

DAS MAGAZIN

NUTZEN

DER DRUCK- UND MEDIENVERBÄNDE

LICHT AM ENDE DES TUNNELS

WIR SIND SYSTEMRELEVANT

Druck und Logistik eng verzahnt
Kunden erfolgreich machen
Wirtschaftliche Situation der Branche



VIVUS Grass Paper

Frischfaserpapier mit einem Grasanteil von bis zu 40%
Erhältlich von 90 bis 275 g/qm, 300 g/qm auf Anfrage

- oberflächengeleimt
- bis zu 40% Grasfaseranteil
- natürliche Haptik
- lebensmittelunbedenklich
- FSC® C018175 Mix Credit
- für Displays, Karten, Mappen, nachhaltige Verpackungen etc.



EDITORIAL



Laut bvdm-Konjunkturtelegramm signalisierten die Branchenunternehmen im Mai eine erste Erholung des Geschäftsklimas.

Bild: Jürgen Fälchle - stock.adobe.com

Liebe Leserin, Lieber Leser,

Anfang März, als Sie den ersten NUTZEN des Jahres 2020 erhielten, schien die Welt noch in Ordnung. Selbst das seit Jahren schwierige Geschäft der Druck- und Medienwirtschaft stand unter guten Vorzeichen. In der Branchenumfrage, die die Verbände gerade durchgeführt hatten, gingen 32 Prozent der Unternehmen von einem Umsatzzuwachs aus, 43 Prozent rechneten mit einer stabilen Geschäftslage, 25 Prozent erwarteten Umsatzeinbußen. Aber als die Auswertung der Umfrage abgeschlossen war, lohnte die Veröffentlichung schon nicht mehr. Vor allem die Geschäftserwartungen und die geplanten Investitionen waren von Covid-19 schlagartig zunichte gemacht worden.

Parallel zu den schnell beschlossenen Maßnahmen von Bund und Ländern stellten sich die Druck- und Medienverbände einem Arbeitsprogramm, das seinesgleichen sucht. Nahezu täglich gingen Mitteilungen und Newsletter über gesetzliche Änderungen, staatliche Unterstützung, Sonderregelungen oder Ausnahmeverord-

nungen an die Betriebe. In individuellen Gesprächen berieten vor allem die Verbandsjuristen die Mitgliedsbetriebe – oft bis spät in den Abend hinein. Der bvdm kämpfte auf allen politischen Ebenen für Entlastungen der Unternehmen und für Hilfen, die wirklich ankommen.

Last, but not least gelang es, mit ver.di eine Sondervereinbarung zu treffen: Lohnerhöhungen werden verschoben und das bestehende Lohnabkommen sowie der Manteltarifvertrag verlängert.

Seien Sie gewiss, die Verbände Druck und Medien werden auch weiterhin alles tun, um die Branchenunternehmen in dieser aufreibenden Krise optimal zu unterstützen.

Und trotz allem – wir wünschen Ihnen auch in dieser schweren Zeit 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.**

TITELTHEMA: LICHT AM ENDE DES TUNNELS

09 — WIR SIND SYSTEMRELEVANT

Lobbying – in der Krise wichtiger denn je

ver.di torpediert Maßnahmen zu Betriebsrettungen

Die Kräfte in der Krise bündeln

11 — ONLINE LERNEN IN DER KRISE: MIT WEBINAREN

12 — WIR LASSEN UNS NICHT UNTERKRIEGEN

30 — DRUCK AUF BERLIN UND BRÜSSEL

Recht flexibel in der Krise



IMPRESSUM

HERAUSGEBER: **Bundesverband Druck und Medien e.V.** (Dr. Paul Albert Deimel)
Friedrichstraße 194–199, 10117 Berlin
Tel: (030) 20 91 390, Fax: (030) 20 91 39 113, E-Mail: info@bvdm-online.de

VERANTWORTLICH: Bettina Knappe, Lena Renz

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

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

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

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

ANZEIGEN: Bundesverband Druck und Medien e. V.

03 — EDITORIAL

*Herzlich willkommen zum
neuen NUTZEN*

06 — PRINT KOMMT AN

Käufer, Leser, Wegweiser

15 — WIRTSCHAFT

Bericht zur Situation der Branche

16 — DER NUTZEN

Druck und Logistik eng verzahnt

Seite **26**



Seite **16**

18 — NÜTZLICH

Wissenswertes für die Betriebsführung

20 — DIE FIRMA

Kunden erfolgreich machen

22 — FACHKRÄFTE

*Effektiv, konkret – die Firmenschulung
Die Seminare gehen weiter*

24 — DIE PROFIS

*Erfolg in der Krise: Services im
Gesundheitswesen*

26 — DAS ONLINE PRINT SYMPOSIUM

30 — UNTERWEGS MIT ...

*Die Verbandsarbeit in Zeiten von
Corona*

32 — KURZMELDUNGEN

Informationen aus den Verbänden

34 — TERMINE

*Regionale, nationale und internatio-
nale Branchenveranstaltungen*



Seite **28**

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

Schreiben Sie uns an
nutzen@bvdm-online.de

Wir freuen uns auf Ihre Rückmeldungen!



Print kommt an

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

Rund
29,8 MILLIONEN EURO,
das heißt knapp **55 %** des Bruttobudgets für
„Coronawerbung“, entfielen im März auf Tageszeitungen,
gefolgt vom Fernsehen mit **38 %**.

Plakate am Point-of-Sale
steigern den Umsatz um
durchschnittlich

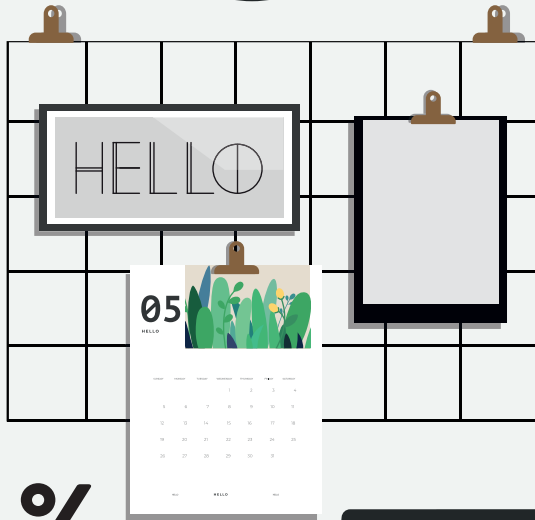
8,2%

13 %

der Deutschen kaufen im
Zuge der Pandemie mehr
Bücher.

VON 8,98 MILLIONEN AUF **9,07** MILLIONEN

steigt 2020 laut einer Prognose von Statista der **Absatz von Fotobüchern** in Deutschland.



20.000.000

bedruckte Verkehrsschilder

und **3.500.000**

Wegweiser sorgen in Deutschland für Sicherheit und bessere Orientierung.

Um **10 %**
ist der **Produktionswert von bedruckten Etiketten 2019** gegenüber dem Vorjahr gestiegen – auf **1,37 MILLIARDEN EURO.**

Um **100 %**
wird die **Nachfrage nach gedruckten elektronischen Displays** in intelligenten Geräteapplikationen **bis 2021 voraussichtlich steigen.**

10 %

mehr Zeitschriften kauften die Deutschen bislang während der Krise.

925 MILLIONEN EURO

betrug 2019 der Produktionswert von Büchern und kartografischen Produkten. Das ist ein Anstieg von **3 %** gegenüber dem Vorjahr.

Licht am Ende des Tunnels

Wir sind systemrelevant

”

Die Kunst ist, einmal
mehr aufzustehen, als
man umgeworfen wird.“

Winston Churchill

Der 11. März wird in die Geschichtsbücher eingehen. An diesem Tag hat die Weltgesundheitsorganisation den Ausbruch des neuen Coronavirus als Pandemie eingestuft. Entsprechend appellierte Angela Merkel an die Bevölkerung, das Möglichste gegen die Ausbreitung des Coronavirus zu tun. Ab dem 22. März galten schließlich Ausgangs- und Kontaktbeschränkungen, wie es sie nie zuvor gegeben hatte. Unternehmen fuhren die Produktion runter, Veranstaltungen und Reisen wurden abgesagt, Kinos, Theater, Museen, Restaurants, Hotels schlossen – das gesellschaftliche öffentliche Leben war wie ausgeschaltet.

Im Fokus der Politik standen schlagartig nur noch die Aufrechterhaltung des Gesundheitssystems und die Versorgung der Bevölkerung mit kritischen Dienstleistungen. Die Gewährleistung der Funktionsfähigkeit systemrelevanter Einrichtungen und Betriebe hatte oberste Priorität.

Und dann Anfang April – auf dringliche Nachfrage des Bundesverbandes Druck und Medien – kam eine gute Nachricht aus dem Innenministerium: „Grundsätzlich zählen die Unternehmen der deutschen Druck- und Medienindustrie zu diesen systemrelevanten Einrichtungen.“ Damit war sichergestellt, dass unsere Branche nicht – so wie viele andere Branchen – pauschal von Betriebsverboten getroffen wurde. Gleichzeitig war diese Information die Voraussetzung dafür, dass die Unternehmen weiterhin Behörden, Verwaltungen, Handel, Industrie sowie Dienstleister zuverlässig mit all den Druckprodukten beliefern konnten, auf die die ebenfalls systemrelevanten Sektoren Staat und Verwaltung, Energie, Gesundheit, Ernährung, IT und Telekommunikation, Transport und Verkehr, Medien und Kultur, Wasser, Finanz- und Versicherungswesen zwingend angewiesen sind. Damit hat die offizielle Einstufung *systemrelevant* genau das belegt, was die Druck- und Medienbranche zu Recht von sich behauptet: Sie ist ein unverzichtbarer Teil unserer Gesellschaft sowie von Liefer- und Wertschöpfungsketten, ohne den das Funktionieren unseres Landes nicht möglich ist. Kurz: Ohne Druckprodukte geht es nicht.

»

Im engen Schulterschluss haben der bvdm und die Landesverbände sehr frühzeitig begonnen, über die Konsequenzen der Pandemie aufzuklären. Seitdem gehen nahezu tagesaktuell Informationen über geltende gesetzliche Änderungen, staatliche Unterstützungen, rechtliche Sonderregelungen, Anforderungen an den Arbeitsschutz, produktionstechnische Fragen, Veränderungen im Ausbildungssektor sowie entsprechende Leitfäden und Praxistipps an die Mitgliedsunternehmen.

Lobbying – in der Krise wichtiger denn je

Angesichts der krisenbedingten Auftragsausfälle in der Druck- und Medienwirtschaft und im Hinblick auf die absehbare Geschäftslage der Branche forderten die Verbände die zuständigen Ministerien auf, Kurzarbeitergeld auf Auszubildende auszudehnen und bei der geplanten Rechtsverordnung zur Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes auch die Druck- und Medienbranche zu berücksichtigen.

In einem Schreiben wurde ausdrücklich darauf hingewiesen, dass Ausnahmeregelungen für systemrelevante Tätigkeiten im Arbeits- und Sozialrecht auch rechtssicher für Unternehmen der Druck- und Medienindustrie nutzbar sein müssten.

Der bvdm hat sich weiterhin in einer breiten Allianz der Organisationen der Medien-, Werbe- und Kommunikationsbranche mit einem schriftlichen Appell an das Kanzleramt sowie an die Bundesministerien für Finanzen, für Wirtschaft sowie für Kultur gewendet und wirksame und vor allem praxisnähere wirtschaftspolitische Unterstützung eingefordert. So kritisierte der Verband, dass z. B. kreditbasierte Liquiditätshilfen nicht ausreichend seien, um die Engpässe der überwiegend kleinen und mittelständischen Betriebe aufzufangen. Als hochverzinsten Darlehen liefen sie für die Mehrheit der betroffenen Branchenunternehmen eher auf eine Umwidmung der Liquiditätskrise in eine Schuldenkrise hinaus, beklagte die Allianz der Verbände. Gleichzeitig schlug der bvdm zur echten Unterstützung und Entlastung für die Druck- und Medienbetriebe eine steuerliche Vereinigung der Wirtschaftsjahre 2019 und 2020 vor, die Vergabe zinsfreier Darlehen sowie das Aussetzen von Insolvenzregeln, Lohnsteuerzahlungen und Sozialversicherungsbeiträgen.



Ferner haben die Verbände eindringlich davor gewarnt, die Liquidität von Betrieben durch die Anhebung des Kurzarbeitergeldes zu gefährden, und mit Nachdruck gegen eine Erhöhung des Mindestlohnes zum 1. Januar 2021 argumentiert.

ver.di torpediert Maßnahmen zu Betriebsrettungen

Spätestens Mitte März war allen klar, dass den Branchenbetrieben schwerere Zeiten bevorstünden denn je. Dennoch torpedierte ver.di die Bemühungen von Politik und Unternehmen, die Corona-Krise mit so wenig Schaden wie möglich für Betriebe und Beschäftigte zu überstehen: So forderte die Gewerkschaft Betriebsräte und Mitglieder auf, die Zustimmung zu Kurzarbeit davon abhängig zu machen, dass der Arbeitgeber das Entgelt auf 90 Prozent des Nettoverdienstes aufstockt. Diese Zusatzbelastung ist nicht nur brandgefährlich für Betriebe in der Krise. ver.di hat damit aus Sicht des bvdm ein rechtlich unzulässiges Kopplungsgeschäft und einen völlig unverantwortlichen Erpressungsversuch angestoßen. Laut einem Beschluss des Landesarbeitsgerichtes Köln von 1989 darf der Betriebsrat die Zustimmung zur Einführung von Kurzarbeit nicht davon abhängig machen, dass der Arbeitgeber zur Ergänzung des sozialrechtlichen Kurzarbeitergeldes finanzielle Ausgleichsleistungen erbringt. »



Die Kräfte in der Krise bündeln

Als nachlaufende Branche wird die Druck- und Medienwirtschaft auch dann noch mit der Corona-Krise zu kämpfen haben, wenn andere Industrien wieder auf dem Weg in die Normalität sind. Die Verbände Druck und Medien werden ihren Mitgliedern auch weiterhin unermüdlich zur Seite stehen. Mit Informationen und persönlicher Beratung für die Unternehmen und als starke Stimmen gegenüber Behörden und Entscheidern in der Landes- und Bundespolitik und der Gewerkschaft. So ist es am 18. Mai 2020 kurzfristig gelungen, mit

ver.di eine Sondervereinbarung zu treffen, die den Betrieben und Beschäftigten der Druck- und Medienbranche dabei helfen soll, die Auswirkungen der Corona-Pandemie besser zu überstehen. Dazu gehören die Verschiebung von Lohnerhöhungen sowie Verlängerungen des bestehenden Lohnabkommens und des Manteltarifvertrages. ■

Online lernen in der Krise: mit Webinaren

Mit dem Shutdown war es schlagartig nicht mehr möglich, an Präsenzseminaren teilzunehmen. Die Verbände Druck und Medien haben reagiert und Online-Alternativen angeboten. Ulrike Klaus, Inhaberin von Delight Design Kommunikationsgestaltung in Leonberg, berichtet vom Webinar „Verteiltes Arbeiten (Remote Work) – so gelingt’s“.

Sie haben gerade an einem dreistündigen Webinar teilgenommen – wie ist Ihr Eindruck von diesem digitalen Format?

Für mich eine Bereicherung, vor allem in Zeiten des Gebotes des kontaktlosen Umgangs. Ich werde meine Kommunikation um einige dieser lebendigen, digitalen Formate erweitern. Das befreit vom Gefühl des Mangels und vom Warten, wann Begegnungen live wieder möglich sein werden.

