

DAS MAGAZIN

NUTZEN

DER DRUCK- UND MEDIENVERBÄNDE

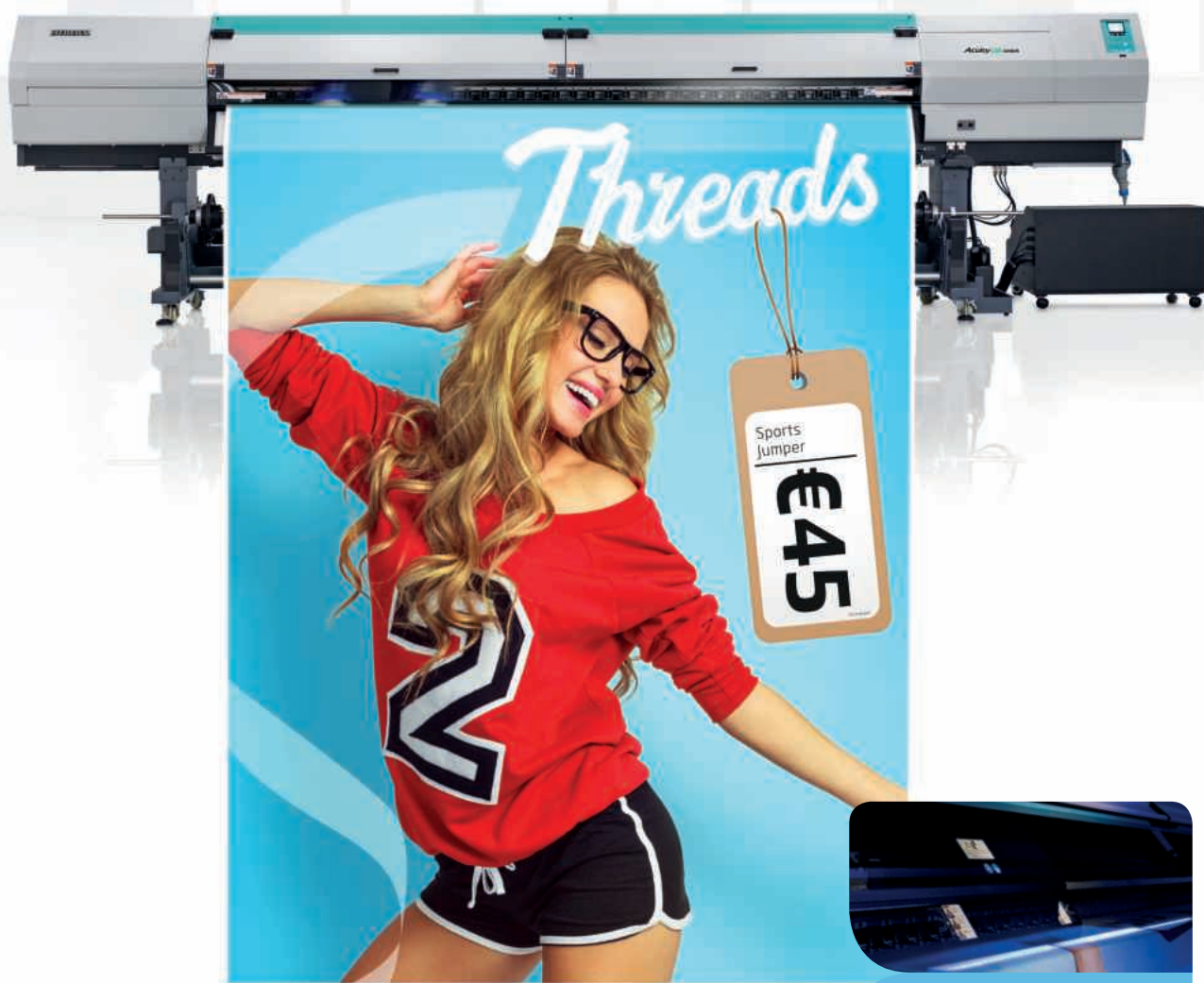
A photograph of a small, vibrant green seedling with three leaves growing out of a pile of broken, grey concrete. The ground is parched and cracked, symbolizing environmental challenges and the need for sustainable practices.

MEHR GRÜN!

Immer mehr Kunden wollen klimaneutral drucken lassen

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

Wirtschaftlicher Druck im Superwide-Format



Acuity LED 3200R Sehr breit, sehr hochwertig.

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

Erfahren Sie mehr über dieses außergewöhnliche Drucksystem:

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

grafische_systeme@fujifilm.de

Acuity LED 3200R auf einen Blick:

LED-UV-Härtungssystem mit niedrigem Energieverbrauch

Lebensechte Bilder und sensationelle Backlits

Fujifilm Uvijet LF-Tinten

Verwendung vielfältigster Bedruckstoffe, inklusive wärmeempfindlicher Materialien

Doppelrollendruck

Lichtbox für Backlit-Proofing

Schnelle Produktionsbereitschaft

Geringe Wartungskosten

AcuityLED 3200R

FUJIFILM
Value from Innovation

EDITORIAL



Liebe Leserin, Lieber Leser,

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

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

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

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

Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre.

Herzlichst, Ihre Geschäftsführer der
Druck- und Medienverbände



IN HA LT

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



Mehr Grün!

TITELTHEMA: UMWELTSCHUTZ

10 — GRÜN DRUCKEN STATT GREENWASHING

10 Jahre Klimainitiative der Druck- und Medienverbände – eine Erfolgsgeschichte

12 — WIR DENKEN UND DRUCKEN GRÜN

Immer mehr Kunden wollen ihre Produkte klimaneutral drucken lassen.

14 — GUT FÜR DIE UMWELT – GUT FÜRS GESCHÄFT

Umwelt- und klimafreundliches Arbeiten zahlt sich für Betriebe aus.



IMPRESSUM

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

VERANTWORTLICH: Bettina Knappe, Wolf Witte

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

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

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

03 — EDITORIAL

Herzlich willkommen zum vierten NUTZEN

06 — PRINT KOMMT AN

*Print oder online lesen?
Ein Engergievergleich*

**08 — DRUCK AUF BERLIN
UND BRÜSSEL**

Nachhaltig können wir selbst

16 — DIE PROFIS

Besser 80% jetzt als 100% nie

Seite **24**



Seite **18**

18 — DER NUTZEN

Mit der Gasturbine weltweit die Nase vorn

**21 — DIE VERBANDEXPERTIN
IM INTERVIEW**

Datenschutz geht jeden an

22 — DIE FIRMA

Nachhaltig dank kurzer Wege

24 — DIGITALDRUCK-KONGRESS 2018

Der dritte Digitaldruck-Kongress trifft erneut den Nerv der Branche

28 — UNTERWEGS MIT ...

Ein Tag im Leben eines technischen Beraters

30 — NÜTZLICH

Wissenswertes für die Betriebsführung

34 — KURZMELDUNGEN

Informationen aus den Verbänden

38 — VERANSTALTUNGSTERMINE

Bundesweite Verbandstermine + weitere branchenrelevante Events



Seite **22**

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

Schreiben Sie uns an nutzen@bvdm-online.de

Wir freuen uns auf Ihre Rückmeldungen!



