdm eine Eins-zu-eins-Umsetzung der europäischen Vorgaben.

Zudem untergräbt der Entwurf mit seinen neuen Anforderungen und Verschärfungen gegenüber der bestehenden Lage die erklärten Ziele der Bundesregierung zum Bürokratieabbau. Es kann nicht Ziel sein, eine Gefährdung des weiteren Betriebes als auch der Genehmigungsfähigkeit von neuen und bestehenden Anlagen in Deutschland anzustreben. Durch die im Arbeitsentwurf geplanten bürokratischen Vorgaben, insbesondere die neuen Vorgaben an Lösemittelbilanzen betreffend, sieht der bvdm erhebliche Kosten auf die Unternehmen zukommen und damit deren Wirtschaftlichkeit gefährdet, ohne damit einen Vorteil für die Umwelt zu generieren. □





# Lektion für Greenwasher OBI

Die OBI-Baumärkte haben mit großem Getöse ihre gedruckten Prospekte aufgegeben. Die Umstellung auf Online-Kommunikation begründete der Konzern mit „der Umwelt zuliebe“. Dieses Argument ist scheinheilig, denn Online-Kommunikation ist nicht nachhaltiger als Print. Im Rahmen seiner Initiative Green Printing statt Greenwashing hat der bvdm das Unternehmen zu Ehrlichkeit aufgerufen. Denn tatsächlich geht es dem Konzern ums Geld und nicht ums Klima.

OBI hat zum 1.7.2022 seine Prospektwerbung aufgegeben. Angekündigt wurde dieser Schritt mit einer breit angelegten Kampagne und dem Argument, „weil der Biber die Bäume zum Nagen braucht“. Flankiert wurde der Ausstieg weiterhin mit Pressearbeit, u. a. einem ausführlichen Interview mit Verantwortlichen der OBI Group. So war am 27. Juni in dem Magazin Baumarkt Manager die Rede von „Ein verantwortungsvoller und nachhaltiger Schritt im Sinne der Umwelt“ und Print ist „kein Kanal der Zukunft“. Noch am selben Tag ging ein Schreiben des bvdm an die Geschäftsführer der OBI GmbH & Co. Deutschland KG. Darin forderte der Verband den Konzern auf, jegliche Äußerungen, die be- und gedruckte Werke als umweltschädlich oder nicht zeitgemäß bezeichnen bzw. entsprechende Assoziationen oder Vermutungen hervorrufen, zu unterlassen.

Selbstverständlich steht es jedem Unternehmen frei, sich gegen bedrucktes Papier zu entscheiden. Die Umstellung auf digitale Kanäle jedoch mit „der Umwelt zuliebe“ zu begründen, ist eine Argumentation, die nicht trägt. Die Druckindustrie gehört zu den nachhaltigsten Wirtschaftszweigen in Deutschland. Die digitale Kommunikation dagegen, mit ihrem deutlich größeren Bedarf an Energie und nicht nachwachsenden Rohstoffen, ist mitnichten umweltfreundlicher als Print. Und eine ganze Wertschöpfungskette in Misskredit zu bringen, ist nicht hinnehmbar.

Mehr Infos zur Initiative Green Printing statt Greenwashing: [bvdm-online.de](https://bvdm-online.de)



## OBI hat reagiert

In der weiteren OBI-Kommunikation, u.a. in einem Interview vom 14. Juli in HORIZONT (Print und Online), klingt der Managing Director Corporate Marketing, Christian von Hegel, plötzlich ganz anders als noch wenige Wochen zuvor. Er begründet den Umstieg ausschließlich mit Papierknappheit und Preissteigerungen sowie neu ausgerichtetem Marketing. Er räumt sogar ein „... vielleicht verlieren wir sogar ein paar Kunden“. Von Argumenten wie Nachhaltigkeit, Umwelt, Bäumen und Bibern war trotz Steilvorlage des Interviewers nicht mehr die Rede.



# Deutscher Druck- und Medientag 2022

Nach zweijähriger Pause fand der Deutsche Druck- und Medientag vom 30. Juni bis zum 1. Juli 2022 mit über 200 Druck- und Medienunternehmen in Leipzig statt. Mit Vorträgen und Diskussionen über Nachhaltigkeit, Marketing und Digitalisierung präsentierte er drei zukunftsrelevante Kernthemen der Branche und setzte wichtige richtungsweisende Impulse. Der Deutsche Druck- und Medientag 2022 wurde gemeinsam vom bvdM und den Landesverbänden Mitteldeutschland und NordOst ausgerichtet.

