

DAS MAGAZIN

NUTZEN

DER DRUCK- UND MEDIENVERBÄNDE

NACHHALTIGKEIT

Es führt kein
Weg daran vorbei

Sparsamkeit und grünes Engagement
Personalmanagement mit Weitblick
Massendrucksaachen und Nachhaltigkeit



GARDAMATT ELEVEN

Bilderdruckpapier - matt gestrichen
erhältlich von 90 bis 380 g/qm

- holzfrei weiß
- 1,1-faches Volumen
- hervorragende Opazität
- hohe Weiße
- sehr gute Laufeigenschaften
- schnelle Trocknungszeit
- FSC® C018175 Mix Credit



Das Zeichen für
verantwortungsvolle
Waldwirtschaft

Ein Papier produziert von



Perfekt rübergebracht auf

**BERBERICH
PAPIER**

EDITORIAL



Es stellt sich nicht mehr die Frage, ob wir nachhaltiger leben und arbeiten müssen, sondern nur noch wie.

Liebe Leserin, Lieber Leser,

Deutschland hat sich zum Ziel gesetzt, seine Treibhausgasemissionen bis 2030 – bezogen auf die Emissionen des Jahres 1990 – um mindestens 55 Prozent zu reduzieren. Den größten Anteil am Rückgang der Emissionen im vergangenen Jahr hatte mit einem Minus von 51 Millionen Tonnen die Energiewirtschaft. Dieser Sektor sorgt auch für die meisten Emissionen in Deutschland. Zweitgrößter Verursacher von Emissionen war die produzierende und verarbeitende Industrie, aber auch in diesem Sektor gingen die Emissionen um 7,3 Millionen Tonnen zurück. Wir sehen also: Es geht. Gleichzeitig steigt die Einsicht in breiten Teilen der Bevölkerung, dass wir nachhaltiger leben und wirtschaften müssen. Dazu hat die Bewegung Fridays for Future im vergangenen Jahr beigetragen. Die Corona-Pandemie schließlich, die uns in diesem Jahr bislang undenkbar Einschränkungen und alternative Konzepte aufzwingt, lehrt uns: Auch das geht. Konferenzen finden digital statt, Dienstreisen

werden doppelt hinterfragt, Unternehmen aus allen Branchen legen beeindruckend nachhaltige Beschaffungs- und Produktionspläne vor.

Die Druck- und Medienwirtschaft arbeitet schon lange vergleichsweise sauber und nachhaltig. Aber wir wissen auch, es kann noch besser werden. Die Verbände Druck und Medien unterstützen die Unternehmen dabei. Im Sinne der Umwelt, aber auch im Sinne des Geschäfts. Denn gerade jetzt, wo Geschäfts- und Privatkunden bereit sind, „grüner“ zu agieren als bisher, gilt es branchenweit, Print als wirksames, oft langlebiges und eben auch nachhaltiges Medium zu präsentieren, das zur Firmenphilosophie der Kunden passt.

Wir wünschen Ihnen eine inspirierende Lektüre.

Herzlichst, Ihre Geschäftsführer der Druck- und Medienverbände



IN HA LT

Die **Druck- und Medienverbände** vertreten die Interessen der deutschen Druck- und Medienwirtschaft auf allen politischen und technischen Ebenen. **Regional, national, international.** Und sie unterstützen die Betriebe auf sämtlichen Feldern ihrer Geschäftstätigkeit. **Praxisnah, persönlich, kompetent.**

TITELTHEMA: NACHHALTIGKEIT

08 — NACHHALTIGKEIT

Es führt kein weg daran vorbei

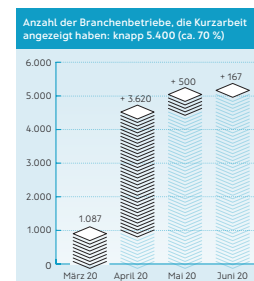
Verbraucher setzen auf Nachhaltigkeit

Digitalisierung – ein zweischneidiges Schwert

16 Argumente für Print

30 — DRUCK AUF BERLIN UND BRÜSSEL

Damit den Betrieben nicht die Puste ausgeht



IMPRESSUM

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

VERANTWORTLICH: Bettina Knappe

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

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

DRUCK: **Schleunungsdruck GmbH**
Eltertstraße 27, 97828 Marktheidenfeld, Tel: (0 9391) 6005 0, Fax: (0 9391) 6005 90

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

ANZEIGEN: Bundesverband Druck und Medien e. V.

03 — EDITORIAL

Herzlich willkommen zum neuen NUTZEN

06 — PRINT KOMMT AN

Käufer, Leser, Reichweiten

14 — WIRTSCHAFT

Anzeichen einer leichten Erholung in der Branche

16 — DER NUTZEN

Nachhaltig beeindruckend

18 — NÜTZLICH

Wissenswertes für die Betriebsführung

20 — DIE FIRMA

Sparsamkeit und grünes Engagement – das passt zusammen!

22 — FACHKRÄFTESICHERUNG

Personalmanagement mit Weitblick – Arbeitgeber-Reputation



Seite **16**



Seite **24**

24 — DIE PROFIS

Massendrucksachen und Nachhaltigkeit: kein Widerspruch

26 — IHR RECHT AUF BERATUNG

Beste Rechtsberatung – ohne Mehrkosten

28 — UNTERWEGS MIT ...

Um- oder Erweiterungsbauten

32 — KURZMELDUNGEN

Informationen aus den Verbänden

34 — TERMINE

Regionale, nationale und internationale Branchenveranstaltungen



Seite **28**

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

Schreiben Sie uns an
nutzen@bvdm-online.de

Wir freuen uns auf Ihre Rückmeldungen!



Print kommt an

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

73%

der vier- bis 13-Jährigen lesen mindestens mehrmals pro Woche gedruckte Bücher, Zeitschriften, Magazine oder Comics.

83,3%

beträgt die aktuelle Verwertungsquote für grafische Papiere in Deutschland.

30%

Um rund stieg im März die Nachfrage nach Kartonverpackungen aufgrund der Corona-Pandemie. Diese Verpackungen sind in der Regel bedruckt.

3,6%

legte der Umsatz mit Kinder- und Jugendbüchern im ersten Halbjahr 2020 gegenüber 2019 zu.

88%

der Bevölkerung erhalten regelmäßig kostenlose Anzeigenblätter.

4,9%

beträgt die Conversion Rate von Print-Mailings für Bestandskunden von Online-Shops.

Täglich greifen

36,8 MILLIONEN

Bürger in Deutschland zu einer gedruckten Zeitung.

10%

Wachstum verzeichnet der Markt für Kartenspiele im Vergleich zum Vorjahr.

Um **25%** stieg die Reichweite der gedruckten Publikumszeitschriften im März 2020 gegenüber September 2018 bis Juli 2019.

An aerial photograph of a dense, lush green forest. A light-colored, paved road winds through the trees, forming a large, irregular loop that occupies the lower half of the image. The trees are a mix of various shades of green, suggesting different species and foliage density. The overall scene is serene and emphasizes the integration of infrastructure with nature.

Nachhaltigkeit

Es führt kein Weg daran vorbei



Wenn an vielen
kleinen Orten viele
kleine Menschen
viele kleine Dinge
tun, so wird sich das
Angesicht unserer
Erde verändern.“

Afrikanisches Sprichwort

Seit mehr als sechs Monaten steht die Welt im Bann von COVID-19, alle anderen Themen wurden schlagartig in die zweite und dritte Reihe geschoben oder sind ganz aus dem öffentlichen Blickfeld geraten. Das galt bis vor Kurzem sogar für die Nachhaltigkeitsdebatte – immerhin das Thema Nr. 1 im Jahr 2019.

Doch im Rahmen der Überlegungen, wie nach Lockdown und anhaltenden Restriktionen für Wirtschaft und Gesellschaft ein Neuaufbau erfolgen könnte, mehren sich die Stimmen, dass dies idealerweise von Maßnahmen gestützt werden sollte, die auf nachhaltige Entwicklungen setzen. Dies sicherlich auch deshalb, da Experten die Corona-Krise als eine Quittung für unser nicht nachhaltiges Leben, Wirtschaften und Konsumieren beschreiben.

Deshalb – so sind sich Experten ebenfalls einig – ist es wichtig, die Wirtschaft nicht weiter nur auf die bisher geltenden Maximen „mehr Wachstum und schnelle Rendite“ auszurichten, sondern anstehende (oder auch längst überfällige) Transformationen in den Bereichen Digitalisierung, Umwelt- und Klimaschutz voranzutreiben. Die Druck- und Medienwirtschaft arbeitet zwar bereits überdurchschnittlich nachhaltig, dennoch wird auch sie sich auf neue Vorschriften einstellen müssen sowie auf Kunden und Verbraucher, die mehr denn je nachhaltiges Arbeiten von Produzenten und Dienstleistern erwarten. »



Konzerne präsentieren sich nachhaltig – und punkten damit auch in ihren Märkten.

So zögerlich die Wirtschaft in der Vergangenheit oft war, wenn es um Nachhaltigkeit ging, so aktiv wird sie jetzt. Nicht zuletzt, weil sie um anstehende Vorgaben aus der Politik weiß und weil Kunden es erwarten. So teilte Apple im Juli mit, die Firma wolle bis 2030 klimaneutral sein und reihte sich damit in eine wachsende Zahl von Technologiefirmen mit ambitionierten Zielen ein. BMW hat sich die „Strategie Nachhaltigkeit 2030“ verordnet und nimmt auch seine Lieferanten in die Pflicht. Sie sollen schon bei der Auftragsvergabe daran gemessen werden, welchen Beitrag sie zur Kohlendioxid-Reduktion leisten. Bei Aldi Nord wird das Management in Sachen Nachhaltigkeit sogar von den eigenen Mitarbeitern überholt: Weil die Klimaschutzmaßnahmen des Konzerns aus Sicht der Belegschaft in den Märkten nicht wirklich sichtbar werden und nicht ausreichend gewürdigt würden, haben einige Angestellte die Initiative ergriffen. Das erste Ergebnis zeigten Hamburger Aldi-Märkte im Juli. Dort werden Kunden mit kreativen Bannern auf die Nachhaltigkeitsmaßnahmen des Handelsriesen aufmerksam gemacht. Für Druck- und Mediendienstleister können die Signale nicht deutlicher sein. Wer sich nachhaltig aufgestellt hat, dürfte bei Auftragsvergaben vieler Einkäufer deutlich im Vorteil sein.

Verbraucher setzen auf Nachhaltigkeit

Nicht nur die Wirtschaft muss spätestens seit der Pandemie neue Wege gehen, auch das Verhalten und die Prioritäten der Menschen ändern sich. Dabei stehen Nachhaltigkeit und Umweltschutz bei ihnen stärker im Fokus denn je. In einer Studie* geben 75 Prozent von 1.000 Befragten an, dass die Corona-Krise nicht dafür

genutzt werden darf, den Klimaschutz aufzuschieben. Ebenso viele sind der Meinung, Nachhaltigkeit sei der Schlüssel für Gesundheit und Sicherheit. Zwei Drittel haben vor, künftig auf Anbieter zurückzugreifen, denen Solidarität, soziales Engagement und Nachhaltigkeit



* „New Normal: Wie lebt Deutschland in der Post-Corona-Welt?“. Eine Studie von QVC, Trendforscher Prof. Peter Wippermann und Trendbüro Bonsai Research

wichtig sind und genauso viele wollen beim Kleidungskauf mehr auf Langlebigkeit und Zeitlosigkeit achten. Damit kann davon ausgegangen werden, dass auch Printprodukte eine höhere Akzeptanz erfahren, wenn sie deutlich als ein nachhaltig produziertes Produkt erkennbar sind. Seien es Geschäftsberichte, Gebrauchsanleitungen oder Werbeflyer. Und nicht nur das: Ein Siegel wie „klimaneutral gedruckt“ der Klimainitiative der Verbände in Geschäftsdrucksachen der Hersteller oder Händler anderer Güter – Bekleidung, Lebensmittel, Kosmetik o. Ä. – bietet den entsprechenden Produzenten (und damit den Kunden der Druckindustrie) eine einfache, aber wirksame Möglichkeit, ihre Kunden über das Verantwortungsbewusstsein der Firma zu informieren.



Die Politik hat gelernt

Bereits nach der Finanzkrise 2008 identifizierte die EU-Kommission den Mangel an nachhaltigem Handeln bei Kapitalmarktteilnehmern als einen wesentlichen Krisenauslöser. Diese Erkenntnis hat letztlich dazu geführt, dass im Dezember 2019 eine neue Nachhaltigkeitsstrategie (European Green Deal) verabschiedet wurde. Sie soll bei den Unternehmen in der EU das Bewusstsein für die ökologischen und sozialen Auswirkungen ihres Handelns schärfen. Mit dem Ziel, ein klimaneutrales Europa zu schaffen, plant die EU-Kommission, alle EU-Rechtsvorschriften zu überprüfen, um sie an die neuen Klimaziele anzupassen. Das gilt unter anderem für Richtlinien über erneuerbare Energien und Energieeffizienz, aber auch für die Vorschriften zum Emissionshandel.

Weiterhin hat die Kommission am 11. März 2020 einen neuen Aktionsplan für die Kreislaufwirtschaft verabschiedet. Er soll die gesamte EU-Wirtschaft fit für eine grüne Zukunft machen, ihre Wettbewerbsfähigkeit stärken, die Umwelt schützen und den Verbrauchern neue Rechte einräumen. Zurzeit werden nur 12 Prozent der Sekundärmaterialien und -ressourcen wieder in die Wirtschaft zurückgeführt. Daher sind EU-

weit Maßnahmen geplant, um die Art und Weise, wie Produkte hergestellt werden, zu verbessern und den Verbrauchern die Möglichkeit zu geben, nachhaltige Entscheidungen zu ihrem eigenen Nutzen und zum Nutzen der Umwelt zu treffen. Hier kann die deutsche Druckindustrie auch gegenüber der Digitalwirtschaft deutlich punkten: Die Recyclingquote grafischer Papiere liegt in Deutschland bei 83 Prozent, Druckplatten werden ebenfalls recycelt, Wasser für die Papierproduktion wird im Kreislauf gefahren und Zeitungen werden zu 100 Prozent aus Altpapier hergestellt. Diese Informationen gilt es viel sichtbarer zu präsentieren als bisher – zum Beispiel auf Werbematerial oder Websites der Druck- und Medienbetriebe.

