

DAS MAGAZIN

NUTZEN

DER DRUCK- UND MEDIENVERBÄNDE



GESTOCHEN SCHARF – PERFEKT VEREDELT

**DIE NACHWUCHS-
KAMPAGNE
DER BRANCHE**

Talente entwickeln
und fördern

Die Wahlprüfsteine
des bvdm

Sicherheit im Druck –
ein Gesamtkonzept



HILPERT

PRINTING EQUIPMENT

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

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

von gebrauchten

Bogendruckmaschinen!



Wir kaufen jederzeit an:

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

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

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

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

EDITORIAL



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

Liebe Leserin, Lieber Leser,

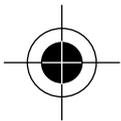
die Erstausgabe unseres Magazins NUTZEN, frisch zum Deutschen Druck- und Medientag im Juni 2017 erschienen, hat für viel Freude gesorgt. Seitdem erreicht uns eine Fülle an Glückwünschen und wertvollem Feedback. Dafür einen herzlichen Dank!

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

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

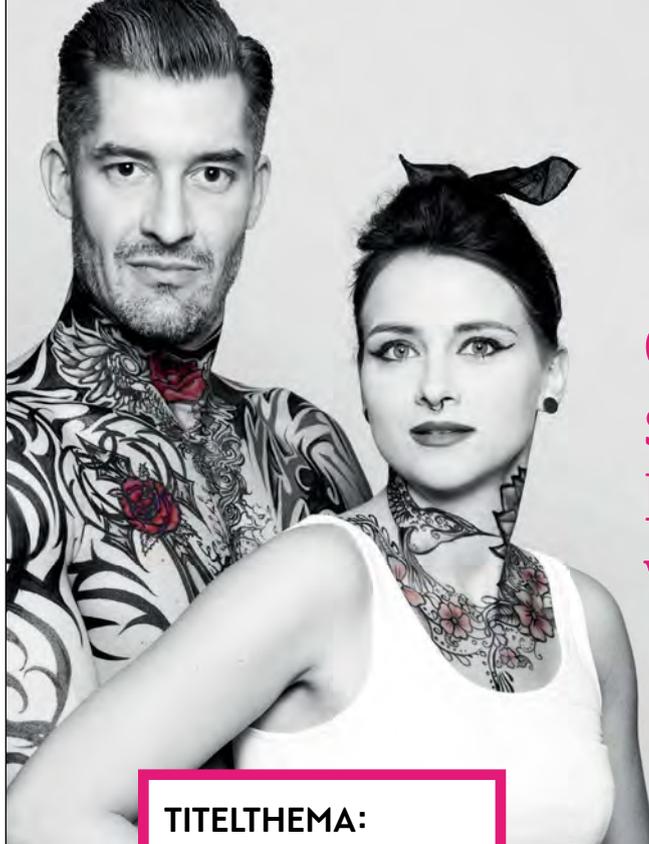
Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre.

Herzlichst, Ihre Geschäftsführer der Druck- und Medienverbände



IN HA LT

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



Gestochen scharf – Perfekt veredelt

TITELTHEMA: NACHWUCHS

10 – GESTOCHEN SCHARF – PERFEKT VEREDELT

*Die Nachwuchskampagne
der Verbände Druck und Medien*

12 – GUTE PERSPEKTIVEN

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

13 – DIE KAMPAGNE

*Aufmerksamkeitsstark
um Nachwuchs werben*

14 – DIE ARGUMENTE

*Nur Geld und Karriere machen
Jugendliche nicht glücklich*

15 – INDUSTRIE 4.0 BRAUCHT BILDUNG 4.0

*Besser lernen
mit Virtual Reality*



IMPRESSUM

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

VERANTWORTLICH: Bettina Knappe, Wolf Witte

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

KONZEPT + LAYOUT: 2issue Design & Content
Sibylle Schmitt (Art Direktion), Robert Grill, Eric Schütz, agentur@2issue.de

ANZEIGEN UND DRUCK: Tecklenborg Druckhaus + Verlag
Siemensstraße 4, 48565 Steinfurt, Tel: (0 2552) 920 02, Fax: (0 2552) 920 160



Seite **18**

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

21 – DIE FIRMA
10 auf einen Streich

**22 – Produktiv, kooperativ,
engagiert**



Seite **22**

03 – EDITORIAL
*Herzlich willkommen zum
zweiten NUTZEN*

06 – PRINT KOMMT AN
Wähler, Nutzer, Marktanteile

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

16 – DIE PROFIS
Talente entwickeln und fördern

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

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

30 – NÜTZLICH
*Wissenswertes für die
Betriebsführung*

34 – KURZMELDUNGEN
Informationen aus den Verbänden

38 – VERANSTALTUNGSTERMINE
*Bundesweite Verbandstermine +
weitere branchenrelevante Events*

Seite **24**



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

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

Schreiben Sie uns an
nutzen@bvdm-online.de

Wir freuen uns auf Ihre Rückmeldungen!

Print  kompensiert
LG-Nr. 196889
www.bvdm-online.de

Print kommt an

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



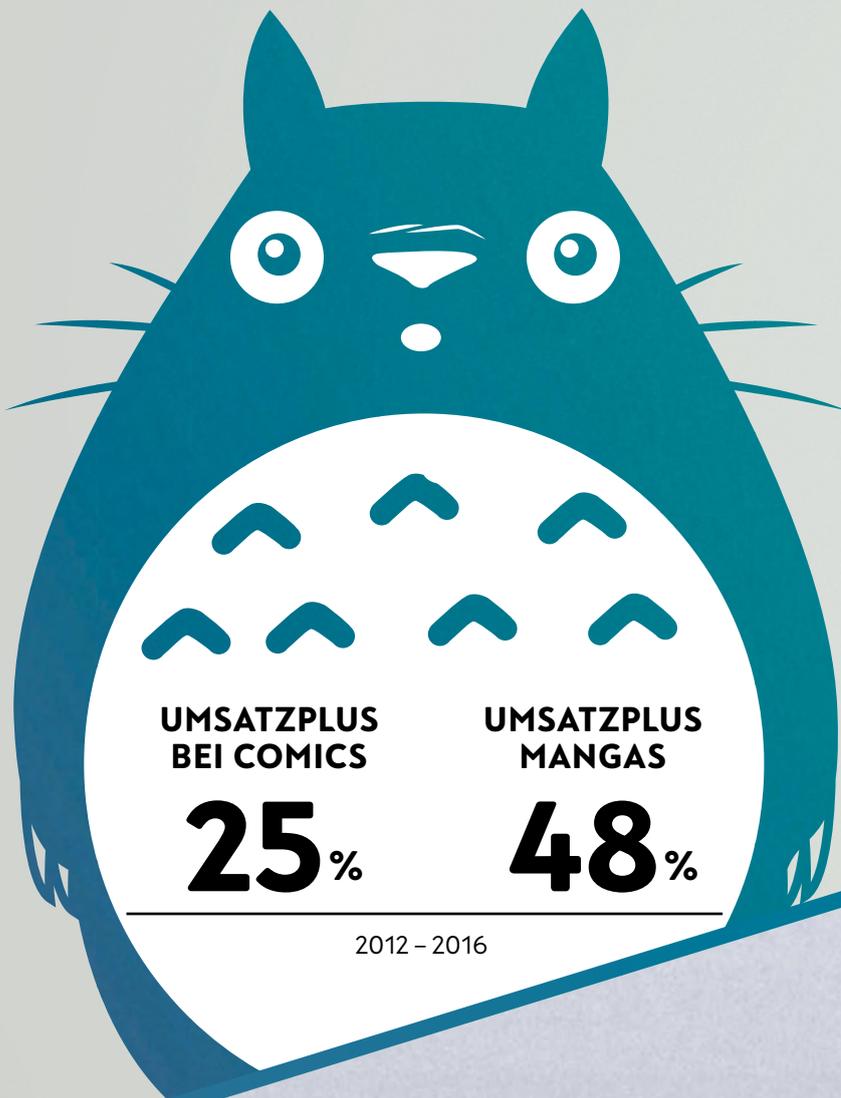
KUNDENMAGAZINE

Gesamtauflage

50 MIO

Anzahl verschiedener Titel

3.000



UMSATZPLUS
BEI COMICS

25%

UMSATZPLUS
MANGAS

48%

2012 – 2016



361

Zeitungen in
Deutschland

80%

der Leser sagen:

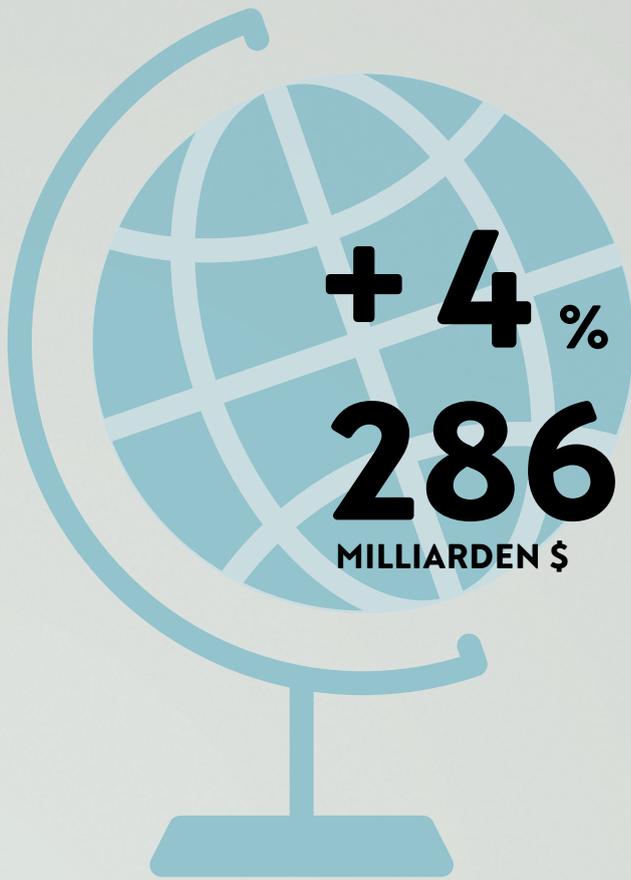
„Geschäfte, die mit
Anzeigen werben,
sind seriös.“



260

MILLIONEN €

geben die Deutschen jeden
Monat für Zeitschriften aus.