In diesem Webinar ging es ja zum einen um Tools und Techniken sowie zum anderen um Kultur bei der Remote-Arbeit. Wie waren Ihre Erwartungen dazu?

Ich hatte mir Aha-Erlebnisse, Tipps und Tricks zu Tools und Techniken gewünscht. Das wurde absolut erfüllt.

Danke an Haeme Ulrich für die einleuchtende Art des Transfers. Beeindruckt war ich, wie diese Form der Technik auch Kultur beeinflussen kann – weg von einer hierarchischen Denke hin zu mehr Teamspirit.

Was nehmen Sie aus dem Webinar mit?

Einen roten Faden – vom „Gehirn-Sturm“ zur konkreten Maßnahme, mit veränderter Kommunikation kreativ und flexibel die derzeitige Situation zu nutzen. Nicht zu vergessen: viele denk- und merk-würdige Schlüsselworte.

Welche Anregungen haben Sie an die Bildungsanbieter für die Zukunft?

Weiterhin wegweisend agieren, Leuchtturm sein – begleitet von einem konkreten Durchspielen von Themen und Tools: Hilfe zur Selbsthilfe.

Danke für dieses Format zum jetzigen Zeitpunkt!



Wir lassen uns nicht unterkriegen



Oliver Stapfer, Geschäftsführer, L/M/B
Druck GmbH Louko

Wie steht Ihr Unternehmen derzeit wirtschaftlich da und wie sehen Sie die Entwicklung für Ihr Unternehmen in den nächsten Monaten?

Wir haben rechtzeitig liquiditäts-schonende Maßnahmen an allen Standorten ergriffen und können zwei bis drei Monate noch „so“ weiterfahren. Wir brauchen klare Signale der Politik – egal ob diese uns dann gefallen oder nicht. Dann wird es wohl nur bei einer Delle im zweiten und dritten Quartal bleiben, die aber nicht existenzbedrohend sein dürfte.

Haben Sie Kredite zur Liquiditätsüberbrückung in Anspruch genommen oder nehmen wollen?

1x Schnellkredit beantragt. Aber viele Hausbanken sind quasi Mitte März in der Versenkung verschwunden. Und wenn greifbar, dann hatten sie immer das Hilfsprodukt im Sinne, das für die Bank die größte Marge abwirft und nicht im Fokus, was für den Kunden passt! Meine Hausbank hat sich allerdings viel Mühe gegeben.

Gibt es positive Erfahrungen oder Erkenntnisse, die Sie aus der Krise gezogen haben?

Wir sind ganz schön krisensicher und haben eine tolle Mannschaft, die sehr gut mitzieht!



Andrea Stahnke,
Geschäftsführerin, R. Festge
GmbH & Co. KG

Wie hat sich die

Auftragslage seit Anfang März 2020 entwickelt?

Im Druckbereich hatten wir im März nur noch gut die Hälfte unserer üblichen Auftragseingänge. In unserem Marketingbereich hielt sich der Auftrags-eingang noch auf gewohntem Niveau. Während einige Kunden die ruhigere Zeit für die verstärkte Vorbereitung von Marketingmaßnahmen nutzten, zogen andere bereits ins Auge gefasste Aufträge zurück. Das eine glich das andere in etwa aus.

Haben Sie die Unterstützungsangebote Ihres Druck- und Medienverbandes genutzt, was war Ihnen besonders wichtig und wie bewerten Sie die Hilfsangebote?

Der Verband hat unglaublich schnell auf die Situation reagiert. Die Webinare und die Informationen über die Newsletter haben die Orientierung und die Durchführung von Maßnahmen wesentlich vereinfacht. Auch Einzelanfragen bei der Rechtsberatung oder in der Abteilung Betriebswirtschaft wurden zügig beantwortet. Als regionale Wirtschaftsförderungen sich meldeten, waren wir längst über den Verband mit Infos über Hilfsangebote versorgt.

Gibt es positive Erfahrungen oder Erkenntnisse, die Sie aus der Krise gezogen haben?

Nun, noch sind wir nicht durch damit. Insgesamt ist aber sowohl auf Kunden- als auch auf Lieferantenseite großes Entgegenkommen zu spüren.



Petra Wahl, Geschäftsführerin, Wahl-Druck GmbH

Es gibt Druckaufträge, die sich nicht nachholen lassen – da bewegen wir uns hinsichtlich der Umsatzverluste im zweistelligen Bereich, die wir wegstecken müssen. Unsere Fixkosten sind nicht ganz so hoch, das Unternehmen ist gesund und die Auftragslage zieht wieder etwas an, sodass wir grundsätzlich zuversichtlich in die Zukunft blicken können. Eine „Normalisierung“ wird es jedoch sicher erst im zweiten Halbjahr geben. Wir gehen davon aus, dass einige Produktbereiche wegbrechen und wir unser Produkt- und Dienstleistungsportfolio erweitern werden. Im Druck ist man immer in Bewegung, steht häufig vor neuen Entwicklungen und Herausforderungen. Unser Pfund ist die Beratungskompetenz – und darauf setzen wir auch in diesen Zeiten.

Henning Rose,
Geschäftsführer,
WEGNER GmbH



Wie schätzen Sie die aktuelle Situation in Ihrem Unternehmen ein?

Momentan haben wir gut zu tun, was jedoch auch mit der Kurzarbeit zu erklären ist. Dennoch produzieren wir 1,5 Schichten in der Produktion und hoffen, dass es so bleibt.

Wie steht Ihr Unternehmen derzeit wirtschaftlich da und wie sehen Sie die Entwicklung für Ihr Unternehmen in den nächsten Monaten?

Wir bewegen uns innerhalb unseres Finanzrahmens und zahlen noch mit Skonto. Wie die Entwicklung in den nächsten Monaten ist, kann man schwer einschätzen. Wir gehen jedoch davon aus, dass unser Onlinegeschäft (Produktion von hochwertigen Fotobüchern und Kalendern) aufgrund fehlender Urlaube, Events sowie Veranstaltungen rückläufig sein wird.

Welche Erfahrungen haben Sie mit Ihren Hausbanken gemacht?

Die Erfahrungen sind positiv und wir tauschen uns regelmäßig über die Situation aus.

Werden Sie nach der Krise an bestimmten Veränderungen festhalten, z. B. an Videomeetings, Onlineseminaren oder Homeoffice?

Ich denke, dass statt persönlichen Terminen und viel Fahrerei die Möglichkeit der Videotelefonie weiter genutzt wird.

Martin Bürgener,
Geschäftsführer, studio b.
media friends GmbH



Wie haben sich das Arbeiten intern im Unternehmen und die Zusammenarbeit mit Kunden und Lieferanten verändert? Möchten Sie nach der Krise an bestimmten Veränderungen festhalten?

Hier waren wir zum Glück schon gut vorbereitet. Meine Mitarbeiter liegen mir am Herzen und so war es auch in der Vergangenheit immer ein gutes „Geben und Nehmen“. Ich fördere seit Jahren die Mitarbeiter als Unternehmer im Unternehmen. Ihnen ist das Wohl der Firma sehr wichtig und sie achten selbst darauf, dass ihre Arbeitszeit sinnvoll und effektiv eingesetzt wird. Im Bereich Agenturleistung/Satz/Vorstufe/Verwaltung wird schon seit Langem häufig aus dem Homeoffice gearbeitet, wenn es für Projekte sinnvoller war oder Kinder erkrankten.

Gibt es positive Erfahrungen oder Erkenntnisse, die Sie aus der Krise gezogen haben?

Für 2020 hatte ich mir die persönliche Weiterentwicklung meiner Mitarbeiter auf die Fahnen geschrieben. Viele entsprechende Maßnahmen liegen aktuell leider auf Eis. Dennoch durfte ich feststellen, wie weit alle derzeit schon sind. Ich danke meinen Mitarbeitern für ihre Loyalität und die Motivation, diese Krise zu „wuppen“.

Cornelia Küster, Inhaberin, Rolf
Gerstl Offsetreproduktion



Wie steht Ihr Unternehmen derzeit wirtschaftlich da und wie sehen Sie die Entwicklung für Ihr Unternehmen in den nächsten Monaten?

Wir stehen eigentlich stabil und wir werden die Krise auch gut – mit einem blauen Auge – überstehen.

Gibt es positive Erfahrungen oder Erkenntnisse, die Sie aus der Krise gezogen haben?

Ja, wir sind ja alle doch recht belastbar, kreativ und leidensfähig ... und auch sehr folgsam, wenn es um Regeln und deren Einhaltung geht!

Henning Schwenke,
Mitglied der Geschäfts-
leitung, Märkische
Etiketten GmbH



**Wie hat sich die Auftragslage
seit Anfang März 2020 entwickelt?**

Der Verpackungsdruck bringt gute Voraussetzungen mit, um die Corona-Krise zu meistern. Die Hamsterkäufe im Einzelhandel haben auch den Bedarf an Etiketten und Verpackungen vielerorts steigen lassen. Unsere Produktion im Märkisch-Oderland läuft weiter in drei Schichten.

Gab es Engpässe bei den Lieferketten für Ihre Produktion?

Massive Störungen in der Lieferkette haben zu erheblich längeren Lieferzeiten und sogar Umsatzrückgängen geführt. Der Lagerbestand ließ sich so kurzfristig nicht entsprechend aufbauen.

Wie haben sich das Arbeiten intern im Unternehmen und die Zusammenarbeit mit Kunden und Lieferanten verändert?

In vielen Bereichen wurde auf „Abstand“ gegangen – Homeoffice, Videomeetings und Telefonkonferenzen haben sich etabliert. Hygieneregeln, Desinfektion und bei Bedarf Mund-Nase-Masken gehören inzwischen zum Arbeitsalltag.

Gibt es positive Erfahrungen oder Erkenntnisse, die Sie aus der Krise gezogen haben?

Es ist toll, wenn alle an einem Strang ziehen und Verständnis füreinander haben. Viele Aspekte der digitalen Kommunikation werden das Coronavirus überleben.

Andreas Jörß,
Geschäftsführer,
v. Stern'sche Druckerei
GmbH & Co KG



Wie steht Ihr Unternehmen derzeit wirtschaftlich da und wie sehen Sie die Entwicklung für Ihr Unternehmen in den nächsten Monaten?

Der Start des Jahres war nach 2019 und entgegen den ursprünglichen Erwartungen deutlich positiver. Dann kam Corona über die Welt und von jetzt auf gleich brach die Nachfrage mehr als deutlich ein. Im März sind wir noch mit einem blauen Auge davongekommen. Die Zeitungsumsätze sind dabei eher stabil geblieben, aber die Bogenumsätze sind um 30–50 Prozent eingebrochen. Viele Aufträge im Bereich Werbung und Marketing wurden zurückgezogen oder im besten Fall auf unbestimmte Zeit verschoben.

Welche und in welchem Umfang haben Sie staatliche Hilfen in Anspruch genommen?

Wir haben schnellstmöglich die Kurzarbeit eingeführt, aber darüber hinaus keine Soforthilfen in Anspruch genommen. Zusätzliche, neue Kredite sind wenig hilfreich, um noch laufende Kredite zu bezahlen.

Gibt es positive Erfahrungen oder Erkenntnisse, die Sie aus der Krise gezogen haben?

Ich habe die Hoffnung, dass wir auch auf Unternehmerseite wieder mehr über die generelle Nachhaltigkeit von Entscheidungen nachdenken. Der Solidaritätsaspekt sollte wieder bzw. stärker in den Vordergrund treten. Dazu gehört z. B. auch die Verbandsmitgliedschaft. Man sucht den Schulterschluss und ist einer unter Gleichen, anstatt sich zu absentieren. Es tut gut, sich auszutauschen. Videokonferenzen gehören ab sofort zum täglichen Alltag.



Jörg Hahn, Geschäftsführer, optimal media GmbH

Wie steht Ihr Unternehmen derzeit wirtschaftlich da und wie sehen Sie die Entwicklung für Ihr Unternehmen in den nächsten Monaten?

Stabil, solange die Situation nicht weiter eskaliert und wir in den kommenden Wochen und Monaten wieder zu normaler Geschäftstätigkeit auf ähnlichem Niveau wie vor der Corona-Krise zurückfinden.

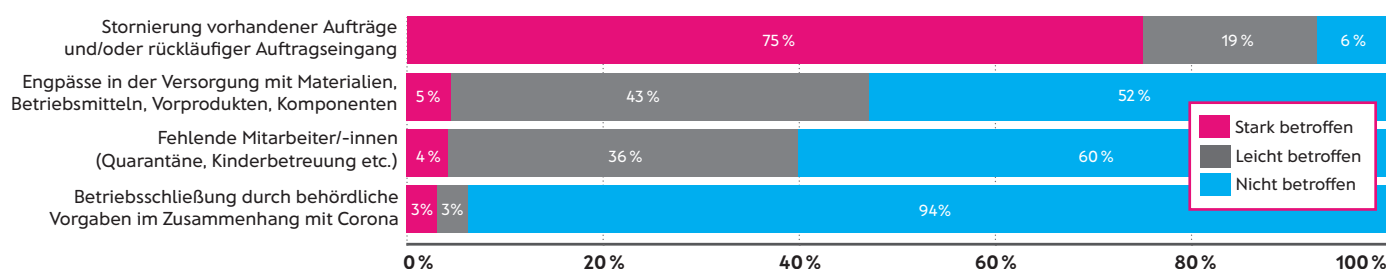
Gibt es positive Erfahrungen oder Erkenntnisse, die Sie aus der Krise gezogen haben?

Viele neue Erfahrungen über Management- und Strukturorganisation und ich habe viel gelernt über die Belegschaft und einzelne Mitarbeiter/-innen im Hinblick auf die Loyalität zum Unternehmen in schwierigen beruflichen wie privaten Zeiten.

Die Druckindustrie in Zeiten von Corona

Zur Ermittlung der Auswirkungen der Corona-Krise auf die Druck- und Medienwirtschaft haben der Bundesverband Druck und Medien und seine Landesverbände im April eine Ad-hoc-Branchenumfrage durchgeführt, an der mehr als 650 Unternehmen teilgenommen haben.

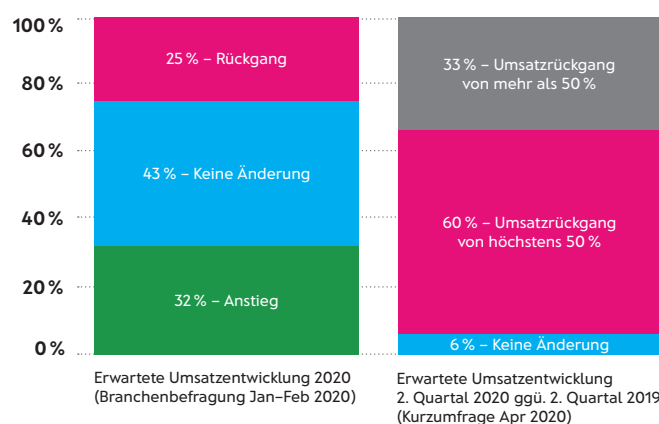
AUSWIRKUNGEN DER PANDEMIE AUF DIE GESCHÄFTSTÄTIGKEIT IM APRIL 2020



Quelle: bvdm-Kurzumfrage (April 2020); Frage: Coronavirusbedingte Auswirkungen auf die Geschäftstätigkeit – wovon ist die Geschäftsentwicklung besonders betroffen?