SAUBER GEMACHT

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



39%

DER ENERGIEVERBRAUCH

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



DAS INTERNET

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

35%

DER COMPUTER

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

12%



DER TRANSPORT

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

1%



DER BILDSCHIRM

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

13%

ONLINEZEITUNG

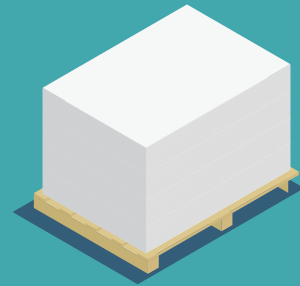
Beispiel: 30 Minuten Lektüre (50% der Leser am PC und 50% der Leser am Laptop), bei 2,5 Stunden Internetnutzung pro Tag, kein Ausdruck von Artikeln
CO₂-Äquivalent im Jahr in kg:

36 kg



DAS PAPIER

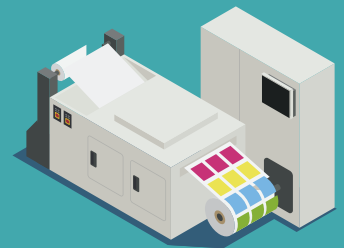
Die Herstellung von Papier für eine Zeitung hinterlässt einen relevanten CO₂-Fußabdruck, da Ressourcen verbraucht werden und der chemische Aufschluss von Holz hohe Energieaufwendungen mit sich bringt. Im Zeitungsbereich werden in der Regel jedoch nur Recyclingpapiere eingesetzt. Deren Fußabdruck ist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



57%

DER VERTRIEB

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



7%

DIE DRUCKMASCHINEN

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

19%

GEDRUCKTE ZEITUNG

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

28 kg

DER PAPIER-TRANSPORT

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



7%

DIE FARBE

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



10%

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

Nachhaltig können wir selbst

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

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

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

Wenn, dann mit Sachverstand

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

Grenzwertig

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



Energie!

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

Wenn Merkblätter Millionen kosten

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

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



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

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



Grün drucken statt Green- washing



185.000.000 Kilogramm
CO₂ in zehn Jahren
kompensiert.“

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

Erfolgsmodell Klimainitiative

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

Wir denken und drucken Grün

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Welche Erkenntnisse konnten Sie aus diesem Prozess ziehen?

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



Immer mehr Kunden wollen ihre Produkte komplett klimaneutral drucken lassen.

Bernd Klostermeyer

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

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

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

Gut für die Umwelt – gut fürs Geschäft



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

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

Nachhaltig klimafreundlich drucken

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



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

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



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

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



Stufe 3: Nicht vermeidbare Emissionen kompensieren.

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

Umfassend klimafreundlich arbeiten

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

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

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

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

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

Print  geprüft
www.bvdm-online.de

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

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

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

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



”

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

Matthias Tietz, Geschäftsführer der Rheinisch-Bergische Druckerei GmbH

Besser 80% jetzt als 100% nie

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



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

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

FOTOS: TOBIAS BUGALA, PRODUKTBILD: STOBER GMBH

STOBER GMBH Eggenstein/Leopoldshafen

Geschäftsführer:
Jürgen Stober, Marcus Stober

Mitarbeiter: 55

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

Ökologie:

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

Recycling:

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

Wie planen Sie für die Zukunft?

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

Gelebte Ökologie ist quasi die ständige Arbeit am Prozess?

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

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



”

Jeder Einzelne soll seine Potenziale leben können.“

Marcus Stober, Inhaber Druckerei Stober GmbH

Ist also auch der Mensch eine Ressource?

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

Das scheint Ihnen besonders am Herzen zu liegen.

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

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

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

Mit der Gasturbine weltweit die Nase vorn



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

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

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

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



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

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

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

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

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

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



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

KOENIG & BAUER

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

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

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

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

koenig-bauer.com



we're on it.



vdm

BWupdate

Baden-Württemberg

Regionalausgabe 1 | 2018

Liebe Leserin, lieber Leser,
was bringt das Jahr 2018 für die Branche?
Im 550sten Jahr nach Johannes Gutenberg,
ist diese Frage vielleicht besonders
spannend. Zunächst einmal wird in Ba-
den-Württemberg mit der vom Fachaus-
schuss Rhein-Neckar initiierten Veran-
staltungsreihe „Gutenberg 4.0“ dem genialen
Erfinder lehrreich, kurzweilig oder einfach
nur unterhaltsam gehuldigt...

» ...selbstverständlich wird dabei nicht nur die ruhmreiche
Vergangenheit der schwarzen Kunst betrachtet, sondern
der Blick nach vorne gerichtet, was schon das Akronym für
Innovation und Fortschritt, „4.0“, ausdrückt. Mehr hierzu
lesen Sie in unserer Rubrik „Wir in BW“.

Auch findet der Deutsche Druck- und Medientag
in diesem Jahr in Baden-Württemberg, namentlich am
28. Juni in Stuttgart, statt. Wir freuen uns, im Gutenberg-
jahr den wichtigsten Branchenevent gemeinsam mit un-
serem Bundesverband ausrichten zu dürfen!

Und sonst? Unbestritten ist, dass die Druckindustrie
aufgrund ihrer Quasi-Monopol-Stellung früherer Jahre
als Medienkanal schon einmal einfachere Zeiten hatte.
Aber Tatsache ist auch, dass das Printmedium auch im
Jahr 2018 ein erfolgreiches Produkt ist, das von seinen



Kunden überhaupt nicht in Frage gestellt wird. Mehr als
jeder zweite Euro, der in Deutschland für Werbung aus-
gegeben wird, fließt in ein Printprodukt. Das gibt Anlass
für einen optimistischen Blick in eine erfolgreiche Zukunft
unserer Industrie.

DR. ALEXANDER LÄGELER
Geschäftsführer
Verband Druck und Medien



Besser **Gemeinsam BESSER!** www.vdm-bw.de

III

Einladung

JT + DDMT 2018

IV – V

After Work Special

Termine

VI

Ausschreibung

Gregor Young Talent Award

VII

Unternehmensentwicklung

Blue Ocean Strategy

VIII – IX

vdm Bezirksvereinigungen

Termine

X

Seminare

Top 10

XI

Seminar

Datenschutzgrundverordnung

XII

Recht nützlich

Arbeitsrecht

XIII

Licht an!

Normgerechte Beleuchtung

XIV – XV

Wir in BW

Geburtstage, Jubiläen, etc.

XVI

Mein vdm

5 Fragen

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

Über Ihr Feedback freuen wir uns.



MELANIE ERLEWEIN

Referentin Öffentlichkeitsarbeit

Telefon 0711 45044-50

m.erlewein@verband-druck-bw.de



Frisch zertifiziert – Neue Rubrik „Zertifizierungen“ auf Seite XV.



Gregor Young Talent Calendar Award auf Seite VI.



Einladung zum Frühstück Spezial „Cloud Publishing“ auf Seite V.

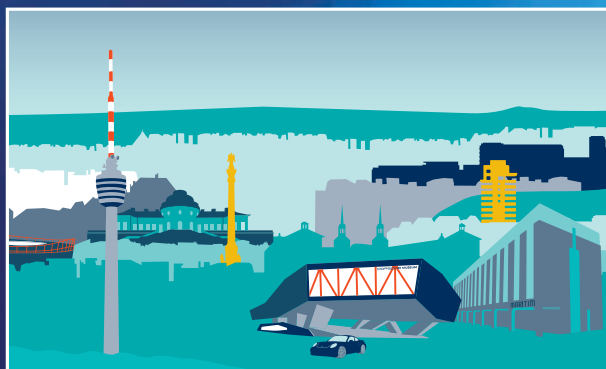


Nachlese BZV Stuttgart Event „Wirtschaft meets Wissenschaft“ auf Seite VIII.

Neuer Beratungsservice „Normgerechte Beleuchtung“ der pxm Süd auf Seite XIII.



Einladung zur vdm Jahrestagung + Deutscher Druck- + Medientag 2018 auf Seite III.