+ 4 %

286
MILLIARDEN \$

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



jährliche Wachstumsquote

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

erwarteter Gesamtumsatz im Jahr 2020



**VOLLADRESSIERTE
WERBESENDUNGEN**

+ 200 MIO €
gegenüber 2015



BÜCHER



125.000

LESE-TÜTEN
(bedruckt)

werden von 570 Buchhandlungen
an die ABC-Schützen 2017 verteilt



76 %

der Deutschen lesen
Bücher lieber gedruckt
als auf digitalen
Geräten.



TASCHENBÜCHER

Durchschnittspreis 10,09 €

+ 4,1 %

Steigerung:
06/2016 – 06/2017

Vor der Wahl ist nach der Wahl

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

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

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

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

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



21 THEMEN, DIE DER BVDM AKTIV BEGLEITET:

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



DER POLITIK AUF DEN ZAHN GEFÜHLT

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

„ Belastungen durch Sozialabgaben begrenzen

CDU/CSU

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

SPD

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

Grüne

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

Linke

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

FDP

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

„ Werbefreiheit gewährleisten

CDU/CSU

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

SPD

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

Grüne

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

Linke

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

FDP

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

Sämtliche Fragen des bvdM und die Antworten der Parteien finden Sie unter bvdM-online.de/wahlpruefsteine



Gestochen scharf – Perfekt veredelt

Die Nachwuchskampagne
der Verbände Druck und
Medien

FOTO: CHRISTIANE PAUSCH

”

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

John F. Kennedy



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

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

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

GUTE PERSPEKTIVEN

Warum sich eine Ausbildung in der Druck- und Medienbranche lohnt

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

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

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

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

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

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

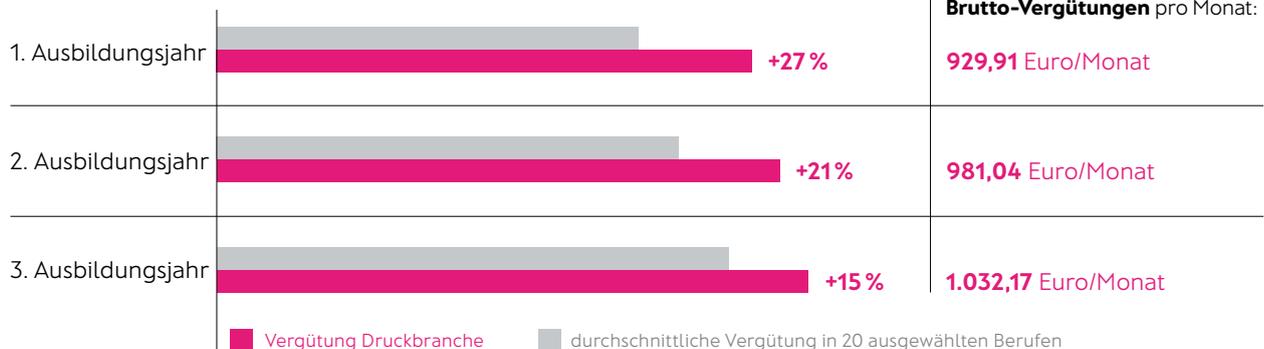
3 Die deutsche Druckindustrie gehört zu den modernsten der Welt. Sie produziert auf höchstem Niveau, ist kreativ und innovativ und Vorreiter in der Digitalisierung. Wer das mag, dem wird es in dieser Branche nicht langweilig.

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



AUSBILDUNGSVERGÜTUNGEN

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



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

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

Quelle: Berechnungen des Bundesinstituts für Berufsbildung

DIE KAMPAGNE

Aufmerksamkeitsstark um Nachwuchs werben

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

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

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

Weitere Infos: druckindustrie.de

Wie wir die Jugendlichen überzeugen

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

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

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

Weitere Infos: bvdm-online.de



DIE ARGUMENTE

Nur Geld und Karriere machen Jugendliche nicht glücklich

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

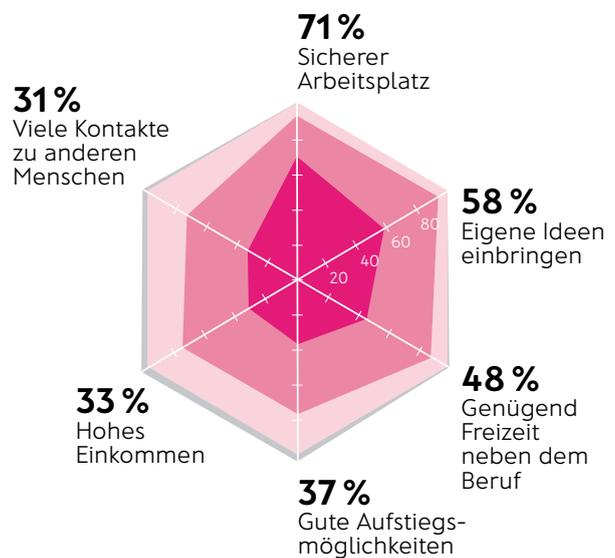
SHELL JUGENDSTUDIE: WIE TICKT DIE JUGEND?



O-Töne und bewegte Bilder gibt's hier:
youtu.be/F5PCnfyxRA

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

ERWARTUNGEN AN DIE BERUFSTÄTIGKEIT



Basis: Jugendliche von 12 bis 25 Jahren ohne eigene Kinder



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

Quelle: 17. Shell Jugendstudie, 2015

INDUSTRIE 4.0 BRAUCHT BILDUNG 4.0



”

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

Prof. Dr. Johanna Wanka,
Bundesbildungsministerin

MEHR INFORMATIONEN

Alle Infos zu den Projekten und einen ausführlichen Bericht finden Sie auf social-virtual-learning.de und bvdm-online.de/bmbf

Besser lernen mit Virtual Reality

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

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

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

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

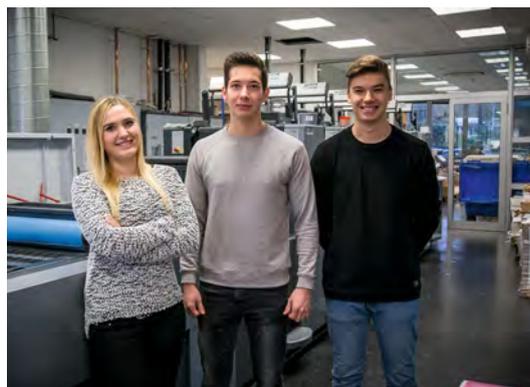
Für die Geschäftsführer Klaus und Chris Finken sind, neben dem Einsatz neuer Technologien, gut qualifizierte und motivierte Mitarbeiter die wichtigste Basis für den Erfolg des Unternehmens. „Wir fördern ganz bewusst die Entwicklung von jungen Talenten, deshalb steht das Thema Ausbildung bei uns ganz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

Talente entwickeln und fördern



Geschäftsführer
Klaus Finken und
Chris Finken

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



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

”

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

LSD-Geschäftsführer



LSD produziert Prototypen für Produkte, noch bevor es sie gibt

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

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

Sicherheit im Druck – ein Gesamtkonzept

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



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

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

FOTOS: Deutsche Bahn AG

Die Bahn



5,5 Mio.

Fahrgäste pro Tag in Deutschland

7.000

Fahrkartenautomaten bundesweit (gerundet)



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

Betrügern das Handwerk so schwer wie möglich machen

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

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

Sicherheit im Druck – ein Gesamtkonzept

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



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



Carola Lammich
Managerin Strategische
Beschaffung
Deutsche Bahn AG

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

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

Fahrkartendruckereien müssen hohen Standards entsprechen

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

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

Wirtschaftlicher Druck im Superwide-Format



Acuity LED 3200R

Sehr breit, sehr hochwertig.

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

Erfahren Sie mehr über dieses außergewöhnliche Drucksystem:

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

grafische_systeme@fujifilm.de

Acuity LED 3200R auf einen Blick:

LED-UV-Härtungssystem mit
niedrigem Energieverbrauch

Lebensechte Bilder und
sensationelle Backlits

Fujifilm Uvijet LF-Tinten

Verwendung vielfältigster
Bedruckstoffe, inklusive
wärmeempfindlicher Materialien

Doppelrollendruck

Lichtbox für Backlit-Proofing

Schnelle Produktionsbereitschaft

Geringe Wartungskosten

AcuityLED 3200R

FUJIFILM
Value from Innovation

Vorausdenken. Vorangehen.




INHALT

II – AUS DEM VERBAND

Druckerei Thieme Meißner GmbH erhält 1. Preis

IV – DELEGIERTER IM BILDUNGSPOLITISCHER AUSSCHUSS

Interview mit Martin Grünert

VI – AUS DEM VERBAND

Mundschenk Druck + Medien GbR startet neue Kampagne

VIII – PAPER CONNECT

Erfahrungen eines Mitgliedsunternehmens

X – AUS DEM VERBAND

*75 Jahre
Zeitzer Druckhandwerk*

XII – JAHRESTAGUNG 2018

Gemeinsame Jahrestagung mit dem Verband NordOst in Neuruppin

XIV – GASTBEITRAG TRIPLE A

Lernen 4.0

XV – RECHT – NÜTZLICH

Mindestlohn



Antje Steinmetz

Geschäftsführerin
Verband Druck und Medien
Mitteldeutschland e. V.

Liebe Leserinnen und Leser der Zeitschrift NUTZEN,

schon Friedrich Nietzsche gab es uns mit auf den Weg: „Ein Beruf ist das Rückgrat des Lebens.“ Wenn in diesen Tagen das neue Ausbildungsjahr beginnt, kommen wieder neue Kolleginnen und Kollegen in die Unternehmen. „Neue“, die der Schule Tschüss und dem (Ausbildungs-) Leben Willkommen sagen. Unser Augenmerk muss sich jetzt darauf richten, diesen Neuankömmlingen einen guten Start zu ermöglichen.