Mit der Verabschiedung des Ressourceneffizienzprogramms III am 17. Juni 2020 schreibt die deutsche Regierung ihr seit 2012 erfolgreich laufendes Programm ProgRess fort. Damit hat sich das Land auf Ziele, Leitideen und Handlungsansätze zum Schutz der natürlichen Ressourcen festgelegt. Unternehmen sollen natürliche Ressourcen entlang der gesamten Wertschöpfungskette effizienter nutzen. Sie werden daher dabei unterstützt, Produkte ressourceneffizienter zu gestalten und zu produzieren. Das bedeutet, dass sie während der Herstellungs-, Nutzungs- und Entsorgungsphase ein Minimum an Material, Wasser und Energie beanspruchen. Informationen, Instrumente, Publikationen und Filme zum Thema Ressourceneffizienz bietet die Website www.ressource-deutschland.de des Kompetenzzentrums Ressourceneffizienz (VDI ZRE). Branchenspezifische Beratung bieten auch die Druck- und Medienverbände.

»

Europas Wälder werden
täglich um **1.500**
Fußballfelder größer.

83%
grafischer Papiere
werden recycelt.

Um Beratungsleistungen und eventuell daraus folgende Maßnahmen zur Verbesserung der Energieeffizienz in den Unternehmen finanziell zu unterstützen, existieren Vereinbarungen mit der KfW-Förderbank. Ihr „Sonderfonds Energieeffizienz“ bezuschusst Energieeffizienzberatungen bei kleinen und mittleren Unternehmen und vergibt günstige Investitionskredite für Energieeinsparmaßnahmen.

Digitalisierung – ein zweischneidiges Schwert

Mit dem Programm ProgRess will die Regierung einen sparsamen Umgang mit Rohstoffen erreichen. Dabei geht es auch darum, die Chancen digitaler Technologien für mehr Wohlstand und Wettbewerbsfähigkeit, soziale Gerechtigkeit und eine intakte Umwelt zu nutzen. Denn dank immer schnellerer Verarbeitung

von Prozessdaten können Produktionen besser gesteuert und der Rohstoffeinsatz effizienter werden. Dass die Digitalisierung jedoch erheblich zum erhöhten Verbrauch von Rohstoffen beiträgt, vergessen Kunden und Verbraucher häufig. Das beweisen die zunehmende Verbreitung von Smartphones und Tablets sowie die enorm wachsenden Bedarfe an Serverleistungen. Auch die Appelle zahlreicher Firmen und renommierter Organisationen (wie im Juli seitens der Bundesrechtsanwaltskammer), der Umwelt zuliebe von Print auf Online umzusteigen, zeugen von immenser Unkenntnis. Schlimmer noch: Diese Haltung stellt die Druckindustrie in ein falsches, schlechtes Licht und schadet ihr. Mit der Initiative Green Printing statt Greenwashing gehen die Verbände gegen entsprechend schmäbliche Behauptungen vor. Denn Experten wissen: Die digitale Kommunikation mit ihrem enormen Bedarf an Energie, an nicht nachwachsenden Rohstoffen und unbefriedigenden Recyclingquoten ist nachweislich nicht umweltfreundlicher als Druck – in jedem Fall aber viel weniger transparent.

Im Verhältnis zu vielen anderen Industrien hat die Druckbranche in Fragen der Nachhaltigkeit eine Vorreiterrolle. Höchste Standards im gesamten Beschaffungs- Produktions- und Entsorgungsprozess machen die Branche zu einem vergleichsweise sehr sauberen, transparenten Industriezweig. Der Bundesverband Druck und Medien und seine Landesverbände weisen mit Pressearbeit, in persönlichen Gesprächen mit Journalisten und in Kooperation mit anderen Verbänden seit Jahren konsequent auf das nachhaltige Wirtschaften der Druck- und Papierindustrie hin. Aber im eigenen Interesse jedes Druck- und Medienunternehmens sowie im Interesse der gesamten Branche braucht es heute mehr denn je auch das deutlichere, sichtbare Signal aus den Betrieben selbst: Print ist nachhaltig!

Mehr Information dazu unter
www.bvdm-online.de/themen/umwelt/

**Zeitungen werden zu
100%
aus Altpapier hergestellt.**

Da die Details eines systematischen Umweltmanagements von Branche zu Branche unterschiedlich sind, bietet die Klimainitiative der Druck- und Medienverbände den Betrieben der Druck- und Medienwirtschaft ganz spezifische Unterstützung an, mit der gesetzte Ziele auch wirklich erreicht werden.

Wirtschaft

Soziales

Maßnahme

relative Grenzen/
Optimierungsgebot

Umwelt

Absolute Grenze:
Erhaltung der
Lebensgrundlagen
in globaler
Perspektive

Quelle: Bundesregierung – Meilensteine der Nachhaltigkeitspolitik

Dass Print vergleichsweise nachhaltig ist, wissen wir in der Branche. Außerhalb der Branche fehlt es leider oft an Informationen. Zunehmend werden die Verbände daher um gebündelte und belegbare Fakten gebeten. Die gibt es nun. In dem Farbfächer „Nachhaltig kommunizieren mit Print“ sind die 16 wichtigsten Argumente leicht verständlich präsentiert. Mitglieder der Druck- und Medienverbände erhalten den Fächer über ihren Landesverband.



Anzeichen einer leichten Erholung in der Branche

Nachdem Ende März der Lockdown einsetzte, brachen vor allem im April die wichtigsten Konjunkturindikatoren der Druck- und Medienwirtschaft ein und fielen auf historische Tiefstände. Seit der Lockerung der infektionsbedingten Schutzmaßnahmen im Mai sind leichte Anzeichen einer konjunkturellen Erholung sichtbar. Während der saison- und kalenderbereinigte Produktionsindex der Branche zwischen Februar und Mai 2020 um 25,6 Prozent fiel, legte er seit Mai um 11,3 Prozent zu. Ähnlich entwickelte sich der saison- und kalenderbereinigte nominale Umsatzindex – er stieg im Juni um 11,8 Prozent gegenüber dem Vormonat an.

Dennoch gilt es zu beachten, dass die Erholungsentwicklung derzeit nur auf einem niedrigen Niveau stattfindet. So zeigen die jüngsten Daten des Statistischen Bundesamtes, dass der Umsatzindex im 2. Quartal durchschnittlich 23,9 Prozent unter seinem Vorjahresniveau lag. Und auch wenn der Geschäftsklimaindex – ein Frühindikator der Branche – im Juli um 11,2 Prozent gegenüber dem Vormonat zulegte und nur noch 2,9 Prozent unter seinem Vorjahresniveau notiert, ist zu berücksichtigen, dass sowohl der Produktions- als auch der Umsatzindex nach wie vor deutlich unter ihren

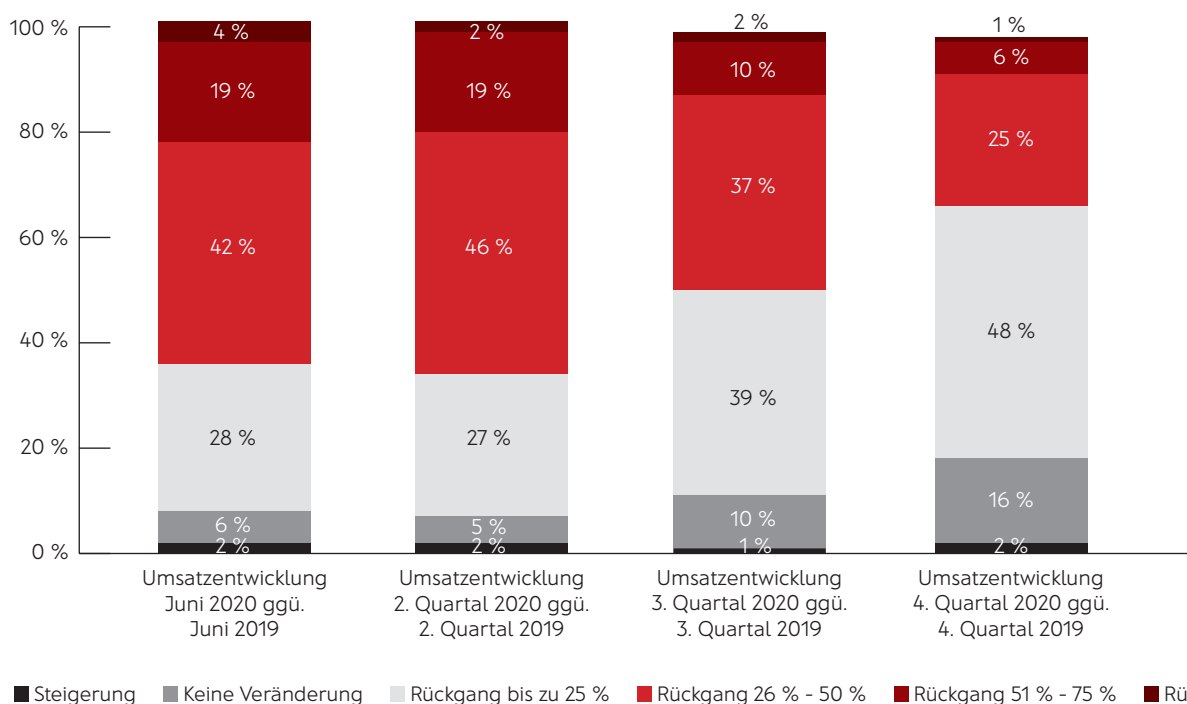
Vorjahreswerten liegen – das Minus betrug im Juni rund 18 bzw. 19 Prozent.

Die Erholung könnte sich also noch länger hinziehen und steht angesichts diverser gesamtwirtschaftlicher Risiken und der Abhängigkeit vom Infektionsgeschehen im weiteren Jahresverlauf auf tönernen Füßen. Dies zeigen auch die Ergebnisse der bvd-m-Kurzumfrage von Ende Juni. Hier gaben rund 46 Prozent aller Unternehmer an, dass sie eine Normalisierung ihrer Geschäftslage – unter der Voraussetzung, dass es keine zweite Infektionswelle geben wird – frühestens in acht Monaten erwarten.

Zudem konnten rund 26 Prozent der Umfrageteilnehmer – aufgrund der durch die Coronakrise hervorgerufenen Planungsunsicherheit – keine Prognose hinsichtlich des ungefähren Zeitpunktes der Normalisierung ihrer Geschäftslage abgeben.

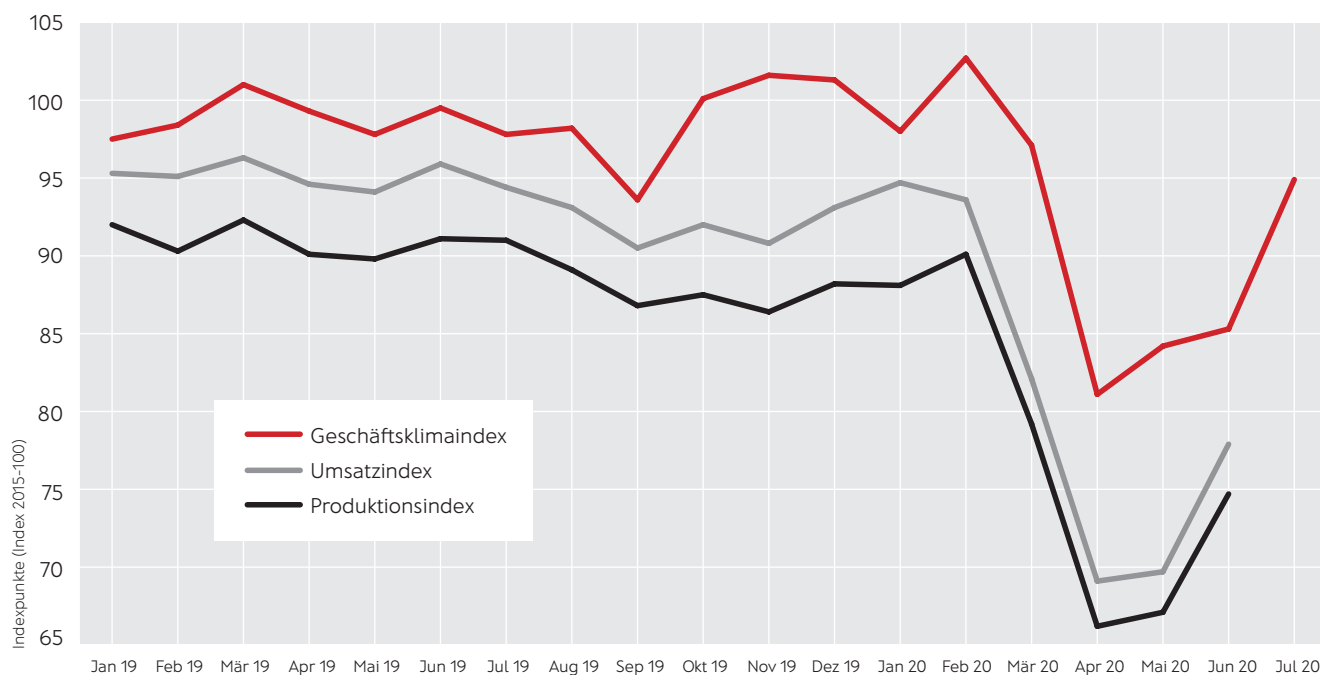
Dementsprechend ist es auch wenig überraschend, dass nahezu die Hälfte aller Unternehmer davon ausging, dass im dritten Quartal der Umsatzrückgang mindestens 25 Prozent betragen werde. Selbst im vierten Quartal erwartete noch nahezu ein Drittel einen Umsatzschwund von mehr als 25 Prozent.

Umsatzerwartungen der Unternehmen für Juni und das zweite bis vierte Quartal 2020



Quelle: Statistisches Bundesamt, ifo-Institut. Berichtskreis: Fachliche Betriebs-
teile mit 50 und mehr Mitarbeitern (Umsatzindex); Betriebe mit 20 und mehr
Mitarbeitern (Produktionsindex). Anmerkungen: Umsatz- und Produktionsindex
sind saison- und kalenderbereinigt; Geschäftsklimaindex ist saisonbereinigt.
Berechnungen: bvd-m; Rundungsdifferenzen sind möglich.

Seit dem Tiefpunkt im April geht es wieder aufwärts.



Quelle: Corona-Kurzumfrage des bvd/m vom Juni 2020

Softproofing by Stora Enso

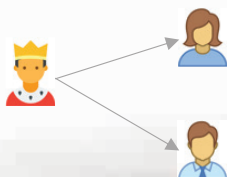


RemoteDirector



storaenso

Proofing von überall.



Erstelle Projekte

Workflow-Tool

Überprüfen &
kommentieren

Genehmigen &
verteilen

Proofs direkt an
der Maschine

Sie wollen auch Kosten sparen? Wir rechnen Ihnen das Potenzial vor: tcs.paper@storaenso.com

Nachhaltig beeindruckend

Das Familienunternehmen Rieker Druckveredelung GmbH & Co. KG ist als Spezialist für Veredelung ein wichtiges Glied in der Herstellungskette von Druckerzeugnissen. Das Know-how der Firma kommt immer dann ins Spiel, wenn Bücher, Verpackungen oder Werbematerialien einen Zusatznutzen erhalten sollen: beeindruckende Optik, ansprechende Haptik oder einen wirksamen Schutz.