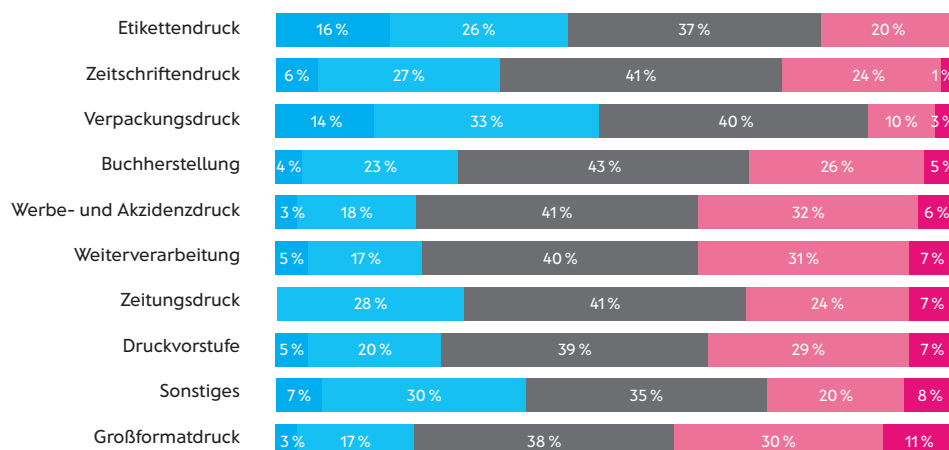
AUSWIRKUNG DES CORONAVIRUS AUF DIE GESCHÄFTSERWARTUNGEN

Aufgrund der wegbrechenden Aufträge erwarten 33 Prozent der Befragten, dass sich ihr Umsatz im zweiten Quartal gegenüber dem Vorjahr mindestens halbieren wird. In der Branchenbefragung, die zwischen Januar und Februar 2020 durchgeführt wurde, hatten noch 32 Prozent der Befragten angegeben, dass sie für das laufende Jahr von einem Umsatzanstieg ausgehen, 43 Prozent erwarteten keine Umsatzänderung gegenüber dem Vorjahr. Dass diesen Erwartungen im Rahmen der aktuellen Krise nahezu keine Bedeutung beigemessen werden kann, ist wenig überraschend.



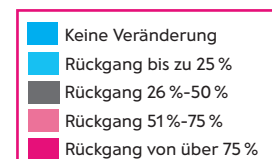
Quelle: bvdm-Kurzumfrage (April 2020); Branchenbefragung (Januar–Februar 2020)

ERWARTETE UMSATZENTWICKLUNG: 2. QUARTAL 2020 GEGENÜBER 2. QUARTAL 2019



Quelle: bvdm-Kurzumfrage (April 2020); Frage: Welche coronavirusbedingten wirtschaftlichen Folgen erwarten Sie für den aktuellen Monat bzw. das Gesamtjahr 2020?

Die Unternehmen sind unterschiedlich stark von den coronabedingten Auswirkungen betroffen. So erwarten 14 Prozent der Verpackungsdrucker und 16 Prozent der Etikettendrucker im zweiten Quartal 2020 keine Umsatzeinbußen gegenüber dem Vorjahresquartal.



Rundungsdifferenzen in den Berechnungen sind möglich.

Druck und Logistik eng verzahnt

Mit dem Aufbau eines Logistikunternehmens gingen die Druckunternehmer Helmut Kraft und Stefan Glaab vor rund 30 Jahren neue Wege. Das zweite Standbein Logistik ist längst das weitaus größere. Druckbetrieb und Logistikdienstleistungen befruchten sich gegenseitig.

Im wirtschaftlich prosperierenden Rhein-Main-Gebiet, mit optimaler Anbindung an das Autobahnnetz, den Frankfurter Flughafen und die Verteilzentren der führenden Transportdienstleister, liegt das Unternehmen RMD Logistics. Das inhabergeführte Familienunternehmen im Raum Aschaffenburg setzt Logistiklösungen um und bietet – eingebettet in einen Unternehmensverbund mit den Schwesterunternehmen Kuthal Print und e-media-service – ein breites Spektrum aufeinander abgestimmter Druck-, Logistik- und IT-Services.

Wurzeln liegen im Offsetdruck

Die Wurzeln des Unternehmensverbundes liegen im Druck. Im Akzidenz-Bogenoffset ist das Unternehmen Kuthal Print seit vielen Jahren im Markt erfolgreich – darauf sind die Geschäftsführer Helmut Kraft und Stefan Glaab stolz. Und der



Erfolg gibt ihnen recht. Was vor über 100 Jahren als Franz Kuthal Kunst- und Handelsdruckerei mit fünf Beschäftigten begann, ist heute ein industrielles Druckunternehmen mit mehr als 65 Mitarbeitern. Die 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. Gründe 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 deshalb 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.

Druck, Logistik und IT aufeinander abgestimmt

Als Schlüssel zum Erfolg sehen die beiden Geschäftsführer Kraft und Glaab die Verbindung aus höchster





Flexibilität und der Verzahnung ihrer Unternehmen. „Wir haben uns einen großen Namen gemacht in der Kombination von Druck und Logistik. Mit unseren Schwestergesellschaften aus Druck, Logistik und IT bilden wir deshalb gemeinsam eine umfangreiche Wertschöpfungskette ab“, so Helmut Kraft. Mittlerweile arbeiten über 350 Mitarbeiter an drei modernen Standorten in sechs Hallen auf insgesamt 85.500 m² Betriebsfläche mit circa 200.000 Paletten- und Artikelstellplätzen und versenden jährlich mehr als 1,5 Millionen Pakete an nationale und internationale Empfänger. „Wir fokussieren uns auf hochwertige Logistikservices für Großhandel, E-Commerce und Werbemittel und bieten zudem eine perfekte Mischung aus mittelständischer Flexibilität und schlagkräftigen Kapazitäten“, ergänzt Stefan Glaab. So setzen zahlreiche namhafte Marken und international tätige Unternehmen seit vielen Jahren auf das Angebot des Unternehmens.

Nachhaltigkeit und Wachstum

Die enge Vernetzung 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 Philip Kraft, der die nächste Unternehmensgeneration repräsentiert und als Geschäftsführer bei RMD Logistics fungiert. Die eigene CO₂-Bilanz stünde zunehmend im Fokus der Kunden. Mit energieeffizient errichteten Logistik-Centern und CO₂-neutralem Paketversand trägt RMD Logistics maßgeblich zur Optimierung bei.



Viel Raum: In den Hochregalanlagen stehen großzügige Kapazitäten zur Verfügung.

Aufgrund der starken Auslastung, des zweistelligen jährlichen Wachstums und diverser interessanter Kunden-Anfragen wurde – trotz der Beeinträchtigungen der Wirtschaft durch die Corona-Pandemie – aktuell der Bau eines weiteren Logistik-Centers mit circa 13.000 m² initiiert. ■



► Azubi-Gewinnung auf Distanz

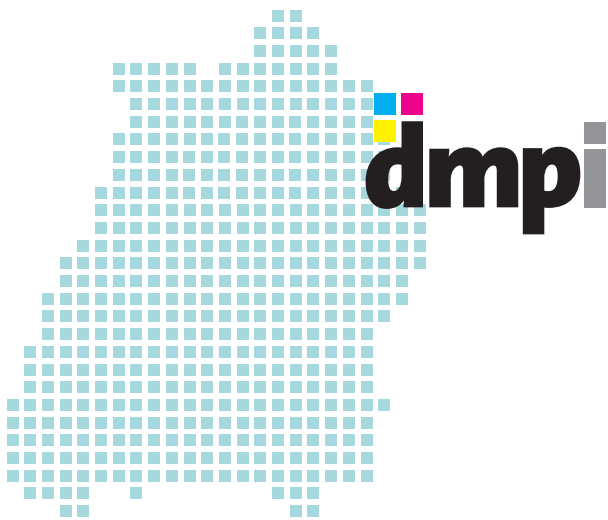


Aufgrund der Hygienevorschriften zur Eindämmung der Corona-Pandemie sind viele Jugendliche verunsichert. Auch Unternehmen sehen von Vorstellungsgesprächen ab, da sie kein Risiko eingehen möchten. Allerdings ist es auch jetzt wichtig, die Fachkräfte von morgen auszubilden.

Auf dem Ausbildungsmarkt wird mit einem drastischen Rückgang an angebotenen Ausbildungsplätzen gerechnet. Dies könnte eine Chance sein, geeignete Jugendliche zu finden. Um kein unnötiges Risiko einzugehen, bietet es sich umso mehr an, im Vorfeld über einen Online-Eignungstest die Qualifikationen der potenziellen Bewerber zu ermitteln. Diese Tests haben bei Jugendlichen eine hohe Akzeptanz, da sie ihr Können unabhängig von den Schulnoten zeigen können. Zudem strahlt diese Form eine Offenheit des Unternehmens gegenüber digitalen Medien aus. Die Tests wurden speziell für die Anforderungen der Berufe in der Druck- und Medienindustrie entwickelt. Eine übersichtliche Auswertung lässt die Stärken und Schwächen auf einen Blick erkennen. Vorstellungsgespräche können durch den Einsatz einer Meeting-Software mit mehreren Beteiligten aus dem Homeoffice geführt werden.

Natürlich muss auch ein Online-Vorstellungsgespräch detailliert geplant werden. Zu diesem Zweck erhalten Mitgliedsunternehmen über ihren Landesverband einen Leitfaden zur Vorbereitung von virtuellen Vorstellungsgesprächen. Auch über die Auswahl und den Einsatz einer Meeting-Software können sie sich beraten lassen.

**ÜBER DIE LANDESVERBÄNDE SIND DIE TESTS
ZU SONDERKONDITIONEN ERHÄLTlich.**



BWupdate

Baden-Württemberg
Regionalausgabe 2 | 2020

Hört auf die Experten – oder?

» *Die Politik ist in dieser epochalen Krise, in der wir uns befinden, nicht zu beneiden. Und jeder sollte vorsichtig sein, wenn er konstatiert, hinterher schon alles im Voraus besser gewusst zu haben. Mein Eindruck ist, dass sich kein politischer Entscheidungsträger die Sache leicht macht, oder gar leichtfertig handelt. Daher gab es zu Beginn des Lockdowns auch große Zustimmung und Disziplin in der Bevölkerung.*

Politische Entscheidungen treffen

Aber jetzt geht es in vielen Lebensbereichen um das Eingemachte. Und da hilft es nichts: Politiker haben politische Entscheidungen zu treffen, wenn es um die konkreten Fragen geht, wie unser soziales, gesellschaftliches und wirtschaftliches Leben in der Pandemie Beschränkungen unterworfen wird. Zu sagen, wir betreiben den Lockdown so lange, bis das Virus „ausgetrocknet“ ist, ist aus epidemiologischer Sicht eine schlüssige Strategie. Aber auch die hochkarätigen und in ihrem Urteil natürlich ernst zu neh-



menden Experten wie ein Christian Drosten sagen mit Recht, dass sie Wissenschaftler seien und eben keine Politiker. Das macht es nicht einfacher.

Rechtsstaatliche Grundsätze

Im Rechtsstaat hilft die Leitplanke, dass jede politische Entscheidung jedenfalls rechtsstaatlichen Grundsätzen unterworfen ist und sich an ihnen messen lassen muss. Die Grundlage bilden dabei die Grundrechte unserer Verfassung, die bei uns bekanntlich Grundgesetz heißt. Ein Verfassungsorgan, Bundestagspräsident Schäuble, hat hier vor kurzem einen sehr wichtigen Beitrag in die Debatte eingebracht, als er darauf hingewiesen hat, dass es kein Grundrecht gibt, das absolut gewährleistet ist – mit Ausnahme der Menschenwürde. Also auch nicht das Grundrecht auf Leben und körperliche Unversehrtheit. Das klingt im ersten Moment vielleicht erstaunlich, kann aber gar nicht anders sein. Denn sonst müssten wir etwa den Individualverkehr mit

- 3 **After Work Special**
Nachlese + Einladung
- 4 **Bildung & Fachkräftesicherung**
Azubizahlen
- 5 **Seminare & Events**
Neue Seminarbroschüre
- 6 **Seminare & Events**
Innovationsprogramm 2|2020
- 7 **Management & Controlling**
Branchenzahlen BW
- 8 **Management & Controlling**
Unternehmensentwicklung
- 9 **Management & Controlling**
Trends und Zukunftsmärkte
- 10 **Recht & Sozialpolitik**
Info Arbeitsrecht
- 11 **Wir in BW**
Geburtstage, Jubiläen, etc.
- 12 **Mein dmpi**
5 Fragen

*Wie gefällt Ihnen Ihr dmpi-Magazin „BW update“?
Über Ihr Feedback freuen wir uns.*



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

Kraftfahrzeugen untersagen, weil in diesem jedes Jahr tausende Menschen sterben oder verletzt werden.

Verhältnismäßigkeit der Maßnahmen

Es muss also eine Abwägung nach der Verhältnismäßigkeit der Corona-Maßnahmen erfolgen. Das kann im Einzelfall kompliziert sein, ist aber kein unlösbares Problem. Es müssen in jedem Fall dabei die Grundrechte auch jener berücksichtigt werden, die durch die Maßnahmen sozial isoliert sind. Die Grundrechte der Kinder, deren Schulbildung eingeschränkt wurde und ja, auch die wirtschaftlichen Interessen der Unternehmen und deren Beschäftigten.

Hier war und ist nicht alles richtig, was die Politik – in sicherlich guter Absicht – veranlasst hat. Die Gerichte haben dies zwischenzeitlich mehrfach ausgeurteilt.

Welche Absichten indes Teile der Politik in Zeiten, in der viele der Zukunft ihren Job verantwortungsvoll und gewissenhaft machen, verfolgen, wenn sie „Ideen“ wie den Rechtsanspruch auf Homeoffice in die Debatte einbringen, darf man vielleicht schon mal hinterfragen. Haben wir nicht bedeutend Wichtigeres zu entscheiden?

Der Krise zum Trotz wünschen wir viel Lesevergnügen beim BW-Update!

Bleiben Sie gesund!

Ihr



DR. ALEXANDER LÄGELER

Geschäftsführer

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

AFTER WORK SPECIAL

Durchgeführt

After Work Special „Azubigewinnung 2.0“



Online | Kurzerhand stellten die Veranstalter dmpi, grosshandel-bw und BiWe die geplante Inforeveranstaltung „AfterWorkSpecial Azubigewinnung 2.0“ auf ein Online-Angebot um – dem Aufruf nach Social Distancing in der Corona-Krise folgend. So nutzten am 5. Mai rund 50 Personalverantwortliche das 2-stündige Webinar, um sich über zeitgemäße Nachwuchswerbung und Azubimarketing zu informieren.

Zielgruppe Schüer/innen

Claudia Schmitz erläuterte in ihrem Vortrag „1 BIMS 1 SCHÜLER VON HEUDE“, wie mit neuen Instrumenten z.B. Instagram und TikTok passende Interessenten angesprochen werden können.

Azubi-Influencer

Lars Kroll blickt auf 2 Jahre Azubi-Influencer-Programm zurück: Wie können eigene Auszubildende für die Nachwuchsgewinnung eingesetzt werden. Welche Voraussetzungen es braucht, damit Azubi-Blog und Schulpatenschaft erfolgreich sind.



43 Min. „Azubi als Corporate Influencer“, Lars Kroll, Stuttgart
www.so-real.de

Teilnehmer und Veranstalter waren sich einig: Der Know-how-Transfer ist gelungen. Zugleich freuen sich alle schon auf die nächste Präsenzveranstaltung mit persönlichem Austausch.

Videoaufzeichnungen der Vorträge und Präsentationsfolien stehen den Mitgliedern kostenfrei zur Verfügung.