Wir alle wissen: Der Ausbildungsmarkt ist stark umkämpft. Themen wie Digitalisierung, Akademisierung aber auch die technologischen Entwicklungen fordern von uns neues Denken und neues Handeln.

Vor diesem Hintergrund – und gerade in diesen Zeiten akuten Bewerbermangels – sollten Sie bereits heute an das Rekrutieren Ihrer Azubis für das kommende Jahr denken. Mit unserer neuen Nachwuchswerbekampagne unterstützen wir Ihre Werbeaktivitäten, um Nachwuchs für Ihre Unternehmen zu gewinnen.

Unser Appell: Machen Sie auf sich aufmerksam! Gewinnen Sie Jugendliche für unsere Branche und sichern Sie sich Ihren Fachkräftenachwuchs!

Wir helfen Ihnen dabei gern: Sie bekommen Besuch von einer Schülergruppe, die sich für die Berufe unserer Branche interessiert? Wir haben für Sie speziell entwickeltes Material zu den Berufsbildern.

Sie haben noch nie ausgebildet und möchten sich einen Überblick darüber verschaffen, was Sie alles beachten müssen? Auch hier liefern wir Ihnen nützliche Informationen.

Kurz gesagt: Nach dem Start ist vor dem Start. In Sachen Ausbildung Ihrer zukünftigen Fachkräfte können Sie auf breit gefächertes Angebot und unsere Unterstützung bauen. Wir sind für Sie da!

Herzlichst
Ihre



IMPRESSUM

HERAUSGEBER Verband Druck und Medien Mitteldeutschland e.V.,

„Haus des Buches“, Gerichtsweg 28, 04103 Leipzig

Tel.: (0341) 86 85 9 - 0, Fax: (0341) 86 85 9 - 28, E-Mail: info@vdm-mitteldeutschland.de

GESCHÄFTSLEITUNG Antje Steinmetz (V.i.S.d.P.) **REDAKTION** Antje Steinmetz (V.i.S.d.P.)

Nachwuchswerbung: Farbenfroher Einsatz für die Berufsbilder der Druckindustrie

Begeistern Sie die junge Generation für die Medienberufe auf Nachwuchswerbeveranstaltungen, Ausbildungsmessen, Open-House-Events oder bei individuellen Beratungsgesprächen mit den Nachwuchswerbeflyern und dem Gesamtprospekt der Branche. Sie sind echte Hingucker und sprechen die Sprache der Jugendlichen.

Jeder Flyer ist anders, jeder Flyer geht auf die speziellen Qualifikationen der spannenden Medienberufe ein. Die Flyer zu den Einzelberufen ergänzen den Prospekt „Die Medienmacher“, in der alle Berufe der Branche im Überblick vorgestellt werden.

Hier die Prospekte im Überblick, die beim Verband erhältlich sind: ■



Ausbildungszentrum Polygrafie in Chemnitz: Ihr regionaler Partner in Bildungsfragen



Mediengestaltung, digitale Druckvorstufe, Druckverfahren, Management und Qualitätssicherung – das sind die Hauptinhalte der Tätigkeit des AZP.

Wissen wird ständig aktualisiert und erweitert, daher ist das AZP zum wichtigsten Partner nicht nur der regionalen

Medienindustrie in Bildungsfragen geworden.

Die wichtigsten Tätigkeitsfelder:

- die Erstausbildung von Mediengestaltern und Medientechnologen Druck
 - Umschulungen, Qualifizierung von Quereinsteigern
 - Fortbildung zum Industriemeister/Medienfachwirt Print
 - Schulungen in den Bereichen Druckvorstufe und Druck
- Das AZP ist autorisierter Bildungsträger des Verbandes Druck und Medien Mitteldeutschland e. V. und ein selbst-

ständiges Unternehmen mit dem Status der Gemeinnützigkeit. Die Finanzierung erfolgt durch Einkünfte aus Lehrgangsgebühren.

Mit Beginn des neuen Lehrjahres stehen Ihnen wieder vielfältige berufsübergreifende Ausbildungsmodulare zur Verfügung. Nutzen Sie die langjährigen Erfahrungen in der Ausbildung zur schnellen und erfolgsorientierten Unternehmensintegration Ihrer Auszubildenden.

Die genauen Inhalte finden Sie im Internet unter www.azp.de: ■



Andrea Borrman (Mitarbeiterin Office) und Eric Jakubowski (Drucker) nahmen die Auszeichnung entgegen

AUS DEM VERBAND

„Schau rein! – Woche der offenen Unternehmen in Sachsen“ ▶ Ehrung für Druckerei Thieme Meißen GmbH für das Engagement einer ausgezeichneten Berufsorientierung

Das war doch mal ein ordentliches Brimborium im Versammlungsraum der Druckerei Thieme im Zschendorfer Gewerbegebiet in Meißen. Neben Pressesprecherin Berit Kasten, Schichtleiter Eric Jakubowski und Mitarbeiterin Andrea Borrman sind unter anderem Vertreter aus dem Landratsamt Meißen, Torsten Zichner von der Wirtschaftsförderung Region Meißen und Petra Schlüter von der Agentur für Arbeit in Riesa an einem Tisch versammelt.

Der Grund ist die nach 2016 erneute Teilnahme des 113 Jahre alten Betriebs an der Veranstaltung „Schau rein! – Woche der offenen Unternehmen in Sachsen“. „Dabei können Schüler ab der siebten Klasse Einblicke in den Berufsalltag eines Mediengestalters digital und Print sowie eines Medientechnologen, entweder im Bereich Druck oder Verarbeitung, gewinnen“, sagt Andrea Borrman für ihr Unternehmen.

Die Rückmeldungen der Schüler seien äußerst positiv gewesen, erzählt Petra Berkman vom Landratsamt Meißen. Deshalb gab es auch den ersten Preis für die Druckerei aus den Händen des Projektleiters von „Schau rein“ Torsten Zichner. Damit wurde das besondere Engagement bei der Berufsorientierung gewürdigt. Das Unternehmen präsentierte die Berufsbilder außergewöhnlich praxisnah sowie nachhaltig für die Schüler. In der Druckerei konnten die Schüler verschiedene Druck- und Falztechniken kennenlernen.

Das „Schau rein! – Angebot“ ist ein Baustein der Aktivitäten des Meißner Unternehmens zur Nachwuchsgewinnung.

„Schau rein“ ist Sachsens größte Initiative zur Berufsorientierung und zeigt Jugendlichen ab Klassenstufe 7 praktische Berufsorientierung und konkrete Anforderungen im Unternehmen auf. ■



Martin Grünert (Mitte), stv. Betriebsleiter der Druckwerke Reichenbach

INTERVIEW

Antje Steinmetz, Geschäftsführerin des vdm Mitteldeutschland, sprach mit Martin Grünert über seine Beweggründe, in diesem Ausschuss mitzuwirken. Zur Sprache kommen auch Erfahrungen mit Bewerbern und gute Bildungsarbeit.

► Vorgestellt: Martin Grünert, stellvertretender Betriebsleiter der Druckwerke Reichenbach für den Verband im Bildungspolitischen Ausschuss tätig

Der Bildungspolitische Ausschuss ist ein Arbeitsausschuss des Bundesverbandes Druck. Ihm gehören Unternehmer und Unternehmensvertreter an, die Mitglied eines Landesverbandes sind. Er vertritt die Unternehmensinteressen auf allen Gebieten der Bildung, insbesondere gegenüber den Bundesministerien (BMWi/BMBF), Arbeitsagenturen, Interessenverbänden und Kulturministerien.

Martin Grünert, stv. Betriebsleiter der Druckwerke Reichenbach GmbH, ist für den Verband Druck und Medien Mitteldeutschland e. V. seit 2016 Mitglied in diesem Ausschuss.

Herr Grünert, auf die Frage, ob Sie in diesem Gremium mitwirken wollen, haben Sie spontan „ja“ gesagt. Warum?

Ich bin überzeugt davon, dass für den Wirtschaftsstandort Deutschland eine gute Ausbildung extrem wichtig ist. Qualifizierte Arbeitnehmer sind für uns als Mittelständler unersetzlich. Deshalb freue ich mich, an der Gestaltung von bildungspolitischen Themen mitzuwirken.

Alle sprechen von Fachkräftemangel. Spüren Sie das bei allen Berufen in unserer Branche?

Definitiv ja. Vor allem junge Fachkräfte sind heiß begehrt und daher auf dem freien Arbeitsmarkt kaum vorhanden. Dabei ist es natürlich auch so: Je speziel-

” Ausbildung und Weiterbildung sind für uns wichtige Punkte, um in die Zukunft zu investieren.“

ler Firmen wie wir sind, umso schwieriger ist es Fachkräfte zu finden, die dann auch unseren Anforderungen entsprechen.

Sie sind bei den Druckwerken Reichenbach u. a. für die Ausbildung zuständig. Wie sind Ihre Erfahrungen? Lassen sich junge Leute von unserer Branche begeistern?

Leider wird es immer schwieriger Schulabgänger mit Talent für unsere Branche zu finden und zu begeistern. Für den Bereich Medientechnologie Druck stehen die Chancen dabei noch ganz gut. Aber für den Bereich Weiterverarbeitung sieht es schon schlechter aus. Das Problem im Bereich Vorstufe (NICHT Gestaltung) besteht wiederum darin, dass in den Köpfen der Jugendlichen völlig falsche Vorstellungen über diese Ausbildungsrichtung bestehen. Ich möchte aber auch nicht schwarzmalen sondern denke, dass es uns nach wie vor ganz gut gelingt, junge Menschen für diese Branche zu begeistern. Allerdings erst dann, wenn sie es bis zum Vorstellungsgespräch schaffen - wenn...

Welche Erfahrungen konnten Sie in der Bildungsarbeit sammeln, die Sie anderen Mitgliedsunternehmen zur Verfügung stellen können?