Einladung

> 27.– 29. Juni 2018, Stuttgart



Weitere Infos und Anmeldung:
LISA PIKARD
Telefon 0711 45044-12
l.pikard@verband-druck-bw.de

vdm Jahrestagung

Deutscher Druck- + Medientag **bvdm.**

27. Juni

ab 19.00 Uhr Netzwerktreffen im Fernsehturm

28. Juni

10.30 – 12.00 Uhr vdm Mitgliederversammlung
Interner Teil (nur für Mitglieder)
im Hotel Maritim

12.00 – 13.30 Uhr Netzwerklunch im Hotel Maritim

13.30 – 16.30 Uhr Unternehmerforum in der Alten Reithalle
Schwerpunktthema:

**Fachkräfte- und Nachwuchssicherung
in Zeiten des digitalen Wandels**



Ehrengast: Innenminister Thomas Strobl,
stellvertretender Ministerpräsident von
Baden-Württemberg

ab 18.00 Uhr Abend der Deutschen Druckindustrie
im Porsche Museum

29. Juni

10.00 – 12.00 Uhr Frühstück special **Cloud Publishing**
im freiRaum

oder

10.30 – 12.00 Uhr Besuch des Mercedes Benz Museums

oder

10.15 – 12.30 Uhr Stadtrundgang durch Stuttgart

13.00 Uhr Netzwerklunch und Get-together
im Hotel Maritim



Weitere Infos und Anmeldung:
www.ddmt18.de



AFTER WORK SPECIAL



Durchgeführt

Blick vom Fernsehturm in die Zukunft

Nachlese After Work Special

„Augmented Reality im Medienmix“

› Stuttgart, 27. November 2017 | In rund 150 Metern Höhe, auf dem Stuttgarter Fernsehturm trafen sich über 80 interessierte Unternehmer der Medienbranche zum After Work Special „Augmented Reality im Medienmix“. Geladen hatten der Verband Druck und Medien (vdm), die mgf kreativ Baden-Württemberg, die Wirtschaftsförderung der Region Stuttgart und das Virtual Dimension Center (VDC). Die Kurzvorträge mit Live-Demos an den Teststationen lieferten einen kompakten Überblick über Technologien und sorgten für spannende Erlebnisse in der virtuellen Welt. Der perfekte Rahmen fürs Networking – bei guter Fernsicht bot der Fernsehturm neben leckerem Catering zudem spektakuläre Ausblicke auf Stuttgart und Umgebung.



Networking mit Aussicht in 150 Meter Höhe.

Zu Beginn gab Dr. Christoph Runde, Geschäftsführer des Virtual Dimension Centers einen Überblick über „AR-Techniken und -Anwendungen“. Er informierte die Zuhörer über den Status Quo bei Hard- und Software und berichtete über Geschäftsfelder, in denen Augmented und Virtual Reality erfolgreich eingesetzt werden.

www.vdc-fellbach.de

In seinem Vortrag „Augmented Reality – die Zukunft beginnt jetzt“ zeigte Robin Wenk, Geschäftsführer von Lightshape, dass ehemalige Science-Fiction-Träume längst schon Realität geworden sind.

www.lightshape.net

Best-Practise-Beispiele und Live-Demos zeigte Tobias Kenner, Mitglied der Geschäftsleitung bei Wurzel Medien: Mit der Fernsehturm-App 360° werden auf dem Smartphone Sehenswürdigkeiten und Orte in Blickrichtung angezeigt.

www.w-mg.com/360grad



Blick vom Fernsehturm in den Stuttgarter Kessel: Endlich wissen, wo sich was befindet.

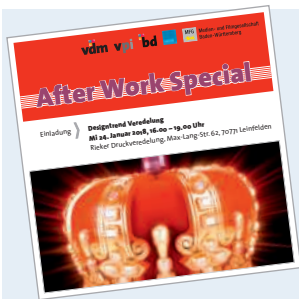
Visuelle Effekte sind das Tätigkeitsfeld von Jan Fiedler, Senior Visual Effects Producer bei pixomondo. Vielleicht haben Sie schon mal feuerspeiende Drachen in der Fantasy-Serie Game-of-Thrones bewundert? Sie sind made in Stuttgart.

www.pixomondo.com



Jan Fiedler, pixomondo, zeigt beeindruckende visuelle Effekte.

Insgesamt eine „runde Sache“ – so das Fazit von Teilnehmern und Veranstaltern zum Event. Angesichts der Architektur des Turms darf man das sogar wörtlich nehmen.



Durchgeführt

Perfekt veredelt
Nachlese After Work Special
„Druckveredelung“

» **Leinfelden** | Am Mi 24. Januar 2018 fand bei Rieker Druckveredelungen in Leinfelden das After Work Special „Druckveredelung“ statt – eine gemeinsame Veranstaltung des vdm, vpi und der mfg kreativ Baden-Württemberg.

In kleinen Gruppen führten die beiden Geschäftsführer Ralph C. Rieker und Andreas W. Knauber mehr als 30 interessierte Teilnehmer durch die Produktion. Dort, wo Druckprodukte und Verpackungen noch attraktiver für den Kunde und den Benutzer werden.



Gut nachgefragt waren die Empfehlungen und Praxistipps von Veredelungsprofi Ralph C. Rieker.

Schutzlacke und Kaschierungen erhöhen die Funktionalität – ergänzend dazu sind inzwischen besonders beliebt die Glanz- und Effektlacke. Auch Heiss- und Kaltfolien bringen den gewünschten Premium-Look und sorgen mit Glitzer-Effekten für Aufmerksamkeit. Ein Beispiel dafür war die gedruckte und entsprechend veredelte Einladungskarte zum After-Work-Special. Gerade bei Süßwaren oder Parfum muss die Verpackung als Produkt-Bestandteil die Markenbotschaft transportieren und sowohl optisch, als auch haptisch den Endkunden überzeugen.

Besonders schätzten die Teilnehmer den Austausch in lockerer Atmosphäre bei Kleinigkeiten fürs leibliche Wohl. So manche technische Frage konnte geklärt und manch spannender Business-Kontakt geknüpft werden.

Wie auch beim letzten Mal war der Event durch die Begrenzung auf 30 Teilnehmer überbucht. Eine erfreuliche Resonanz – gern werden wir einen weiteren Folgetermin anbieten.

Save-the-Date

Fachkräftesicherung
Nachwuchsmarketing
Di 3. Juli 2018
www.vdm-bw.de/2018-aws-azubi

Einladung

Cloud Publishing
Smarte Publishing-Workflows nutzen

Fr 29. Juni 2018, 10.00 – 12.00 Uhr
im wize mann
Raum Lohnbuchhaltung
Quellenstraße 7a, 70376 Stuttgart

Wir sind doch nicht mehr 1985!