Ob glänzend oder glitzernd, temperaturempfindlich oder blickdicht, kratzfest oder abwaschbar – geprägt, kaschiert oder lackiert: „Hinter jeder Art der Veredelung verbirgt sich komplexe Technik. Wir haben die Erfahrung und das Know-how, sie gezielt einzusetzen“, sagt Ralph C. Rieker, Geschäftsführer von Rieker Druckveredelung in Leinfelden. So erzählt er von UV-Lackierungen, durch die sich ein einfacher Karton wie Seide anfühlt, spektakulär schimmert oder eine Lederoptik erhält oder von vollständig abbaubarer und kompostierbarer Folie auf Basis nachwachsender Rohstoffe.

Doch sehr oft geht es bei Veredelungen nicht nur um ansprechende Optik für Druckerzeugnisse, sondern auch um Schutz vor Schmutz und Feuchtigkeit oder um längere Haltbarkeit durch höhere mechanische Belastbarkeit. Die hauchdünnen Kaschierfolien wirken als Barrieren und sorgen für die Langlebigkeit von Kartonen, die man sogar abwaschen kann. Sie kommen beispielsweise bei Schulbüchern zum Einsatz, die dadurch eine bis zu 5-fach erhöhte Lebensdauer haben. „Nur etwa 0,2 Prozent des gedruckten Materials werden veredelt und bei den meisten Anwendungen geht es um Schutz“, erläutert Rieker.

”

Mit umweltfreundlichen
Materialien und Verfahren
sorgen wir für nachhaltige
Druckveredelung.“

Ralph C. Rieker, Geschäftsleitung Rieker
Druckveredelung GmbH & Co. KG

Lange Lebensdauer und hohe Recyclingquote

Für den Vater von zwei Söhnen ist die Langlebigkeit der Produkte ein wichtiger Punkt, nicht zuletzt bei der Debatte um Umweltschutz und mehr Nachhaltigkeit. „Die von uns veredelten Drucksachen sind keine Wegwerfprodukte und können, wenn sie dann doch irgendwann entsorgt werden müssen, über die Altpapiersammlung recycelt werden.“ Gemeinsam mit den Herstellern von Lacken und Farben wird an noch umweltfreundlicheren Materialien und Verfahren gearbeitet. Der Betrieb wird dabei oft genug zum Testlabor. „Dieser Wissensvorsprung kommt unseren Kunden zugute und ist Inspiration für innovative Druckprodukte“, so Rieker.

Mehr als 111 Jahre Veredelungskompetenz

Inhaber von Rieker Druckveredelung in Leinfelden mit 20 Mitarbeitern ist der Wirtschaftsingenieur Ralph C. Rieker. Seit 2001 leitet der 56-jährige den Betrieb, den sein Urgroßvater Christian F. Rieker 1906 gründete, gemeinsam mit seinem Schwager Andreas W. Knauber. Seit 2015 ist dessen Sohn Henrik (wie Rieker gelernter Drucker und Absolvent der Hochschule der Medien [HdM] in Stuttgart) nun schon in der fünften Generation in der Geschäftsleitung tätig.

Next Generation

Das Unternehmen gut vorbereitet für die Herausforderungen der Zukunft an die nächste Generation zu übergeben – so, wie es seine Vorgänger schon getan haben – ist ein weiterer Aspekt seiner Sichtweise von Nachhaltigkeit. Rieker: „Mein Urgroßvater hat das Unternehmen gegründet und die Aufgabe jeder Generation ist es, es so zu entwickeln, dass es weiter gedeihen kann.“ ■



Henrik Knauber und Ralph C. Rieker führen das Familienunternehmen Rieker Druckveredelung inzwischen in der 5. Generation.



► Neue Richtlinie für Zeitungsbeilagen als Download

Die bvdm-Richtlinie regelt, wie Beilagen beschaffen sein müssen, zu verpacken und anzuliefern sind, damit sie in der Zeitungsdruckerei problemlos verarbeitet werden können. Sie gilt fortan auch für Anzeigenblätter.

Um eine störungsfreie Zeitungsproduktion zu gewährleisten, reicht es nicht aus, lediglich die Druck- und Verarbeitungsprozesse für die Zeitung selbst zu optimieren. Oft enthalten Zeitungen Beilagen, die nicht auf der Zeitungsrotation gedruckt, sondern aus anderen Druckereien zugeliefert werden. Ob sich die Beilagen im hochautomatisierten Fertigungsprozess der Zeitungsdruckereien problemlos in das Trägerprodukt einstecken lassen, hängt wesentlich davon ab, wie die Beilagen beschaffen sind und ob sie in geeigneter Weise verpackt, gekennzeichnet und angeliefert werden.

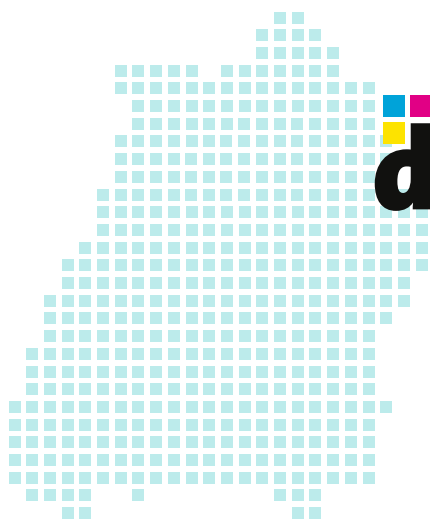
Die neue Richtlinie benennt die Voraussetzungen für eine reibungslose Verarbeitung der Beilagen. Sie dient somit als Verständigungsmittel zwischen den an der Beilagenwerbung beteiligten Unternehmen – den Zeitungs/Anzeigenblatt-Druckereien und -Verlagen, den Beilagenkunden und Agenturen sowie den Druckereien, welche die Beilagen produzieren und zuliefern. Ein neu aufgenommener Anhang „Tip-on-Karten“ ergänzt das Dokument um Hinweise zu Postkarten, die auf Titel oder Rückseite der Zeitung geklebt werden sollen.

Die bvdm-Richtlinie „Beilagen in Zeitungen und Anzeigenblättern“ löst die zuletzt im Jahr 2014 aufgelegte Publikation „Technische Richtlinien: Fremdbeilagen in Tageszeitungen“ ab. Sie gilt nunmehr auch offiziell für Beilagen in Zeitungen und zeitungstypischen Produkten, die nicht täglich erscheinen. Denn die technischen und organisatorischen Voraussetzungen für eine qualitätssichere und wirtschaftliche Beilagen-Verarbeitung sind ungeachtet der Erscheinungsweise identisch.

Die Richtlinie wurde von der Interessengruppe Zeitungsdruck des Bundesverbandes Druck und Medien e. V. (bvdm) erarbeitet und mit dem Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e. V. (BDZV) sowie dem Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter e. V. (BVDA) abgestimmt.

GRATIS-DOWNLOAD

www.bvdm-online.de/themen/technik-forschung/richtlinien-und-handreichungen/



dmpi **BWupdate**

Baden-Württemberg
Regionalausgabe 3 | 2020



Liebe Leserin, lieber Leser,

an dieser Stelle sollte ein Rückblick auf das 75. Jubiläum des vdm im Rahmen der ersten gemeinsamen Jahrestagung von vdm und vpi stehen. Es kam alles anders – im Corona Jahr 2020. Wir mussten die Jahrestagung absagen und haben davon Gebrauch gemacht, die notwendigen Beschlüsse der Mitgliederversammlung digital herbeizuführen.

Im Zeitpunkt des Verfassens dieser Zeilen Ende Juli steigen die Fallzahlen in Deutschland gerade wieder. Befeuert auch durch unvernünftiges Verhalten einiger Urlauber. Es wird hoffentlich gelingen, diese Entwicklungen „in den Griff“ zu bekommen. Damit wir wieder optimistisch in die Zukunft blicken können:

- › Auf ein wenigstens passables Jahresendgeschäft 2020 für unsere Unternehmen.
- › Auf eine erfolgreiche und spannende dmpi-Jahrestagung 2021 am 9. Juli in Fellbach (Save-The-Date!).

Ein anderes Zukunftsthema, mit dem sich diese Ausgabe des BW-Update beschäftigt, ist der (perfekte) Start in die Ausbildung!

Kommen Sie gut durch die Krise und bleiben Sie gesund!

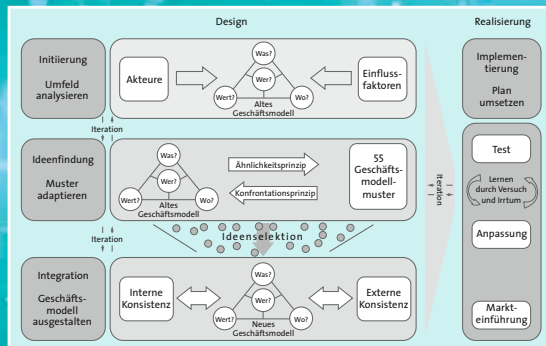
DR. ALEXANDER LÄGELER

Geschäftsführer

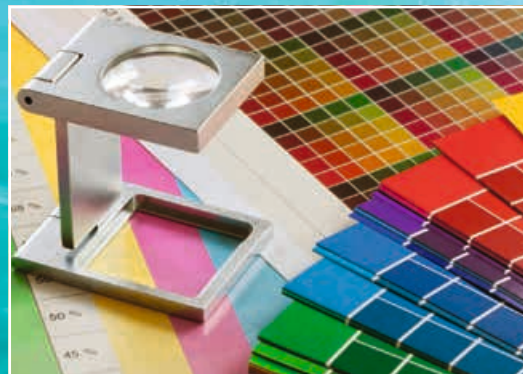
dmpi – Industrieverbände Druck und Medien, Papier- und Kunststoffverarbeitung Baden-Württemberg



www.dmpi-bw.de



Geschäftsmodell neu-denken und über-denken auf Seite 7.



Retro-Fit Print: Optimieren oder Neuanschaffung; Entscheidungshilfe auf Seite 8 – 9.



Alle wichtigen Informationen zum Start der Ausbildung auf den Seiten 4 – 5.



Recht nützlich: Kündigungserklärung auf Seite 10.

Wie gefällt Ihnen Ihr dmpi-Magazin „BW update“?

Über Ihr Feedback freuen wir uns.



MELANIE ERLEWEIN
Referentin Öffentlichkeitsarbeit
Telefon 0711 45044-50
m.erlewein@dmpi-bw.de



Wir in BW: Politik trifft Wirtschaft; FDP-Sprecherin der Landtagsfraktion Gabriele Reich-Gutjahr zu Gast bei dmpi auf Seite 11.

DMPI INSIGHTS



Einladung

dmpi INSIGHTS

Marktanforderung Nachhaltigkeit

Do 8. Oktober, 16.30 – 20.00 Uhr
DEBATIN, Vichystraße 6, 76646 Bruchsal

Gern öffnet Ihnen dmpi-Mitglied Thomas Rose, Geschäftsführer DEBATIN, als Ihr Gastgeber 2020 die Türen und bietet neben spannenden Einblicken ins Unternehmen beste Gelegenheit zum Austausch und Networking.

Nachhaltigkeit als Innovationstreiber

Thomas Rose stellt die Nachhaltigkeitsstrategie von DEBATIN vor.

Zwischen Verantwortung und Funktionalität – was braucht der Kunde?

Prof. Dr. Carolyn Hutter, DHBW Heilbronn gibt als ehemalige Leiterin Nachhaltigkeit bei Lidl Dienstleistungen und Porsche AG Einblicke in die Kundenperspektive.

Digitalisierung und Nachhaltigkeit – Wie geht das zusammen?

André Tiede, Hub-Manager, HubWerko! erläutert wie die Faktoren Digitalisierung und Nachhaltigkeit bestehende Geschäftsmodelle innovieren können.

www.dmpi-bw.de/vpi-insights-debatin

Gastgeber-Portrait

dmpi INSIGHTS

Thomas Rose, Geschäftsführer DEBATIN



Produkte

Manipulationssichere Safebags, selbstklebende Versandtaschen, Verpackungsmaterial

Auszeichnungen

TOP 100 der innovativsten, mittelständigen Unternehmen Deutschlands

DEBATIN Nachhaltigkeitsoffensive

- › klimaneutrales Unternehmen
- › klimaneutrale Produkte (Cradle of Gate)
- › Einsatz von Recyclingfolien
- › Einsatz von FSC-Papieren
- › Zertifizierung "Blauer Engel"
- › vollständiger Recyclingkreislauf (Partnerunternehmen in der DERIBA-Group DE)

www.debatin.de



Bei Fragen oder zur direkten
Anmeldung: Gerne für Sie da!

ANDREA IDLALLENE

Telefon 0711 45044-12

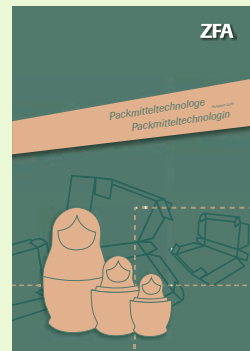
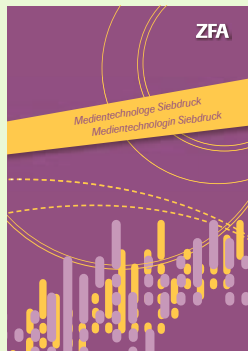
a.idlallene@dmpi-bw.de

AUSBILDUNGSBEGINN

Info Ausbildung

Der perfekte Start in die Ausbildung

Mediengestalter/in – Medientechnologe/in – Packmitteltechnologe/in



Im September beginnen die neuen Auszubildendenverhältnisse. Schon im Ausbildungsvertrag müssen die Fachrichtungen eingetragen werden. Die IHK möchte einen detaillierten Ausbildungsplan inklusive prüfungsrelevanter Wahlqualifikationen. Der Azubi muss in der zuständigen Berufsschule angemeldet werden. Vielleicht ist zum Ausbildungsstart auch ein Einführungskurs hilfreich.

Checkliste Berufsausbildung

Damit Sie alle wichtigen Schritte Schritt für Schritt abhaken können, gibt es die umfangreiche Checkliste Berufsausbildung mit hilfreichen Zusatzinfos.

www.dmpi-bw.de/checkliste-ausbildung

Ausbildungsverordnungen

Die kommentierten Ausbildungsverordnungen mit Infos zu Fachrichtungen und Wahlqualifikationen für die Berufe Mediengestalter/innen Digital und Print; Medientechnologen/innen Druck, Siebdruck, Druckverarbeitung und Packmitteltechnologen/innen sind frei verfügbar zum Download:

www.dmpi-bw.de/mg-vo-zfa

www.dmpi-bw.de/mt-druck-vo-zfa

www.dmpi-bw.de/mt-siebdruck-vo-zfa

www.dmpi-bw.de/mt-dv-vo-zfa

www.dmpi-bw.de/pmt-vo-zfa

Digitaler Ausbildungsplan

In 5 Minuten zum perfekten Ausbildungsplan?