Alle Videos finden Sie unter:

www.dmpi-bw.de/2020-aws-azubi-influencer/nachlese

Einladung

After Work Special „Krisenfeste Personalarbeit“ Spagat zwischen Recruiting und Abbau



Mi 15. Juli 2020, 17.00 – 20.00 Uhr

BANTLEON FORUM, Ulm

Zu Ihrem Schutz: max. 50 Teilnehmer/innen

Bitte beachten: Maskenpflicht und Abstandsregelung

Die Kunst, der Krise mit Weitblick zu begegnen – Im Spannungsfeld zwischen kurzfristig Notwendigem und strategisch Erforderlichem

Jürgen Litz, FEINGUSS BLANK GmbH

Wie schaffen wir im Personalmanagement den Spagat

- › zwischen Krisenbewältigung und Veränderungsvision?
- › zwischen Personalabbau und Recruiting für den Auf- und Umbau?
- › zwischen Kostendruck und Knowhow-Sicherung?
- › zwischen Unsicherheit und Zuversicht?

Vertrauen in unsicheren Zeiten – wie Arbeitgeber-Reputation gelingt

Rüdiger Vogel, Stuttgart

„Es ist nicht unsere Aufgabe, Heizer auf der E-Lok zu beschäftigen.“ (Dieter Zetsche, 2017).

In der vernetzten Welt machen Mitarbeiter ihre Verunsicherung und Enttäuschung in Arbeitgeber-Bewertungsportalen öffentlich. Zugleich prüft inzwischen fast jeder Stellen-Interessent die Reputation eines Arbeitgebers, bevor er sich für eine Bewerbung entscheidet. Wie sichern erfolgreiche Arbeitgeber ihre Attraktivität für die Besetzung künftiger Vakanzen? Der Austausch mit diesen Unternehmen gibt Klarheit, aktuelles Forschungswissen den Hintergrund.

www.dmpi-bw.de/2020-aws-personalarbeit



Interesse? Gleich anmelden!

URSULA ZÖLLNER

Telefon 0711 45044-32

u.zoellner@dmpi-bw.de

AUSBILDUNG

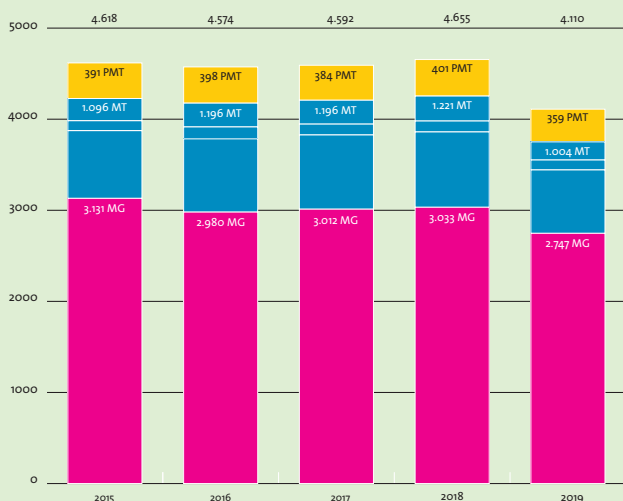
Info Ausbildungszahlen

Bundesweit und in Baden-Württemberg

Anzahl Ausbildungsverträge stark zurückgegangen

2019 ging die Zahl der neuen Ausbildungsverträge in der Druck- und Medienwirtschaft stark zurück: 4.213 (im Vorjahr 4.777) neue Ausbildungsverträge wurden bundesweit abgeschlossen. Das entspricht einem Rückgang von rund 12%. In Baden-Württemberg waren es 607 (Im Vorjahr 657) neue Ausbildungsverträge. Insgesamt befanden sich 2019 in den drei Ausbildungsjahren 11.597 (im Vorjahr 12.118) Jugendliche bundesweit in Ausbildungsverhältnissen der Druck- und Medienwirtschaft. In Baden-Württemberg sind es 1.632 (im Vorjahr 1.724).

Neuverträge (Deutschland) 2015 - 2019 *



Der Beruf Mediengestalter/in verzeichnet bundesweit einen Rückgang. Die Neuabschlüsse belaufen sich auf 2.747 Verträge (im Vorjahr 3.033). In Baden-Württemberg blieben die Zahlen jedoch stabil: hier sind es 395 (im Vorjahr 394) neu abgeschlossene Ausbildungsverträge.

Bundesweit sind die Neuverträge auch bei den folgenden Berufen zurückgegangen: MT Druck 696 (im Vorjahr 827), MT Siebdruck 109 (im Vorjahr 120), MT Druckverarbeitung 199 (im Vorjahr 274) und Packmitteltechnologe/in 359 (im Vorjahr 401).

Dieser Trend spiegelt sich leider auch in Baden-Württemberg wieder: MT Druck 94 (im Vorjahr 119), MT Siebdruck 19 (im Vorjahr 28), MT Druckverarbeitung 319 (im Vorjahr 42) und Packmitteltechnologie/in 57 (im Vorjahr 59).

Neuverträge (Baden-Württemberg) 2015 – 2019 *



Ausbildung wird von den meisten Unternehmen als beste Möglichkeit gesehen, dem Fachkräftemangel entgegen zu wirken. Aufgrund von Faktoren wie des demographischen Wandels oder dem vermehrten Trend hin zum Studium wird es für Unternehmen zunehmend schwierig genügend Auszubildende zu gewinnen. dmpi unterstützt die Mitglieder bei der Nachwuchsgewinnung mit einem breiten Angebot – beginnend bei Informationsmaterialien für den Einsatz in Schulen oder Ausbildungsmessen über Workshops, in denen Auszubildende zu Corporate Influencern geschult werden, bis hin zu branchenspezifischen Stellenbörsen.

Unterstützung zur Nachwuchsgewinnung benötigt?

Als Mitglied kostenfreie Angebote nutzen!



MELANIE ERLEWEIN

Referentin Öffentlichkeitsarbeit

Telefon 0711 45044-50

m.erlewein@dmpi-bw.de

* Quelle: ZFA: MG = Mediengestalter/in, MT = Medientechnologe/in Druck, Siebdruck, Druckweiterverarbeitung, PMT = Packmitteltechnologe/in

SEMINARE 2|20 – 1|21

Willkommen

dmpi Seminarprogramm

Weiter vorankommen und Zukunft gestalten

Mitten in der Planung für das nächste dmpi-Bildungsjahr kommt es zur Corona-Krise. Sehr schnell gibt es einen Digitalisierungs-Schub: Online-Webinare sind das Format der Stunde. Und auch die Politik ist schnell entschlossen: Die ESF-Fachkursförderung des Landes Baden-Württemberg wird nun auch auf Online-Webinare ausgeweitet. Und so finden Sie im neuen dmpi Seminarprogramm interessante digitale Bildungsangebote.

Zugleich lässt sich feststellen: Der persönliche Austausch face-to-face ist schwer zu ersetzen. Deshalb freuen wir uns sehr, wenn wir Sie wieder persönlich im Haus der Druckindustrie begrüßen dürfen. Selbstverständlich unter Einhaltung der entsprechenden Hygiene- und Abstandsmaßnahmen.

Die Folgen der Corona-Krise beeinflussen auch den Arbeitsmarkt. Jedoch bleibt es nach wie vor schwierig, passende Fachkräfte zu finden. Ein Großteil der Unternehmen setzt auf Ausbildung, um genau die Fachkräfte heranzuziehen, die in den nächsten Jahren gebraucht werden. Unterstützen Sie Ihre Auszubildenden mit Einstiegswochen, Fachkursen und Prüfungsvorbereitungen. Viel Erfolg!

Neugierig geworden? Dann gleich online reinschauen und Termine vormerken:

www.dmpi-bw.de/seminare

Interesse? Gleich anmelden!

Als Mitglied Semiarbroschüre kostenlos bestellen!



URSULA ZÖLLNER

Telefon 0711 45044-32

u.zoellner@dmpi-bw.de

SEMINARE
2/20 – 1/21



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

**Weiterbildung und
überbetriebliche Ausbildung**

- > Führungskräfte
- > Fachkräfte
- > Auszubildende

INNOVATIONSPROGRAMM

Verschoben in 2/2020

Workshops und Beratung

für kleine und mittlere Unternehmen (KMU)
aus der Druck- und Verpackungsbranche

Im Rahmen des vom Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg geförderten Programm „Kapitalisierung transnationaler Kooperation für KMU“ starteten dmpi und HdM gemeinsam ein Innovationsprogramm für KMU aus der Druck- und Verpackungsbranche – ursprünglich geplant fürs 1. Halbjahr 2020. Das Projekt unterstützt Unternehmen beim Innovationsmanagement mit einem Workshop-Programm und Beratung. Aufgrund der Corona-Krise wurden die Termine ins 2. Halbjahr 2020 verlegt.

5-Tages-Workshop Innovationsmanagement
Kern des Projektes ist die Unterstützung von Innovationsmanager/innen im Unternehmen, die innovative Geschäftsfelder und aktuelle Herausforderungen erkennen, neue Techniken der Kreativität und Nutzerzentrierung anwenden und später den Wandel im eigenen Unternehmen gestalten sollen. Gefördert vom Wirtschaftsministerium und gemeinsam mit der HdM bietet dmpi ein kostenfreies „Trainingsprogramm Innovationsmanagement“ für KMU in 3 Modulen:

Modul 1: Ideenfindung

Di 27. – Mi 28. Oktober 2020, 9 – 16.30 Uhr

Modul 2: Entwicklung

Di 17. – Mi 18. November 2020, 9 – 16.30 Uhr

Modul 3: Ausblick

Di 19. Januar 2021, 9 – 16.30 Uhr

Weitere Infos und Anmeldung:
www.dmpi-bw.de/innovationsmanagement

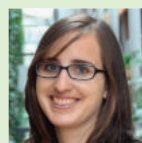
Beratung

Darüber hinaus haben die Teilnehmer/innen die Möglichkeit, sich in Einzelsessions mit den Experten des Trainingsprogramms zusammenzusetzen, um individuelle Fragestellungen zu lösen.



Interesse?

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme:



VIOLETTA FASULO
HdM Startup Center
Telefon 0711 8923-2750
fasulo@hdm-stuttgart.de



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

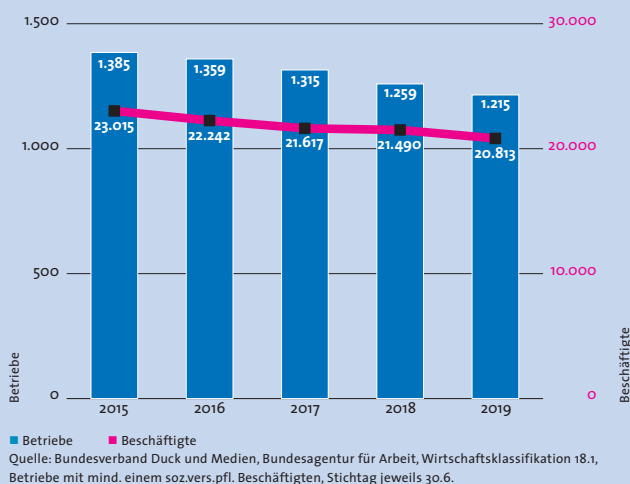
ZAHLENWERTE

Info Branchenzahlen

Die Druck- und Medienindustrie in Baden-Württemberg

Betriebe und Beschäftigte

2019 beschäftigte die baden-württembergische Druck- und Medienindustrie mit ihren 1.215 Betrieben 20.813 Menschen. Dies waren 16,1 % der Betriebe bzw. 16,4 % der Beschäftigten der deutschen Druck- und Medienindustrie.



Betriebsgrößen

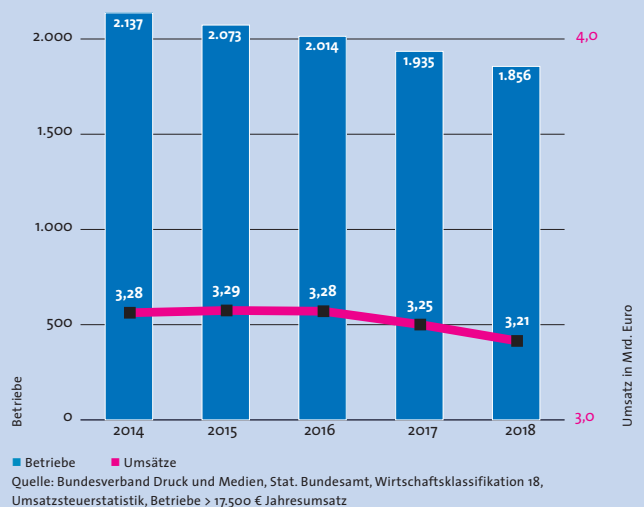
Die Betriebsgrößenstruktur im Ländle unterschied sich nicht wesentlich zum Bundesgebiet. 81,4 % der Betriebe beschäftigen weniger als 20 Beschäftigte (bundesweit: 81,8 %), 3,3 % der Betriebe hatten mehr als 100 Beschäftigte (bundesweit: 3,3 %).

	Betriebe		Beschäftigte	
1–9	825	67,9%	2.582	12,4%
10–19	164	13,5%	*	*
20–49	131	10,8%	4.089	19,6%
50–99	55	4,5%	3.808	18,3%
100–249	32	2,6%	4.981	23,9%
250–499	*	*	2.545	12,2%
500 und mehr	*	*	*	*
Gesamt	1.215	100,0 %	21.490	100,0 %

Quelle: Bundesverband Druck und Medien, Bundesagentur für Arbeit, Wirtschaftsklassifikation 18.1, Betriebe mit mind. einem soz.vers.pfl. Beschäftigten, Stichtag 30.6.2019
 (*=zur Wahrung des Steuergeheimnisses von der Bundesagentur gesperrte Werte)

Umsätze

Der Umsatz der Wirtschaftsklassifikation 18 in unserem Bundesland betrug 2018 3,205 Mrd €, das waren 1,3 % weniger als 2017. Werte für 2019 liegen noch nicht vor.



Anmerkung: Die Wirtschaftsklassifikation 18 des Statistischen Bundesamtes umfasst neben der Herstellung von Druckerzeugnissen auch die Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern. In der Vergangenheit hatte die Herstellung von Druckerzeugnissen im Durchschnitt einen Anteil von 97,9 % der Unternehmen bzw. 97,6 % der Umsätze der Wirtschaftsklassifikation 18. Diese detaillierte Auswertung wird seit 2018 aber auf Bundesländerebene nicht mehr veröffentlicht.

Noch genauere Infos erforderlich?

Als Mitglied kostenfrei nützliche Branchenzahlen erhalten:



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

UNTERNEHMENS- ENTWICKLUNG

Info Betriebswirtschaft

Betriebswirtschaftliche Beratung durch die printXmedia Süd

In der Krise den Grundstein für die Zukunft legen!

„In der Krise liegt die Chance.“ Diese alte Weisheit hat an Gültigkeit nichts verloren.

Keiner weiß, wie lange die Auswirkungen der Corona-Krise andauern werden, keiner weiß wie die Druckindustrie 2021 oder 2022 aussehen wird. Sicher ist aber, dass Veränderungen notwendig sein werden, um zunächst zu überleben und dann erfolgreich zu sein.

- > Krisenbewältigung
- > Unternehmensentwicklung

Dabei ist es vorteilhaft, sich unterstützend Input, aber auch Methodenkompetenz von außen zu holen. So sieht es auch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie. Über das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) erhalten von Corona betroffene Unternehmen einen Beratungszuschuss von 100 % der Beratungskosten bis zu einer Höhe von 4.000 € (Vollfinanzierung). Lediglich die Umsatzsteuer sowie über 4.000 € gehende Kosten muss das Unternehmen tragen.

Die printXmedia Süd – als eines von der BAFA autorisiertes Beratungsunternehmen – unterstützt Unternehmen sowohl in der Krisenbewältigung als auch in der Unternehmensentwicklung.