Haeme Ulrich, Meikirch, Schweiz

- › So finden Sie sichere, zuverlässige und effektive Cloud-Dienste
- › Cloud-Dienste rund um Schriften, Bilder und Grafiken
- › Authoring in der Cloud

› Clevere Publishing-Workflows dank der Cloud
Genausò, wie DTP 1985 das Publishing disruptiv auf den Kopf gestellt hat, macht es heute das „Cloud Publishing“. *Sich so zu positionieren, um von den Möglichkeiten zu profitieren, ist das Ziel von Haeme Ulrichs Vortrag. Getreu seinem Motto: „Heute begreifen, was morgen abgeht.“*

Herausragende Kundenerlebnisse schaffen

Ingo Eichel, Adobe Deutschland, München

- › Adobe Creative Cloud:
Branchenstandard InDesign und Photoshop
innovative Apps: Adobe XD, Spark, Lightroom
- › Design-Vorlagen für Kreative
- › Publishing Workflow von der Idee zum Produkt

www.vdm-bw.de/2018-aws-cloud



Interesse? Gleich anmelden:

URSULA ZÖLLNER

Telefon 0711 45044-32

u.zoellner@bildung-bw.de

GREGOR YOUNG TALENT CALENDAR AWARD

Ausschreibung

Gregor Young Talent Calendar Award 2019
Einsendeschluss 30. September 2018

1 Jahr, 12 Monate, 4 Jahreszeiten, 365 Tage, 52 Wochen, 7 Wochentage, 24 Stunden – seit jeher organisieren wir unsere Zeit im System des gregorianischen Kalenders. Ob als Wandkalender, Taschenkalender, Abreißkalender oder digital auf dem Smartphone und Laptop.

Und wie sieht der Kalender von morgen aus? Muss ein Kalender immer 2-D sein, oder kann er nicht auch im dreidimensionalen Raum (be-)stehen?

Grafisch, illustrativ, fotografisch oder typografisch, 2-D oder 3-D, analog oder digital? Egal. Wir suchen innovative und spannende Ideen des Kalenderschaffens und die Kalendergestalter der Zukunft! Präsentiere uns deinen Kalenderentwurf bzw. dein Konzept auf maximal vier DIN A3-Seiten.

Die Arbeiten werden nach folgenden Kriterien bewertet: kreatives Konzept, Gestaltung/Ästhetik, Typografie, Funktion, Gebrauchswert, Benutzer-

führung, technische Realisierbarkeit, funktionale Innovation sowie ökonomische und ökologische Qualität. Es zählt zudem die Qualität der Präsentation.

Den Siegern winken eine öffentliche Plattform, Geldpreise, die Unterstützung bei der Herstellung des Entwurfs und beste Kontakte in die Werbe-, Verlags- und Druckbranche.

Weitere Infos und Ausschreibungsunterlagen unter: www.gregor-calendar-award.de

Kursempfehlung für junge Kreative gewünscht?

Gleich beraten lassen:



URSULA ZÖLLNER
Telefon 0711 45044-32
u.zoellner@bildung-bw.de

UNTERNEHMENS- ENTWICKLUNG

Neuausrichtung

Blue Ocean Strategy

Auf in den blauen Ozean!

Wie in vielen anderen Branchen auch, ist der Wettbewerbsdruck in der Druck- und Medienindustrie hoch. Viele Unternehmen tummeln sich im Hai-fischbecken. Es wächst die Sehnsucht nach einem blauen Ozean voller neuer Möglichkeiten, raus aus dem blutgetränkten roten Ozean.

Die von W. Chan Kim und Renée Mauborgne entwickelte „Blaue Ozean Strategie“ gibt Unterstützung bei der Entwicklung einer neuen Ausrichtung.

Unterscheidet man üblicherweise bei der Strategiefindung zwischen Preis-/Kostenführerschaft und Differenzierung, so ermöglicht die

„Blaue Ozean Strategie“ beides: Differenzierung bei niedrigen Kosten. Dazu ist es notwendig, sich raus aus den roten in die blauen Ozeane zu begeben. Denn dort sind die Märkte noch nicht aufgeteilt, die Spielregeln noch nicht festgelegt und der Wettbewerb noch nicht so hoch.

So verschiebt sich bei der Blauen Ozean Strategie auch der Fokus von der Konkurrenz zu den Alternativen und von den Kunden der Branche auf die Nichtkunden.

Ein zentrales Element ist die Überwindung von bisherigen Wettbewerbsgrenzen, in dem man

beispielsweise alternative Branchen, andere strategischen Gruppen innerhalb der Branche, die unterschiedlichen Käufergruppen und komplementäre Produkt- und Dienstleistungsangebote im Detail analysiert.

Mit „der strategischen Kontur“ fokussiert man sich dann auf das Gesamtbild und visualisiert die Branchenfaktoren. Durch Reduzierung und Eliminierung, wie auch der Steigerung und Kreierung neuer bisher nicht relevanter Faktoren werden neue Geschäftsfelder entwickelt und gleichzeitig die Kosten im Griff behalten.

Am Beispiel der Online-Druckereien: Der (Beratungs-)Service wurde deutlich reduziert, neue Faktoren wie der Online-Service und die schnelle Preisfindung generiert und dadurch neue Märkte erschlossen.

Unternehmensausrichtung anpassen?

Sich als Mitglied bei der Unternehmensanalyse und Neuausrichtung unterstützen lassen:



GERALD WALTHER

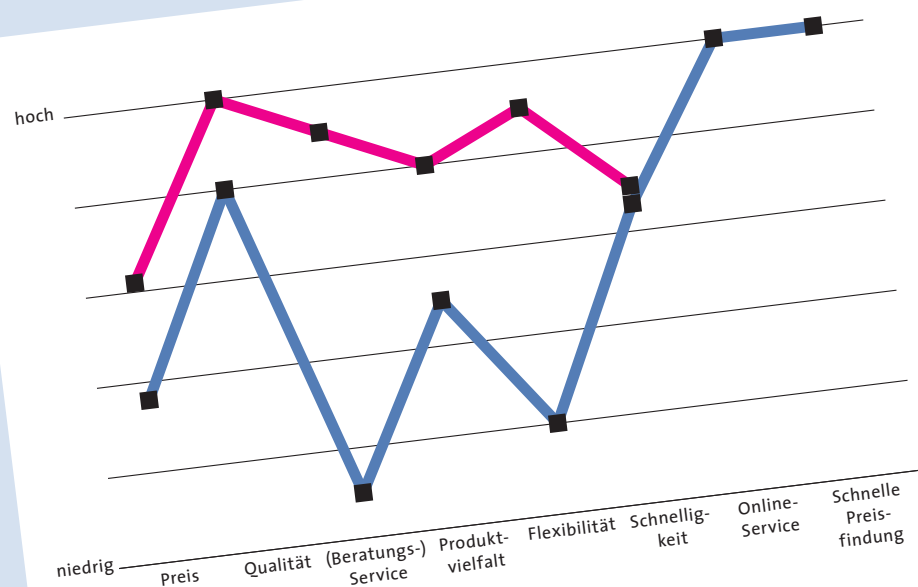
printXmedia Süd GmbH,

die Beratungsgesellschaft der Verbände Druck und Medien

Telefon 0170 5409302

g.walther@pxm-sued.de

■ klassisches Druckunternehmen
■ Online-Druckerei





FELIX WALTER
Walter Digital
Vorstandsvorsitzender
vdm-BZV Stuttgart



Moderne Architektur des Zentrum für virtuelles Engineering (ZVE).

BZV STUTTGART

DURCHGEFÜHRT

für Mitglieder

Event

Zukunftsimpulse:

Wirtschaft meets

Wissenschaft

Di 30. Januar 2018

ZVE, Stuttgart

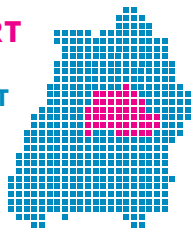
www.vdm-bw.de/nl/2018-stgt

**Innovative Forschung und gute
Gespräche**

Nachlese BZV Event

Zukunftsimpulse

War es die Möglichkeit, einen Blick in die Labore des Zentrum für virtuelles Engineering (ZVE) zu werfen, wie beispielsweise das „Immersive Engineering Lab“, zu denen man sonst keinen Zugang hat? Oder war es der angekündigte Vortrag über die Transformation der Neuen Osnabrücker Zeitung (NOZ), mit nütz-



lichen Erkenntnissen über neue Geschäftsmodelle? Das Feedback der Teilnehmer: Beides spannend.