Pünktlich um 13.30 Uhr eröffnete Wolfgang Poppen, Präsident des Bundesverbandes Druck- und Medien, den siebten Deutschen Druck- und Medientag und das Unternehmerforum. Gefolgt wurde die Begrüßung der Gäste von einem Vortrag über den Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK). Svenja Battermann, Christian Hamann (DNK) und Mareike Ahrens (Bundesdruckerei) erklärten, was auch kleine und mittlere Unternehmen



**Wolfgang Poppen,**

Präsident des bvdM, eröffnet das Unternehmerforum auf dem Deutschen Druck- und Medientag am 30.06.2022 in Leipzig.



**DDMT 2022 Unternehmerforum**

Gut 200 Druck- und Medienunternehmen haben am Deutschen Druck- und Medientag 2022 in Leipzig teilgenommen.

mit der kostenlosen Unterstützung durch das Büro Deutscher Nachhaltigkeitskodex für mehr Nachhaltigkeit tun können.

Frank Fülle, CEO der Briefdruck Fülle KG, präsentierte, wie Kommunikation als Erfolgsfaktor in die Geschäftsprozesse integriert sein sollte. Prof. Dr. Klemens Skibicki, Wirtschaftshistoriker und Unternehmensberater, zeigte die Notwendigkeit für die Druckbranche auf, sich ihren Kundinnen und Kunden und Partnerinnen und Partnern auch digital zu präsentieren, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Durch das Unternehmerforum führte Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdv. Hier rügte er das Verhalten der Baumarktkette OBI und anderer, die sich von gedruckten Werbebeilagen aus Einspargründen abwenden, dies jedoch scheinheilig mit Nachhaltigkeit begründen.

Über den Dächern Leipzigs fand die Abendveranstaltung der Deutschen Druckindustrie im Restaurant Felix

statt. Zu Beginn gab die Bürgerrechtlerin Gesine Oltmanns einen Einblick in die friedliche Revolution von 1989, die mit den Montagsdemos in Leipzig ihren Lauf nahm. Die Zeitzeugin und Aktivistin beschrieb auch, wie es den Bürgerrechtlern trotz großer Schwierigkeiten gelang, Flugblätter zu produzieren und damit noch mehr Teilnehmende für die Demonstrationen zu gewinnen. Ohne die engagierte Arbeit der Bürgerrechtler in Leipzig wäre es sicherlich nicht so schnell zur Deutschen Einigung gekommen. ■



**Gesine Oltmanns**  
Bürgerrechtlerin



**Frank Fülle,**  
Geschäftsführer der Briefdruck Fülle KG., Wünschendorf/Thüringen, präsentierte, wie er sein Unternehmen mit ganz konsequentem Marketing zum Erfolg geführt hat.



**Dr. Paul Albert Deimel,**  
Hauptgeschäftsführer des bvdv, eröffnet den Abend der Deutschen Druckindustrie am 30.06.2022 in Leipzig im Restaurant Felix im Lebendigen Haus.



**Publikum**  
Die Themen Nachhaltigkeit, Marketing und Digitalisierung stießen auf großes Interesse bei den Teilnehmern.

# Erfolgreiche Personalgewinnung

**Oliver Machhold, Geschäftsführer Wahl-Druck GmbH in Aalen, ist mit der Personalgewinnung für sein Haus sehr zufrieden: „Die Maßnahmen aus dem Pilotprojekt unseres Verbands für mehr Bewerbungen haben wir konsequent umgesetzt. Das Ergebnis: Für dieses Jahr haben wir 13 Auszubildende – so viele hatten wir noch nie. Und für zwei offene Stellen in der IT sind 15 Bewerbungen bei uns eingegangen. Inzwischen sind auch diese Stellen besetzt.“**

**B**isherige Wege der Personalgewinnung funktionieren nicht mehr. Machhold erläutert: „Wir hatten im Jahr zuvor einen fünfstelligen Betrag in Stellenanzeigen investiert, die jedoch nichts gebracht haben.“ Kein Wunder: Vier von fünf Jobsuchenden starten ihre Recherche inzwischen direkt bei Google – und das überwiegend über das Handy. Für Unternehmen auf Personal- und Azubisuche heißt das: Stellenangebote und Karriereseite technisch und inhaltlich für mobile Endgeräte und Google optimieren.