- > Maßnahmen zur Kostensenkung und Liquiditätssteigerung
- > Organisationsanpassung/-optimierung
- > Kosten- und Prozessmanagement
- > Rentabilitäts- und Liquiditätsplanungen
- > Vorbereitung Bankgespräche
- > Vertriebsvitalisierung
- > Geschäftsfeldanalysen
- > SWOT-Analysen

Gerne informieren wir über die Fördervoraussetzungen und Unterstützungsmöglichkeiten.

Schaffen Sie in den nächsten Monaten die Voraussetzung für erfolgreiche Jahre!

Unternehmensentwicklung vorantreiben!

Sich als Mitglied branchenspezifisch beraten lassen:



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



ZUKUNFTSMÄRKTE

Herausforderungen an die Printindustrie: Trends und Marktverschiebungen



„Die Statistiken internationaler Marktforschungsinstitute attestieren der globalen Verpackungsindustrie steigende Umsatzzahlen.“

PROF. DIPL.-ING. VOLKER JANSEN
www.hdm-stuttgart.de

Teil 2: Entwicklungen des Verpackungsdruckmarktes

Die Statistiken internationaler Marktforschungsinstitute attestieren der globalen Verpackungsindustrie steigende Umsatzzahlen. Dabei spielen nach Ansicht vieler Fachleute die demografische Entwicklung und die wachsenden Ansprüche der Kunden an die Verpackungen, z.B. mit Bezug auf Interkonnektivität und Individualisierung, eine wesentliche Rolle in der Entwicklung neuer Produkte. Dazu kommt, trotz einer drohenden Weltwirtschaftskrise, die steigende Kaufkraft in den Schwellenländern. Diese Veränderungsprozesse werden unwillkürlich zu einem Umdenken mit Bezug auf den Einsatz neuer, umweltfreundlicher Verpackungsmaterialien und Herstellungsprozesse führen. Dabei wird die Ressourcenschonung im Angesicht einer wachsenden Weltbevölkerung an Bedeutsamkeit gewinnen.

Obwohl der Verpackungsdruckmarkt in Deutschland, so die Trendforscher, in den letzten drei Jahren keine nennenswerten Zuwachsraten verzeichnete, sollen innerhalb der kommenden Jahre innovative Verpackungsmethoden und neue Produkte für einen Aufschwung sorgen. Die Themen Convenience, Nachhaltigkeit, Interkonnektivität, Fälschungssicherheit und Rückverfolgbarkeit setzen bereits jetzt schon wichtige Akzente in der Industrie.

Die Interkonnektivität von Packungen, für die funktionale Druckelemente und Technologien entwickelt werden, unterstützen Transparenz, Sicherheit und die Reproduzierbarkeit automatisierter Abläufe. Zudem wird der Markt für mehrschichtige Verpackungen aus unterschiedlichen Materialmischen wachsen. Die Kombination aus Metallschichten, Kunst- und Faserstoffen stellt eine wichtige Herausforderung an die Recyclingindustrie. Dabei wird in Zukunft das Sammeln von Kunststoffen eine wesentliche Rolle im Umweltschutz spielen. Höhere Kosten werden somit ggf. auf die Verbraucher zukommen.

Convenience | New Products for a Changing Society



Dieser Artikel ist ein Auszug aus dem e-Paper **Zukunftsmärkte der Printindustrie** von Prof. Jansen, Studiendekan Print Media Technologies, Hochschule der Medien Stuttgart. Exklusiv für Mitglieder gibt es das e-Paper kostenfrei als PDF-Download unter:
www.dmpi-bw.de/jansen-zukunftsmarkte-teil-1
(verfügbar ab Februar 2020)
www.dmpi-bw.de/jansen-zukunftsmarkte-teil-2
(verfügbar ab Mai 2020)

RECHT: NÜTZLICH

Info Arbeitsrecht

Arbeitgeber muss Freizeitausgleich bei Freistellung regeln

Mit Urteil vom 20.11.2019, Az.: 5 AZR 578/18 hat das Bundesarbeitsgericht entschieden, dass die Freistellung des Arbeitnehmers von der Arbeitspflicht in einem gerichtlichen Vergleich nur dann geeignet ist, den Anspruch auf Freizeitausgleich zum Abbau von Gutstunden auf dem Arbeitszeitkonto zu erfüllen, wenn der Arbeitnehmer erkennen kann, dass der Arbeitgeber ihn zur Erfüllung des Anspruchs auf Freizeitausgleich von der Arbeitspflicht freistellen will.

In dem vom Bundesarbeitsgericht zu entscheidenden Fall hatte ein Arbeitnehmer nach Beendigung seines Arbeitsverhältnisses auf Abgeltung von Gutstunden auf seinem Arbeitszeitkonto geklagt. Vorangegangen war eine Kündigung des Arbeitsverhältnisses durch den Arbeitgeber. Der Arbeitnehmer erhob hiergegen Kündigungsschutzklage. Im Rahmen des Kündigungsschutzprozesses einigten sich die Parteien im Vergleichswege auf eine Beendigung des Arbeitsverhältnisses. Der Vergleich sah unter anderem eine unwiderrufliche Freistellung des Arbeitnehmers bis zum Ende des Arbeitsverhältnisses unter Anrechnung seiner Urlaubsansprüche vor. Nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses war der Arbeitnehmer der Ansicht, dass ihm noch sein Arbeitszeitguthaben von 67 Gutstunden ausgezahlt werden müsste.

Der Arbeitgeber hingegen vertrat die Ansicht, dass der Freizeitausgleich aufgrund der erfolgten unwiderruflichen Freistellung erfolgt sei und das Arbeitszeitguthaben, ebenso wie der Urlaub, abgebaut sei.

Nach Ansicht des Bundesarbeitsgerichts hat der Arbeitgeber allerdings nicht deutlich gemacht, dass der Arbeitnehmer (auch) zur Erfüllung des Anspruchs auf Freizeitausgleich von der Arbeitspflicht freigestellt werden sollte. Für den Arbeitnehmer sei durch den Vergleich nicht ersichtlich, ob neben dem Urlaub auch die Überstunden abgegolten werden sollten, mithin dass der Arbeitgeber ihn zur Erfüllung des Anspruchs auf Freizeitausgleich zum Abbau des Arbeitszeitkontos von der Arbeitspflicht freistellen will. Somit bestand auch nach dem Ausscheiden des Arbeitnehmers ein positiver Saldo seines Arbeitszeitkontos, welches nur noch finanziell ausgeglichen werden konnte, da eine Freizeitgewährung nicht mehr möglich war.

Praxistipp:

Die Entscheidung verdeutlicht, wie wichtig sorgfältige Formulierungen bei Aufhebungsverträgen und gerichtlichen Vergleichen sind. Vor diesem Hintergrund sollte bei unwiderruflichen Freistellungen vor einer Beendigung des Arbeitsverhältnisses neben der Verrechnung sämtlicher Urlaubsansprüche auch stets die Verrechnung eventueller Ansprüche aus Freizeitguthaben aufgenommen werden.

Belastbare Auskunft aus dem Arbeitsrecht notwendig?

Als Mitglied sich schnell und kostenfrei beraten lassen:



**RECHTSASSESSORIN
MADLENA GÄNSBAUER**

Telefon 0711 45044-26
m.gaensbauer@dmpi-bw.de



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



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

FIRMENJUBILÄEN

175

Adolf Remppis Verlag GmbH & Co.
Marbach

Wir gratulieren Ihnen herzlich!

GEBURTSTAGE

85

Paul TalmonGros
Köstlin Prepress Services GmbH+Co. KG,
Ditzingen

Hartmut Kittelberger
Kittelberger media solutions GmbH
Digital Services, Reutlingen

70

Eberhard Bauer
Druckerei Bauer GmbH, Pfedelbach

Georg Jäger
Druckerei KLÖBER-JÄGER, Leonberg

65

Dr. Thomas Brinkmann
MAIRDUMONT GmbH & Co. KG, Ostfildern

Monika Krichenbauer
Senner Medien GmbH + Co. KG, Nürtingen

60

Achim Neumann
Neumann Technischer Siebdruck, Deizisau

Michael Gossenberger
HAGO Druck & Medien GmbH,
Karlsbad-Ittersbach

Petra Wahl
Wahl-Druck GmbH, Aalen

Siegfried Knöferl
POGOmedia e.K., Pfedelbach

50

Markus Schneider
Druckerei Schneider, Laichingen

Wir gratulieren Ihnen herzlich!

Wir trauern um unseren langjährigen Geschäftsführer a. D.

Herrn Dipl.-Kfm. Heinz Boettcher

Er starb am 16. April 2020 im Alter von 87 Jahren.

Nach seinem Eintritt am 1. Juli 1970 übernahm Heinz Joachim Boettcher 1991 die Geschäftsführung des vpi, die er bis zu seinem Ruhestand Ende Dezember 1995 inne hatte. Während seiner gesamten Amtszeit setzte er sich konsequent für eine enge Zusammenarbeit der Verbände sowohl im fachlichen als auch im überfachlichen Bereich ein. Dabei lag ihm die sozialpolitische Entwicklung der Branche besonders am Herzen. Als Mitglied in den Tarifgremien des Bundesverbandes HPV war ihm der soziale Fortschritt und die Erhaltung des sozialen Friedens zwischen den Tarifpartnern ein großes Anliegen, für das er sich konsequent engagierte.

Durch seine fachliche Kompetenz, seine Integrität sowie seinen unermüdlichen Einsatz genoss Heinz Joachim Boettcher allseits hohes Ansehen. Wir werden ihm ein ehrendes Andenken bewahren.

Unser tiefes Mitgefühl gilt seiner Familie und allen Angehörigen.

vpi
Verband der Papier, Pappe und
Kunststoff verarbeitenden Industrie
Baden-Württemberg e.V.

Sven Schneller
Vorsitzender

Dr. Alexander Lägeler
Geschäftsführer

MEIN DMPI

RALPH C. RIEKER
Mitglied der Geschäftsleitung
Rieker Druckveredelung
GmbH+Co.KG

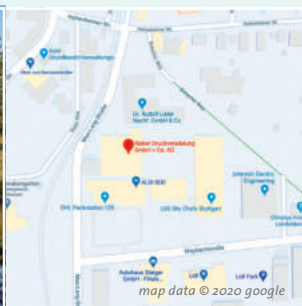
5 Fragen

Ihr liebster Ort im Ländle?

Der Naturpark Schönbuch – direkt vor der Haustür – ein echter Sauerstoffspeicher für Sport und ausgedehnte Touren mit dem Hund.



Lieblingsplatz: Naturpark Schönbuch, Birkensee, Foto: Mathias Allgauer



Ihr schönstes Business-Erlebnis?

Unsere Feier zum 111. Firmenjubiläum – ein toller Event mit Mitarbeitern, Kunden und Lieferanten, für den wir heute noch gelobt werden.

Ihr wichtigstes Ziel im Geschäftsleben?

Eine erfolgreiche und vertrauensvolle Partnerschaft mit unseren Kunden.

Ihr größter Nutzen durch den Verband?

Beratung, Seminare und Brancheninformationen.

Ihre Perspektive für die Verpackungs- und Druckindustrie?

Wir müssen nachhaltig handeln und mit Kreativität punkten – der Bedarf an gut gemachten, funktional hochwertigen Printprodukten ist groß und Veredelung trägt Ihren Teil dazu bei.



*Unsere Mitglieder im dmpi bieten sichere und attraktive Arbeitsplätze in Baden-Württemberg:
www.rieker-dv.de*

Impressum

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



Besser gemeinsam stark!

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

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

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

NÜTZ-
LICH

Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall – Einheit des Verhinderungsfalls



Der gesetzliche Anspruch auf Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall ist nach einem Urteil des BAG vom 11.12.2019, Az.: 5 AZR 505/18 auch dann auf die Dauer von sechs Wochen beschränkt, wenn während bestehender Arbeitsunfähigkeit eine neue, auf einem anderen Grundleiden beruhende Krankheit auftritt, die ebenfalls Arbeitsunfähigkeit zur Folge hat (Grundsatz der Einheit des Verhinderungsfalls). Ein

neuer Entgeltfortzahlungsanspruch entsteht nur, wenn die erste krankheitsbedingte Arbeitsverhinderung bereits zu dem Zeitpunkt beendet war, zu dem die weitere Erkrankung zur Arbeitsunfähigkeit führte. Ist der Arbeitnehmer krankheitsbedingt arbeitsunfähig und schließt sich daran in engem zeitlichen Zusammenhang eine im Wege der „Erstbescheinigung“ attestierte weitere Arbeitsunfähigkeit an, hat der Arbeitnehmer im Streitfall darzulegen und zu beweisen, dass die vorangegangene Arbeitsunfähigkeit zum Zeitpunkt des Eintritts der weiteren Arbeitsverhinderung geendet hatte.

FRAGEN?

NUTZEN@BVDM-ONLINE.DE

► Online-Eignungs- tests – große Hilfe in Corona-Zeiten!

Der bvdm stellt in Zusammenarbeit mit der u-form Testsysteme GmbH seit Anfang 2019 Online-Eignungstests zur Verfügung. Diese sind auf die verschiedenen Berufsbilder der Branche optimal zugeschnitten. Die Erfahrungen der Unternehmen, die diese Eignungstests bereits genutzt haben, sind durchweg positiv. Auch wenn es sich bewährt hat, die Tests im Unternehmen zum Beispiel im Rahmen eines Probearbeitstags durchzuführen, bietet es sich zurzeit natürlich an, dass Bewerber die Tests zu Hause absolvieren. Die Bewerber haben zwei Stunden Zeit, die Aufgaben zu lösen, erfahrungsgemäß lag die benötigte Durchführungsdauer der Tests bisher aber nur zwischen 70 und 90 Minuten. Für die Betriebe sind diese Tests eine gute Ergänzung zu Bewerbungsunterlagen und persönlichen Gesprächen.



WEITERE INFORMATIONEN UND
EIN VIDEO-TUTORIAL

bvdm.testen.io

Kunden erfolgreich machen



Wirtz Druck ist eines der führenden Unternehmen im Bereich der Entwicklung und Produktion von Direktmarketing-Kampagnen und ein ganzheitlicher Dienstleister für Printmedien. Anfang April – mitten in der Corona-Krise – hat NUTZEN mit den Geschäftsführern Vinzenz Schmidt und Mark Schmidt darüber gesprochen, wie aus Daten kreative Mailings werden.

Im Moment ist der Briefkasten der heißeste Werbekanal“, ist Vinzenz Schmidt überzeugt. Natürlich muss auch Wirtz Druck während der Krisenzeit Stornierungen und Auftragsrückgänge verzeichnen, aber die Vertriebsmannschaft ist gezielt darauf vorbereitet, Mailings und Kampagnen an Kunden zu vertreiben, deren Produkte jetzt gefragt sind. „Ein Möbelhersteller kann aktuell beispielsweise wunderbar die richtige Ausstattung für das Homeoffice bewerben – für sein Werbe-Mailing ist jetzt der richtige

Zeitpunkt und der Briefkasten genau der richtige Kanal“, so der Geschäftsführer.

Der Direktmailing-Spezialist hat sich in der Krise gut aufgestellt: „Wir arbeiten aktuell mit zwei Teams, die wochenweise wechseln und sich nicht begegnen. Die Hygienevorschriften halten wir ein und informieren regelmäßig im Team. In den letzten Wochen lässt sich ein großer Digitalisierungsfortschritt beobachten, das ist eine bemerkenswerte Entwicklung. Wir setzen unter anderem auf Vertrieb per Videotool – und das funktioniert gut“, erzählt Mark Schmidt.



Die Geschäftsführer der Wirtz Druck GmbH & Co. KG: Vinzenz Schmidt, Mark Schmidt und Jürgen Schmidt.