Eine Führung durch das neue Gebäude zeigte eine angewandte Arbeitsergonomie in moderner Laborumgebung.

Strategieberatung

Was gar nicht so bekannt ist: Das Fraunhofer Institut forscht nicht nur an technischen Innovationen, sondern bietet auch Beratung. Dr. Marc Rüger und Dr. Thomas Fischer erläuterten in ihrem Vortrag, wie das Fraunhofer Institut bei Strategie-

prozessen von Unternehmen unterstützt. Der Blick in den Rückspiegel ist hilfreich für die Analyse, der Blick in die Zukunft jedoch ist notwendig für die strategische Ausrichtung. Dabei kommt nicht die Kristallkugel, sondern wissenschaftliche Methodik wie beispielsweise eine Trendsammlung zum Einsatz.

Veränderungsprozesse bei NOZ

Jochen Weber, Leiter Projektmanagement und Ralf Geisenhanslüke, Chefredakteur NOZ, berichteten in ihrem Vortrag „Wenn alte Regeln nicht mehr helfen“, warum es für Organisationen so schwer ist, sich zu verändern. Die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle ist nicht einfach, kann jedoch gut gesteuert werden. Schlüsselaspekte eines erfolgreichen Veränderungsprozesses sind Kultur und Struktur im Unternehmen. Einstellung und Verhalten sowie Leistung und Organisation verändern sich nur mit einer Vision. Soweit die Theorie. Besonders die praktischen Erfahrungen in diesem Change-Prozess interessierten die Zuhörer. An welchen großen und kleinen Hindernissen und Herausforderungen Stolpergefahr bestand, wurde für die Teilnehmer schnell nachvollziehbar.



Die leuchtenden Sensoren der trackbaren 3D-Brille senden Informationen über ihre Lage und Position im Raum. So kann die Projektion direkt an die Bewegungen des Trägers angepasst werden.



PETRA WAHL
Wahl-Druck
 Vorstandsvorsitzende
 vdm-BZV Ulm/Ravensburg



STEFAN REMBOLD
Friedrich Druck- und Verlagsservice
 Vorstandsvorsitzender
 vdm-BZV Tübingen/Rottweil



Gute Gespräche: Dr. Thomas Fischer, Fraunhofer Institut und Johannes Degen, Pressehaus Stuttgart.

Eigene Erfahrungen mit Veränderungsprozessen hatte ja jeder schon gemacht. Im offenen Austausch darüber, gelang auch dieses Mal der sprichwörtliche Blick über den Tellerrand mit nützlichen Anregungen fürs eigene Unternehmen.

Wir freuen uns, unseren Mitgliedern anregende „Zukunftsimpulse“ bieten zu können. Wir freuen uns auf Sie!

BZV ULM/RAVENSBURG

EINLADUNG

für Mitglieder

Event

Zukunftsimpulse:

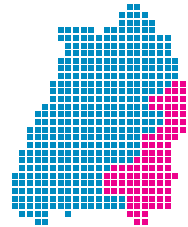
Virtual Reality

Mo 14. Mai 2018

14 – 18 Uhr + Netzwerkesen

Ulm

www.vdm-bw.de/bzv/2018-ulm



› *Vortrag mit Live-Demo*

Projekt Social Virtual Learning, Heidelberg Druckmaschinen

› *Virtueller Rundflug*

Virtual Reality Flugsimulator

„Birdly“, ulmstories

› *Netzwerkesen*



Mit der VR-Brille in die Druckmaschine eintauchen oder durch Ulm im Jahre 1890 fliegen.

BZV TÜBINGEN/ROTTWEIL

GEPLANT

für Mitglieder

Event

Zukunftsimpulse:

Projektmanagement

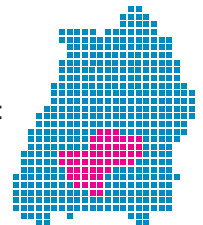
Sommer 2018

14 – 18 Uhr

+ Netzwerkesen

Testturm Thyssenkrupp, Rottweil

www.vdm-bw.de/bzv/2018-rw



› *Führung*

Testturm Thyssenkrupp, Seilloser Aufzug

› *Vortrag*

Projektmanagement agil

› *Vortrag*

Design Thinking

für Medienprojekte



SEMINARE | TOP 10

Willkommen zu Ihrem Seminar im:
Haus der Druckindustrie
Zeppelinstraße 39
73760 Ostfildern/Kemnat

**30 % EU-Förderung
für Teilnehmer aus
Baden-Württemberg*

1



Colormanagement Basis
Sicherer Einstieg in das Colormanagement
Mi 28. März, 9 – 16.30 Uhr
www.vdm-bw.de/semP2018009

300 € MG | 400 € NMG
150 € Azubi-MG | 200 € Azubi-NMG
210 € MG | 280 € NMG*
105 € Azubi-MG | 140 € Azubi-NMG*

2



Recht
Mitbestimmung des Betriebsrats bei Einstellung, Versetzung, Ein- und Umgruppierung
Di 10. April, 14 – 17 Uhr
www.vdm-bw.de/semM2018015

kostenfrei MG | 350,- € NMG

3



Qualifizierung Druck
Zertifizierung nach PSO und QSD
Di 17. April, 13.30 – 16.30 Uhr
www.vdm-bw.de/semT2018001

kostenfrei MG | 350,- € NMG*

4



PDF Spezial
Colormanagement in der Praxis
Mi 18. April, 9 – 17 Uhr, 9 – 17 Uhr
www.vdm-bw.de/semP2018030

400 € MG | 600 € NMG
200 € Azubi-MG | 300 € Azubi-NMG
280 € MG | 280 € NMG*
140 € Azubi-MG | 210 € Azubi-NMG*

5



WordPress
Website-Erstellung I + II
Mi 18. April + Do 19. April, 9 – 16.30 Uhr
www.vdm-bw.de/semP2018038

400 € MG | 600 € NMG/Tag
200 € Azubi-MG | 300 € Azubi-NMG/Tag
280 € MG | 280 € NMG*/Tag
140 € Azubi-MG | 210 € Azubi-NMG*/Tag

6



Vorbereitung Abschlussprüfung, Theorie
Medientechnologen/innen Druck, Packmitteltechnologen/innen, Technische Mathematik und Fachtechnologie
Mo 23. – Fr 27. April, 9 – 16.30 Uhr
www.vdm-bw.de/semA2018004
www.vdm-bw.de/semA2018005

750 € Azubi-MG | 1.500 € Azubi-NMG
525 € Azubi-MG | 1.050 € Azubi-NMG*

7



Fotografie + Videoclip
Actionfotografie
Do 3. Mai, 9 – 16.30 Uhr
www.vdm-bw.de/semP2018042

300 € MG | 400 € NMG
150 € Azubi-MG | 200 € Azubi-NMG
210 € MG | 280 € NMG*
105 € Azubi-MG | 140 € Azubi-NMG*

8



Korrektorat
Korrekturlesen im PDF
Do 17. Mai, 9 – 16.30 Uhr
www.vdm-bw.de/semP2018004

300 € MG | 400 € NMG
210 € MG | 280 € NMG*

9



Contenterstellung
(Bewegt-)Bild und Text für Social Media
Di 12. Juni, 9 – 16.30 Uhr
www.vdm-bw.de/semP2018039

300 € MG | 400 € NMG
150 € Azubi-MG | 200 € Azubi-NMG
210 € MG | 280 € NMG*
105 € Azubi-MG | 140 € Azubi-NMG*

10



Marketing
Praxisworkshop Google-AdWords
Do 21. Juni, 9 – 17 Uhr
www.vdm-bw.de/semM2018008

400 € MG | 600 € NMG
280 € MG | 280 € NMG*

Seminar

Datenschutzgrundverordnung Last-Minute-Tipps zur DSGVO

0,5-Tagesseminar, 16 – 19 Uhr

Di 24. April 2018

Kemnat, Haus der Druckindustrie

www.vdm-bw.de/sem-datenschutz



Nutzen

Sie können die Folgen der DSGVO für Ihr Unternehmen einschätzen.