So geht's: Auf der Website des Zentral-Fachausschuss Berufsbildung Druck und Medien (ZFA) gibt es ein digitales Tool dafür. Als Ergebnis erhalten Sie einen verordnungskonformen Ausbildungsplan als Word-Dokument.

www.zfamedien.de

-> Berufe (gewünschten Beruf wählen)

-> Ausbildungsplan erstellen

Seminar-Empfehlungen

Druckvorstufe Grundlagen

Einstiegswoche für

Azubis Mediengestalter/innen

Mo 14. – Fr 18. September 2020

Weitere Infos unter:

www.dmpi-bw.de/azubis-002

Druck und Weiterverarbeitung

Grundlagen

Einstiegswoche für Azubis

Medientechnologen/innen

Mi 23. – Di 29. September 2020

Weitere Infos unter:

www.dmpi-bw.de/azubis-003

**Sie möchten ausbilden oder bilden schon aus
und haben Fragen oder Anregungen?**

Als Mitglied sich schnell und kostenfrei beraten lassen:



MELANIE ERLEWEIN

Referentin Öffentlichkeitsarbeit

Telefon 0711 45044-50

m.erlewein@dmpi-bw.de

Zuständige Berufsschule

Welche Berufsschule ist zuständig?

Johannes-Gutenberg-Schule, Stuttgart

Zentrum für Druck und Kommunikation

Berufe: MG; MTD; MTS; MTV; PMT

www.jgs-stuttgart.de

Carl-Hofer-Schule, Karlsruhe

Berufe: MG; MTD; MTDV

www.carl-hofer-schule.de

Ferdinand-von-Steinbeis-Schule, Ulm

Berufe: MG; MTD

www.fss.schule.ulm.de

Johannes-Gutenberg-Schule, Heidelberg

Berufe: MG; MTD

www.jgs-heidelberg.de

Johann-Jakob-Widmann-Schule, Heilbronn

Berufe: MG; MTD

www.jjws.de

Gewerbliche Schule, Ravensburg

Berufe: MG

www.gbs.rv.bw.schule.de

Kerschensteinerschule, Reutlingen

Berufe: MG

www.kss-rt.de

Erich-Hauser-Gewerbeschule, Rottweil

Berufe: MG

www.ehg-rottweil.de

Überbetriebliche Ausbildung

Damit Sie als Ausbildungsunternehmen nicht die ganze Last der betrieblichen Ausbildung tragen müssen, gibt es die Azubi-Kurse in der überbetrieblichen Ausbildung bei dmpi. Von Einstiegs-Kurs bis Prüfungsvorbereitung, als Online- oder Präsenz-Angebot – und immer mit 70 % Fachkursförderung vom Land Baden-Württemberg. Voll gut ;-)

Planer für die überbetriebliche Ausbildung

Einen Planer zum Überblick über alle Azubi-Kurse im Schuljahr 2/20 – 1/21 gibt es zum Download als PDF. Oder fordern Sie Ihr gedrucktes Exemplar für Mediengestalter/innen, Medientechnologen/innen oder Packmitteltechnologen/innen direkt bei dmpi an.

www.dmpi-bw.de/azubiseminare



ÜBERBETRIEBLICHE AUSBILDUNG 2020/2021: Me

2. Halbjahr 2020

	September										Oktober										November										Dezember										Januar										Februar									
KW	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10																															

1. Ausbildungsjahr

Druckentwürfe Grundlagen	www.dmpi-bw.de/atzubis-002	14.9 18.9																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
--------------------------	--	--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

TOP-KURSE ZUM AUSBILDUNGSSTART

Willkommen
zu deinem Kurs im:
Haus der Druckindustrie
Zeppelinstraße 39
73760 Ostfildern/Kemnat

* weitere Infos unter:
[www.dmpi-bw.de/
esf-fachkursfoerderung](http://www.dmpi-bw.de/esf-fachkursfoerderung)



1 **Design Grundlagen**
Einstiegskurs für Azubis
Mediengestalter/innen
Mi 7. – Fr 9. Okt, 9 – 16.30 Uhr
www.dmpi-bw.de/azubis-013

960 € Mitglied | 1.350 € regulär
abzügl. 70 % ESF-Förderung*
288 € Mitglied | 405 € regulär



2 **Druckvorstufe Grundlagen**
Einstiegswoche für Azubis
Mediengestalter/innen
Der Sep-Termin ist bereits gelaufen!
Mo 8. – Fr 12. März 2021, 9 – 16.30 Uhr
www.dmpi-bw.de/azubis-002

1.600 € Mitglied | 2.800 € regulär
abzügl. 70 % ESF-Förderung*
480 € Mitglied | 840 € regulär



3 **Druck und Weiterverarbeitung**
Grundlagen
Einstiegswoche für Azubis
Medientechnologen/innen
Mi 23. – Di 29. Sep, 9 – 16.30 Uhr
www.dmpi-bw.de/azubis-003

1.600 € Mitglied | 2.800 € regulär
abzügl. 70 % ESF-Förderung*
480 € Mitglied | 840 € regulär



4 **Adobe InDesign Grundlagen**
Einstieg in die Layouterstellung
Mi 30. Sep – Fr 2. Okt, 9 – 16.30 Uhr
Mo 23. – Mi 25. Nov, 9 – 16.30 Uhr
www.dmpi-bw.de/publishing-002

960 € Mitglied | 1.350 € regulär
abzügl. 70 % ESF-Förderung*
288 € Mitglied | 405 € regulär



5 **Adobe Illustrator Grundlagen**
Einstieg in die Grafikerstellung
Mi 7. – Fr 9. Okt, 9 – 16.30 Uhr
www.dmpi-bw.de/publishing-009

960 € Mitglied | 1.350 € regulär
abzügl. 70 % ESF-Förderung*
288 € Mitglied | 405 € regulär



6 **Adobe Photoshop Grundlagen**
Einstieg in die Bildbearbeitung
Mo 21. – Mi 23. Sep, 9 – 16.30 Uhr
Mi 18. – Fr 20. Nov, 9 – 16.30 Uhr
www.dmpi-bw.de/publishing-012

960 € Mitglied | 1.350 € regulär
abzügl. 70 % ESF-Förderung*
288 € Mitglied | 405 € regulär



7 **Adobe Premiere Rush Grundlagen**
Einstieg in den Videoschnitt
Di 27. Okt, 9 – 16.30 Uhr
www.dmpi-bw.de/publishing-018

320 € Mitglied | 450 € regulär
abzügl. 70 % ESF-Förderung*
96 € Mitglied | 135 € regulär



Jetzt vormerken und Plätze sichern:

URSULA ZÖLLNER

Telefon 0711 45044-32

u.zoellner@dmpi-bw.de

GESCHÄFTSMODELL-ENTWICKLUNG

Info Betriebswirtschaft

Review des Geschäftsmodells

Zukunft entwickeln

Das Geschäftsmodell beschreibt die grundlegende Funktionsweise eines Unternehmens. Es dient dazu, die komplexen Denkweisen und Prozesse im Unternehmen greifbar und damit besprech- und leitbar zu machen. Die Abstraktion auf das Wesentliche ermöglicht es, Unternehmen gezielt auszurichten und weiterzuentwickeln.

Das Geschäftsmodell ist kein statisches Gebilde, sondern es muss ständig überprüft und neu justiert werden. Die aktuellen Entwicklungen erfordern es erst recht, ein Review des bestehenden Geschäftsmodells vorzunehmen.

Analyse:

Welche Geschäftsfelder werden besetzt, mit welchen Kunden, Mitarbeitern und Umsätzen? Wie wirtschaftlich sind die einzelnen Geschäftsfelder? Welche Wechselwirkungen verbindet die Geschäftsfelder? Stärken- und Schwächen- sowie Wettbewerber- und Umfeldanalysen sorgen für weitere Ansatzpunkte. Hier empfiehlt es sich, sowohl den aktuellen Zeitraum wie auch die Vor-Corona-Zeit zu berücksichtigen und gegenüberzustellen.

Ideengenerierung:

Insbesondere in den Bereichen Digitalisierung und Dienstleistungen liegen noch viele Chancen. In Workshops lassen sich oftmals hervorragende Möglichkeiten erarbeiten. Neben den bekannten Kreativitätstechniken helfen auch Perspektivwechsel und spezielle Dienstleistungsanalysen bei der Betrachtung. Haben Sie sich z.B. schon einmal Gedanken gemacht, welche Kontaktpunkte es zwischen einem (potenziellen) Kunden zu Ihrem Unternehmen gibt und in welchen Auftragsphasen sich diese befinden?

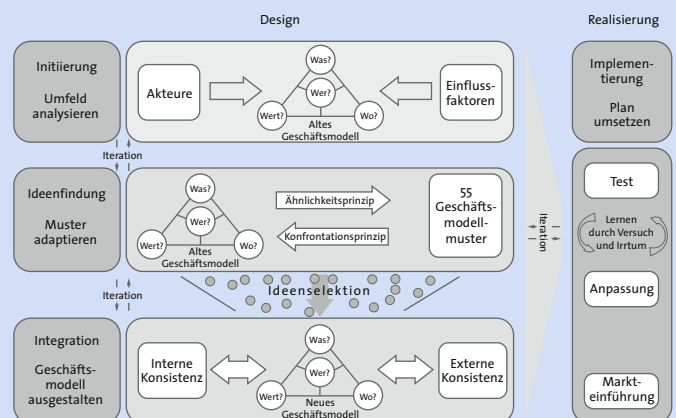
Zielkonflikte:

Leider lassen sich nicht alle Ideen ohne weiteres umsetzen. So sind u.a. die Ressourcen an Mitarbeitern (qualitativ und quantitativ) und finanziellen Mitteln begrenzt. Auch lassen sich z.B. Ziele wie Individualität und schlanke Prozesse nicht so einfach unter einen Hut kriegen.

Wichtig ist aber, dass der Weg von diffusen Vorstellungen in die Konkretisierung gelingt. Es müssen daher Schwerpunkte und Prioritäten gesetzt werden.

Umsetzung:

Es empfiehlt sich, die Veränderungsprozesse so zu organisieren, dass die Veränderungen mit den Zielen auch im Hinblick auf neue Entwicklungen in kleinen Schritten abgeglichen und ggf. angepasst werden (Stichwort: „agil“).



Quelle: Gassmann, Oliver; Frankenberger, Karolin; Csik, Michaela. Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator (German Edition). Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG

Die Zukunft erfolgreich entwickeln?

Als Mitglied fundiert unterstützen lassen:



GERALD WALTHER
 printXmedia Süd GmbH,
 die Beratungsgesellschaft
 der Verbände Druck und Medien
 Telefon 0170 5409302
 g.walther@pxm-sued.de

RETRO-FIT PRINT

Services der printXmedia Süd

Aus alt mach neu:

Retro-fit Print

Sind Ihre Druckmaschinen den täglichen Herausforderungen, die eine Printproduktion mit sich bringt, noch gewachsen? Die technischen Berater der Verbände Druck und Medien überprüfen Ihre Druckmaschinen, unterstützen bei Investitionsentscheidungen und beraten bei Neuanschaffungen.

Es ist soweit: Die Investition in eine neue Druckmaschine steht vor der Tür. Doch die Corona-Krise sorgt für große Unsicherheit. Und die eigentliche Frage lautet: Sind die aktuelle Liquidität, hohe Finanzierungskosten und die eigene Geschäftserwartung vereinbar mit einer großen Investition? Was tun, wenn eine Investition in der bestehenden Situation zu waghalsig erscheint? Denn die Produktion muss auch mit der „alten“ Maschine funktionieren. Es gilt also, die Druckmaschine für einen gewissen Zeitraum zukunftsfähig zu halten und das Bestmögliche aus ihr herauszuholen!

Professionelle Überprüfung der Maschinen

Die Lösung und die Investitionsentscheidung sind meist einfacher als gedacht. Eine qualifizierte technische Überprüfung der Druckmaschine in Kombination mit einer umfassenden Ablaufoptimierung schaffen Klarheit. Mit einer von den Verbänden Druck und Medien entwickelten Testform können alle druck- sowie anwendungstechnischen Parameter überprüft und optimiert werden. Für sämtliche Maschinenformate aller Hersteller können entscheidende Kenngrößen wie Tonwertwiedergaben, Druckkennlinien, die Passergenauigkeit oder die Streifenbildung ermittelt werden. Ein besonders intensiver Blick wird auf das entscheidende Kriterium Schieben/Dublieren geworfen. Auch anwendungstechnische Einflüsse wie etwa Gumm Tuch, Farbserien oder Feuchtungseinstellungen können unter die Lupe genommen werden. Die Kenntnis über Farbdrift und das Nass-Trocken-Verhalten hilft jedem Drucker, souverän und sicher zu produzieren.



Ihr Weg zum Retro-fit Print



1.

Termin mit den Technik-Beratern vereinbaren.



2.

Bei gemeinsamer Begehung der Betriebsstätte Zeitaufwand, Kosten und Maßnahmen bestimmen.



3.

Ablaufplan mit klaren „To Do's“ erarbeiten.



4.

Kleinere Justagen oder Optimierungen sowie ggf. größere Reparaturen durchführen.



5.

Ablauf-optimierung.



6.

Zukunftssicher Durchstarten.

Im Ergebnis können Unternehmen gemeinsam mit den technischen Beratern der Verbände genau beurteilen, ob die Maschine den zukünftig geforderten Ansprüchen Stand hält. Aus einer sorgfältig erstellten Zustandsbeschreibung lässt sich ableiten, welche Maßnahmen für eine weitere Nutzung erforderlich sind.

Optimierung bestehender Abläufe

Gleichzeitig werden auch Produktionsumstände analysiert. Wie sieht die Maschinenvorbereitung aus, wie sind die Laufwege? Dabei können die Mitarbeiter ihr Fachwissen auffrischen und werden für die Herausforderungen der Zukunft sensibilisiert. Diese Ablaufoptimierung anhand von Lean Management-Tools legt Wert darauf, alle Mitarbeiter mitzunehmen und die verbesserten Prozesse und Abläufe im Konsens umzusetzen. Hierbei werden bestehende Abläufe sowie eingeschiffene Wege und Vorgehensweisen hinterfragt und gemeinsam angepasst.

*Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Je nach Ausprägung der Optimierungen, lassen sich **10–20 % mehr Durchsatz generieren, d. h. pro Woche ein gewonnener Tag.***

Die Kosten eine Ablaufoptimierung amortisieren sich in kürzester Zeit, sind an vielen Stellen im Unternehmen wiederholt einsetzbar und betragen nur einen Bruchteil der Kosten einer Neuinvestition. So ist das Unternehmen mit der „alten“ Druckmaschine wieder zukunftssicherer unterwegs. Und Produktion und Liquidität sind erstmal gesichert!