Mir ist es besonders wichtig Erfahrungen weiter zu geben, die mit der Persönlichkeitsbildung unserer Azubis zu tun haben. Einstellungen, Ansichten, Denkweisen, Herangehensweisen und vieles mehr haben sich in den letzten Jahren extrem gewandelt und sind bei den Jugendlichen heute ganz andere als vor 10 oder 15 Jahren. Diese Erfahrungen und Wandlungen der Zeit zu teilen halte ich für extrem wichtig, da wir als Ausbildungsunternehmen auch immer mehr die Rolle übernehmen müssen, Persönlichkeiten zu formen und Charaktereigenschaften zu stärken und Defizite anzusprechen.

Sie haben den vom Verband angebotenen Eignungstest für Ihre Bewerber durchführen lassen. Wie zufrieden sind Sie mit den Ergebnissen? Wo liegen Defizite?

Ich halte den Test für sehr sinnvoll, um einen Querschnitt über die kognitiven Eigenschaften der Bewerber zu erhalten. Allerdings bin ich von den

meisten Ergebnissen wenig begeistert. Hier ist der Schulstandort Deutschland gefordert. Von Schulabgängern muss (!) man da mehr erwarten können. Vor allem in Deutsch und Mathe gibt es starke Defizite. Logisches Denken und Konzentrationsfähigkeit lassen zu wünschen übrig. Andererseits und für mich schon überraschend, sind die Ergebnisse bei den Themen wie Wirtschaft, Soziales, Politik und Allgemeinwissen besser geworden. Das liegt wohl auch – oder vor allem – an den neuen Medien.

Sie sprachen es schon an: Um als Unternehmen zukunftsorientiert aufgestellt zu sein, reicht es zukünftig nicht, nur in Technik zu investieren, sondern sein Augenmerk auch auf Investitionen in die Köpfe der Mitarbeiter zu richten. Was sind dabei die größten Herausforderungen?

Aus- und Weiterbildung sind für uns wichtige Punkte, um in die Zukunft zu investieren. Aus meiner Sicht wird es aber immer wichtiger die eigene Firma für die Mitarbeiter identifizierbar zu machen. Die Leute müssen stolz darauf sein, in genau „dieser Firma“ zu arbeiten. Das erreichen wir nur mit modernen Organisationsmethoden, die auch soziale Aspekte der einzelnen Mitarbeiter beachtet. In Zukunft wird es auch mehr darauf ankommen, innerhalb einer Firma flexibel einsetzbar zu sein. „Multijobbing“ ist ein großes Thema. Hierfür die geeigneten Mitarbeiter zu finden, ist eine der großen Herausforderung. Die Ansicht, dass es für jeden „Handgriff“ einen Menschen mit einer Ausbildung gibt, ist veraltet. Über den Tellerrand schauen, denken und handeln sowie, dies jungen und auch erfahrenen Mitarbeitern zu vermitteln – das wird für uns die große Aufgabe der Zukunft sein.

Vielen Dank für das Gespräch!

www.druckwerke-reichenbach.de ■



WIR ENTWERFEN
SIE ENTSPANNEN

NUTZEN SIE UNSEREN FULL SERVICE | NEHMEN SIE SICH ZEIT FÜR SICH

Mit einer Inhouse-entwickelten Kampagne zu mehr Bekanntheit Mundschenk Druck + Medien macht auf sich aufmerksam

Klappern gehört zum Handwerk. Das dachte sich auch MUNDSCHENK Druck+Medien aus der Lutherstadt Wittenberg und hat eine Imagekampagne in eigener Sache entworfen. Was das Ziel dieser Kampagne war und an welchen Orten geworben wird, erzählen Jan P. Pajak und Franziska Miersch von MUNDSCHENK.

MUNDSCHENK Druck+Medien konzentrierte sich bei seiner neuesten Werbeaktion ganz auf die umfassende Inszenierung des eigenen Kerngeschäfts: Printprodukte und den dazugehörigen Service.

Als Full-Service-Dienstleister ist MUNDSCHENK Druck+Medien auf Gedrucktes spezialisiert und sorgt mit den vier Geschäftsbereichen – Entwicklung, Gestaltung und Satz; Druck, Weiterverarbeitung und Veredelung; Lettershop und Logistik sowie Stickpack Service – für die komplette Bandbreite. Diese Tatsache sollte nun in den Mittelpunkt einer Imagekampagne gestellt werden. Franziska Miersch, Mitarbeiterin für den Bereich Marketing und Design, zum Ablauf des Entstehungsprozesses: „In einem Brainstorming wurden spontan erste Ideen gesammelt. Das Ziel war ganz klar

die Neukundenakquise durch die weitere Bekanntmachung des Unternehmens in der Region. Es sollte eine ansprechende, zeitgemäße, überraschende und leicht verständliche Kampagne werden, die die Vorteile für unsere Kunden bei einer Zusammenarbeit mit MUNDSCHENK zeigt. Wir sind ein Full-Service-Unternehmen und wollten daher mit wechselnden Claims klare Verweise auf die vier Teilbereiche des Unternehmens und auf die Vorteile einer Zusammenarbeit mit uns machen. Kernbotschaft ist: MUNDSCHENK deckt die komplette Bandbreite an Mediendienstleistungen ab. Unternehmen und Agenturen können sich auf ihr Kerngeschäft konzentrieren, während wir die dazugehörigen hochwertigen Printprodukte für Sie herstellen und fristge-



WIR PERSONALISIEREN SIE PAUSIEREN

NUTZEN SIE UNSEREN FULL SERVICE | WIR SIND IHR FULL SERVICE PARTNER

recht an die Zielgruppe liefern. Kurz: MUNDSCHENK macht das schon. Die Kunden gewinnen im Gegenzug Zeit.“

Entstanden ist eine Bildwelt mit ganz unterschiedlichen Motiven, die nach Aussage des Unternehmens Menschen zeigen, die potenzielle Kunden sein könnten und die in ihrer Freizeit den schönen Dingen des Lebens nachgehen. Jan P. Pajak, zuständig für Produktion und Vertrieb, zur Idee dahinter: „Mit dem paarweisen Aufbau der Slogans soll ein Bezug zu den Geschäftsbereichen entstehen. Wir haben uns außerdem für Alliterationen



WIR SPENDEN AUF SIE DREHEN AUF

NUTZEN SIE UNSEREN FULL SERVICE | WIR SIND IHR FULL SERVICE PARTNER



WIR LIEFERN AUS SIE GEHEN AUS

NUTZEN SIE UNSEREN FULL SERVICE | WIR SIND IHR FULL SERVICE PARTNER

und Wortwiederholungen entschieden, um das noch eingängiger zu machen. Für den Bereich Entwicklung, Gestaltung und Satz verwenden wir beispielsweise den Claim: ‚Wir entwerfen – Sie entspannen.‘

Für die Abteilung Lettershop und Logistik haben wir uns ‚Wir liefern aus – Sie gehen aus‘ und ‚Wir personalisieren – Sie pausieren‘ ausgedacht. MUNDSCHENK will die Zielgruppe der Kampagne auf ganz unterschiedlichen Wegen erreichen. Dafür wurden Printprodukte in Form von Postkarten sowie Großflächenplakaten für Auto-, Bus- und Bahnhofswerbung erstellt. Zusätzlich gibt es einen hausintern produzierten Spot für Werbemonitore in Wittenberger Einkaufszentren.

Die Motive der Kampagne sind währenddessen auch auf unserer neuen Website zu sehen, die ebenfalls bei uns im Hause konzipiert wurde. Zum Effekt können wir jetzt noch nichts sagen, aber die ersten Rückmeldungen waren bereits sehr positiv.“ ■

► Paper Connect: Erfahrungen eines Mitgliedsunternehmens



paper CONNECT



Lesen Sie in dieser Ausgabe die Erfahrungen eines Mitgliedsunternehmens:

Wer kennt es nicht, das latente Gefühl in Preisgesprächen mit Lieferanten: Hätte ich mehr rausholen können? Einfach und schnell wissen, wo man steht ist eine Frage im sicheren und kooperativen Verhandeln und Pflegen von Lieferantenpartnerschaften mit dem Ziel einer beständigen Wertschöpfungskette.

Was war der Auslöser für uns, sich nach einem Dienstleister umzusehen?

Die schleichende strukturelle Ausdünnung der verfügbaren Papierlieferanten im Raum Mitteldeutschland – einhergehend mit einer Konzentration im Abnahmemarkt zeigten uns den wachsenden Bedarf, den Einkauf als solchen einer genaueren Analyse zu unterziehen. Uns war bewusst, dass die Abläufe und Verhandlungen mit den Lieferanten professioneller gestaltet werden mussten.

Was haben wir unternommen?

Mögliche Lösungsansätze für unser oben genanntes Problem und entsprechende Expertise wurden auf einer Verbandsveranstaltung in München vorgestellt. Im Ergebnis dieser haben wir uns für den Zeitraum 2015/2016 Fachwissen und Benchmarks eingekauft. Dazu wurde ein Vertrag, basierend auf Erfolg im Erreichen von Einsparungen, abgeschlossen. Diese Vereinbarung zum freiwilligen Teilen der Einsparungen mit Dritten setzt weiterhin einen Willen zur Transparenz voraus – andererseits werde ich durch Einblicke in vergleichbare Produkte und deren Preis-/Abnahmelevel nutzbringend entschädigt. Neben dem „eingekauften“ Zahlenwerk erkennt man darüber hinaus zusätzliche Ansatzpunkte, in welchen Kostenanteilen weitere Einsparpotenziale liegen. Selbst wertneutrale, nur auf Zahlen basierende Hinweise zum Hinterfragen und eventuellen Auflösen von Lieferantenbeziehungen erhält man.

Wie ging es weiter?