Seminarbeschreibung

Die Zeit wird knapp: Wie Sie die Umstellung auf die neue DSGVO optimal vorbereiten, überwachen und durchführen, erfahren Sie in diesem komprimierten Seminar. Dabei zeigen Ihnen die erfahrenen Referenten aus ihrer Praxis, wie ein DSGVO-Projekt und der Aufbau eines Datenschutz-Management-Systems erfolgen kann. Die Vorgehensweise ist plastisch und umsetzungsorientiert dargestellt.

Zielgruppe

Geschäftsleitung, Führungskräfte, IT-Verantwortliche

Kosten

kostenfrei für Mitglieder | 350 € Nichtmitglied

Keine ESF-Förderung möglich!

Inhalt

- > Überblick über die Grundlagen der DSGVO
- > Haftung und Sanktionen nach der DSGVO
- > Ihr DSGVO-Projekt und Umsetzungsfahrplan
- > Aufbau eines Datenschutz-Management-Systems
- > Gute Gewohnheiten etablieren
- > Realisieren von langfristigen Zielen

AKTUELL



RA SASCHA HESSE
AGOR AG Frankfurt



MARIN ZIMAJ
AGOR AG Frankfurt



Interesse? Gleich anmelden:

URSULA ZÖLLNER

Telefon 0711 45044-32

u.zoellner@bildung-bw.de

RECHT: NÜTZLICH

Info Arbeitsrecht

Verlängerung von Kündigungsfristen BAG bringt keine Rechtssicherheit

Arbeitgeber möchten regelmäßig im Fall der Kündigung eines Arbeitnehmers ausreichend Zeit haben, um einen geeigneten Nachfolger zu finden. Oftmals verlängern sie deshalb einvernehmlich mit dem Arbeitnehmer dessen Kündigungsfrist. Dies ist nach § 622 Abs. 6 BGB rechtlich möglich, wenn für den Arbeitnehmer keine längere Frist vereinbart wird als für die Kündigung durch den Arbeitgeber. Eine beiderseitige Verlängerung der Kündigungsfristen ist damit zulässig.

Die Länge der einvernehmlich geregelten neuen Kündigungsfristen war bisher nicht begrenzt. Dies ändert sich nun aufgrund eines Urteils des BAG vom 26.10.2017 – 6 AZR 158/16. Das Gericht vertritt die Auffassung, eine erhebliche Verlängerung der gesetzlichen Kündigungsfrist für den Arbeitnehmer in Allgemeinen Geschäftsbedingungen könne eine unangemessene Benachteiligung entgegen den Geboten von Treu und Glauben i. S. v. § 307 Abs. 1 Satz 1 BGB darstellen. Dies gelte auch dann, wenn die Kündigungsfrist für den Arbeitgeber in gleicher Weise verlängert wird.



Im vom BAG entschiedenen Fall war die Kündigungsfrist für beide Seiten auf drei Jahre zum Monatsende verlängert worden. Nicht bestimmt hat das BAG, welches die äußerst zulässige Grenze für die entsprechende Verlängerung einer Kündigungsfrist ist.

Belastbare Auskunft zum Arbeitsrecht notwendig?
Als Mitglied sich schnell und kostenfrei beraten lassen:



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

LICHT AN!

Info Beleuchtungstechnik

Neuer pxm-Beratungsservice Normgerechte Beleuchtung (ISO 3664) Für eine gemeinsame Basis bei der Kundenkommunikation

Obwohl die Normen zur Standardisierung der Druckproduktion vielerorts gelebter Alltag sind, treten nicht selten Unstimmigkeiten bei der Farbabstimmung an der Druckmaschine auf. Was tun, wenn Farbdifferenzen optisch unterschiedlich bewertet werden? Ist der Leitstand die Referenz? Die Umgebungsbedingung des Kunden? Das Tageslicht? Ein speziell eingerichteter Abstimmplatz?

Die Berater der printXmedia Süd wissen: Delta-E, Metamerie, die Beleuchtungsverhältnisse sowie das Verständnis der physikalischen Zusammenhänge sind dem Auftraggeber schwer zu vermitteln. Hier bietet sich die Chance für eine serviceorientierte Kundenkommunikation.

Das hat auch die Firma Henkel GmbH in Stuttgart erkannt. Nachdem im letzten Jahr die Beleuchtung im Drucksaal gegen kostensparende LED-Technik ausgetauscht wurde, wurde die neue Situation mithilfe eines Lichtaudits geprüft. JUST Normlicht und die printXmedia Süd waren hierzu gemeinsam aktiv. An den insgesamt drei Abstimmplätzen konnten einfache Eingriffe, kleinere Investitionen und geringfügige Umstellungen bei den Arbeitsgewohnheiten umgehend umgesetzt werden – freut sich Hr. Inkaya – Druckereileiter bei Henkel GmbH.

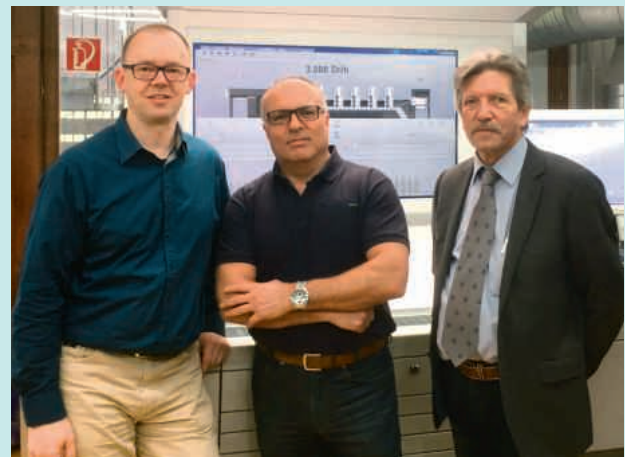
Im Rahmen von Maßnahmen zur Prozessoptimierung, Mitarbeiterseminaren und Zertifizierungen nach ISO 12647 verstärkt die printXmedia Süd ihre Beratung um die normgerechte Beleuchtung. Hierzu holt sich die pxm über eine Kooperation mit JUST Normlicht wichtige Unterstützung ins Haus. Zum Beispiel, wenn es um ein umfangreich dokumentiertes Lichtaudit geht oder um eine Empfehlung für geprüfte oder zertifizierte Hardware.

Mit einem eigens dafür ausgelegten Spektral-messgerät werden Beleuchtung, insbesondere an Leitständen und Abstimmplätzen geprüft. Besonders Beleuchtungsstärke, Farbtemperatur, Metamerie-Indices, UV-Anteil, Fremdlicht sowie

die Lichtverteilung für einen Abstimmplatz werden analysiert.

So kann messtechnisch ermittelt werden, ob Fensterfronten, Saalbeleuchtung, farbige Lichteinflüsse, gealterte oder ungeeignete Leuchtstoffröhren zu unerwarteten und falschen Ergebnissen führen. Die Werte werden im Rahmen einer Lichtmessung nach ISO 3664:2009 aufgenommen und ausgewertet.