## mobile first

Jobsuchende sind schnell wieder weg, wenn ein Stellenangebot auf dem Handy mühsam zu lesen ist. Machhold dazu: „Ich brauche mir doch nur meine eigenen – inzwischen erwachsenen – Kinder anzusehen. Die machen praktisch alles mit dem Handy. Pizza bestellen, Urlaub planen oder eben auch Ausbildungs- oder Studienplatz finden. Insofern ist mobile first für Stellenangebote eine Orientierung an den Bedarfen der Zielgruppe und erhöht die Chancen auf Erfolg.“

## Optimierung für Google

Bei der Optimierung für Google ist vor allem technisches Know-how gefragt. Bei der Suche nach welchen Keywords soll das Stellenangebot gefunden werden? Welche Maßnahmen braucht es für die Veröffentlichung und Verbesserung im Ranking bei Google for Jobs – dem google-eigenen „Stellenportal“, das vor den regulären Suchergebnissen platziert wird? Antworten darauf lieferte die technische Analyse des bestehenden Stellenangebots sowie ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess für die Karriere-Seiten bei Wahl. „Unser größter Benefit sind die kennzahlengestützten Analysen und Auswertungen. So wissen wir immer genau, wo wir stehen und was konkret passieren muss, um



Bild: Fotoatelier Ebinger



So viele Auszubildende hatten wir noch nie.“

Oliver Machhold, Geschäftsführer  
Wahl-Druck GmbH

mehr Bewerbungen zu erhalten“, berichtet Machhold. Als zusätzlichen Sichtbarkeits-Booster nutzt er Google-Ads.

## Analyse und Maßnahmen

Mit dem „Bekanntheits-Check“ des Verbands Druck und Medien in Baden-Württemberg erhalten Unternehmen eine regionale Bewerbermarkt-Analyse sowie individuelle Maßnahmen-Empfehlungen für ihre Karriereseite. ([www.dmpi-bw.de/bekanntheits-check](http://www.dmpi-bw.de/bekanntheits-check)) Darüber hinaus können Mitglieder der Verbände Druck und Medien auch auf spezifische Trainings und individuelle Unterstützung bei der Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen zurückgreifen. ■



# Neue Website für Azubi- Gewinnung online

Die neue Website [teammedien.de](http://teammedien.de) bietet interessierten Jugendlichen alle Infos zu den Ausbildungsberufen der Druck- und Medienindustrie. Die Website richtet sich direkt an die Zielgruppe der Jugendlichen und kann von Unternehmen bei der eigenen Azubi-Suche als Informationsplattform genutzt werden. Sie ist als One-Pager aufgebaut und selbstverständlich für die Nutzung auf dem Smartphone optimiert. Kurze und prägnante Texte wecken die Neugier und informieren über die verschiedenen Berufe. Selbstverständlich wird auf die guten Aufstiegsmöglichkeiten sowie die hohe Ausbildungsvergütung hingewiesen. In Videos berichten Auszubildende auf Augenhöhe über ihre Berufe.

Detaillierte Informationen zu allen Ausbildungsberufen der Branche machen Lust auf eine Ausbildung, zeigen die Herausforderungen und beschreiben genau, was der Job bietet – und was er von den Azubis fordert.

Viel Wissenswertes rund um die Ausbildung und die Branche lässt keine Fragen offen. Von der Höhe der Ausbildungsvergütung bis zu den Aufstiegsmöglichkeiten reicht das Spektrum der Themen.



Aktuelle News und Termine – beispielsweise von Ausbildungsmessen – halten die Besucher immer auf dem Laufenden. Die Druck- und Medienbranche ist spannend und immer in Bewegung.

Zu jedem Ausbildungsgang bietet ein Video spannende Einblicke. „Echte“ Azubis beschreiben ihren Arbeitsalltag und erzählen, warum sie sich für diese eine Ausbildung entschieden haben.

[#teammedien](https://www.instagram.com/teammedien)

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

# Flexible Arbeitsmodelle einführen

**Die Arbeitswelt und damit auch die Formen der Zusammenarbeit befinden sich im Wandel – beschleunigt durch die Auswirkungen der Coronapandemie. Viele Arbeitnehmer haben erkannt, dass flexible Arbeitsmodelle Vorteile mit sich bringen können. Bei der Umsetzung im Unternehmen ist es wichtig, den Betriebsrat einzubeziehen.**

**D**ie neue Generation von Arbeitnehmern mit ihrem veränderten Verständnis des Berufslebens und die neuen Arbeitsformen, die während der Pandemie etabliert wurden, führen zu einer Modernisierung der Arbeitswelt und verändern die Zusammenarbeit. In den vergangenen zwei Jahren haben viele Arbeitgeber schnell und unkompliziert praxiserprobte Lösungen gefunden, um trotz Pandemie und gesetzlich angeordneter Homeoffice-Pflicht handlungsfähig zu bleiben. Nun bleibt die Erkenntnis vieler Arbeitgeber, dass flexible Arbeitsmodelle einige Vorteile mit sich bringen können.