Basierend auf unseren Einkaufsrechnungen erhielten wir eine Art „Einkaufsübersicht“ zur internen Analyse. Mit diesen Zahlen war die Antwort „wo wir stehen“ und damit die seit Jahren gewünschte Grundlage für sicheres und kooperatives Verhandeln unserer Abnahmemengen und die Marktpreise gegeben. Mit diesen Benchmarks konnten wir unseren Lieferanten die Frage stellen, warum ein vergleichbarer Abnehmer günstiger einkauft. Was müssen wir vereinbaren, um auf ein vergleichbares Niveau zu kommen? Wie muss unsere Partnerschaft konstruiert werden, damit diese von Perspektive sein kann? Auf den Punkt gebracht: Sind Sie mein richtiger Partner? Im Nachgang stellten wir fest, dass keiner unserer Partner/Lieferanten in den Gesprächen sich rechtfertigen musste, denn basierend auf den oben genannten Fragen konnten wir einen gemeinsamen weiteren Weg der Zusammenarbeit finden. Festgestellt haben wir auch, dass die Einsparpotentiale nicht nur im Bereich unserer Werksorte lagen, mehr im Bereich der Nebenprodukte wie Farbe oder Papierrückkauf.

Was haben wir erreicht?

- Beantwortung unserer Frage – wo stehen wir
- Sicheres Verhandeln der Preise mit klaren und vergleichbaren Zielvorgaben für die Lieferanten
- Zufriedenstellende Einsparvolumen erreicht
- Wissenstand über Benchmarks ins eigene Haus geholt.
- Verbesserte Zahlungskonditionen
- Wir sind Partner und Ansprechpartner auf Augenhöhe der Lieferanten geblieben – mit allen Höhen und Tiefen, aber mit dem Wissen, zumindest mit win-win-Situationen aus Preisverhandlungen zu gehen.

Was vermissen wir nach der Optimierung?

Unsere Einsparpotentiale waren – laut Aussage des Beraters - erschöpft. Ziel ist es nun, eine neue Form der Zusammenarbeit zu finden, welche für beide Seiten sinnvoll und tragfähig ist. Dies könnte einerseits ein Ausgliedern der Einkaufsverhandlungen sein, andererseits aber auch eine Art Einkaufscontrolling (Mengen und Wertbeobachtung) basierend auf unserem Verhandlungsgeschick. ■

Für Sie auch interessant, wenn es um Kosteneinsparung geht...



Das Seminar „Den Ergebnisfressern auf der Spur“, ein Angebot der Verbände Druck und Medien Nord-West und Bayern mit der Unternehmensberatung GC Graphic Consult wurde bereits erfolgreich in Bayern durchgeführt. Jetzt gibt es zwei weitere Termine in Gelsenkirchen und Hamburg.

Verpassen Sie keinen Termin! In diesem Seminar werden wichtige Stellschrauben offen gelegt und anschließend auf bedeutende Hebel zur Kosteneinsparung – z. B. im Umsatz, Material- und Fremdleistungsaufwand, den Personal und Prozessen – intensiv eingegangen. Alle Teilnehmer erhalten eine Checkliste, die sie das gesamte Seminar über mit ihren individuellen Stellschrauben und Anmerkungen füllen können. Am Ende der beiden Tage hält jeder Teilnehmer den eigenen Fahrplan in der Hand, mit dem er beginnen kann, Ergebnisfresser im Unternehmen zu identifizieren und die Gewinne zu steigern.

Die nächsten Termine:

27./28. September 2017 in Gelsenkirchen

14./15. November 2017 in Hamburg

Das Programm und den detaillierten Ablauf finden Sie unter:

www.vdmnw.de/betriebswirtschaft/informationen ■

AUS DEM VERBAND

► Blochwitz in der dritten Generation 75 Jahre Zeitzer Druckhandwerk

Im Zuge der rasanten Industrialisierung eröffneten im Deutschland des 19. Jh. zahlreiche Buchdruckereien. So auch im Jahre 1836 im Stadtzentrum von Zeitz, in der Nähe jener Stelle, an der 1942 Fritz Blochwitz mit dem Erwerb der altherwürdigen Buchdruckerei Brendel - für die er zuvor bereits 10 Jahre als Faktor tätig war - die Ära des Druckhauses Blochwitz einleitete.

Die Buchdruckmeisterin Vera Matthes, geb. Blochwitz, wurde, nach ihrem Studium zum Ing. oec. der Polygraphie, 1970 Mitinhaberin des väterlichen Traditionsunternehmens und nach dem Tode ihres Vaters im Jahre 1981 alleinige Inhaberin des damals noch auf Buch- und Akzidenzdruck spezialisierten Druckhauses. Zusammen mit ihrem Mann Dieter Matthes, Ing. oec. der Polygraphie, führte Frau Matthes das Unternehmen durch die von Materialmangel und Genehmigungswillkür geprägte DDR-Zeit, bis schließlich im Jahre 1990 der dringend notwendige technische und organisatorische Umbau eingeleitet werden konnte.

Im Zuge der technischen Umstellung von Hand- auf Computersatz eröffnete Sybille Gotzmann, Dipl.-Ing. der Polygraphie, Tochter von Vera und Dieter Matthes, ein Satz- & Werbestudio in den Räumen der Druckerei.



Außenansicht des Druckhauses im historischen Zeitzer Stadtzentrum

Mit diesem Schritt begann die bis heute andauernde Transformation des traditionsreichen Druckhauses in ein modernes Medienhaus, welches im Jahre 2004 von Frau Gotzmann und ihrem Mann Andreas Gotzmann, Dipl.-Ing. für technische Kybernetik, übernommen wurde und inzwischen 15 Facharbeiter und 3 Auszubildende beschäftigt und neben Drucksachen auch Designleistungen anbietet und Werbetechnik produziert. Namhafte regionale und überregionale Kunden erhalten bei Blochwitz fachliche Beratung eine persönliche Betreuung und moderne Produktionslösungen zur Herstellung hochwertiger Druck- und Werbeprodukte aus einem Haus. Einen Überblick über das gesamte Leistungsspektrum findet sich auf der Internetseite unter www.blochwitz.info.

Mit dem nun bevorstehenden 75-jährigen Jubiläum wollen Mitarbeiter und Inhaber Anfang kommenden Oktobers im Rahmen eines Tages der offenen Tür gemeinsam mit Geschäftspartnern, Lieferanten und Kunden am frisch renovierten, historischen Druckereistandort in Zeitz feiern. ■



Vera Matthes (l.) und Tochter Sybille Gotzmann (r.) beim Unternehmertag im Rahmen des 1050-jährigen Jubiläums der Stadt Zeitz im Juni 2017

► 25. Ausgabe erschienen: Handbuch Druck und Werbung Sachsen, Thüringen, Sachsen-Anhalt

Seit über 25 Jahren gibt das Sächsische Institut für die Druckindustrie (SID) das „Handbuch Druck und Werbung Sachsen, Thüringen, Sachsen-Anhalt“ heraus. Die neu überarbeitete 2017er Ausgabe steht Ihnen ab sofort in der bewährten Form zur Verfügung.

Auftraggeber, die Firmen für die Herstellung Ihres speziellen Printmediums suchen, werden in diesem Nachschlagewerk schnell fündig. Zusätzlich zu den Kontaktdaten jedes Unternehmens bietet das Handbuch Informationen zum Leistungs- und Produktangebot der einzelnen Firmen.

Das jährlich aktualisierte Verzeichnis im A5-Format, 4-farbig gedruckt, enthält rund 1.200 Firmeneinträge. Es ist untergliedert in die Kapitel Werbung/Druckvorstufe, Druckereien, Druckweiterverarbeiter, Hersteller, Händler und Entsorger. Das Kapitel Infothek beinhaltet u.a. Firmeneinträge von Unternehmensberatern und Sachverständigen, Informationen zur Erstellung grafischer Erzeugnisse, einen Messekalender sowie weitere Adressen aus dem Umfeld der Druckbranche. Das Handbuch Druck und Werbung Sachsen, Thüringen,



Sachsen-Anhalt 2017 kann ab sofort zum Preis von 20,00 € zzgl. Versand- und Verpackungskosten entweder über das Bestellformular im Internet www.sidleipzig.de/handbuch oder per E-Mail handbuch@sidleipzig.de erworben werden.

Neben der gedruckten Version präsentiert das SID auf www.handbuch-druck-werbung.de mit dem neuen Online-Portal Handbuch Druck und Werbung online auch eine auf

den gesamten deutschsprachigen Raum erweiterte Recherchemöglichkeit mit ausgewählten Unternehmen.

Kontakt:

Sächsisches Institut für die Druckindustrie GmbH,
Redaktion Handbuch
Telefon: 0341/2 59 42-26 / Telefax: 0341/2 59 42-86
E-Mail: handbuch@sidleipzig.de ■

Neues aus der Gutenbergschule Leipzig: Über den Tellerrand schauen



Seit einigen Jahren ist es in der Gutenbergschule, BSZ der Stadt Leipzig, am Gutenbergplatz zu einer schönen Tradition geworden, dass die Lehrkräfte, gemeinsam mit den Auszubildenden des ersten Ausbildungsjahres im Bereich Druck, vom üblichen Prozedere

des Berufsschulunterrichts abweichen. Das geschieht in einer Projektwoche. Sowohl die Klassenstruktur als auch das Zeitregime werden außer Kraft gesetzt. Manche der Lehrer haben sich ein Thema gesucht, mit dem sie sonst nichts zu tun haben, manche bleiben bei Ihrem Themengebiet. Die Auszubildenden dürfen sich aussuchen, welches Thema sie gern bearbeiten würden aber dieses darf nicht zum eigenen Ausbildungsberuf gehören. Die Gruppen werden mit Schülern aus unterschiedlichen Klassen gebildet, so dass sich die Jugendlichen, die sich bisher immer nur auf den Gängen der Schule begegnet sind, im gemeinsamen Arbeiten näher kennenlernen können.