Wie gewohnt leistet die printXmedia Süd für die Mitarbeiter und Fachkräfte vor Ort auch den Knowhow-Transfer und vermittelt alle wichtigen Infos und Zusammenhänge. Eine schnelle Überprüfung der neuen Beleuchtungssituation und regelmäßige Checks zur Feststellung von alterungsbedingten Veränderungen helfen, die gewonnene Qualitätsverbesserung zu erhalten.



Gelungene Anpassung der Beleuchtungsumgebung/Abmusterungsbedingungen. Heinz Klos, technischer Berater pxm Süd freut sich mit Stefan Inkaya, Henkel GmbH und Rudolf Mayer, JUST GmbH über eine effektive Verbesserung bei der Farbabstimmung.

Taugliche Technik-Infos von Experten gesucht?

Als Mitglied offene Fragen lösen lassen:



HEINZ KLOS
printXmedia Süd GmbH,
die Beratungsgesellschaft der Verbände Druck und Medien
Telefon 0171 3328006
h.klos@pxm-sued.de



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



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

KUNSTKATALOG FÜR SAN FRANCISCO MOMA

Wurzel Medien GmbH
Esslingen

Die zur Wurzel Mediengruppe gehörende Dr. Cantz'sche Druckerei Medien GmbH gilt international als eine der ersten Adressen für Kunstbücher.



Heinz Wurzel, Geschäftsführer der Wurzel-Mediengruppe und James Brandon Williams, Chefgrafiker des San Francisco Museum of Modern Art sind sich einig: Druckfreigabe für den Magritte-Kunstkatalog erteilt!
www.w-mg.com

GEBURTSTAGE

50

Frank Zimmermann
Thema Druck GmbH
Kraichtal-Oberöwisheim

Andreas Eder
eder GmbH
Ostfildern

55

Holger Knop
KNOP Etiketten
Spaichingen

Wolfgang Förster
Etikettendruck Förster GmbH & Co. KG
Denkendorf

Dr. Stephanie Mair-Huydts
MAIRDUMONT GmbH & Co. KG
Ostfildern

Jürgen Schneider
Schneider Druck & Werbung GmbH u. Co. KG
Gerlingen

Jürgen Frücht
Kittelberger media solutions GmbH
Digital Services,
Reutlingen

60

Ulrich Zaiser
G. W. Zaiser GmbH + Co. KG Druckerei
Nagold

Dr. Björn Jansen
Mannheimer Morgen
Großdruckerei und Verlag GmbH
Mannheim

Jochen Tanneberger
Tanneberger Druck + Stempel GmbH
Tuttlingen

Dr. Richard Rebmann
SWMH GmbH
Stuttgart

Wiebke Bißwanger
Kochendörfer Druckerei + Verlag GmbH
Vellberg

Eckart von Majewski
DB Kommunikationstechnik GmbH
Karlsruhe

Ulrich Götz
Druckhaus Götz GmbH
Ludwigsburg

65

Roland Zink
SZ Repro GmbH
Esslingen-Berkheim

75

Traugott Ehrler
Ehrler Druck e. K.
Sersheim

80

Reinhard Nonnenmacher
Ferdinand Eisele GmbH
Birkenfeld

Winfried Pfund
Druckerei Carl Pfund GmbH
Talheim

FIRMENJUBILÄEN

50

Werner Esslinger oHG Offsetdruck
Villingen-Schwenningen

125

Druckerei Carl Pfund GmbH
Talheim

Seit 1893 über 5 Generationen hinweg hat sich das Unternehmen zum Spezialisten in der Formularherstellung gewandelt.



125 Jahre Tradition vereint die Druckerei Carl Pfund GmbH in Talheim mit Innovation.
www.pfund.de

150

Bechtle Graphische Betriebe und Verlagsgesellschaft GmbH & Co. KG
Esslingen

Wir gratulieren Ihnen herzlich!

ZERTIFIZIERUNGEN

Druck und Medienzentrum
Weinstadt

Wiederholaufträge und Auflagedruck können mit der PSO-Zertifizierung künftig noch besser in gleichbleibend höchster Qualität gefertigt werden.



Wolfgang Veicht, Geschäftsführer der Druckerei Grübel GmbH rechts neben Jochen Klett, technische Beratung pxm Süd.
www.gruebel.de

Wahl-Druck GmbH
Aalen

Seit 12 Jahren trägt die Druckerei Wahl ihrem Anspruch auf höchste Qualität Rechnung: Die 6. PSO-Zertifizierung in Folge wurde durchgeführt.



Es freuen sich Alexander Abele, technische Leitung; Sven Dangel, technische Druckerei-leitung, Jochen Klett, technische Beratung pxm Süd und Oliver Machhold, Geschäftsführung.
www.wahl-druck.de

DHO Druckzentrum Hohenlohe- Ostalb GmbH & Co. KG
Crailsheim

Das DHO Druckzentrum Hohenlohe-Ostalb fertigt Tageszeitungen und Anzeigenzeitungen im Berliner Format, Tabloid Magazin oder Werbedruck in Spitzenqualität.



Jochen Klett, technische Beratung pxm Süd, Ingo Rieger und Frank Leser DHO Druckzentrum Hohenlohe-Ostalb GmbH & Co. KG vor der frisch zertifizierten manroland. So geht Drucken gemäß Prozess-Standard Offsetdruck.
www.dho-druckzentrum.de

MASCHINENEINWEIHUNG

Wahl-Druck GmbH
Aalen

Mit einem Fest für Kunden und Mitarbeiter wurde die Einweihung der neuen Heidelberger Speedmaster XL 106-5-P3 bei Wahl-Druck GmbH in Aalen gefeiert.



Darf den Startknopf drücken: Wirtschaftsbeauftragter der Stadt Aalen Wolfgang Weiss mit der Geschäftsführung Petra Wahl und Oliver Machhold.
www.wahl-druck.de



Broschüre „Gutenberg 4.0“
kostenfrei anfordern:

LISA PIKARD

Telefon 0711 45044-12

l.pikard@verband-druck-bw.de

EVENTREIHE

Gutenbergjahr 2018

Medien 550 Jahre nach Gutenberg: Unternehmen und Kooperationspartner der Medienbranche in der Rhein-Neckar-Region bieten spannende und informative Betriebsführungen, Vorträge, Konzerte, Ausstellungen, Filme, Radiobeiträge, Lesungen und Gautschfeiern.



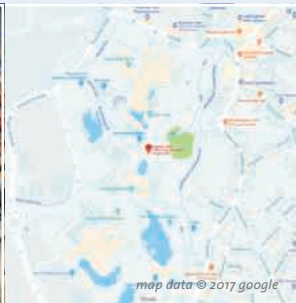
Eine Übersicht über alle Events finden Sie in der Broschüre Gutenberg 4.0 oder unter www.gutenberg2018.de

MEIN VDM

5 Fragen

Ihr liebster Ort im Ländle?

Der Europa Park mit seiner Unterhaltung, Natur, Hotels, Emotionen und gleichzeitig der Chance, mit meiner Familie und Freunden Zeit zusammen zu verbringen.



FRANCISCO MARTINEZ
Vorstandsvorsitzender,
Technische Leitung
Straub Druck + Medien AG
Schramberg

Ihr schönstes Business-Erlebnis?

In 2002, als neuer Mitarbeiter im Außendienst: Als ich gesehen habe wie die Maschinen meinen allerersten Auftrag gedruckt haben. Damals für SAP – hört sich komisch an, aber das werde ich nie in meinem Leben vergessen. :-)

Ihr wichtigstes Ziel im Geschäftsleben?