Kick-off-Workshop zu Beginn

Am Weg, den die Daten nehmen, bis daraus eine fertige Kampagne entsteht, hat die Corona-Krise nichts verändert. Am Anfang steht bei Wirtz immer ein Kick-off-Workshop, in dem mit dem Kunden besprochen wird, welche Daten von Kundenseite zur Verfügung stehen, wie diese bereitgestellt und welche Ziele und Zielgruppen definiert werden sollen. Meistens ist der Wunsch nach einer einzelnen Kampagne für einen ganz bestimmten Anlass der Ausgangspunkt für einen Auftrag. Dafür werden unter anderem Zielkundengruppen identi-

fiziert, um beispielsweise je Kundengruppe automatisiert eine unterschiedliche Bildsprache zuzuordnen, sodass mit einer Kampagne verschiedene Gruppen auch unterschiedlich angesprochen werden.

Dieses Wissen müssen die Datensätze des Kunden aber auch hergeben – denn das kreativste Mailing verfehlt seine Wirkung, wenn beispielsweise Geburtsdaten nicht stimmen: Erhält der langjährige Bestandskunde an seinem 39. Geburtstag Glückwünsche zum 40. oder wird die Neukundin Frau Paul im Begrüßungsangebot als Herr Paul angesprochen, dann verlieren Marketing-Kampagnen ihre Glaubwürdigkeit. Solche und andere Fehlerquellen sollen bei Wirtz Druck von vornherein ausgeschlossen werden. Deshalb folgt nach der ersten Datensichtung und Programmierung häufig ein zweiter Workshop mit Daten- und CRM-Spezialisten, um Ziele und Zielgruppen zu konkretisieren und auch die Daten zu bereinigen.

Individuelle Workflowkonzepte

„Für jeden unserer Kunden entwickeln wir individuelle Workflowkonzepte – das funktioniert mit einer Million Datensätzen genauso wie mit nur zehn Datensätzen. Das hängt vom Kundenwunsch ab. Auch das finale Ausgabe-medium kann von einer einzelnen, normalen Postkarte bis hin zu unserem gesamten Portfolio reichen“, so die Direktmarketing-Spezialisten.

„Wir wollen, dass unsere Kunden durch unsere Mailings noch erfolgreicher werden und gleichzeitig Zeit gewinnen und sich weniger kümmern müssen. Wenn Geburtstagskampagnen beispielsweise automatisiert ablaufen, benötigen wir keine Korrekturläufe und Freigaben mehr. Voraussetzung dafür ist, dass die Datenbanken des Kunden stimmen, damit aus reinen Datensätzen hochindividuelle Printprodukte ‚on the fly‘ entstehen“, betont Mark Schmidt.



Look-and-Feel-Schuber: Die Haptik wird zur neuen Optik.

Kunden erkennen den Mehrwert

Die komplette Software- und Workflowprogrammierung wird inhouse gemacht – genauso wie die Produktion der Printmedien. „Wir sind seit Jahren eine der ersten Adressen, wenn es um individualisierte Direktmailings geht, und haben viel in die Automatisierungsprozesse und -technologien investiert. Die meisten Kunden schätzen das und erkennen nach dem ersten Auftrag, welche Vorteile sie dadurch haben. Wenn einmal ein Standard aufgebaut ist, lassen sich sehr flexibel ganz individuelle, zielgruppengerechte Kampagnen anlegen“, so Vinzenz Schmidt.

Ziel von Wirtz Druck ist es, Kunden langfristig zu binden, um so alle kreativen und technischen Möglichkeiten in unterschiedlichen Kampagnen ausschöpfen zu können. An Ideen dafür fehlt es den Druck&Medien Award-Gewinnern nicht – durch ständige Neuentwicklung von innovativen Mailingtechniken können auch die ausgefallensten Kundenwünsche erfüllt werden. ■

Schubertasche mit Leinen-Pop-up.

WIRTZ DRUCK – FAMILIEN- UNTERNEHMEN SEIT 1889

Die beiden Brüder Jürgen und Vinzenz Schmidt, Geschäftsführer und kreative Brandstifter, entschieden sich 1995 für die Spartenausrichtung „Direktmailings“ und führten 2007 mit der MailingLiebe® eine der erfolgreichsten Marken im Direktmarketing ein. Auch die fünfte Generation ist in das Unternehmen eingestiegen: Mark Schmidt trägt als dritter Geschäftsführer die Familientradition weiter.



Effektiv, konkret – die Firmenschulung

Berufliche Qualifizierung eröffnet neue Perspektiven und Chancen. Das gilt nicht nur für die Beschäftigten, sondern auch für den gesamten Betrieb. Die Verbände Druck und Medien bieten maßgeschneiderte Firmenschulungen an. Mit den auf Unternehmen speziell zugeschnittenen Lehrgängen können im Alltag auftretende Probleme besonders schnell und effektiv gelöst werden.

**Kevin Balzer, Geschäftsleitung/Digitale Medien bei
msg medien-service-gmbh, Frankfurt am Main**

Warum haben Sie sich für eine Firmenschulung entschieden?

Wir wollten das Wissen möglichst gebündelt bei unseren Mitarbeitern und der Projektleitung streuen und so viele Mitarbeiter dabei haben und die Schulung so individuell auf uns auslegen, wie es geht. Im Vorfeld haben wir gemeinsam mit dem Verband die Ziele definiert, damit sich der Trainer gezielt auf die Anforderungen vorbereiten konnte. Die Teilnehmer hatten auch die Möglichkeit, Beispiele aus dem Alltag zum Lehrgang mitzubringen und zu besprechen und Probleme zu lösen. So konnten wir den optimalen Nutzen für den Alltag erzielen.



Wie hat Ihnen die Firmenschulung gefallen?

Aus der Firmenschulung sind wir mit einem positiven Eindruck gegangen. Die „private“ Atmosphäre ist sehr gut. Man kennt alle Teilnehmer, hat die gleichen Probleme und Wünsche. Die Lehrgangszeiten können flexibel und individuell bestimmt werden. Da der Trainer absolut auf unsere Fragestellungen eingegangen ist, hatte die Schulung einen Workshop-Charakter. Das war absolut konstruktiv und hat uns im Team weitergebracht.

Michelle Huber, Mediengestalterin Digital und Print



Welche Vorteile hat Ihrer Meinung nach eine Firmenschulung?

Nicht jeder Mitarbeiter stößt im Arbeitsalltag auf dieselben Probleme. Daher ist es von Vorteil, eine Übersicht über die Anwendungsprobleme der Kollegen und deren Lösungsansätze zu bekommen, besonders wenn man jemanden z. B. in Urlaubsphasen vertritt. In einer Firmenschulung bekommt jeder Mitarbeiter dieselben Informationen. Sollten im Nachhinein doch noch einmal Fragen im Arbeitsalltag aufkommen, kann man sich mit den Kollegen erneut austauschen. Oftmals reicht es schon, während der Schulung über Probleme zu sprechen und gemeinsam eine Lösung zu finden. Eine andere, neue Herangehensweise des Kursleiters eröffnet dabei vielleicht den richtigen Weg.

Florian Schmitt, Geschäftsleitung/Print

Planen Sie weitere Firmenschulungen für die Zukunft?

Definitiv ja. Einzelschulungen verpuffen manchmal, da nicht alle Teilnehmer denselben Wissensstand haben und gewisse Arbeitsabläufe dann nicht verändert werden. Eine Firmenschulung ist aus unserer Sicht effektiver als die getrennte Schulung unserer Beschäftigten. Sicher werden wir auch in der Zukunft weiterhin diese Möglichkeit zur Weiterbildung nutzen.



Die Seminare gehen weiter

Schnell haben die Verbände Druck und Medien in der Krise auf digitale Formate für ihre Seminare gesetzt. Mit Erfolg. Manche Inhalte jedoch lassen sich immer noch am besten live, im Team und mit persönlichem Kontakt vermitteln. Und mit den Lockerungen der Kontakteinschränkungen nehmen auch die Präsenz-

veranstaltungen wieder an Fahrt auf. Zum Beispiel Strategie-Workshops fürs Management, Multi-Channel-Publishing fürs Marketing, Qualitätsmanagement für die Technik und Prüfungsvorbereitungsseminare für Auszubildende. Die aktuellen Angebote präsentieren die Verbände auf ihren Webseiten.



Verband Druck + Medien Nord-West e. V.

vdmnw.de/seminare-veranstaltungen/

VDMH

Verband Druck und Medien Hessen e. V.

Verband Druck und Medien Hessen e. V.

vdmh.de/veranstaltungen/



Verband Druck und Medien Rheinland-Pfalz und Saarland e. V.

druckrps.de/termine/



verband papier, druck und medien südbaden e. V.

medienverbaende.de/aus-und-weiterbildung/

Verband Druck & Medien NordOst e. V.
wissens.werte.vereint



Verband Druck und Medien NordOst e. V.

vdmno.de/seminar-veranstaltungskalender/



Verband Druck und Medien Mitteldeutschland e. V.

vdm-mitteldeutschland.de/beratungsleistungen/seminare-und-veranstaltungen/

**VERBAND
+ DRUCK
+ MEDIEN
BAYERN**

Verband Druck und Medien Bayern e. V.

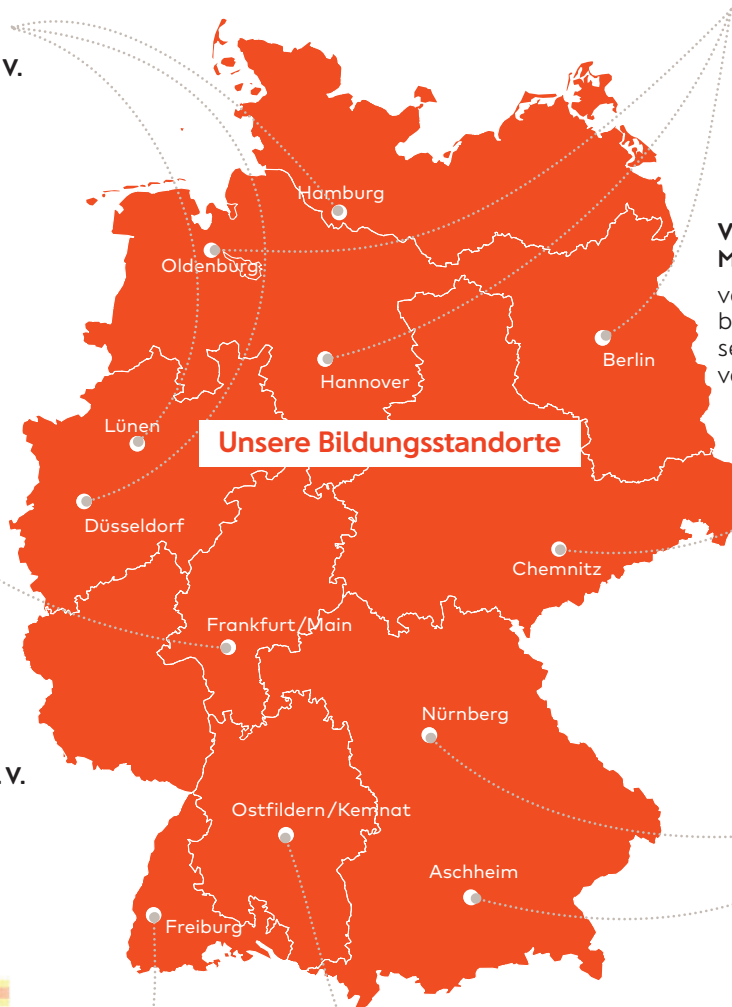
vdmb.de/seminare/



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

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

dmpi-bw.de/seminare-events-stuttgart/



Erfolg in der Krise: Umfassende Services im Gesundheitswesen



„Leistungsfähige Dokumente sind der Mehrwert, den wir unseren Kunden mit der Organisation, Gestaltung, Herstellung und Verteilung von funktionellen Papieren bieten.“ So bringt es Thomas Emrich, Geschäftsführer der beiden Standorte RIECO Druck + Daten GmbH & Co. KG in Grünstadt und RIECO Orgaform GmbH in Altenburg, in einem Satz auf den Punkt. Wie wichtig die Druckbranche in Zeiten der Corona-Krise ist und welche Systemrelevanz dahintersteckt, zeigt sich aktuell beim Thema Gesundheit.



Erfolgreich in der Krise. Thomas Emrich, Geschäftsführer der RIECO Druck + Daten GmbH & Co. KG und RIECO Orgaform GmbH.

Das thüringische Unternehmen in Altenburg hat sich regional als Hersteller einschlägiger Druckzeugnisse für Labore (Anforderungsbelege, Barcode-Etiketten, Befundpapier usw.) und überregional vor allem als Produzent und Lieferant kassenärztlicher Vordrucke für Arztpraxen einen Namen gemacht.

Selbsterklärende, funktionelle Vordrucke und Dokumente sind der ganze Stolz des Unternehmens. Mit ihnen fördert RIECO Ordnung, einfache und sichere Funktionen sowie schlanke Prozesse. Das Unternehmen beherrscht das Papier, den Druck, die Technik und ihre Abläufe. Dabei beginnt die

Arbeit der Thüringer, lange bevor ein Druckprodukt entsteht. Denn um wirklich funktionierende Formulare für eine Organisation oder ein Unternehmen zu entwickeln, müssen Abläufe und Prozesse erfasst werden. Dabei wird den Kunden mitunter klar, dass sie ihre Arbeitsweisen deutlich optimieren können. „Am liebsten analysieren und vereinfachen wir hier systematisch, ehe wir an das Papier gehen“, so der Geschäftsführer Thomas Emrich.

Der Leitspruch „Erst denken, dann arbeiten“ führe oft zu wirtschaftlichen Einsparungen, die eindeutig über den Vordruck-Kosten liegen, also den Kosten

für die Entwicklung, Herstellung, Lagerung und Verteilung der Vordrucke. „Orgaform-Konzept“ heißt das Bündel von Leistungen, die die Firma RIECO dazu entwickelt hat – und dies ist auch das Ergebnis einer jahrelangen Entwicklung. Bereits Firmengründer Fritz Emrich hatte schon ein halbes Jahrhundert zuvor die ersten Krankenkassen dafür gewinnen können und das Geschäftsmodell stetig weiterentwickelt und ausgebaut.

Fokus „Gesundheit“ begründet das gute Ansehen von RIECO

Basis des Geschäfts war und ist nicht nur die handwerklich saubere Arbeit im Druck, sondern auch in der IT-Technik sowie im kaufmännischen Bereich, um sich strategisch den sich immer wieder veränderten Marktbedingungen anzupassen.

Mit der RIECO Orgaform Altenburg GmbH, die als Firmenstandort 1991 zum Hauptsitz in Grünstadt, Rheinland-Pfalz, hinzukam, war das Unternehmen bereit, mit den Kunden und den zur Verfügung stehenden Mitteln einen großen Sprung zu wagen. Im Hauptgeschäft stand und steht „Gesundheit“ dabei besonders im Fokus. Das hat das Unternehmen nicht nur wachsen lassen, sondern in der Zielgruppe der gesetzlichen Kranken- und Pflegekassen (GKV) sowie bei den Ärztenverbänden das gute Ansehen von RIECO begründet. Bis heute ist die RIECO Orgaform nicht nur Namensbestandteil, sondern auch ein Konzept in der Gestaltung aller GKV-Formulare für ganz Deutschland. Damit leistet die Firma mittlerweile einen hochgeschätzten Beitrag zu funktionalen und auch optisch erstklassigen Arbeitspapieren und digitalen Daten.