Nach einer Kennenlernrunde beginnen die Gruppen, sich mit den unterschiedlichen Themen auseinanderzusetzen. Zum Abschluss werden am Donnerstag alle Ergebnisse im Foyer der Gutenbergschule präsentiert. Damit auch Bewegung und Spaß nicht zu kurz kommen, endet die Projektwoche am Freitag mit einem Volleyballturnier, bei dem gegen die beste Schülersmannschaft auch eine Lehrermannschaft antritt, aber leider immer knapp verliert. Aber das ist nicht so wichtig, denn auch die Lehrer haben da ja nur mal über den Tellerrand geschaut.

Marianne Taut,
Fachleiterin Druck Medien ■

NUTZEN

Herzlich willkommen beim Verband Druck und Medien Mitteldeutschland e.V.

TERMINE / VERANSTALTUNGEN

20./21. April 2018 – Gemeinsame Jahrestagung der Verbände NordOst und Mitteldeutschland in Neuruppin

Neugierig auf Neuruppin – Wir stellen Ihnen den Tagungsort vor



Unser Tagungsort Resort Mark Brandenburg

Direkt am Ufer des Ruppiner Sees in Neuruppin, kanpp eine Fahrstunde von Berlin entfernt liegt das Resort Mark Brandenburg und verwöhnt seine Gäste mit einem Ensemble aus Entspannung, Herzlichkeit und Kulinarik. Hier erleben Besucher eine großzügige Therme und ein Hotel. Alles unter einem Dach. In dem Becker der Therme befindet sich die vor Ort geförderte Naturheilsole. Eine weitere Besonderheit ist die schwimmende Seesauna, die größte Deutschlands. Aus den Hotelzimmern haben Gäste einen weiten Blick über den See. Und egal welches Restaurant Sie besuchen,

alle haben eine eigene Seeterrasse. Salz, Sauna und See. Das ist die fein abgestimmte Mischung, die das Resort Mark Brandenburg stolzer Gewinner des Tourismuspreises des Landes Branden-

burg 2016, zu einem Wellnesshotel der Sinne macht.

Neuruppin - eine echte Perle Brandenburgs

Von der Uferpromenade schweift der Blick weit über den schier endlosen Ruppiner See. Die historische Altstadt, ein zweihundert Jahre altes Gesamtkunstwerk des Frühklassizismus, macht den Geburtsort Theodor Fontanes und Karl-Friedrich Schinkels zum Musterbeispiel preußischer Baukunst. Lange und breite Straßen mit stattlichen Plätzen bestimmen das Bild. Mit dem neuen Anbau des Museums Neuruppin wurde ein weiterer städtebaulicher Akzent gesetzt.

Vieles von einst wird bis heute liebevoll bewahrt, wie der Tempelgarten mit dem Apollo-Tempel, den Kronprinz Friedrich während seiner Regimentszeit anlegte. 1853 erwarb die Familie Gentz das Kleinod. Sie gestaltete den Garten nach der damaligen Schwärmerei für die Welt des Orients im maurischen Stil um - mit kleiner Villa und Gärtnerhaus. Weltweit bekannt sind die Neuruppiner Bilderbogen. Als Begründer gilt der Buchdrucker Johann Bernhard Kühn, der ab 1810 die handkolorierten Blätter herstellte. Noch bis 1937 wurden die Bilderbogen in drei Druckereien produziert. In diesen rund 125 Jahren gingen ca. 20.000 verschiedene Bilderbogenmotive in die Welt. Das Museum der Stadt Neuruppin besitzt eine der größten Sammlungen dieser Vorläufer unserer Illustrierten. Weltberühmt sind auch zwei Söhne der Stadt: Karl Friedrich Schinkel (1781-1841), der geniale Baumeister, und der Dichter Theodor Fontane (1819-1898), der in der Löwen-Apotheke geboren wurde. Seit 1952 ist Neuruppin Kreisstadt und 1998 erhielt sie den Titel Fontanestadt. ■

TERMINE IN IHRER REGION

26. und 27. September 2017, Leipzig
Seminar: Kalkulationsgrundkurs

26. September 2017, Dessau
Roadshow „Digitale Medien im Ausbildungsalltag“

20. Oktober 2017, Radebeul
Verbandsveranstaltung bei KBA

3./4. November 2017, Leipzig
Messe: Azubi- und Studientage 2017

10. November 2017, Leipzig
Seminar: Update der PSO-Norm

11. November 2017, Leipzig
InnoPRINT Leipzig 2017

16. November 2017, Leipzig
Seminar: Betriebswirtschaftliches Rüstzeug für technische Mitarbeiter

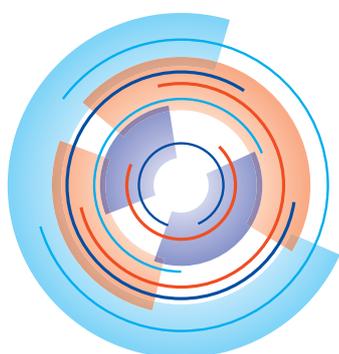
20. November 2017, Leipzig
Seminar: Online Marketing kompakt

15. Dezember 2017, Leipzig
Verbandsweihnachtstreffen

innoPRINT Leipzig 2017

Samstag, 11.11.2017
9.00 bis 13.00 Uhr

Drucken ist **VIEL**falt.
Drucken ist **MEHR**wert.



innoPRINT
Leipzig

Symposium Druck-,
Verpackungs- und
Beschichtungs-
technologie

Moderation: Beatrix Genest
Sächsisches Institut für die Druckindustrie GmbH

1. Die Welt des Druckens – unbegrenzte Möglichkeiten!

Prof. Dr. Edgar Dörsam
Technische Universität Darmstadt

2. Industrie 4.0 – Chancen & Herausforderungen

Rolf Possekkel
KBA-Deutschland GmbH

3. Podiumsdiskussion „Printing – over and out?“

4. Ideen aus der Forschung – Aktuelle Ergebnisse unserer Studenten und Absolventen

 Weitere Informationen finden Sie unter:
www.facebook.com/innoprintleipzig

Veranstaltungsort und Gebühren
HTWK Leipzig, Gutenberg-Bau
Gustav-Freytag-Str. 42, 04277 Leipzig
Keine Teilnehmergebühren

Veranstalter
Hochschule für Technik, Wirtschaft
und Kultur Leipzig, Fakultät Medien;
iP³ Leipzig – Institute for Printing,
Processing and Packaging Leipzig;
Sächsisches Institut für die Druck-
industrie GmbH;
Verband Druck und Medien Mittel-
deutschland e.V.

Anmeldung
Ihre Anmeldung richten Sie bitte
bis zum 27. Oktober 2017 an
kathrin.mandler@htwk-leipzig.de oder
steinmetz@vdm-mitteldeutschland.de.

Kapazitätsgrenze: 100 Teilnehmer

Sponsoren:



Vertrag zur Förderung des
Bundesministeriums für
Bildung und Wissenschaft
und Kultur Leipzig e.V.



GASTBEITRAG

► Lernen 4.0: Virtuelles Training & Coaching mit Video Role-Play

Immer mehr Unternehmen stehen vor der Herausforderung, ihre Weiterbildungsmaßnahmen nachhaltig und messbar zu gestalten, Wissen zu sichern und für alle Mitarbeiter langfristig schnell und einfach zugänglich zu machen.

Diese und weitere Anforderungen zeigen sich auch in vielen Studien, wie der Incore-Studie „Lernen im Jahr 2030“. Personalentwicklung und Weiterbildung sollten demnach unter anderem: vernetzt und mobil sein

- die kollektive Intelligenz von Unternehmen nutzen
- bessere Lernkontrollen ermöglichen
- individuelles Feedback ermöglichen

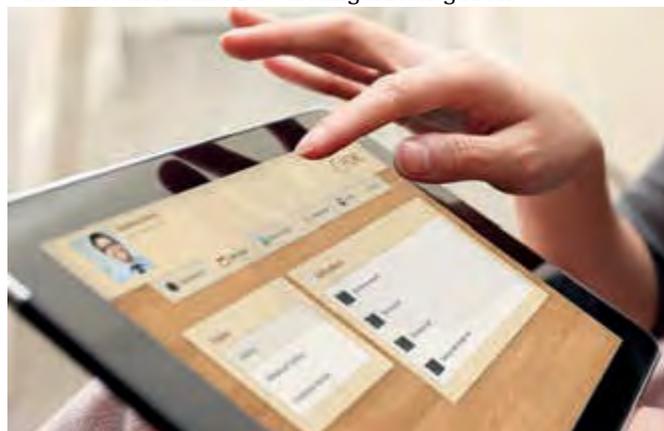
Die Trainingsplattform Video Role-Play – www.videoroleplay.de - ist eine E-Learning-Lösung, die diesen Anforderungen schon heute gerecht wird. Virtuelle Szenariotrainings kompensieren die Nachteile von klassischen Rollenspielen und bieten darüber hinaus wesentliche Vorteile. Traditionelle Lernumgebungen erfordern, dass Trainer und Lernende zur gleichen Zeit am gleichen Ort sind. Durch den Wechsel zu örtlicher und zeitlicher Unabhängigkeit durch die Online-Plattform eröffnet sich die Möglichkeit, Trainingsinhalte dann zu wiederholen und zu vertiefen, wenn es für den Lernenden in den eigenen Zeitplan passt. Durch die ungestörte Atmosphäre beim Üben von Rollenspielen kann das Lampenfieber beim Lernenden minimiert und die Performance gesteigert werden. Während bei klassischen Rollenspielen extrovertierte oder erfahrene Mitarbeiter dominieren, bietet Video Role-Play Chancengleichheit. Jeder lernt für sich, wann, wo und wieviel er will – und alle lernen von den Besten.



Übung macht den Meister – durch die kontinuierliche Wiederholung von Inhalten mit Video Role-Play werden nachhaltige Trainingseffekte erzielt.