Die Vision zu verfolgen, dass auch ein Leben ohne Preiskampf möglich ist. In dem sich Lieferanten, Dienstleister und Kunden respektieren.

Ihr größter Nutzen durch den Verband?

Netzwerkaufbau und Social Life in unserer Branche.

Ihr bester Wunsch für die Druckindustrie?

Wenn die Papierindustrie immer mehr Geschäft bekommt, dann ist alles in Ordnung – oder?

Unsere Mitglieder im vdm sichern
Arbeitsplätze in Baden-Württemberg:
www.straub-druck.de

Gemeinsam stark.
Wir sind Ihr Verband!



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



Zeppelinstraße 39
73760 Ostfildern/Kemnat
Telefon 0711 45044-0
Telefax 0711 45044-15
info@verband-druck-bw.de
www.verband-druck-bw.de

Impressum

„BW update“ ist die Regionalausgabe für Baden-Württemberg des Magazin „Nutzen“.
Anschrift: vdm in Baden-Württemberg e.V.
Zeppelinstraße 39, 73760 Ostfildern/Kemnat
Redaktion: Melanie Erlewein
Telefon: 0711.45044-50
m.erlewein@verband-druck-bw.de
copyright: Alle veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Ohne Genehmigung ist eine Verwertung strafbar.
Auflage: 1.000 Exemplare
Erscheinungsweise: vierteljährlich
Druck: Tecklenborg Verlag GmbH & Co. KG

Datenschutz geht jeden an

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

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

Was müssen Unternehmen genau tun?

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

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

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



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

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



Das leisten die Verbände:

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

Nachhaltig dank kurzer Wege

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

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

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



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

Zweites Standbein Logistik

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



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

Kurze Wege

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

Nachhaltige Materialien

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

Gutes Raumklima

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

Energieeffizienz

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

Aufbereitetes Wasser

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

Kleinere Abfallmengen

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

Ressourcenschonende Technik

Maschinen der neuesten Generation sparen Ressourcen.

Klimaneutrales Drucken

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

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

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

Nachhaltigkeit ist kein Modetrend

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

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



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



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

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

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

Mitveranstalter war wie auch in den vorherigen Jahren die drupa.

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

ddk Digitaldruck-Kongress
Düsseldorf 2018

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

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



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



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



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

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



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



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



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

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



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



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



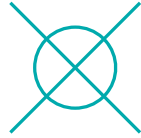
„Wir bringen Funktion auf Papier“, erklärte Carola Gather die innovative, erfolgreiche Neuausrichtung des Traditionsunternehmens Gather Mönchengladbach.



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



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



TREFFPUNKT INNOVATION

bvdm.

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

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

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

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

GEPRÜFTER DIGITALDRUCK PROFESSIONAL

Die Qualifizierung für Ihren Erfolg im Digitaldruck

Nächster Start am
25. Oktober 2018

Ihre Ansprechpartner:

Celina Sievers
02306.20262-56

Ursula Zöllner
0711.45044-32

Christoph Degel
089.33036-215

www.digitaldruck-professional.de



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

VERBAND
DRUCK
+ MEDIEN
BAYERN

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



Hält manchmal.

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

Hält immer.



Hotmelt

Dispersion

Reiniger



SPRINTIS

www.sprintis.de

Öko? Logisch!

EIN TAG IM LEBEN EINES TECHNISCHEN BERATERS

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

1

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



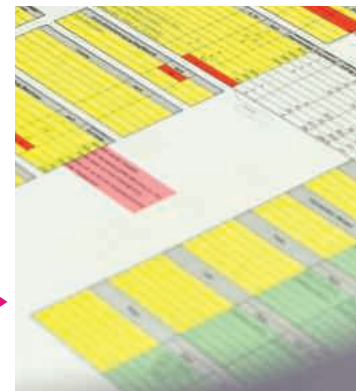
2

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



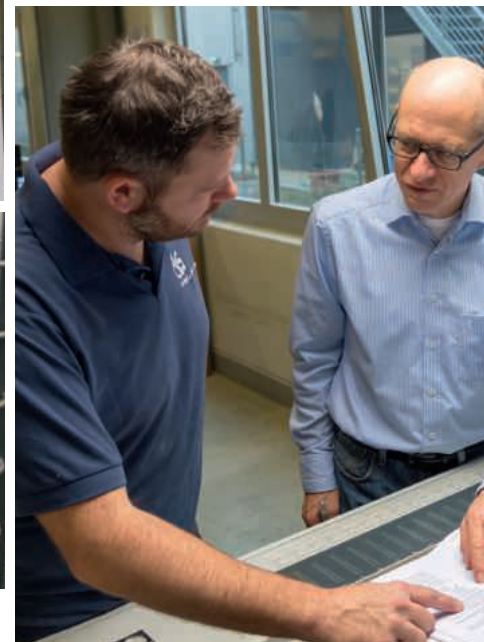
3+4

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



5

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



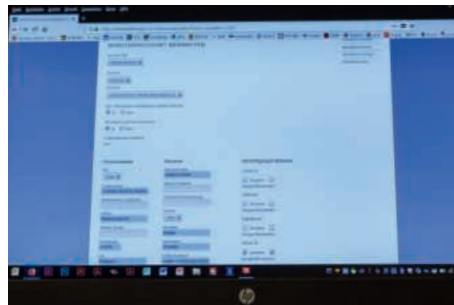
6+7

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



8

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



9

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



10

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



11

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



► MedienStandard Druck Update verfügbar

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

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

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

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

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

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

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

Ihr Link zur Bestellung
bvdm-online.de/arbeitsschutz



KÜNDIGUNG AUF VERLANGEN DES BETRIEBSRATES

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

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



Verteilung der Betriebsratssitze nach d'Hondt verfassungsgemäß

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



KENNEN SIE IHRE KOSTENSÄTZE?

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

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



Der Blaue Engel – eine Erstberatung bietet Ihnen Ihr Landesverband

Der Blaue Engel ist eines der bekanntesten Umweltzeichen. Er garantiert, dass die Produkte hohe Ansprüche an Umwelt-, Gesundheits- und Gebrauchseigenschaften erfüllen. Bei der Beurteilung ist dabei stets der gesamte Lebensweg zu betrachten. Entsprechend hoch sind auch die Anforderungen an die Druckerei, die Druckerzeugnisse mit dem „Blauen Engel für Druckerzeugnisse RAL-UZ 195“ kennzeichnen möchte.



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

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

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

FRAGEN?
NUTZEN@BVDM-ONLINE.DE



**ONLINE
PRINT
SYMPOSIUM**
München 2018

15.–16. März 2018

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

www.online-print-symposium.de

#OPS2018

Leading the competition – Wachstumsstrategien im Onlineprint



**DEUTSCHER
DRUCK- UND
MEDIENTAG**

28.–29. Juni 2018 · Stuttgart

bvdm.

Mehr Informationen
und Anmeldung unter
www.ddmt18.de

vdm

vpdm

PORSCHE MUSEUM

MARITIM



FRAGEN?

NUTZEN@BVDM-ONLINE.DE

► Engagiert im Klimaschutz: Zehn Jahre Klimainitiative der Verbände

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

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

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

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

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

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

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

MACHEN SIE KOMMUNIKATION ZUM ERLEBNIS

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

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

Wir bei Canon nennen das:

#UNLEASHPRINT

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



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

Canon



Equipment

Entdecken Sie das Unerwartete. Versafire.

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

➔ heidelberg.com/Versafire

Jetzt gratis
Druckmuster
anfordern!

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



 **HEIDELBERG**

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