Gerade in größeren Betrieben mit vielen Angestellten ermöglichen etwa „Shared-Desk-Modelle“ die Reduzierung von Flächen und Büromieten. Zusätzlich steigt durch neue Arbeitskonzepte die Attraktivität gerade für junge Bewerber und Bewerberinnen. Ortsunabhängige Arbeitsangebote vergrößern zudem den Bewerbermarkt: Aussichtsreiche Bewerber scheitern nicht mehr daran, dass sie örtlich und/oder familiär gebunden sind. Arbeitgeber, die sich diesem Wandel nicht stellen, laufen Gefahr, in Zeiten von Fachkräftemangel an Arbeitgeberattraktivität einzubüßen.

Die fortschreitende Digitalisierung bringt allerdings betriebsverfassungsrechtliche Fallstricke mit sich: Möchte der Arbeitgeber sämtliche Mitarbeitende ins Homeoffice schicken, drängt sich eine Beteiligung des Betriebsrats geradezu auf. Und wie verhält es sich, wenn Office 365 lediglich ein Update braucht? Wann ist die Schwelle zur Betriebsänderung überschritten?

## **Betriebsverfassungsgesetz beachten**

„Altbekannte“ Regelungen des Betriebsverfassungsgesetzes müssen nun mit neuem Leben gefüllt werden. Wichtig dabei ist es, sich der Reichweite und des tatsächlichen Regelungsbestandes der einschlägigen Normen bewusst zu sein, um eine Beteiligung des

Betriebsrats nicht zu übersehen. Denn: Wird der Betriebsrat nicht einbezogen, können Ansprüche auf Unterlassung oder Rückgängigmachung entstehen. Um dieser Problematik zu entgehen und darüber hinaus eine konstruktive Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat zu fördern, ist es wichtig, die folgenden Vorschriften aus dem Betriebsverfassungsgesetz zu beachten.

**§ 87 Abs. 1 Nr. 6 BetrVG:** Mitbestimmung bei Einführung und Anwendung von technischen Einrichtungen, die dazu bestimmt sind, das Verhalten oder die Leistung der Arbeitnehmer zu überwachen



Die Vorschrift § 87 Abs. 1 Nr. 6 BetrVG gewinnt aus zwei Gründen an Bedeutung: Zum einen gibt es wohl keinen Betrieb, der nicht mindestens eine derartige Einrichtung nutzt – das können beispielsweise die unternehmensinterne Personalsoftware oder die Überwachungskamera im Aufenthaltsraum sein. Zum anderen legt die Rechtsprechung die Norm extensiv aus: Das Bundesarbeitsgericht interpretiert die Vorschrift dahingehend, dass es nicht auf die Bestimmung, sondern auf die objektive Eignung zur Überwachung ankommt, wobei Dauer und Umfang irrelevant sind (BAG v. 23.10.2018 – 1 ABN 36/18).

Bei Microsoft Word ist diese Anforderung bereits erfüllt. Durch das Speichern von Word-Dateien auf dem Server oder in der Cloud kann nachvollzogen werden, zu welchem Zeitpunkt oder sogar in welchen Zeitabschnitten die Datei erstellt oder bearbeitet wurde. Gleiches gilt für Excel-Tabellen und Outlook-Kalender. Da die Möglichkeit der Überwachung besteht – und sei der Umfang noch so gering –, ist die Beteiligung des Betriebsrats zwingend. Damit sind nahezu sämtliche technischen Einrichtungen zur Ermöglichung flexibler Arbeit mitbestimmungspflichtig.

### Wann den Betriebsrat beteiligen?

Daraus resultiert die bislang nicht abschließend geklärte Frage, ob Updates der einvernehmlich eingeführten Software eine erneute Beteiligung des Betriebsrats erfordern. Grundsätzlich dürfte das der Fall sein, jedenfalls dann, wenn das jeweilige Update neue Funktionen installiert, die die Nachverfolgung ermöglichen, sich also nicht ausschließlich auf Fehlerbehebung oder Aktualisierung bereits vorhandener Komponenten beschränkt.