Szenariotrainings konzipieren in nur 5 Minuten

Auf der Plattform beschreibt der Coach oder die Führungskraft Trainingsszenarien. Die Teilnehmer werden automatisch per E-Mail über die neue Aufgabe informiert und können nach eigenem Zeitplan und in eigener Lernatmosphäre trainieren. Dabei können sie die Antwort beliebig oft aufnehmen und erst dann an den Mentor übermitteln, wenn sie selbst zufrieden sind – Auswertungen zeigen durchschnittlich 6 Wiederholungen, wodurch ein nachhaltiger Lerneffekt erzielt wird. Denn Übung macht bekanntlich den Meister! Dann kann der Trainer zu jedem Beitrag Feedback per Videobotschaft und Bewertungsraster geben.



Video Role-Play funktioniert auf jedem Gerät, das über einen Webbrowser und eine Kamera verfügt.

Einsatzbeispiele von Video Role-Play

Die Plattform unterstützt Mitarbeiter, Prozesse oder ein neues Produkt bestmöglich dem Kunden zu erklären. Führungskräfte können Video Role-Play nutzen, um mit dem Nachwuchs Kommunikations- und Verhandlungsfähigkeiten zu trainieren und gleichzeitig anhand der Videos Potenzial und Entwicklung einzuschätzen. Vertriebs- und Mitarbeiter werden in kürzester Zeit im optimalen Umgang mit häufigen – auch kritischen – Fragestellungen und einer einheitlichen Präsentation des Unternehmens nach außen geschult. Und für die Kollegen in der Produktion und im Service werden für alle kniffligen Themen Best-of-Lösungen und Anleitungen zusammengestellt. Kurzum: Mit Video Role-Play werden Mitarbeiter bestmöglich und immer aktuell für ihre Arbeit befähigt und im Joballtag unterstützt.

Mehr unter www.videoroleplay.de

E-Mail: info@videoroleplay.de

Telefon: +49 (0) 341 – 355 744-15

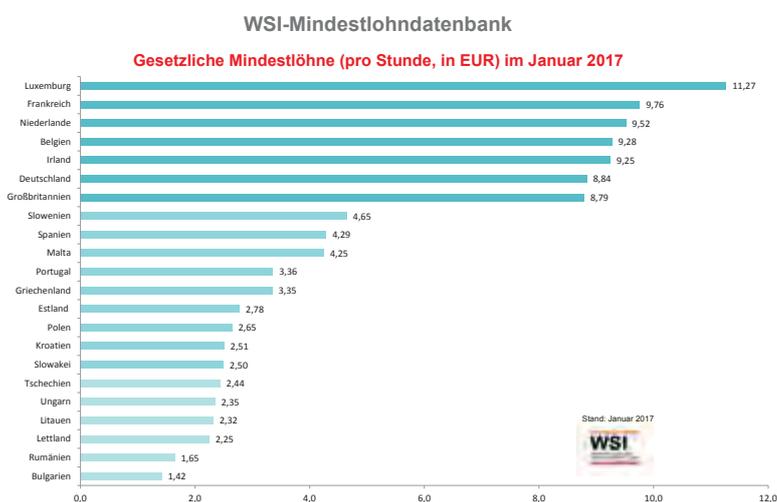
Ihr Ansprechpartner: Knut Sonnabend ■

RECHT – RECHT NÜTZLICH!**► Der Mindestlohn**

Seit dem 01.01.2015 muss erstmalig in der Geschichte des Bundesrepublik Deutschland ein flächendeckender gesetzlicher Mindestlohn gezahlt werden. Der Mindestlohn beträgt seit dem 01.01.2017 pro geleistete Arbeitsstunde 8,84 EUR.

Wie hoch ist der Mindestlohn in anderen europäischen Ländern?

In der Europäischen Union haben von derzeit 28 Mitgliedsstaaten 22 Staaten einen gesetzlichen Min-



destlohn. Ausnahmen sind Dänemark, Finnland, Italien, Österreich, Schweden und Zypern. Dabei geht die Spannweite weit auseinander. So wird in Bulgarien ein Mindestlohn von 1,42 EUR und in Luxemburg ein

Mindestlohn von 11,27 EUR pro Arbeitsstunde gezahlt. Müssen auch Zeiten von Arbeitsbereitschaft, Bereitschaftsdienst und Rufbereitschaft mit dem gesetzlichen Mindestlohn vergütet werden?

Arbeitsbereitschaft liegt vor, wenn die Art der vom Arbeitnehmer verrichteten Tätigkeit einen Wechsel zwischen voller und geringer Beanspruchung beinhaltet (z.B. Verkäuferin wartet auf Kunden). Bereitschaftsdienst bedeutet, dass sich der Arbeitnehmer an einer vom Arbeitgeber bestimmten Stelle innerhalb oder außerhalb der Betriebsstätte aufzuhalten hat, um seine Arbeit sofort oder zeitnah aufnehmen zu können (Bereitschaftsarzt im Krankenhaus). Sowohl Arbeitsbereitschaft als auch Bereitschaftsdienst sind grundsätzlich Arbeitszeit und sind daher zu vergüten. Bei der Rufbereitschaft darf sich der Arbeitnehmer, im Gegensatz zum Bereitschaftsdienst oder zur Arbeitsbereitschaft, an einem Ort seiner Wahl aufhalten. Er muss aber für den Arbeitgeber erreichbar und in der Lage sein, die Arbeit innerhalb einer angemessenen Zeitspanne aufzunehmen. Rufbereitschaft gilt nicht als Arbeitszeit und muss daher nicht vergütet werden.

Können Sachleistungen auf den Mindestlohn angerechnet werden?

Da der Mindestlohn in Euro bemessen ist, ist der Arbeitgeber verpflichtet, den Mindestlohn in Geld auszus zahlen. Sachbezüge (z.B. Verpflegung, Warengutschein, Tankgutscheine) können auf den Mindestlohn daher nicht angerechnet werden. ■



Interesse? Dann rufen Sie mich gern an unter
Tel. : 0341-355744-15 oder
schreiben Sie mir eine Mail an
knut.sonnabend@triplea.de.

rehearsal
www.videoroleplay.de

Sie sind vielleicht keine Spitzenballerina, dennoch gilt die gleiche Regel für Sie und Ihr Team: **Niemand wird ohne Übung zum Spitzenreiter!**

PRACTICE
WERDEN SIE ZUM BESTEN
IN IHRER BRANCHE MIT
REHEARSAL VIDEO ROLE-PLAY

IMMATERIELLES KULTURERBE HISTORISCHE DRUCKTECHNIKEN

Lebendige Vermittlung im Museum für Druckkunst Leipzig

Das Museum für Druckkunst Leipzig hat sich seit seiner Gründung 1994 der aktiven Bewahrung der historischen Drucktechniken verschrieben. Anhand von 100 funktionierenden Maschinen und Pressen und mit entsprechendem Fachpersonal werden in Werkstattatmosphäre 550 Jahre Druck- und Mediengeschichte lebendig vermittelt. Und das in einem historischen Gebäude, in dem schon 1922 die Druckmaschinen ratterten und die Luft nach Maschinenöl und Druckfarbe roch.

Gleichzeitig ist das Museum ein authentischer Ort der Industriekultur und Teil der Sächsischen Route der Industriekultur. Hülle und Inhalt sind auf besondere Weise miteinander verbunden. Erleben kann man die drei wichtigsten historischen Drucktechniken: den Hochdruck, den Tiefdruck und den Flachdruck. Den Schwerpunkt bildet der traditionelle Buchdruck, zu dem auch der Holzstich gehört. Auch der Offsetdruck ist in der Sammlung vertreten sowie die Druckformherstellung, die vom Handsatz seit dem 15. Jahrhundert, über Maschinen- und Fotosatz bis zum computergestützten Satz präsentiert wird.

Die einzelnen Schritte in der Printherstellung von Gutenbergs Zeit bis ins 20. Jahrhundert lassen sich anschaulich nachvollziehen. So werden in der Schriftgießerei vor den Augen der Besucher Bleibuchstaben von Hand oder maschinell gegossen, man kann Schriftsetzern über die

Schulter schauen und den Druck an Handpressen und Maschinen direkt verfolgen. Eine Besonderheit bildet die komplett ausgestattete Handbuchbinderei.

Anfassen und Mitmachen sind im Museum für Druckkunst Programm, denn in den Rundgang sind verschiedene Hands-on-Stationen integriert. Regelmäßige Sonderausstellungen widmen sich gezielt Einzelthemen, um das breite Spektrum der Druckkunst in vielen Facetten darzustellen.

In der digitalen Welt von heute ist das Museum für Druckkunst einer der letzten, aktiven Orte in Deutschland, wo das wichtige Wissen um die handwerklichen Fähigkeiten und die drucktechnischen Entwicklungen der vergangenen Jahrhunderte lebendig bleibt und für die nächsten Generationen erhalten wird. Denn die von Innovationen geprägte Geschichte der Druckindustrie ist die Basis für ihre erfolgreiche Zukunft.