Interesse?

Dann sprechen Sie die Retro-fit-Experten an:



HEINZ KLOS
printXmedia Süd GmbH,
die Beratungsgesellschaft der dmpi-Verbände
Telefon 0711 45044-40
h.klos@pxm-sued.de



DIRK MÜLLER
printXmedia Süd GmbH,
die Beratungsgesellschaft der dmpi-Verbände
Telefon 089 33036-242
d.mueller@pxm-sued.de

RECHT: NÜTZLICH

Info Arbeitsrecht

Der Zugang einer Kündigungserklärung

BAG konkretisiert die Voraussetzungen des Zugangs von Willenserklärungen

Das Bundesarbeitsgericht (BAG) hat mit Urteil vom 22.08.2019 (Az.: 2 AZR 111/19) die Voraussetzungen für den Zugang von Kündigungserklärungen konkretisiert.

Die Parteien stritten über die Wirksamkeit einer Kündigung. Der Arbeitgeber hatte mit Schreiben vom 27.01.2017 das Arbeitsverhältnis fristlos gekündigt und dieses per Boten gegen 13.25 Uhr in den Hausbriefkasten des Arbeitnehmers eingeworfen. Üblicherweise erfolgt die Postzustellung am Wohnort des Arbeitnehmers bis ca. 11.00 Uhr vormittags. Der Arbeitnehmer rügte den verspäteten Zugang der Kündigung.

Das BAG konkretisierte in seiner Entscheidung, wann Willenserklärungen, d.h. in diesem Fall Kündigungserklärungen, beim Empfänger zugehen. Es verdeutlichte, dass es für den Zeitpunkt des Zugangs einer Willenserklärung darauf ankommt, wann nach der Verkehrsanschauung mit der nächsten Leerung des Briefkastens zu rechnen ist.

Es kann nicht auf eine generalisierte Betrachtung zurückgegriffen werden. Vielmehr kommt es darauf an, in welchen Zeiträumen die örtliche Postzustellzeiten abgeschlossen ist. Die Frage der örtlichen Postzustellzeiten kann regional sehr unterschiedlich sein und sich im Laufe der Zeit verändern.

Im Ergebnis erfolgte die Zustellung der Kündigung im streitgegenständlichen Fall gegen 13.25 Uhr nach der lokal üblichen Briefzustellung bis um 11.00 Uhr. Die Kündigung ging nicht rechtzeitig zu.

Die Entscheidung verdeutlicht, dass die Zustellung insbesondere von Kündigungen mit hohen Risiken behaftet sind. Nach der aktuellen Rechtsprechung des BAG ist nicht mehr daran festzuhalten, dass Kündigungen bis zur Mittagszeit zugegangen sein müssen.

Empfehlung:

Vielmehr ist anzuraten, Kündigungen bis 10.00 Uhr morgens zuzustellen. Dies deshalb, da dem Arbeitgeber die lokalen Postzustellzeiten am Wohnort des Arbeitnehmers in der Regel nicht bekannt sind.

Belastbare Auskunft aus dem Arbeitsrecht notwendig?

Als Mitglied sich schnell und kostenfrei beraten lassen:



**RECHTSASSESSORIN
GABRIELE WAIDELICH**
*Stellvertr. Geschäftsführerin
Leitung Rechtsabteilung
Telefon 0711 45044-22
g.waidelich@dmpi-bw.de*





**Entdecken Sie Ihre starken Verbände –
Neues Erleben und Netzwerk erweitern!**
Senden Sie uns Ihre News aus BW!



MELANIE ERLEWEIN
Referentin Öffentlichkeitsarbeit
Telefon 0711 45044-50
m.erlewein@dmpi-bw.de

INTERESSENVERTRETUNG

Politik trifft Wirtschaft

Die wirtschaftspolitische Sprecherin der FDP-Landtagsfraktion, Gabriele Reich-Gutjahr folgte am 14. Juli einer Einladung von dmpi, um mit den Vorsitzenden des dmpi, Hartmut Villinger (DHBW) und Sven Schneller (HERMA) in den direkten Austausch darüber zu gehen, was Unternehmenslenker umtreibt.

Die nach wie vor mitunter erdrückende Bürokratie lähmt die „Lust“, in Deutschland zu investieren. Das könnte auf lange Sicht weit mehr Arbeitsplätze kosten als jede Pandemie.

Solche Themen direkt adressieren zu können, ist ein wichtiger Teil der Arbeit des dmpi für die Unternehmen. Vielen Dank Frau Reich-Gutjahr!



v.l. Dr. Alexander Lägeler (Geschäftsführer),
Hartmut Villinger (Vorsitzender),
Gabriele Reich-Gutjahr (FDP),
Sven Schneller (Vorsitzender).

GEBURTSTAGE

80

Udo Vetter
Druckerei Udo Vetter
Buch- und Offsetdruck Buchdruckerei
Hockenheim

Bernd Fuss
Druckerei Fuss KG
Leonberg-Höfingen

70

Werner Böttler
Werner Böttler Grafik Satz Bild Druck
Walddorfhäslach

65

Hans-Peter Bochtler
Ernst Häfele Stempel, Schilder, Gravuren
Ulm

Axel Ebner
Infoflip Medien GmbH
Ulm

Rainer Lang
Druckerei Lang
Bad Neustadt/Saale

60

Patricia Schiek
Xdream Werbe-Support GmbH
Karlsruhe

Dipl.-Wirt.-Ing. (FH) Alex Schickel
Ferdinand Eisele GmbH
Birkenfeld

Robert Schmidt
F & W Schmidt OHG
Renningen

50

Oliver Schmied
ECO-Druck GmbH Buch- und Offsetdruck
Industriebuchbinderei Schütz GmbH
Backnang

Michael Rittmann
CLR International Trading GmbH
Haßloch

Tanja Aickelin
Druckerei Aickelin GmbH
Leonberg

FIRMENJUBILÄEN

25

Kehrer Design/Kehrer Verlag Heinsteinwerk
Heidelberg

50

SV Druck + Medien GmbH & Co. KG
Balingen

75

Druckerei Memminger GmbH
Freiberg a.N.

Wir gratulieren Ihnen herzlich!

PSO-ZERTIFIZIERUNG

Druckhaus Stil + Find
Leutenbach-Nellmersbach



*Nach dem Zusammenschluss der Druckerei Stil und Find Druck und Design zum neuen Druckhaus Stil + Find konnte nun die Urkunde zur ersten gemeinsamen PSO-Zertifizierung übergeben werden.
(v.l.) Heinz Klos, pxm Süd und Edgar Walter, Leiter Druckerei.
www.stil-find.de*

MEIN DMPI

FRANK SIEGL
Geschäftsführer
Siegl Druck & Medien
GmbH & Co. KG

5 Fragen

Ihr liebster Ort im Ländle?

Auf dem Bodensee! Die Dynamik von Wind & Welle vor der Kulisse des Säntis begeistert mich zu jeder Jahreszeit.



Frank Siegl beim Surfen auf dem Bodensee.

Foto: Felix Kästle



map data © 2020 google

Ihr schönstes Business-Erlebnis?

Die Begeisterung für Print immer wieder neu entdecken. Besonders reizvoll dabei, komplexe Anlagen bis an deren technisches Limit zu treiben.

Ihr wichtigstes Ziel im Geschäftsleben?

Den Gleichklang von Fortschritt und Wirtschaftlichkeit treffen. Dabei keinen Trend verpassen und dennoch nicht unkritisch in jede Richtung steuern.

Ihr größter Nutzen durch den Verband?

Kompetente Beratung, konkurrenzfreie Fachgespräche und partnerschaftlicher Austausch mit Kollegen.

Ihre Perspektive für die Druckindustrie?

Die zunehmende Automatisierung verlangt von uns, täglich abzuwägen zwischen Investition, Amortisation und Risikobereitschaft. Wer es versteht, Nischen zu bedienen, kann sich dem auch ohne hohe Investitionen entgegenstemmen. Ohne Zweifel braucht es dafür gut ausgebildete Fachkräfte. Daher werbe ich für unsere Branche und möchte junge Leute zum Berufseinstieg in unsere Betriebe motivieren.



Unsere Mitglieder im dmpi bieten sichere und attraktive Arbeitsplätze in Baden-Württemberg:
www.siegl-druck.de

Impressum

„BW update“ ist die Regionalausgabe für Baden-Württemberg des Magazin „Nutzen“.
Anschrift: dmpi Baden-Württemberg
Zeppelinstraße 39, 73760 Ostfildern/Kemnat
Redaktion: Melanie Erlewein
Telefon: 0711 45044-50
m.erlewein@dmpi-bw.de
copyright: Alle veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Ohne Genehmigung ist eine Verwertung strafbar.
Auflage: 1.000 Exemplare
Erscheinungsweise: vierteljährlich
Druck: Schleunungsdruck GmbH



Besser gemeinsam stark!

Industrieverbände Druck und Medien,
Papier- und Kunststoffverarbeitung
Baden-Württemberg

Zeppelinstraße 39
73760 Ostfildern/Kemnat
T/F 0711 45044-0/-16

info@dmpi-bw.de
www.dmpi-bw.de

NÜTZ
LICH

Verfall des Urlaubs bei langer Krankheit – Hinweispflicht?

Das Bundesarbeitsgericht hat am 07.07.2020 (Az. 9 AZR 401/19) ein Vorabentscheidungsersuchen an den Gerichtshof der Europäischen Union (EuGH) gerichtet. Hierbei soll die Frage geklärt werden, ob ein Verstoß des Arbeitgebers gegen Mitwirkungsobliegenheiten dem Verfall von Urlaub bei Langzeiterkrankten entgegensteht. Hintergrund ist, dass der EuGH am 22.11.2011 (Az. C-214/10I) entschieden hatte, dass Urlaub bei Langzeiterkrankten nach 15 Monaten verfällt.

Nun ist zu klären, ob der Urlaub dennoch in Anlehnung an die EuGH-Entscheidung vom 06.11.2018 (Az. C-684/16) auch bei Langzeiterkrankten dann nicht verfällt, wenn der Arbeitgeber es versäumt hat, den Arbeitnehmer konkret aufzufordern, seinen Urlaub zu nehmen und ihn darauf hinzuweisen, dass der Urlaub andernfalls verfällt.

► Neue SARS-CoV-2-Arbeitsschutz-Regel

Die SARS-CoV-2-Arbeitsschutz-Regel wurde vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) freigegeben. Sie konkretisiert für den Zeitraum der epidemischen Lage von nationaler Tragweite gemäß § 5 Infektionsschutzgesetz die Anforderungen an den Arbeitsschutz. Ziel ist es, die Gesundheit von Beschäftigten wirkungsvoll zu schützen und den Betrieben bei der Umsetzung von Maßnahmen des Arbeitsschutzes mehr Rechtssicherheit zu geben. Dabei bleiben Abstand, Hygiene und Masken die wichtigsten Instrumente, solange es keinen Impfschutz für COVID-19 gibt. Betriebe, die die Regel anwenden, können davon ausgehen, dass sie rechtssicher handeln.

Gleichwertige oder strengere Regeln müssen jedoch weiterhin beachtet werden. Die Empfehlungen der Berufsgenossenschaften zur SARS-CoV-2, die sich ebenfalls am Arbeitsschutzstandard des BMAS orientieren, werden zusätzlich für branchenspezifische Konkretisierungen empfohlen.

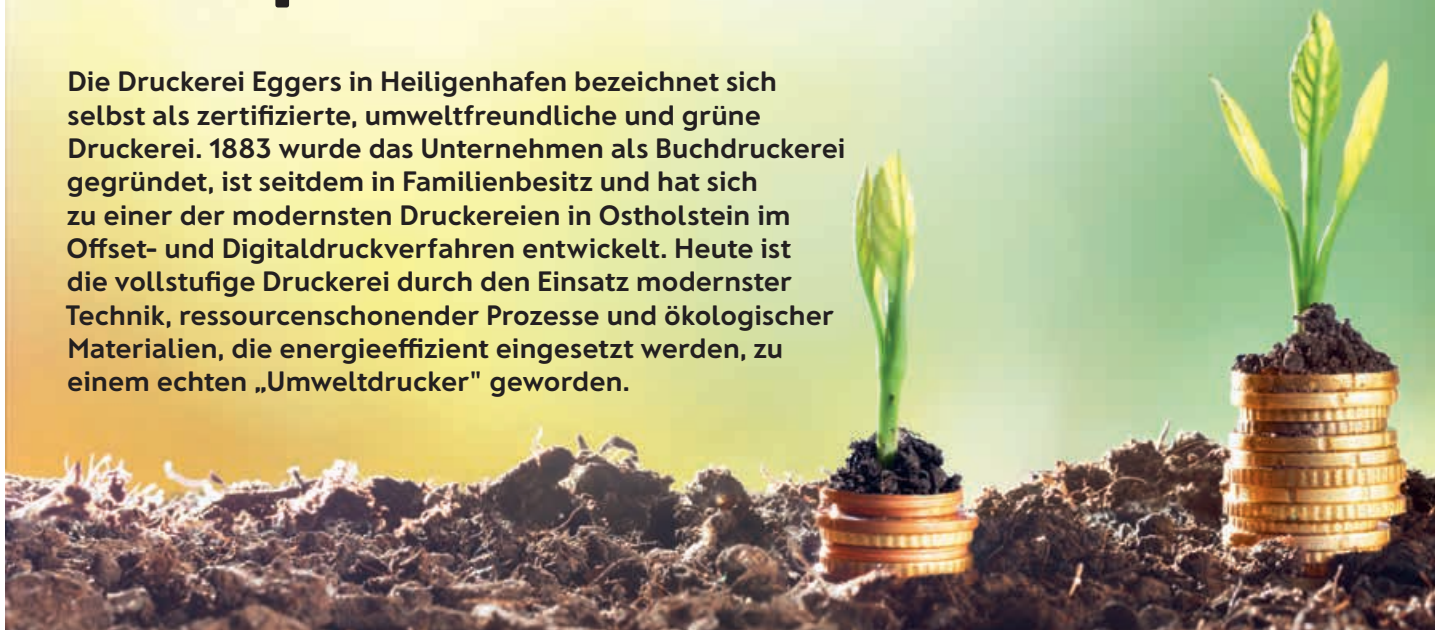
Während des Beratungsprozesses über mehrere Wochen konnten einige wichtige Nachbesserungen und Klarstellungen erreicht werden. Der vom Bundesverband Druck und Medien e. V. geforderte Vorrang der berufsgenossenschaftlichen Regelungen konnte bislang nicht erreicht werden. Immerhin jedoch verweist die Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin (BAuA) auf die branchenspezifischen Konkretisierungen durch die Berufsgenossenschaften.

FRAGEN?