## § 111 S. 3 Nr. 4 und 5 BetrVG: Betriebsänderungen

In Betrieben mit in der Regel mehr als zwanzig wahlberechtigten Arbeitnehmern besteht zugunsten des Betriebsrats eine Informations- und Beratungspflicht bei (geplanten) Betriebsänderungen. Betriebsänderungen sind häufig (Teil-)Betriebsschließungen, -übernahmen, -verlegung oder -spaltung, allerdings können auch „grundlegende Änderungen der Betriebsorganisation“ (Nr. 4) oder die „Einführung grundlegend neuer Arbeitsmethoden“ (Nr. 5) eine Betriebsänderung darstellen.

Bei der Einführung flexibilisierter Arbeitsorganisation, wie etwa projektbezogener Teamarbeit, mobiler Arbeit oder auch Jobsharing, besteht, je nach Ausgestaltung und Umfang, die Gefahr, dass diese als Betriebsänderung gelten und Informations- und Beratungspflichten auslösen. Liegt eine Betriebsänderung vor und führt der Arbeitgeber keine Verhandlung über einen Interessenausgleich herbei, macht er sich gegebenenfalls Schadensersatzpflichtig (vgl. § 113 Abs. 3 BetrVG). So hat sich das Landesarbeitsgericht Düsseldorf etwa mit der Frage konfrontiert gesehen, ob bereits die Einführung von „Desk-Sharing“ als grundlegende Änderung der Betriebsorganisation anzusehen ist. Dafür spricht vieles, insbesondere dann, wenn das Konzept so ausgestaltet ist, dass weniger Arbeitsplätze zur Verfügung stehen, als Mitarbeiter beschäftigt sind.

### Das sollten Arbeitgeber beachten

Besteht grundsätzlich ein gutes Verhältnis zwischen Betriebsrat und Geschäftsführung, sind Rahmen-Betriebsvereinbarungen zur Nutzung technischer Einrichtungen zu empfehlen, um damit den laufenden Betrieb zu gewährleisten. Insbesondere kann so die interne, technische Kommunikation betriebsübergreifend gesichert werden. Wichtig ist, dass sich Arbeitgeber der Reichweite betrieblicher Beteiligungsrechte bewusst sind – nachträgliche Blockaden und Umsetzungshindernisse werden dadurch vermeidbar. ■



**Sebastian Busch**  
Rechtsanwalt,  
VDM Nord-West





# TERMINE

## 2022 ◀ ▶ 2023

- |   |   |
|---|---|
| 27.-29.09.2022<br><b>Fachpack</b> , Nürnberg                              | 14.-16.03.2023<br><b>InPrint Munich</b> , München   |
| 06.-08.10.2022<br><b>Bayerischer Druck- und Medientag</b> ,<br>Regensburg | 23.-26.03.2023<br><b>Leipziger Buchmesse</b>  |
| 14.-15.10.2022<br><b>dmpi Jahrestagung</b> , Stuttgart                    | 23.-24.03.2023<br><b>Online Print Symposium</b> , München   |
| 19.-23.10.2022<br><b>Frankfurter Buchmesse</b> ,<br>Frankfurt am Main     | 30.03.-01.04.2023<br><b>wetec</b> , Stuttgart   |
| 25.10.2022<br><b>Personalkongress Druck und Medien</b> ,<br>München       | 04.-10.05.2023<br><b>Interpack 2023</b> , Düsseldorf  |
| 08.11.2022<br><b>Vertriebskongress Digital</b>                            | 01.-03.06.2023<br><b>Branchentreffen + Mitgliederversammlungen<br/>der Verbände Druck und Medien Nord-West,<br/>NordOst und Mitteldeutschland 2023</b> , Bremen |
| 10.11.2022<br><b>Druck &amp; Medien Awards</b> , Berlin                   | 15.-16.06.2023<br><b>Deutscher Druck- und Medientag</b> , Berlin  |
| 29.-30.11.2022<br><b>Fachtagung „Druck und Verarbeitung“</b> ,<br>Leipzig | 06.-08.07.2023<br><b>Bayerischer Druck- und Medientag</b> ,<br>Ort noch offen   |

## ▶ 2024

- 28.05.-07.06.2024  
**drupa**, Düsseldorf
- 28.05.-07.06.2024  
**PRINT & DIGITAL CONVENTION**, Düsseldorf