Volle Auslastung in der Corona-Krise

Die weitsichtige und gleichzeitig zielkunden-spezifische Ausrichtung des Unternehmens zeigt sich nun in der Corona-Krise einmal mehr als Motor des Geschäfts. Innerhalb kürzester Zeit eine bedeutende Mehrproduktion von Vordrucken zu stemmen, ist schon eine große Herausforderung, so Emrich. Neben den traditionellen Formularen in der Arztpraxis sind die Barcode-Labels für den Corona-Test

”
Orgaform – unser Name ist Programm: Organisation von Formularsystemen“

Firmengründer und Senior Manager
Fritz Emrich



Die Stärken von RIECO: Analyse, Belegkontrolle und Gestaltung von Vordrucken aller Art.



RIECO in Altenburg.

hierfür ein Beispiel, denn diese werden innerhalb kürzester Zeit in großer Menge benötigt. Das Unternehmen ist damit ein integraler und unverzichtbarer Teil der Wertschöpfungskette im Sektor des Gesundheitswesens.

Unverzichtbare Hilfe des Branchenverbandes

Mit Nachdruck hatten der Bundesverband Druck und Medien und seine acht Landesverbände die Politik zu der Klarstellung aufgefordert, dass Druck- und Medienunternehmen unverzichtbare Teile von Liefer- und Wertschöpfungsketten sind, ohne die das Funktionieren unserer Gesellschaft nicht möglich ist.

„Wir haben sehr schnell die Unterstützung unseres Verbandes aus Mitteldeutschland erhalten, der die Systemrelevanz bescheinigt. Das hat uns sehr geholfen, sofort die Anforderungen aus dem Gesundheitsbereich zu erfüllen“, so der Geschäftsführer Thomas Emrich. ■

Das Online Print Symposium

250 Teilnehmer, 16 Top-Referenten, 10 Nationen, 11 exklusive Partner, 40 Stunden Non-Stop Onlineprint und Networking

Das 8. Online Print Symposium fand am 3. und 4. März in München statt. Es stand unter dem Motto „Transforming the DNA of Print“ und griff damit die aktuellen Entwicklungen der Druckindustrie auf. Onlineprint ist seit Jahren überaus erfolgreich und wird es auch mit Perspektive auf das kommende Jahrzehnt sein. In diesem Jahr stellten die Veranstalter zipcon consulting und der Bundesverband Druck und Medien Unternehmen in den Mittelpunkt, die erfolgreich die digitale Transformation in Angriff genommen haben. Bestechend war die Offenheit, mit der alle Referenten über Erfolge, aber auch unerwartete Probleme und Rückschläge berichteten, und, wie sie heute die nächsten Meilensteine ihrer Strategie definieren.

Nur radikales Umdenken führt zum Erfolg

Die Keynote zum Auftakt hielt Rainer Hundsdörfer, CEO und Vorstandsvorsitzender der Heidelberger Druckmaschinen AG. Er berichtete über den nachhaltigen Change vom Maschinenbauer zu einem digitalen Dienstleister und betonte: „Wir sind bestens gerüstet für die Digitalisierung unseres Geschäfts.“ Mit großem Interesse nahmen die Teilnehmer zur Kenntnis, dass Heidelberger Druckmaschinen alle Marktteilnehmer einlädt, an einer gemeinsamen Plattform zum Austausch von Printdaten zu arbeiten, inklusive eines gemeinsamen Standards. Denn in der Tat schaffen erst



Heidelberger CEO Rainer Hundsdörfer brach eine Lanze für gemeinsame Plattformen und Standards.

die transparente Integration von Systemen und Maschinen und ein kontrollierter Workflow über alle Stufen der Wertschöpfungskette die Basis für ein zukunftsorientiertes Geschäftsmodell. Die technische Grundlage dafür sind vernetzte Systeme auf allen Prozessstufen. Über ein leistungsfähiges ERP-System müssen sämtliche Schritte der Wertschöpfung kontrolliert und gesteuert werden können – von der Angebotskalkulation bis hin zur Auslieferung des fertigen Produkts. Das bedeutet, vor allem stehen eine glasklare Analyse sämtlicher Abläufe und eine entsprechend optimierte Planung an. „Digitalisierung bedeutet ein hundertprozentiges Umdenken bei allem, was in der Vergangenheit getan wurde“, sagte Marc Freitag, Head of Business Development Digital bei Livonia. Und er spitzte es noch zu: „Wenn Sie einen beschissenen Prozess digitalisieren, erhalten Sie nur einen beschissenen digitalisierten Prozess.“

Kommunikation – ein unterschätzter Faktor

Eine Brandrede zum Thema Marketing-Kommunikation in und aus der Branche hielt Frank Fülle, Geschäftsführer der Briefdruck Fülle KG. 80 Prozent der Druckereien unterschätzen die Wirkung der eigenen Unternehmenskommunikation nach außen, so Fülle. Dabei sei Kommunikation eine der vier Säulen im Marketing-Mix: Produkt, Preis, Vertrieb und Kommunikation. Jede dieser Säulen steht für 25 Prozent des Geschäftserfolgs, aber noch immer würden viele Druckereien sich und ihre Leistungen nicht offensiv und zielgruppengerecht vermarkten. Damit blieben sie austauschbar, würden hauptsächlich über ihre Preise bewertet und verschenken Chancen im Neugeschäft.

Das Credo der Referenten auf dem OPS 2020: Es gibt keine Alternative zu dem eingeschlagenen Weg der digitalen Transformation in Richtung Onlineprint. Und wahre Stärke zeigt sich darin, aus Rückschlägen und auftretenden Hürden möglichst viel zu lernen, um morgen noch besser zu werden. ■





Bernd Zipper, zipcon consulting, und Jens Meyer, bvdM/printXmedia Süd. Die Kapitäne im Cockpit des Überfliegers Onlineprint.

Networking. Offene
Gespräche
mit Kollegen und
Experten
gehören zum OPS.



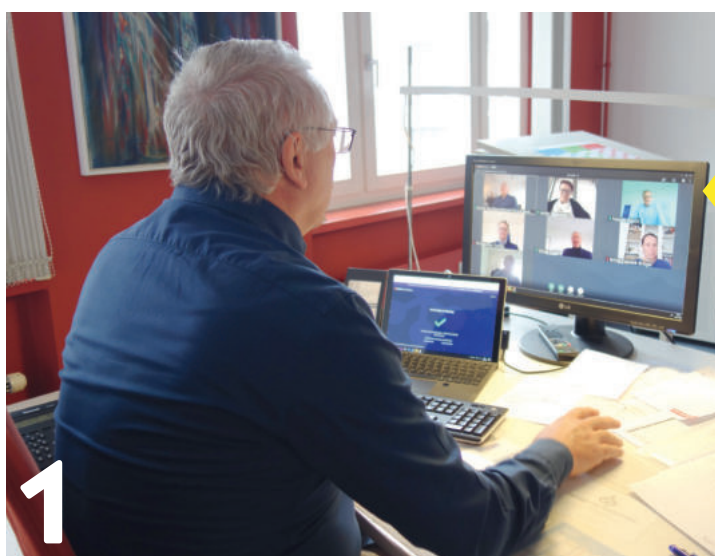
Eingespieltes Doppel. Bernd Zipper, zipcon consulting, und Jens Meyer, bvdM/printXmedia Süd, führten durch spannende Vorträge und Diskussionen.



Volles Haus. Mit 250 Teilnehmern war das OPS 2020 das bisher größte Branchentreffen in diesem Jahr.

Die Verbandsarbeit in Zeiten von Corona

Auf diesen Seiten stellen wir Ihnen stets die Arbeit und den Arbeitsalltag der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Verbände vor – oft direkt auch vor Ort in den Mitgliedsunternehmen. Da „vor Ort“ ab Ende März drastisch eingeschränkt wurde, zeigen wir hier, wie es online weiterging.



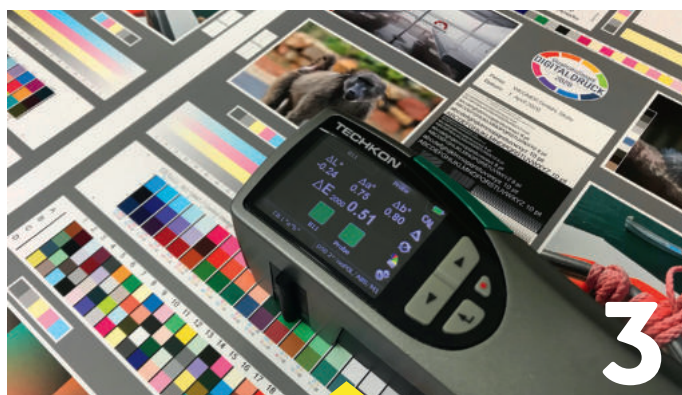
1

Morgenlage. Abstimmung der Geschäftsführer der Verbände. Ziel: Bereitstellung verlässlicher und umfassender Information für die Mitgliedsunternehmen zu den wichtigsten Themen in der Krise. Und natürlich zur Vorbereitung von Stellungnahmen und Forderungen an die Politik.

Per Videokonferenzen haben die Bildungsreferenten Methoden für die Umstellung von Präsenzunterricht auf Online-Formate für die Prüfungsvorbereitungskurse erarbeitet.



2



3

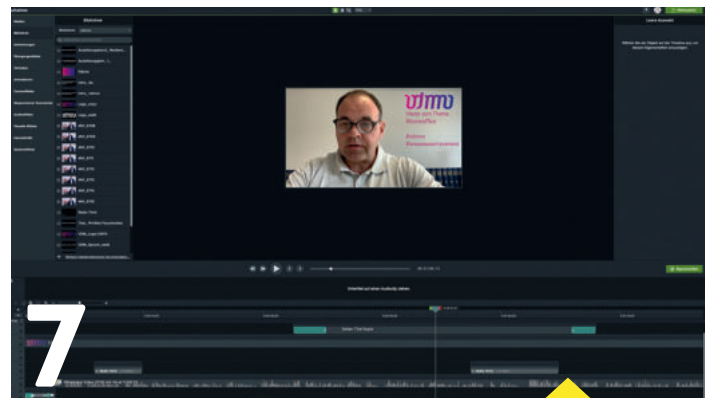
Seit Corona ist die Zertifizierung nach QSD (Qualitätssiegel Digitaldruck) und PSO (Prozessstandard Offsetdruck) auch online möglich. Damit wird sichergestellt, dass die Betriebe weiter hochwertig produzieren.



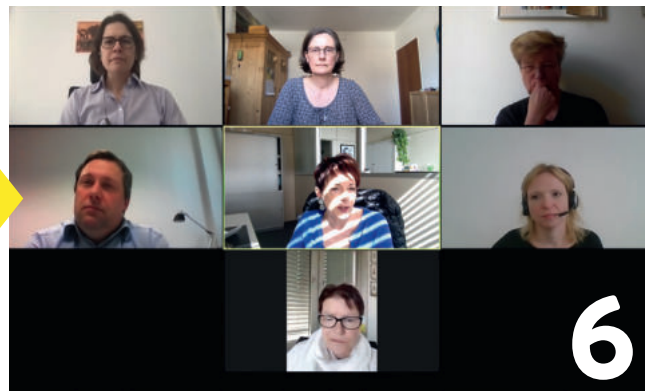
4



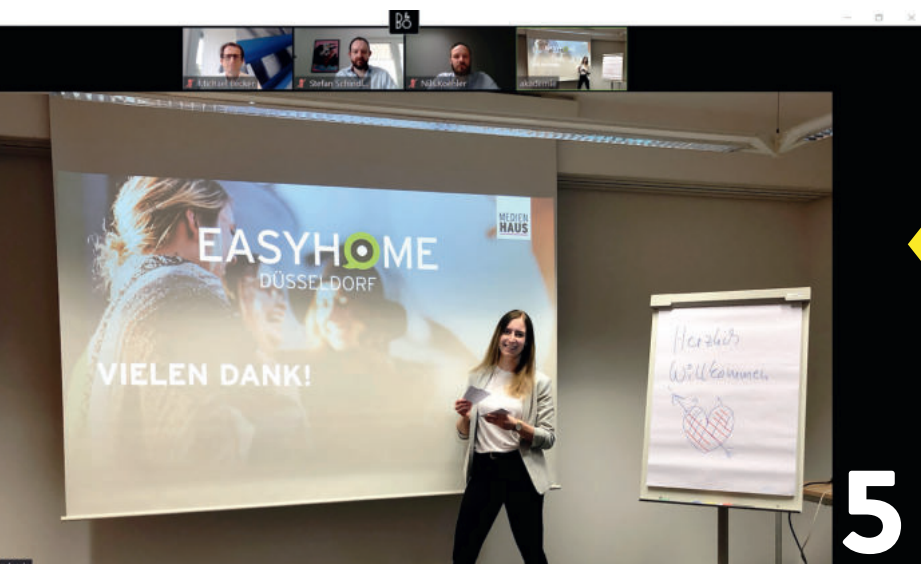
Die Juristen und Wirtschaftsexperten der Verbände im Dauereinsatz. Beratungen, Einzelgespräche und verbandsübergreifende Kollegenkonferenzen. Ergebnis: tagesaktuelle Informationen für die Unternehmen über gesetzliche Änderungen, Ausnahmeregeln, staatliche Förderprogramme sowie Leitfäden für die praktische Umsetzung in den Betrieben und vieles mehr.



Pressemitteilungen, Interviews, Print-Marketing, Newsletter, permanente Updates der Webseiten, die ersten Vorbereitungen auf Veranstaltungen nach Corona (hoffentlich bald) und nicht zuletzt dieser NUTZEN wurden seit Ende März im Online-Austausch abgestimmt.



Aktuelle Informationen aus dem Homeoffice. Per Video-Blog informiert der Verbandsjurist Martin Maischak des vdm NordOst über Kurzarbeit, Arbeitsschutzstandards und vieles mehr.



Premiere im VDM Nord-West: Die Medienfachwirt-Abschlussprüfungen erfolgten online. Die Prüflinge waren alleine in einem desinfizierten Raum und sahen die Prüfer per Video. Sie hielten ihre Präsentationen vor einer Kamera und haben die Fragen im Fachgespräch beantwortet. Die Rückmeldungen waren sehr positiv, alle haben bestanden.



Recht flexibel in der Krise

Das am 27. März 2020 verkündete „Gesetz zur Abmilderung der Folgen der Covid-19-Pandemie im Zivil-, Insolvenz- und Strafverfahrensrecht“ sieht zeitlich befristete Anpassungen gesetzlicher Regelungen u. a. im Zivil- und Insolvenzrecht vor, um Härtefälle durch die Corona-Krise zu vermeiden.

Zivilrecht

Gegenstand des Gesetzes zur Abmilderung der Folgen der Covid-19-Pandemie im Zivil-, Insolvenz- und Strafverfahrensrecht sind insbesondere folgende Regelungen zu praxisrelevanten Problemen im Zivilrecht, die am 1. April 2020 in Kraft getreten sind:

1. Vorübergehendes Leistungsverweigerungsrecht bis 30. Juni 2020

Für Verbraucher und Kleinstunternehmer gilt ein vorübergehendes Leistungsverweigerungsrecht. Kleinstunternehmen sind Unternehmen mit bis zu neun Beschäftigten und einem Jahresumsatz von bis zu zwei Millionen Euro. Kleinstunternehmen haben das Recht, Leistungen zur Erfüllung eines Anspruchs, der im Zusammenhang mit einem Vertrag steht, der ein Dauerschuldverhältnis ist und vor dem 8. März 2020 geschlossen wurde, bis zum 30. Juni 2020 zu verweigern. Voraussetzung ist, dass das Unternehmen infolge von Umständen, die auf die Corona-Pandemie zurückzuführen sind, die Leistung nicht erbringen kann oder dem Unternehmen die Erbringung der Leistung ohne Gefährdung der wirtschaftlichen Grundlagen seines Erwerbsbetriebs nicht möglich wäre. Das Leistungsverweigerungsrecht besteht in Bezug auf Dauerschuldverhältnisse, die zur Eindeckung

mit Leistungen zur angemessenen Fortsetzung des Erwerbsbetriebs erforderlich sind. Hierzu zählen insbesondere Pflichtversicherungen und Verträge über die Lieferung von Strom und Gas oder über Telekommunikationsdienste. Das Leistungsverweigerungsrecht gilt jedoch nicht, wenn die Ausübung des Leistungsverweigerungsrechts für den Gläubiger seinerseits unzumutbar ist. In diesem Fall steht dem Kleinstunternehmer ein Kündigungsrecht zu.