NUTZEN@BVDM-ONLINE.DE

Sparsamkeit und grünes Engagement – das passt zusammen!

Die Druckerei Eggers in Heiligenhafen bezeichnet sich selbst als zertifizierte, umweltfreundliche und grüne Druckerei. 1883 wurde das Unternehmen als Buchdruckerei gegründet, ist seitdem in Familienbesitz und hat sich zu einer der modernsten Druckereien in Ostholstein im Offset- und Digitaldruckverfahren entwickelt. Heute ist die vollstufige Druckerei durch den Einsatz modernster Technik, ressourcenschonender Prozesse und ökologischer Materialien, die energieeffizient eingesetzt werden, zu einem echten „Umweltprinter“ geworden.



Bereits seit über zehn Jahren bietet die Druckerei Eggers ihren Kunden die Möglichkeit des klimaneutralen Druckens an. „Die Nachfrage danach hat in den letzten drei Jahren zugenommen“, berichtet Geschäftsführer Olaf Eggers. Aber dem Druckdienstleister geht es um viel mehr. „Uns geht es darum, grundsätzlich Energie zu sparen und damit auch CO₂. Als Unternehmer steht das Energiesparen für mich an erster Stelle, aber wir haben gemerkt, dass das gleichzeitig sehr umweltfreundlich ist. Wenn man wenig Heizkosten hat und wenig Gas verbraucht, hat das Unternehmen auch einen kleinen CO₂-Ausstoß. Wir nutzen das Kühlwasser der Druckmaschinen, um die Druckerei zu heizen. Dadurch haben sich die Heizkosten immens reduziert – wir sind mittlerweile bei 75 Prozent Einsparung“, so Eggers.

Energie, die man verschwendet, wird teuer – lautet die Überzeugung des Unternehmers. Und so war einer der ersten Schritte die Umrüstung von Luft-Wasser-Wärmetauscher auf Wasser-Wasser-Wärmetauscher zur Kühlung der Druckmaschinen. Jetzt wird verhindert, dass „Wärme ungenutzt nach draußen geblasen wird“.

Das durch die Umrüstung vorhandene warme Wasser wird zur Beheizung der Büros und der Druckvorstufe genutzt. Doch wie kommt das warme Wasser in die Heizung? Die Heizungsanlage im Gebäude gab es schon, in den Rücklauf der Heizung wurde ein Wärmetauscher eingebaut. „Das war nicht teuer und braucht nicht viel Platz. Dadurch haben wir für relativ wenig Geld sehr viel Heizkosten eingespart. Zusätzlich war eine Verrohrung notwendig, um das Wasser von den Druckmaschinen zur Heizung zu bringen, das war der teuerste Schritt. Jede neue Druckmaschine, die wir seitdem gekauft haben, ist angeschlossen, wird darüber gekühlt und die Gebäude sind warm. Ich kann das nur empfehlen!“, sagt der Unternehmer.

Verschwendete Energie ist teuer

Der nächste Schritt war die energieeffiziente Kühlung im Sommer. Eggers nutzt dafür die Geothermie. Dafür wurden unter dem Fundament des neuen Drucksals Kühltüchle verlegt. Durch die läuft das warme, von den Druckmaschinen aufgeheizte Wasser und wird in einem geschlossenen Kreislauf gekühlt. „Im Grunde



ROMOLO TAVANI - ISTOCK



”

Unsere Heizkosten haben wir immens reduziert – mittlerweile sind wir bei 75 Prozent Einsparung.“

Olaf Eggers, Geschäftsführer der Eggers Druckerei & Verlag GmbH, Heiligenhafen

kann man sich das wie eine Fußbodenheizung vorstellen, nur einen Meter tiefer“, erzählt der Geschäftsführer. Um ungenutzte Energie zu verwerten, wurde noch mehr optimiert: Die vor fünf Jahren neugebaute Lagerhalle hat eine Betonkernerwärmung erhalten. Das bedeutet, dass mit dem restlichen Kühlwasser, das nicht für die Heizung verwendet wird, die Bodenplatte komplett erwärmt wird. Die Platte ist 30 cm dick und hält die Wärme auch über Nacht. Wenn das Team morgens zur Arbeit kommt, ist die Lagerhalle warm. „Wir schicken das Kühlwasser heute erst in die alte Heizung, kühlen ein Stück weit runter, dann geht es in die Bodenplatte und kühlt noch weiter runter und dann kommt 25-Grad-Wasser zurück zur Druckmaschine. Das ist optimal, um die Druckmaschine zu kühlen. Dieser Kreislauf ist sehr energieeffizient und spart Geld und CO₂“, erzählt Eggers.

Ökologie und Ökonomie passen zusammen

Photovoltaikanlagen auf den Dächern, die mittlerweile 30 Prozent des eignen Strombedarfs erzeugen, gehören auch zum nachhaltig ausgerichteten Gesamtkonzept

des Unternehmens. Für die restlichen 70 Prozent wird ökologisch erzeugter Strom aus Wasserkraft genutzt. FSC-Papier gehört zum Sortiment genauso wie die Empfehlung an Kunden, Recyclingpapier zu nutzen. Ansonsten gilt die Maxime: möglichst wenig Chemie einsetzen, chemiefreie Platten und Farben aus nachwachsenden Rohstoffen verwenden. Aktuell wird ein Elektroauto als Firmenwagen genutzt, um Kunden zu besuchen und kleinere Touren zu fahren. Zukünftig werden einige Mitarbeiter E-Autos fahren und an eignen Elektroladestation kostenfrei aufladen.

„Mein Leitspruch ist, Ökologie und Ökonomie passen zusammen. Das beweisen wir jeden Tag“, fasst Olaf Eggers das Nachhaltigkeitskonzept seines Unternehmens zusammen. Derzeit heißt das nächste Ziel Automatisierung, um noch effizienter zu arbeiten. Der Vorsatz, insgesamt nachhaltig und ressourcenschonend zu arbeiten, wird bei jedem neuen Schritt geprüft und mitgedacht. ■

Personalmanagement mit Weitblick – Arbeitgeber-Reputation

Stellen Sie sich vor, Sie planen Ihren Jahresurlaub: Vermutlich buchen Sie Ihr Hotel nicht direkt über die nächste Anzeige, die Ihnen unterkommt. Vielmehr beziehen Sie die Erfahrungen von Freunden und Bekannten in Ihre Auswahl mit ein und wahrscheinlich informieren Sie sich auch bei Bewertungsportalen. Was für drei Urlaubswochen gilt, ist für 46 Arbeitswochen im Jahr nicht anders – Bewerber erkundigen sich erst über einen Arbeitgeber, bevor sie mit ihm Kontakt aufnehmen.

Menschen wollen Vertrauen können

Marketing ist, was ein Unternehmen über sich erzählt. Reputation ist, was andere über ein Unternehmen erzählen: Marketing erzeugt Neugier, Reputation erzeugt Vertrauen. Forscher* wissen: Rund vier von fünf Deutschen vertrauen auf persönliche Empfehlungen, Internet-Empfehlungen und redaktionelle Beiträge in der Presse. Gefiltert wird mit dem „gesunden Menschenverstand“.

Erfolgreiche Arbeitgeber bauen deshalb gezielt positive Reputation auf. Unabhängig von Vakanzen positionieren sie sich offensiv und kontinuierlich in ihrer Region, im Netz und auf Bewertungsportalen wie z.B. „kununu“. Sie wissen, dass Menschen einen guten Arbeitgeber einfach identifizieren können wollen. Dabei gilt: Viele Bewertungen über Jahre hinweg zeigen Zuverlässigkeit, Bewertungen mit aktuellerem Datum vermitteln Glaubwürdigkeit. Henry Ford meinte dazu: „Einen guten Ruf erwirbt man nicht mit Dingen, die man erst tun wird.“



Ruediger Vogel
www.ruedigervogel.de



Vier Schritte für eine positive Reputation

1. Position prüfen: schafft Klarheit

Versetzen Sie sich in die Situation des Bewerbers: Welche Arbeitgeber gibt es? Wie passen deren Eigenaussagen mit Online-Bewertungen zusammen? Prüfen Sie Ihr eigenes Unternehmen und Ihre Arbeitgeber-Wettbewerber. Ermitteln Sie zusätzlich Ihr Potenzial – die interne Stimmung: Zufriedene Mitarbeiter lassen sich schnell sichtbar machen und über Unzufriedenheit erfahren Sie am besten, bevor Sie im Internet darüber lesen.

2. Bewertungen kommentieren: gibt Kontrolle

Bewerber sortieren unpassende und unqualifizierte Online-Bewertungen aus, nicht aber offene Arbeitgeber-Kommentare. Nutzen Sie das zu Ihren Gunsten und kommentieren Sie. Wertschätzend. Individuell. Jede einzelne Online-Bewertung. Wenn Sie jeder Bewertung und den Menschen dahinter einen wertschätzenden Kommentar schenken, nimmt der Bewerber Ihre Wertschätzung als Teil der Unternehmenskultur wahr. So gewinnen Sie die Kontrolle, wie Sie gesehen werden.

Ein Wort zur Idee, negative Online-Bewertungen löschen zu lassen: Sie tun sich damit keinen Gefallen. Fühlt sich jemand zensiert, erhöht er meist die Schärfe seiner nächsten Bewertung.

”

In der vernetzten Welt ist jeder Arbeitgeber transparent. Oder unsichtbar.“

Ruediger Vogel

3. Systematisch ermutigen: verstärkt den „guten Ruf“

Erfolgreiche Arbeitgeber agieren wertschätzend. In einem solchen Umfeld trägt jeder Bewerbungsprozess, jedes laufende und jedes befristete Arbeitsverhältnis den guten Ruf nach außen, wenn die Beteiligten systematisch dazu ermutigt werden. Kontinuierlich. Top-Arbeitgeber im Mittelstand haben Bewertungen von 30 – 50 Prozent ihrer Mitarbeiter und sie achten auf aktuelle Bewertungen – nie älter als wenige Monate.

4. Trennungskompetenz: reduziert Konflikte

Alle Bewertungsportale akzeptieren Bewertungen von Ex-Mitarbeitern. Für eine gute Reputation geht also kein Weg an „Ehemaligen-Bewertungen“ vorbei. Deshalb ist Wertschätzung besonders bei einer Kündigung wichtig. Ob betriebsbedingt, aufgrund von Minderleistung oder Fehlverhalten – der Umgang mit den Betroffenen ist entscheidend. Die Trennungskompetenz der Führungskraft hat besonderes Gewicht und reduziert negative Bewertungen.

Pflegen Sie Ihren „guten Ruf“

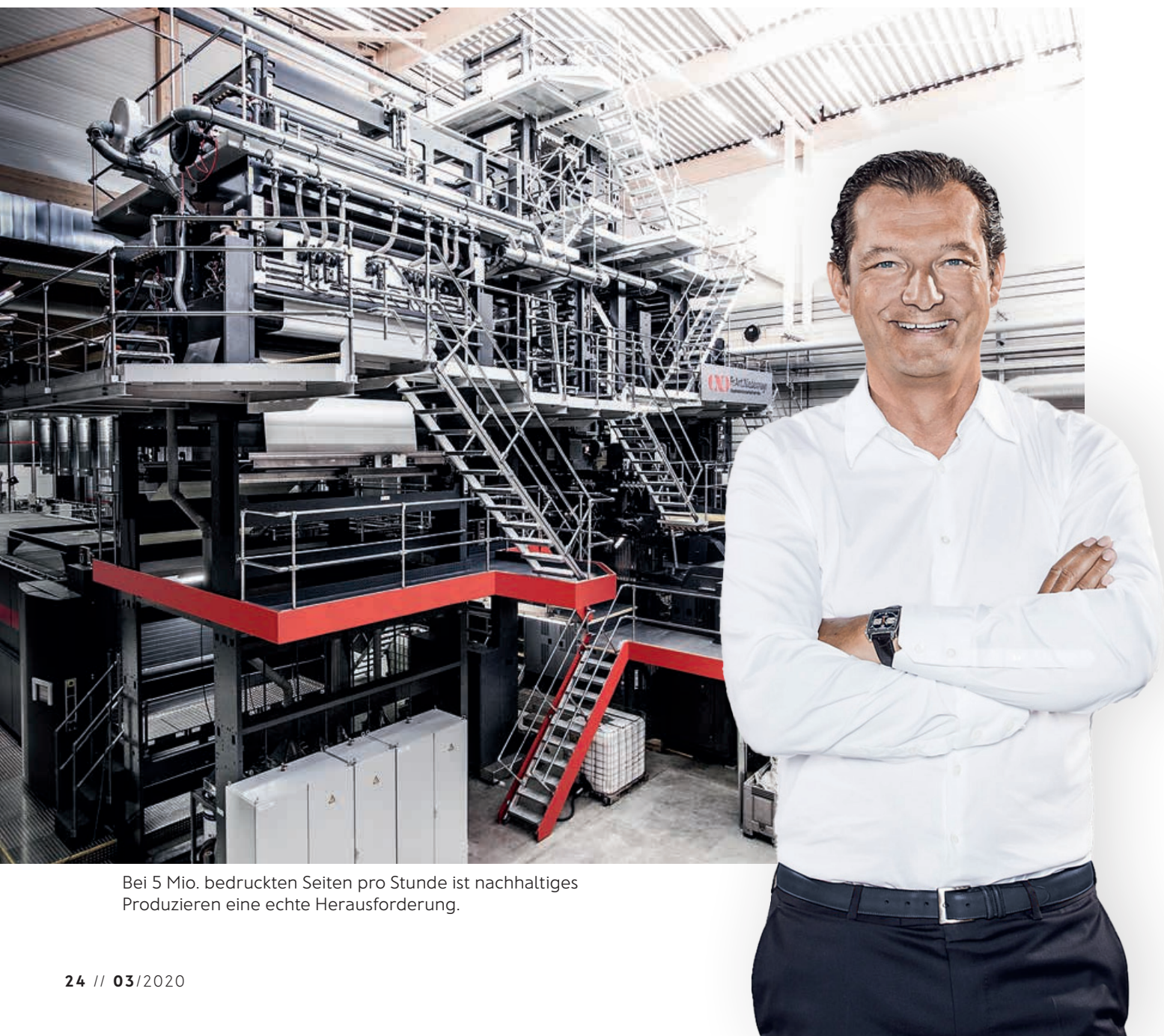
Reputation ist die Währung unserer vernetzten Welt. Auch Ihr regionaler Wettbewerb kann Reputation nicht kaufen, er muss sie sich erwerben. Das braucht Weitblick und Zeit. Ihr Vorteil ist: je früher Sie beginnen und konsequent dranbleiben, desto besser wird Ihre Position im Wettbewerb. Informieren** Sie sich. Viel Erfolg! ■



** Hintergründe und Handlungsmöglichkeiten: „In 4 Schritten zum guten Ruf als Arbeitgeber“, wie Reputation gelingt. www.ruedigervogel.de/bvdm-nutzen202003

Massendrucksaachen und Nachhaltigkeit: kein Widerspruch

Die Fr. Ant. Niedermayr GmbH & Co. KG in Regensburg setzt mit ihrem Maschinenpark auf hohe Kapazität und hohe Produktivität. Wie eine hocheffiziente, industrielle Fertigung auch umweltverträglich und nachhaltig möglich ist, verrät der geschäftsführende Gesellschafter, Johannes Helmberger, im Gespräch mit dem NUTZEN.