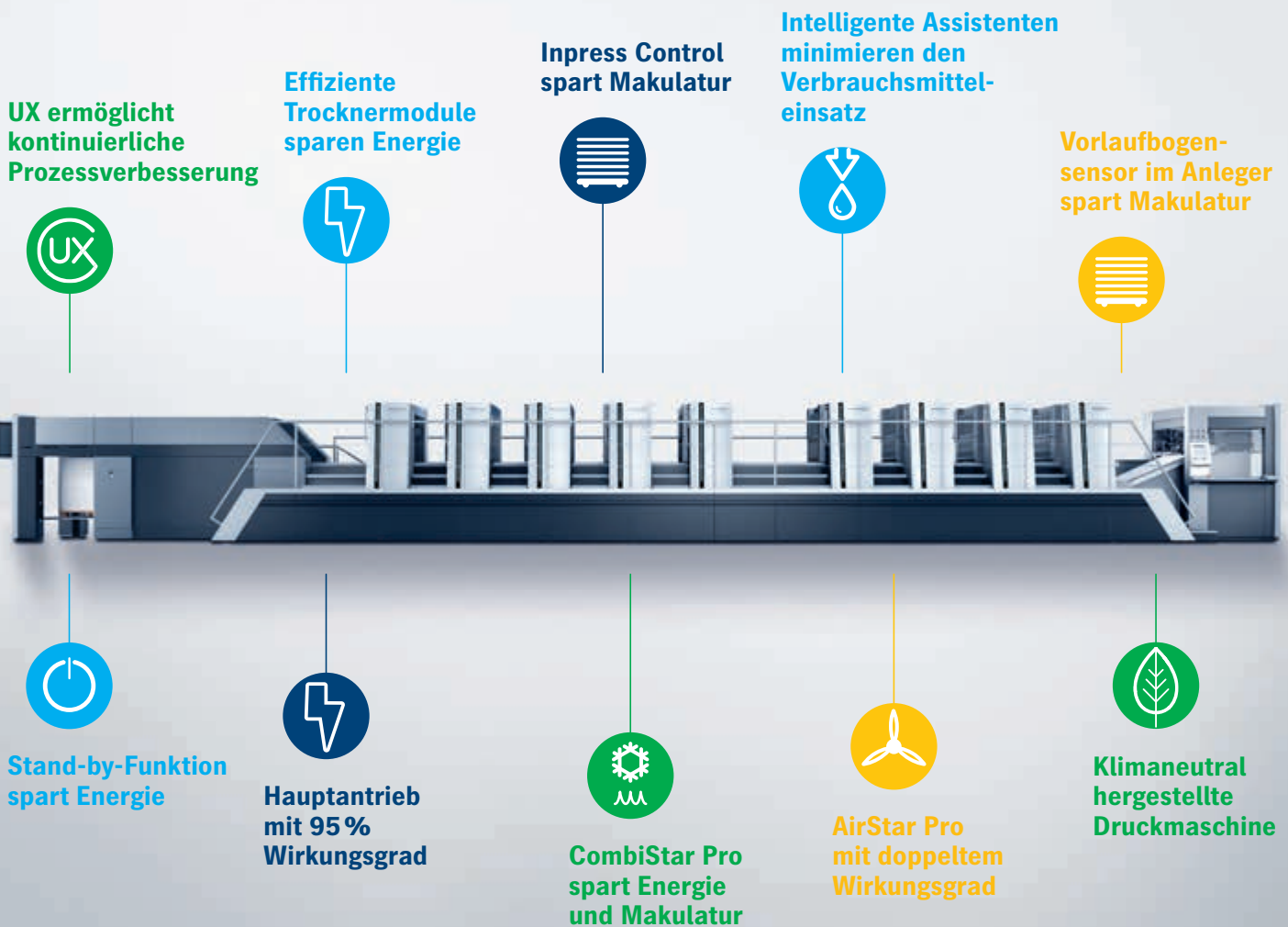
# in, exch ange

Lasst uns über Print sprechen.  
[inapa.de](http://inapa.de)

**inapa**



# Klimaschutz zählt. Produktivität trifft Nachhaltigkeit.



Die Speedmaster XL 106 steht für herausragende Produktivität, gesteigerte Effektivität und nachhaltigen Klimaschutz. Ihre umweltfreundlichen Komponenten reduzieren und optimieren den Energieverbrauch und ihre intelligente Automatisierung die Makulatur. [heidelberg.com/speedmaster-premium-print](https://www.heidelberg.com/speedmaster-premium-print)