Das Leistungsverweigerungsrecht gilt ferner nicht im Zusammenhang mit Miet- und Pachtverträgen, für die das Gesetz Sonderregelungen enthält, mit Darlehensverträgen und mit arbeitsrechtlichen Ansprüchen. Die Bundesregierung ist ermächtigt, durch Rechtsverordnung die Dauer des Leistungsverweigerungsrechts zu verlängern, wenn die Beeinträchtigungen durch die Pandemie weiterhin in erheblichem Maße fortbestehen.

2. Beschränkung der Kündigung von Miet- und Pachtverhältnissen

Ferner schreibt das Gesetz vor, dass der Vermieter ein Mietverhältnis über Grundstücke oder über Räume nicht allein aus dem Grund kündigen kann, dass der Mieter im Zeitraum vom 1. April 2020 bis 30. Juni 2020 seine Miete nicht zahlt, sofern die Nichtleistung auf den Auswirkungen der Corona-Pandemie beruht. Der Mieter muss den Zusammenhang zwischen Pandemie und Nichtleistung also glaubhaft ma-

chen. Die Regelung gilt sowohl für Wohn- als auch für Gewerberaummietverträge. Für Pachtverhältnisse sind die Vorschriften entsprechend anzuwenden. Die Regelung ist bis zum 30. Juni 2022 anwendbar. Dies bedeutet, dass wegen Zahlungsrückständen, die vom 1. April 2020 bis zum 30. Juni 2020 eingetreten und bis zum 30. Juni 2022 nicht ausgeglichen sind, nach diesem Tag wieder gekündigt werden kann. Sollte sich herausstellen, dass der Zeitraum von April bis Juni 2020 nicht ausreicht, um die wirtschaftlichen Folgen der Krise für Mieter von Wohnräumen oder Gewerberäumen abzufedern, kann dieser Zeitraum von der Bundesregierung durch Rechtsverordnung zunächst um weitere drei Monate und dann gegebenenfalls auch noch ein weiteres Mal verlängert werden. Die Verbände Druck und Medien werden über den Sachverhalt informieren.

Eine Kündigung ist nur dann ausgeschlossen, wenn die Nichtzahlung des Mieters auf der Ausbreitung der Corona-Pandemie beruht. Beruht die Nichtleistung des Mieters auf anderen Gründen, zum Beispiel, weil er zahlungsunwillig ist oder seine Zahlungsunfähigkeit andere Ursachen als die Corona-Pandemie hat, ist die Kündigung nicht ausgeschlossen. Dem Vermieter bleibt es außerdem unbenommen, das Mietverhältnis während der Geltungsdauer des Gesetzes aufgrund von Mietrückständen zu kündigen, die in einem früheren Zeitraum aufgelaufen sind.

Trotz vorübergehend ausgesetzten Kündigungsrechts des Vermieters bleibt der Mieter für diesen Zeitraum nach allgemeinen Grundsätzen weiterhin zur Zahlung der Miete verpflichtet und kann bei Nichtzahlung gegebenenfalls auch in Verzug geraten. Der Vermieter kann dann Verzugszinsen verlangen.

3. Regelungen zum Darlehensrecht

Bei Verbraucherdarlehensverträgen greifen unter bestimmten Umständen gesetzlich angeordnete Stundungen für Rückzahlungen, Zins- oder Tilgungsleistungen. Außerdem gelten Einschränkungen im Hinblick auf Kündigungen des Darlehensgebers. Für andere Darlehensnehmer als Verbraucher gilt die Regelung nicht. Die Bundesregierung ist jedoch ermächtigt, durch Rechtsverordnung den personellen Anwendungsbereich der Regelungen zu ändern und insbesondere Kleinstunternehmen in den Anwendungsbereich einzubeziehen.

Insolvenzrecht

Die Corona-Pandemie hat negative wirtschaftliche Auswirkungen auf viele Unternehmen, die auch Insolvenzen nach sich ziehen können. Ziel des seit März 2020 geltenden Covid-19-Insolvenzaussetzungsgesetzes ist es, die Fortführung von Unternehmen zu ermöglichen und zu erleichtern,

die infolge der Pandemie insolvent geworden sind oder wirtschaftliche Schwierigkeiten haben.

1. Aussetzung der Insolvenzantragspflicht

Bei Zahlungsunfähigkeit oder Überschuldung besteht nach § 15a Insolvenzordnung eine Pflicht zur Stellung eines Insolvenzantrags. Diese Pflicht wird durch das Gesetz bis zum 30. September 2020 ausgesetzt. Dies gilt jedoch nicht, wenn die Insolvenzreife nicht auf den Folgen der Ausbreitung des Coronavirus beruht oder wenn keine Aussichten darauf bestehen, eine bestehende Zahlungsunfähigkeit zu beseitigen. Es wird allerdings kraft Gesetzes vermutet, dass die Insolvenzreife auf den Auswirkungen der Corona-Pandemie beruht und Aussichten darauf bestehen, eine bestehende Zahlungsunfähigkeit zu beseitigen, wenn der Schuldner am 31. Dezember 2019 nicht zahlungsunfähig war.

2. Folgen der Aussetzung

Soweit die Pflicht zur Stellung eines Insolvenzantrags ausgesetzt ist, hat dies u. a. die nachstehenden Folgen:

- Zahlungen, die im ordnungsgemäßen Geschäftsgang erfolgen (insbesondere solche Zahlungen, die der Aufrechterhaltung oder Wiederaufnahme des Geschäftsbetriebes oder der Umsetzung eines Sanierungskonzepts dienen), gelten als mit der Sorgfalt eines ordentlichen und gewissenhaften Geschäftsleiters vereinbar. Insoweit werden die bei eingetretener Insolvenzreife bestehenden Zahlungsverbote ausgesetzt.
- Zudem sollen durch die Einschränkung von Haftungs- und Anfechtungsrisiken die Voraussetzungen dafür geschaffen werden, dass den betroffenen Unternehmen Sanierungskredite gewährt werden können und die Geschäftsverbindungen nicht abgebrochen werden.

3. Gläubigerinsolvenzanträge

Bei zwischen dem 28. März 2020 und dem 28. Juni 2020 gestellten Gläubigerinsolvenzanträgen setzt die Eröffnung des Insolvenzverfahrens voraus, dass der Eröffnungsgrund bereits am 1. März 2020 vorlag. Damit wird für einen Zeitraum von drei Monaten verhindert, dass von der Pandemie betroffene Unternehmen, die am 1. März 2020 noch nicht insolvent waren, durch Gläubigerinsolvenzanträge in ein Insolvenzverfahren gezwungen werden können.

4. Verlängerungsmöglichkeit durch Rechtsverordnung

Die Aussetzung der Insolvenzantragspflicht sowie die Regelung zum Eröffnungsgrund bei Gläubigerinsolvenzanträgen sollen durch Rechtsverordnung durch das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz bis zum 31. März 2021 verlängert werden können. Auch darüber werden die Verbände ihre Mitglieder so bald als möglich informieren. ■



► Weniger Azubis in der Branche

Der leichte Aufwärtstrend der letzten zwei Jahre bei den Neuverträgen hat sich nicht fortgesetzt. Als Hauptgründe werden ausbleibende oder ungeeignete Bewerber genannt. Auch ist die Bereitschaft gesunken, leistungsschwächere Jugendliche auszubilden. Der erforderliche Mehraufwand zahle sich in der Regel nicht aus, so die Unternehmen. Durch die Corona-Pandemie ist für das Jahr 2020 mit einem weiteren Rückgang der Ausbildungszahlen zu rechnen. Vielleicht bietet das insgesamt geringere Angebot an Lehrstellen in Deutschland die Chance, leistungstärkere Azubis für das eigene Unternehmen zu gewinnen. Die Ausbildung im eigenen Unternehmen bleibt weiterhin die sicherste Methode, um den Fachkräftemangel zu verhindern und die Zukunft des Unternehmens zu sichern.

GESAMT-AUSBILDUNGSVERTRÄGE IN DER DRUCK- UND MEDIENWIRTSCHAFT 2018/2019

Ausbildungsbereich/ Ausbildungsberuf	Gesamt-Ausbildungsverträge Veränderungen		
	2018	2019	in %
Mediengestaltung	7.809	7.557	-3,23
Mediengestalter Digital und Print	7.809	7.557	-3,23
Drucktechnik	2.500	2.342	-6,32
Medientechnologie Druck	2.149	2.027	-5,68
Medientechnologie Siebdruck	351	315	-10,26
Druckverarbeitung	1.809	1.698	-6,14
Medientechnologie Druckverarbeitung	679	591	-12,96
Buchbinder	94	97	3,19
Packmitteltechnologie	1.036	1.010	-2,51
Gesamt	12.118	11.597	-4,30

NEU ABGESCHLOSSENE VERTRÄGE IN DER DRUCK- UND MEDIENWIRTSCHAFT 2018/2019

Ausbildungsbereich/ Ausbildungsberuf	Neu abgeschlossene Verträge Veränderungen		
	2018	2019	in %
Mediengestaltung	3.077	2.793	-9,23
Mediengestalter Digital und Print	3.077	2.793	-9,23
Drucktechnik	983	826	-15,97
Medientechnologie Druck	844	708	-16,11
Medientechnologie Siebdruck	139	118	-15,11
Druckverarbeitung	717	594	-17,15
Medientechnologie Druckverarbeitung	282	206	-26,95
Buchbinder	33	29	-12,12
Packmitteltechnologie	402	359	-10,70
Gesamt	4.777	4.213	-11,81



Nach den WorldSkills ist vor den WorldSkills!

Bei den 45. Berufsweltmeisterschaften im August 2019 in Kasan, Russland, traten 1.350 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus 60 Nationen in 65 Disziplinen gegeneinander an. Für Deutschland gewannen Jessica Sturm aus Marktoberdorf im Skill „Print Media Technology“ und Anton Chertkov aus Osnabrück im Skill „Graphic Design Technology“ eine Exzellenzmedaille und verpassten nur knapp einen Podiumsplatz.

Vom 19. bis 22. Oktober 2020 werden bei den WorldSkills Germany in Wiesloch bei der Heidelberger Druckmaschinen AG die besten Medientechnologen/innen Druck und die besten Mediengestalter/innen Digital und Print gesucht, die Deutschland bei den 46. WorldSkills im September 2021 in Shanghai, China, vertreten.

ANMELDUNG ZU DEN WORLDSKILLS GERMANY
www.zfamedien.de/worldskills/

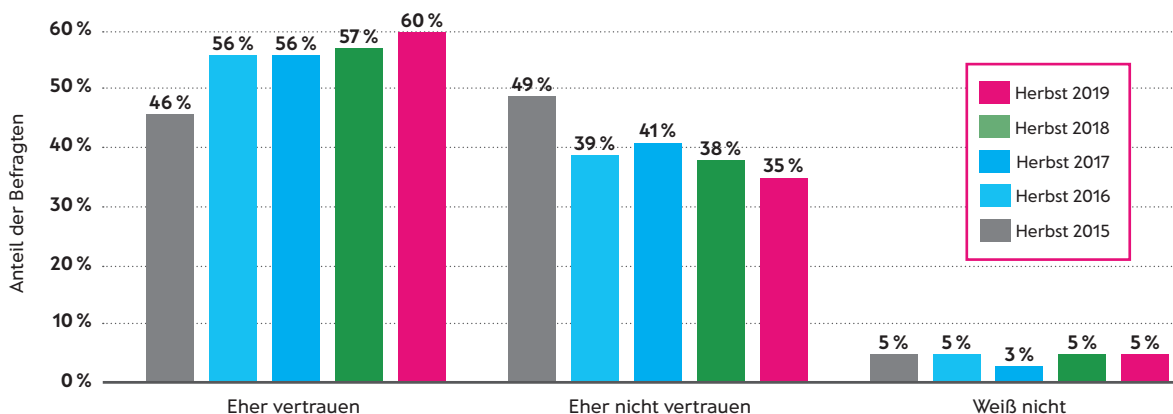
► DIE FESPA GLOBAL PRINT EXPO 2020 WAGT EINEN ZWEITEN ANLAUF

Nachdem die FESPA Global Print Expo 2020 – geplant für den 24. bis zum 27. März 2020 in Madrid – abgesagt wurde, ist nun ein neuer Termin angesetzt: 6. bis 8. Oktober 2020. Im IFEMA Feria de Madrid werden Aussteller aus aller Welt ihre Produkte, Dienstleistungen, Innovationen und Lösungen in den Sparten Siebdruck, digitaler Großformatdruck, Textildruck und Werbetechnik präsentieren. Zu den Fachbesuchern gehören Repräsentanten von Druck- und Medienunternehmen, Printbuyer, Händler, Designer sowie Markenhersteller. Als Plattform für Aussteller und Besucher sind die Veranstaltungstage eine ausgezeichnete Möglichkeit, prosperierende Printmärkte und Unternehmen aus der gesamten Wertschöpfungskette erfolgreicher Printprodukte aus erster Hand kennenzulernen. Die Registrierung für den Messebesuch startet in Kürze.

MEHR INFOS UNTER
www.fespa.com/de

PRINT GEWINNT VERTRAUEN ZURÜCK

Laut Statista hat das Vertrauen in Printmedien in Deutschland wieder deutlich zugenommen.



Quelle: European Commission/Statista 2020



TERMINE

2020 ◀

08.09.2020
HAPTICA® live '20, Bonn

23.-24.09.2020
EMPACK, Portugal

23.-25.09.2020
PrintPack+Sign, Singapur

06.-08.10.2020
FESPA Global Print Expo, Spanien

07.-09.10.2020
Bayerischer Druck- und Medientag,
Bamberg

12.-16.10.2020
All in Print, Shanghai

14.-18.10.2020
Frankfurter Buchmesse,
Frankfurt am Main

22.10.2020
Hello Future – Print trifft Digitalisierung,
München

29.-30.10.2020
Creative Paper Conference, München

2021 ◀

09.-11.03.2021
InPrint, München

23.-25.03.2021
LOPEC, München

20.-30.04.2021
drupa 2021, Düsseldorf

19.-20.05.2021
EMPACK, Dortmund

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

10/2021
Druck und Design, München

13.-14.10.2021
World Publishing Expo, Berlin

▶ 2022

10.-12.02.2022
WETEC, Stuttgart

21.-24.02.2022
Hunkeler Innovationdays, Luzern





Um den **hohen Anforderungen** an die Arbeitsprozesse gerecht zu werden, lassen wir uns regelmäßig von neutralen Gutachtern zertifizieren: Wir setzen auf den **PSO** der Fogra und der Verbände.

Matthias Manghofer
Geschäftsführer Gebr. Geiselberger GmbH



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



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

#SmartPrintShop



PUSH TO STOP

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

Entdecken Sie
Heidelberg Subscription –
das neue Vertragsmodell.

heidelberg-subscription.com



HEIDELBERG

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