Bei 5 Mio. bedruckten Seiten pro Stunde ist nachhaltiges Produzieren eine echte Herausforderung.

Es muss im Jahr 2014 gewesen sein, erzählt Johannes Helmberger, als das Thema Umweltschutz verstärkt im allgemeinen Bewusstsein ankam und auch er als Liebhaber schneller Autos sich erstmals ernsthaft damit auseinandersetzte, ein Hybrid-Fahrzeug zu kaufen. Seither hat sich auch in seinem Unternehmen viel getan. „Umweltschutz ist mittlerweile eine zentrale Säule unserer Unternehmensstrategie. Als Hersteller von Massendrucksachen sehen wir uns heute in der gesellschaftlichen Verantwortung, unsere Produktion nachhaltig zu gestalten“, beschreibt Helmberger das Selbstverständnis seines Unternehmens. Dieses gehört zu den führenden Heatset-Druckereien Europas und ist spezialisiert auf tagesaktuelle Beilagen in höchsten Auflagen und umfangreiche Kataloge. Mit einem beeindruckenden Maschinenpark mit zwei 96/120-Seiten-, einer 80-Seiten- und einer 16-Seiten-Rollenoffsetmaschine bedruckt das Unternehmen rund 100.000 Tonnen Papier im Jahr.

Komplett klimaneutral bis 2021

Bei Niedermayr sei es schon immer strategisches Ziel gewesen, Prozesse permanent nach ihrer ökonomischen Effizienz zu überprüfen. In der Zwischenzeit wurde das auch auf die ökologische Komponente erweitert. „Wir mussten uns hierbei nicht neu erfinden, sondern haben nur unseren Blickwinkel erweitert“, erklärt Helmberger. Das Unternehmen möchte bis 2021 komplett klimaneutral sein und dabei alle direkten und indirekten Emissionen nicht nur kompensieren, sondern reduzieren und möglichst vermeiden.

Im Frühjahr 2020 wurde auf dem Dach des Unternehmens ein Sonnenkraftwerk in Betrieb genommen. Die Anlage besteht aus 5.000 Photovoltaik-Modulen, die 1.500.000 kWh Strom pro Jahr regenerativ für den Eigenverbrauch erzeugen. „Künftig werden wir etwa zehn Prozent unseres Bedarfs mit diesem Strom decken können, der restliche Strombedarf wird mit 100-prozentigem Einsatz von Ökostrom gedeckt“, ist Helmberger stolz. Die Energiekosten sind ein Thema, das Helmberger besonders umtreibt: „Die Kosten für energieintensive Unternehmen unserer Branche sind schon enorm hoch und sie werden weiter steigen. Wenn ich dann auf meinen eigenerzeugten Strom, den ich selbst verbrauche, noch 40 Prozent EEG-Zuschlag zahlen muss, dann ist das schon eine unnötige Belastung. Auch eine Afa Zeit von 20 Jahren auf PV-Anlagen sind für die geplante Energiewende nicht förderlich!“

Zertifizierungen sind wichtige Bausteine für Weiterentwicklung

Bereits im Jahr 2016 wurde Niedermayr als eine der ersten deutschen Rollenoffsetdruckereien mit dem Umweltzeichen „Blauer Engel“ zertifiziert. Die bereits vorhandenen ISO-Zertifizierungen für Energie und Umweltmanagement lieferten die Basis dafür. Anschließend wurden auch die Produktionsprozesse neu standardisiert und zusätzlich alle Produktions- und Energiedaten in ein Datenbanksystem eingespeist, um in Echtzeit alle Unternehmensprozesse analysieren und visualisieren zu können.

„Durch die Analyse unserer eigenen Werte und auch den Vergleich mit dem Wettbewerb wollen wir uns permanent verbessern. Dass wir dies nun auch in einer EMAS-Zertifizierung dokumentieren, ist die logische Konsequenz unseres Ansatzes.“ Die dort ermittelten Zahlen seien für das Unternehmen hochinteressant und würden den Blick weiten und die Perspektive ändern.

Eigene Abteilung F & E für Themen Umwelt und Effizienz

Helmberger ist davon überzeugt, dass sich trotz des hohen finanziellen und personellen Einsatzes der Aufwand auszahlt: „Wir haben bei allen Zertifizierungen viel gelernt und konnten unsere Abläufe immer weiter verbessern. Mittlerweile haben wir eine eigene Abteilung dafür eingerichtet, denn diese Aufgaben sind nicht mehr nebenbei zu bewältigen.“ So kümmern sich heute zwei Mitarbeiter um die Themen Zertifizierung und Umwelt und weitere zwei Mitarbeiter um die Themen Effizienz und Digitalisierung.

Möglichst immer einen Schritt voraus

Heute ist die Druckdienstleistung schon längst nicht mehr der einzige Schwerpunkt des Unternehmens. „Unser Unternehmen entwickelt sich zu einem universellen vernetzten Produktionsunternehmen. Nachhaltigkeit und Effizienz spielen hier eine ganz zentrale Rolle“, so Helmberger. „Wir sehen uns schon lange nicht mehr als Druckerei, sondern als informationsverarbeitendes Unternehmen, und unser Hauptausgabeschwerpunkt ist aktuell Druck. Ich habe aber auch kein Problem damit, die Druckmaschinen abzubauen und unsere Hallen anderweitig zu nutzen.“ Was dort dann zukünftig entstehen könnte, das weiß Johannes Helmberger noch nicht genau. Er ist sich jedoch sicher: „Uns gibt es seit 1801 – uns ist also immer wieder etwas Neues eingefallen.“ ■

Ihr Recht auf Beratung

Bereits Ende des 19. Jahrhunderts hieß es: „Recht haben und Recht bekommen ist zweierlei; denn wer Recht hat, muß darthun können, dass er Recht hat.“

Dazu gehört, dass man mit Rechten und Gesetzen bestens vertraut ist, präzise Kenntnisse des Prozess- und Beweisrechtes hat und aus Erfahrung weiß, wie man taktisch gut damit umgeht. All das, plus einmaliges Branchen-Know-how, bieten die Druck- und Medienverbände ihren Mitgliedern.

Es sind selten die einfachen Themen, die eine fundierte Rechtsberatung erfordern. Umso wertvoller ist die Gewissheit, jederzeit einen Juristen seines Vertrauens in Anspruch nehmen zu können. Für alle Unternehmen, die einem der Landesverbände Druck und Medien angehören, zählt diese Sicherheit zur Grundausstattung ihrer Mitgliedschaft – und das ohne Mehrkosten. Die juristische Unterstützung insbesondere in Fragen des Arbeits- und Sozialrechts sowie branchenspezifischer Besonderheiten des Wirtschaftsrechts ist mit dem Mitgliedsbeitrag abgegolten.

Juristen, die Ihr Problem auf Anhieb verstehen

Anfragen nach rechtlichem Rat gehören mit zu den häufigsten in den Landesgeschäftsstellen. Jeder Landesverband beschäftigt deshalb fachlich hoch versierte Juristen. Bundesweit sind es insgesamt 25 juristische Experten und Expertinnen, die ihren jeweiligen Mitgliedern beratend zur Seite stehen. Durch die starke Vernetzung der Landesverbände und des Bundesverbandes erfolgt auch der juristische Support bedarfsgerecht und in enger überregionaler Abstimmung. Mitglieder der Verbände profitieren also nicht allein von der Fachkompetenz „ihres“ Juristen, sondern vom Know-how der gesamten Verbandsorganisation.

Die Verbandsjuristen haben – teils seit Jahrzehnten – Erfahrungen mit den Rechtsproblemen ihres Wirtschaftsbereichs, Sie kennen die sehr speziellen oder auch komplexen Fragen unserer Branche. Dazu gehören Datenschutz, Arbeitsrecht, Personalfragen, arbeitsgerichtliche Auseinandersetzungen oder Verhandlungen von Betriebsvereinbarungen oder Haustarifverträgen. Zu all diesen Themen bieten die Verbände fundierte Beratung und Unterstützung. Das gilt auch für Spezialprobleme, wie Streit um die Herausgabe von Druckdaten und Zwischenerzeugnissen oder andere spezielle Handelsbräuche in der Druckindustrie wie Mehr- und Minderlieferungen.

Beste Rechtsberatung – ohne Mehrkosten

Mit Newslettern, FAQ-Listen, Leitfäden und Mustern informieren die Verbände über neue gesetzliche Regelungen und Gerichtsentscheidungen und helfen bei der Umsetzung im betrieblichen Alltag. Aktuell beraten und unterstützen die Verbände ihre Mitglieder natürlich auch besonders in rechtlichen Fragen, die sich rund um die Corona-Krise ergeben – von Kurzarbeit über das Infektionsschutzgesetz, Anwendungsfragen der Corona-Warn-App bis hin zur vorübergehenden Mehrwertsteuersenkung.



Helga Meier
Geschäftsführerin
Scheck Druck
GmbH & Co. KG

Die Rechtsberatung des VDMB ist für mich ein „Rundum-sorglos-Paket“. Ich kann mich mit allen Rechtsfragen, die sich im Unternehmensalltag stellen, an „meinen“ Verbandsanwalt wenden – vom Arbeitsrecht bis hin zur Haftungsfrage. Die Unterstützung kommt stets schnell, zuverlässig und optimal praxisorientiert. Strategische Unternehmensfragen, wie etwa Umstrukturierungen, kann ich auf Augenhöhe diskutieren und erhalte wertvolle Ratschläge. In der Zeit der Corona-Pandemie ist mir die Rechtsberatung des Verbandes eine wichtige Leitplanke, um mein Unternehmen rechtlich sicher durch die Krise zu steuern. Kurz: Eine Verbandsmitgliedschaft ist eine lohnende Investition.



Sabine Gröner
Göbel+Gröner Grafisches
Atelier GmbH
Geschäftsführende
Gesellschafterin

Sehr gerne wenden wir uns mit Fragen zum Thema Arbeitsrecht und Arbeitsvertrag an die Mitarbeiter des Verbandes. In den vergangenen Jahren haben wir immer eine kompetente Beratung und Hilfe erfahren. Wir schätzen dabei den einfachen und direkten Draht. Vielen Dank!



Adam Prettenhofer
Geschäftsführer
Druckerei Adam
Prettenhofer
GmbH & Co. KG

Den größten NUTZEN beim VDMNO ziehen wir aus der Rechtsberatung. Zumeist geht es um das Arbeitsrecht. Unser Ansprechpartner war lange Jahre Herr Schröder-Hohensee. Momentan werden wir von Herrn Sielaff betreut, der uns in einem Arbeitsprozess auch schon erfolgreich zur Seite stand. Wir schätzen an den Verbandsanwälten die realistische Einschätzung der Situation bei juristischen Auseinandersetzungen und besprechen auch schon einmal die menschlichen Aspekte, die sich bei der Personalführung ergeben.



Heinz Wurzel
Geschäftsführer
Wurzel Mediengruppe

In unserem Firmenverbund gibt es die unterschiedlichsten Aufgabenstellungen im Personalbereich. Die Rechtsabteilung des Verbandes berät uns in diesen Fragen optimal.



Armin Ahrens, Prokurist und verantwortlich für die Umbau-
maßnahmen bei QUBUS media,
begrüßt Udo Eickelpasch,
Geschäftsführer der printX-
media Nord-Ost GmbH.



Die Firma braucht Platz. Der
Um- bzw. Erweiterungs-
bau ist der erste Schritt zur
Sicherung der Produktion.



Gemeinsam wird
die Aufstellung
der Maschinen
geplant, um
optimale Wege
für den Produk-
tionsablauf zu
gewährleisten.



Ausgearbei-
tet werden
Maßnahmen,
damit die
Transport- und
Sicherungs-
wege rund um
das Gebäude
ausreichen.



Wände müssen
gezogen werden,
um Maschinen
richtig stellen zu
können.

Es muss kontrolliert
werden, ob alle Flucht-
und Rettungswege gut
passierbar sind.



Im Produktionssaal wird mit den Verantwortlichen
gesprochen, damit Besonderheiten bei der neuen
Platzierung der Maschinen beachtet werden.



Um- oder Erweiterungsbauten



Wie die Verbände dabei helfen, Lösungen zu finden und die Produktion zu sichern.

Die vermeintlich logische Lösung, Raumprobleme durch einen Neubau zu lösen, muss nicht unbedingt die beste sein! Sie ist im Zweifelsfall die teuerste! Aber wie trifft man die richtige Entscheidung, wenn man die Wahl hat zwischen Umbau, Erweiterung, Neubau oder angemieteter und umgebauter Gewerbeimmobilie? Die printXmedia Nord-Ost GmbH bietet Beratung und Unterstützung bei Ihrer Bauplanung. In modular aufgebauten Beratungs- und Planungseinheiten werden die erforderlichen Daten, Kosten und Lösungsmöglichkeiten erarbeitet. Der Betrieb erhält damit eine auf ihn zugeschnittene optimale Planungsgrundlage. Sie ist gleichzeitig eine perfekte Basis für Banken- und Architektengespräche. Das gibt zusätzlich Sicherheit.

Bei der Beratung wird auf wichtige Details hingewiesen. „Damit Hubwagen und Paletten nicht die Brüstung beschädigen, sollte hier noch ein Balken vorgelegt werden.“



9



Jede einzelne Maschine muss erfasst werden, um die Raumbedarfsplanung mit sämtlichen Flurwegen zu berechnen.

8

Udo Eickelpasch testet mit dem Hubwagen, ob die Verkehrswege breit genug für den reibungslosen Produktionsablauf sind.



11

Die Maschinen sind da und stehen an ihrem geplanten Platz. Jetzt muss der Elektriker noch seinen Job machen und in zwei Tagen soll die Produktion anlaufen.



Damit den Betrieben nicht die Puste ausgeht

Vor allem dank Kurzarbeit und Kurzarbeitergeld sind viele Unternehmen in Deutschland bisher vergleichsweise gut durch die Corona-Krise gekommen. Jetzt sollen die Krisenregelungen verlängert werden.

Bereits Ende Juli hat sich der bvdm an die Bundesministerien für Arbeit und Wirtschaft gewandt und gefordert, die Kurzarbeitsregelungen bis Ende 2021 zu verlängern, da klar war, dass die Corona-Krise Ende 2020 nicht vorbei sein würde. Mit Erfolg: Am 25. August haben sich CDU/CSU und SPD darauf geeinigt, den größten Teil der Krisenregelungen zu verlängern.

So viel Kurzarbeit wie noch nie

Von März bis Juni haben deutsche Arbeitgeber für rund zwölf Millionen Beschäftigte Kurzarbeit bei der Bundesagentur für Arbeit (BA) angezeigt. Im Bereich Druckgewerbe und Vervielfältigung haben im gleichen Zeitraum insgesamt fast 5.400 Betriebe Kurzarbeit angezeigt, für insgesamt mehr als 85.100 Beschäftigte. Dies entspricht rund 70 Prozent der Betriebe und rund 68 Prozent der Beschäftigten der gesamten Branche.

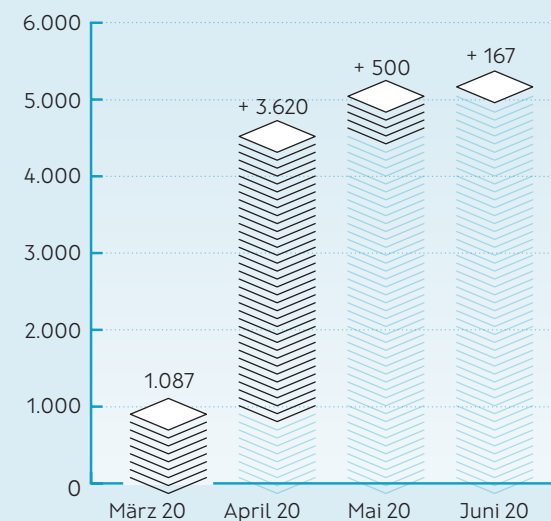
Betriebe müssen lange Erholungsphase überstehen

Zwar wächst die Hoffnung, dass die Konjunktur im Herbst wieder anzieht. Erfahrungsgemäß gehört die Druck- und Medienindustrie jedoch zu den Branchen, die sich insgesamt langsamer erholen, da beispielsweise Werbekunden nur verzögert ihre Budgets wieder hochfahren.

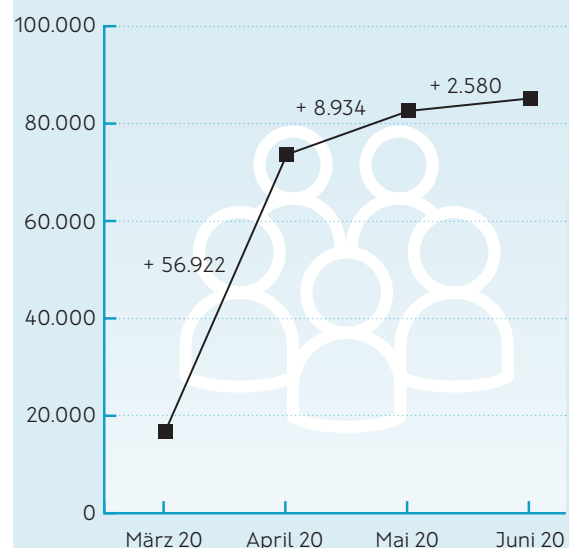
Mehr als 40 Prozent der an einer Kurzumfrage des bvdm beteiligten Unternehmen gingen im Juni davon aus, dass eine Normalisierung der Geschäftslage in frühestens neun Monaten erreicht werden kann und somit nicht vor 2021 zu erwarten ist. 26 Prozent konnten aufgrund der Unsicherheiten keine Prognose hinsichtlich der Entwicklung ihrer Geschäftslage abgeben.

Es ist aus Sicht des bvdm daher klar, dass viele Unternehmen noch länger auf Kurzarbeit zur Sicherung ihrer Liquidität angewiesen sein werden. Würde ihnen diese Möglichkeit verwehrt, könnte ihnen innerhalb einer lang andauernden Erholungsphase finanziell die Puste ausgehen.

Anzahl der Branchenbetriebe, die Kurzarbeit angezeigt haben: knapp 5.400 (ca. 70 %)

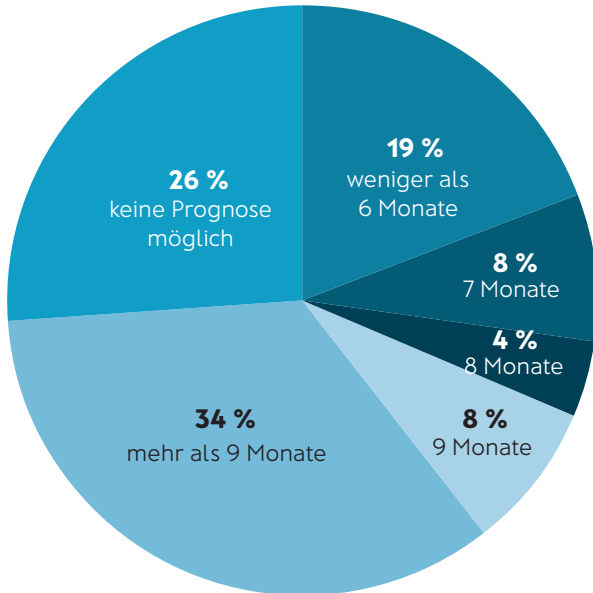


Anzahl Beschäftigte in Kurzarbeit: mehr als 85.000 (ca. 68 %)



Quelle: Bundesagentur für Arbeit: "Angezeigte Kurzarbeit in den Bereichen Druckgewerbe und Vervielfältigung", Berechnung: bvdm

Ab wann rechnen Sie mit einer weitgehenden Normalisierung Ihrer Geschäftslage?



Quelle: Branchenumfrage des bvd m im Juni 2020

Die Koalition setzt Forderungen des bvd m um:

- ✓ Bezugsdauer des Kurzarbeitergeldes von 12 auf 24 Monate ausdehnen
- ✓ Sonderregelungen der Verordnung über Erleichterungen der Kurzarbeit vom 25. März 2020 bis Ende 2021 verlängern:
 - Herabsetzung des Schwellenwertes auf 10 % der Beschäftigten
 - Verzicht auf den Aufbau von Minusstunden
 - Erstattung der Sozialversicherungsbeiträge
- ✓ Regelungen zur Nichtanrechnung von Nebeneinkünften auf das Kurzarbeitergeld verlängern

Krisenregelungen verlängern bis 2021

Aktuell können Betriebe für zwölf Monate Kurzarbeitergeld erhalten. Diese Bezugsdauer soll nun auf 24 Monate bis Ende 2021 verlängert werden. Gleiches gilt für die Sonderregelungen, die den Zugang zum Kurzarbeitergeld erleichtern und Betriebe in Kurzarbeit finanziell entlasten. Bis Ende 2021 bleibt es bei den erleichterten Voraussetzungen für den Bezug von Kurzarbeitergeld und Arbeitgebern werden weiterhin Sozialversicherungsbeiträge erstattet.

Kurzarbeit sichert Arbeitsplätze und Wettbewerbsfähigkeit

Die Erfahrung der Finanz- und Wirtschaftskrise 2008/2009 hat gezeigt, dass Kurzarbeit maßgeblich dazu beiträgt, Arbeitsplätze zu erhalten und die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe zu sichern. Damit dies in der Corona-Krise erneut gelingt, ist es aus Sicht des bvd m richtig, das Kurzarbeitergeld unter den aktuellen Bedingungen auch 2021 noch nutzen zu können.

Kurzarbeit wird nicht jeden Betrieb oder Arbeitsplatz retten können. Aber Kurzarbeit hilft den Unternehmen, die ein tragfähiges Geschäftsmodell und damit auch

realistische Chancen haben, die Krise zu überwinden, die Zeit bis zur Normalisierung der Geschäftsbeziehungen zu überbrücken.

Es wäre niemand damit geholfen, wenn diese Unternehmen aufgrund der Pandemie unverschuldet in so starke finanzielle Schwierigkeiten gerieten, dass sie Beschäftigte entlassen müssten. Dies wäre mit deutlich höheren Kosten für die Arbeitslosenversicherung verbunden. Zudem erschwert es den Betrieben den Neustart. Angesichts des weiterhin herrschenden Fachkräftemangels könnten Betriebe nach der Corona-Krise große Probleme haben, Stellen wieder mit qualifizierten Arbeitnehmern zu besetzen.

Belastungsmoratorium einhalten

Zudem darf die Erholung nicht durch zusätzliche Regulierung erschwert werden. Im April hat sich die Koalition verpflichtet, darauf zu achten, Belastungen für Beschäftigte und Unternehmen durch Gesetze und andere Regelungen möglichst zu vermeiden. Daran sollte sich die Politik auch im Herbst noch erinnern und beispielsweise das schon lange drohende Verbot sachgrundlos befristeter Arbeitsverhältnisse ad acta legen. ■



► ZFA: Innovativ durch Forschung

Der ZFA wurde für seine Leistungen im Bereich „Innovativ durch Forschung“ ausgezeichnet. Die Auszeichnung und das entsprechende Siegel vergibt der Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft an Unternehmen und Organisationen, die besondere Verantwortung für Staat und Gesellschaft übernehmen.

Der Zentral-Fachausschuss Berufsbildung Druck und Medien (ZFA) ist seit 20 Jahren aktiv an Bildungsinnovationen durch Forschungsprojekte beteiligt. Die erfolgreichen Vorhaben Mediencommunity 2.0, Social Augmented Learning (SAL)/Social Virtual Learning (SVL), SVL 2020 sowie das laufende Projekt InProD² setzen Maßstäbe auch über den Druck- und Mediensektor hinweg. Die aktuelle Pandemie zeigt, wie wichtig es ist, an Innovationen für digitale Lehr- und Lernmedien zu forschen und praxisnahe Lösungen zu erarbeiten.

► Bachelor Professional für Medienfortbildungen

In dem zum 1. Januar 2020 in Kraft getretenen neuen Berufsbildungsgesetz (BBiG) wurden drei Fortbildungsstufen eingeführt: Berufsspezialist, Bachelor Professional und Master Professional. Die neuen Bezeichnungen verdeutlichen die Gleichwertigkeit von beruflichen und akademischen Abschlüssen nach dem Deutschen Qualifikationsrahmen und werten die berufliche Aus- und Weiterbildung auf.

Zunächst sollen sechs Fortbildungen den zusätzlichen Titel des Bachelor Professional erhalten, darunter der Industriemeister Fachrichtung Printmedien sowie der Medienfachwirt. Damit gehören die Medienfortbildungen zu den modernsten Verordnungen und verdeutlichen, dass es auch in der Berufsbildung attraktive Aufstiegsmöglichkeiten gibt.

Gut für das Image der Branche

In dem Buch „CSR und Institutionen“ wird in Fachbeiträgen beschrieben, welche Rolle Corporate Social Responsibility in der Praxis ausgewählter Institutionen aus den Bereichen Wirtschaft, Politik, Forschung und Zivilgesellschaft spielt. Der Beitrag des Bundesverbandes Druck und Medien e. V. (bvdm) stellt die strategischen und praxisnahen Konzepte des bvdm und damit auch das Engagement der Branche vor.



Belegt wird, wie fortschrittlich die Druck- und Medienwirtschaft auf dem Gebiet des nachhaltigen Wirtschaftens ist. Das verdeutlicht der Leserschaft – Meinungsführern und Entscheidern – einmal mehr, dass Druckprodukte sauber und verantwortungsbewusst produziert werden. Weitere Beiträge in dem Werk stammen u. a. vom Gesamtverband der deutschen Textil- und Modeindustrie e. V., dem Handelsverband Deutschland e. V., dem Zentralverband des Deutschen Handwerks, dem Verband der Automobilindustrie e. V., dem Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e. V., dem Rat für Nachhaltige Entwicklung sowie dem Verband der Chemischen Industrie e. V. In der CSR-Managementreihe des Springer Gabler Verlages werden bestehende Ansätze durch neue Ideen und Konzepte ergänzt. Damit sollen neue Standards in der unternehmerischen Praxis gesetzt werden.

„Gestaltung immersiver Medien“

Das Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) ist mit einer Voruntersuchung zum Bedarf einer beruflichen Qualifizierung für die „Gestaltung immersiver Medien“ beauftragt worden. Der Einsatz von 360-Grad-Welten sowie Augmented und Virtual Reality wird neben der Gaming-Branche immer häufiger in der Bildung oder im Marketing eingesetzt. So lässt sich die Wohnung virtuell einrichten und Maschinenabläufe können dreidimensional vermittelt werden. Daher hatte sich der Bundesverband Druck und Medien e. V. (bvdm) bereits im Sommer 2019 im Rahmen eines Expertenshop des BIBB für eine Voruntersuchung ausgesprochen.

Die erste Sitzung fand am 6. August 2020 mit den Experten und Sachverständigen als Videokonferenz statt. Das BIBB wird zunächst den Bedarf und die notwendigen Anforderungen an die Inhalte einer beruflichen Weiterbildung erheben. Der bvdm begleitet den Prozess als Sachverständiger im Projektbeirat.

FRAGEN?

NUTZEN@BVDM-ONLINE.DE

TERMINE

2020 ◀

23. – 24.09.2020
Empack, Portugal

8.10.2020
VDMB Jahrestagung, Aschheim bei München

12. – 16.10.2020
All in Print, Shanghai

14. – 18.10.2020
Frankfurter Buchmesse, Frankfurt am Main

28. – 30.10.2020
Printpack + sign, Singapur

29. – 30.10.2020
Creative Paper Conference, München

2021 ◀

10.02.2021
HELLO FUTURE – Print trifft Digitalisierung,
Aschheim bei München

09. – 11.03.2021
InPrint, München

09. – 12.03.2021
FESPA Global Print Expo, Amsterdam

23. – 25.03.2021
LOPEC, München

20. – 28.04.2021
drupa 2021, Düsseldorf

07.05.2021
Jahreshauptversammlung VDM NordWest,
Harsewinkel-Marienfeld

19. – 20.05.2021
Empack, Dortmund

24.06.2021
**Jahreshauptversammlungen vdm-NordOst
und vdm Mitteldeutschland**, Leipzig

24. – 25.06.2021
Deutscher Druck- und Medientag 2021, Leipzig

07.10.2021
Druck und Design, München

14. – 16.10.2021
Bayerischer Druck- und Medientag, Bamberg

13. – 14.10.2021
World Publishing Expo, Berlin

04.11.2021
Druck&Medien Awards, Berlin

10.11.2021
Vertriebskongress 2021, Düsseldorf

▶ 2022

10. – 12.02.2022
Wetec, Stuttgart

21. – 24.02.2022
Hunkeler Innovationdays, Luzern





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

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



**PSO-Zertifizierung jetzt
auch **ONLINE** möglich!**

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

#SmartPrintShop



PUSH TO STOP

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

Entdecken Sie
Heidelberg Subscription –
das neue Vertragsmodell.

heidelberg-subscription.com

**HEIDELBERG**

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