Museum für Druckkunst Leipzig

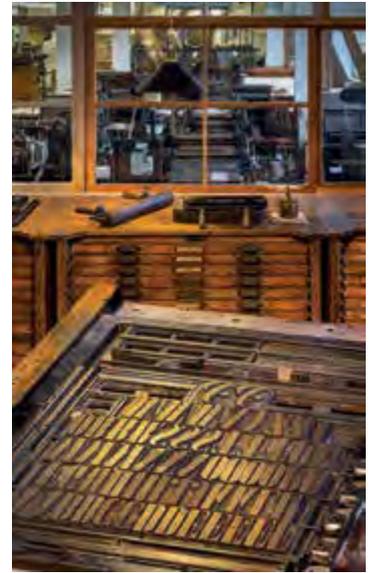
Nonnenstr. 38 - 04229 Leipzig

Mo-Fr 10-17 Uhr, So 11-17 Uhr

0341 - 231 620

www.druckkunst-museum.de

www.facebook.com/museumfuerdruckkunst ■



Blick in die Sammlung (c) Klaus D. Sonntag

TERMINE DES MUSEUMS

September

10.9., 12 Uhr

Führung „Luther – Leipzig – Letterpress. Martin Luther macht Druck.“

13.9., 19 Uhr

Vortrag „Von Engeln, Geistern und Dämonen“ – Über Salman Schocken, Moshe Spitzer und die Bücherei des Schocken-Verlages

18.9., 19 Uhr

Vortrag und Lesung „Eine Wiener Romanze“

21.9., 19 Uhr

Lesung der Büchergilde „Paradies der falschen Vögel“

24.9., 12 Uhr

Führung „New Types. Drei Pioniere des hebräischen Grafik-Designs.“

24.9., 17 Uhr

Vortrag „Eine illustrierte Geschichte der hebräischen Grotteskschrift im 20. Jahrhunderts.“

29.9., 9:30-17 Uhr

Seminar „Architekturfotografie und Bildbearbeitung“

Oktober

20.10., 18 Uhr

Ausstellungseröffnung „Günther Uecker – Huldigung an Hafez“

22.10., 12 Uhr

Führung „Günther Uecker – Huldigung an Hafez“

27.10., 9:30-17 Uhr

Seminar „Papier und seine Vielfalt“

29.10., 12 Uhr

Führung „Luther – Leipzig – Letterpress.“

November

3.11., 18 Uhr

Ausstellungseröffnung „Musik für die Augen. 25 Jahre Carivari“

19.11., 12 Uhr

Führung „Günther Uecker – Huldigung an Hafez“

26.11., 12 Uhr

Führung „Musik für die Augen. 25 Jahre Carivari“

Dezember

3.12., 12-16 Uhr

Familienworkshop: Handsatz und Radierung

10 auf einen Streich

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

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

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

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

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



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



Produktiv, kooperativ, engagiert

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

AUMÜLLER DRUCK REGENSBURG

1888 Gründung als Zeitungsbetrieb

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

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

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

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

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

”

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

Christian Aumüller



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

”

Wer nichts verschwendet, kann großzügig sein.“

Stefan Aumüller

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

Deutscher Druck- und Medientag 2017

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

bvdm.

Bundesverband
Druck und Medien e.V.

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

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

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

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



FOTOS: CHRISTIAN A. WERNER



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



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



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



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

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

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





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



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



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



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

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

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



Zukunftsfonds – Die Branchenlösung, die Sicherheit mit Renditechancen kombiniert.

Die betriebliche Altersversorgung.

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

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

HDI Generalvertretung: Jahreis & Kollegen | Telefon: 0911 96042954

HDI Hauptvertretung: Claudia Schneider | Telefon: 0162 9006039 | claudia.schneider@hdi.de



zukunftsfonds.
Medien · Druck · Papier

www.zukunftsfonds-medien-druck-papier.de

bvdm.

hpv

ver.di

HDI

Auf den Farbort kommt es an

EIN TAG IM LEBEN EINES QSD-AUDITORS

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

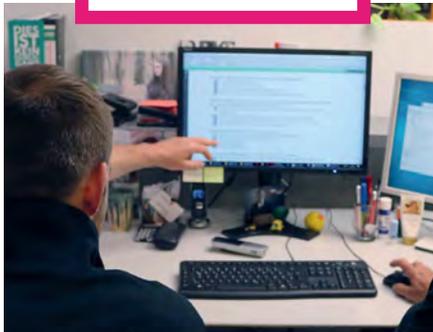
1

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



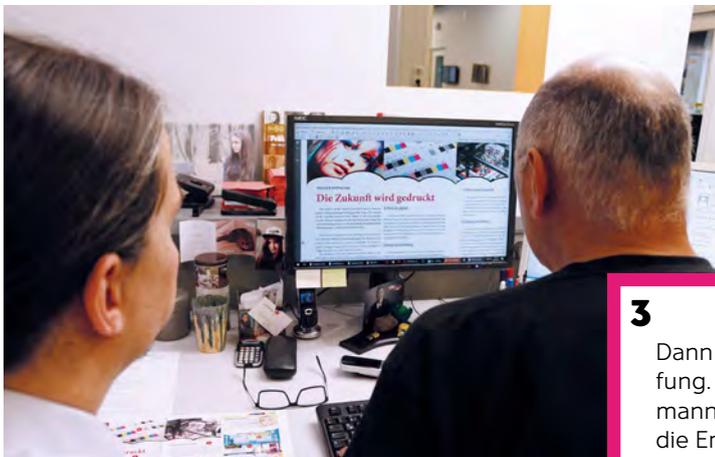
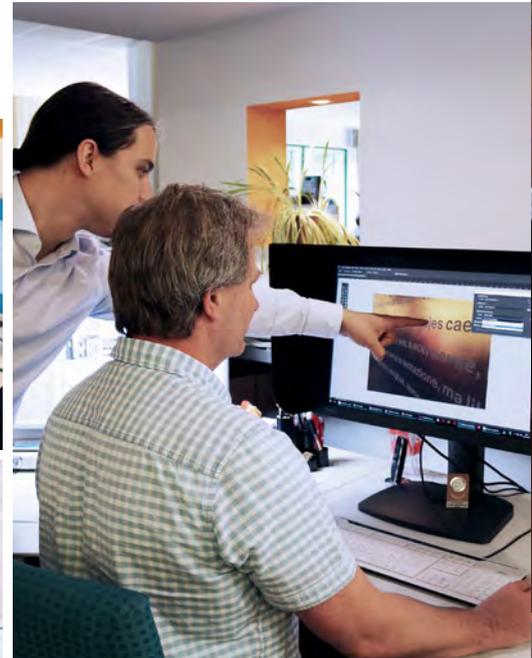
2

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



4

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



3

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



7+8

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



5+6

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

9

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



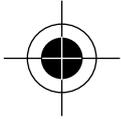
10

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



11

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



► Industrieller Druck im Blick

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

MEHR INFORMATIONEN

bei den Landesverbänden Druck und Medien





Bewerber richtig einschätzen – Eignungstest für Auszubildende

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

MEHR INFORMATIONEN

bei den Landesverbänden Druck und Medien

MEDIENGESTALTER: NEUE PRÜFUNGS- AUFGABEN FÜR FLEXODRUCK-REPRO

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



MEHR INFORMATIONEN

zfamedien.de/w3-3



Arbeitszeitrechtswidrige Vertragsregelungen

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

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



Aktualisierte AGB erschienen

Die Verbände Druck- und Medien haben die Online-AGB überarbeitet und an den aktuellen Stand der Rechtsprechung angepasst. Zusätzlich wurde das Muster der seit Februar 2017 geltenden Informationspflichten zur Verbraucherstreitbeilegung ergänzt. Diese müssen zwingend in den AGB bereitgestellt werden. Auch kleinere sprachliche Änderungen wurden vorgenommen, um eine bessere Lesbarkeit und Verständlichkeit zu erreichen. Die aktualisierte Version der AGB steht seit August 2017 direkt bei den Verbänden zur Verfügung.

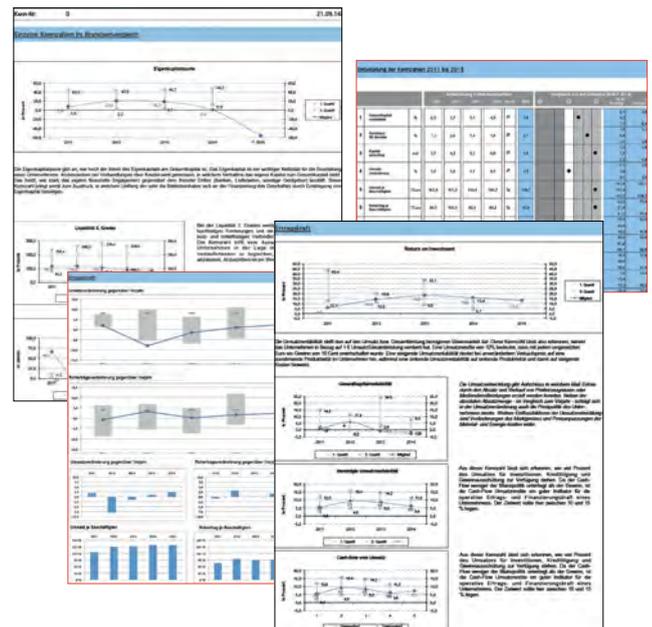
FRAGEN?
NUTZEN@BVDM-ONLINE.DE

Stärken und Schwächen im Unternehmen erkennen

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

MEHR INFORMATIONEN

bei den Landesverbänden Druck und Medien





TREFFPUNKT TECHNIK

bvdm.

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

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

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

Mehr Informationen unter:

www.bvdm-online.de/TreffpunktTechnik

FORUM INNOVATION

Veranstalter:

PRINT X MEDIA
das beratungsnetzwerk
der druck- und medienverbände

FACHKONGRESS OFFSET DRUCK

27/09/2017 Frankfurt a.M.

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

Anmeldung, Informationen und Programm unter:

WWW.PXM-SUED.DE

GEPRÜFTER DIGITALDRUCK PROFESSIONAL

Die Qualifizierung für Ihren Erfolg im Digitaldruck

Aufgrund hoher Nachfrage nächster
Start am 23. November 2017!

Ihre Ansprechpartner:

Celina Sievers
02306.20262-56

Melanie Erlewein
0711.45044-50

Christoph Degel
089.962287-15

www.digitaldruck-professional.de



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

VERBAND
DRUCK
+
MEDIEN
BAYERN

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

DAS MANAGEMENT- PROGRAMM

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



Nächster
Start:
23.11.2017

Mutig – Wachstum und Produktivität steigern – Mittelmaß nein danke

führung marketing finanzen kommunikation prozesse

Weitere Informationen und Anmeldung:

Teresa Kohnen, kohnen@vdmnw.de
0 23 06. 2 02 62. 26





KURZ MEL DUN GEN

FRAGEN?

NUTZEN@BVDM-ONLINE.DE

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



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

nachhaltige Produktions- und Geschäftsprozesse ermöglichen sollen.

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

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

► **Drucken, bis der Arzt kommt**

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



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

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

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

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

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

Erstinformationen:

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

ANZEIGENSCHLUSS

für die Ausgabe 3/2017

13. NOVEMBER 2017

Wir nehmen Ihnen den Druck ab...

und binden ihn.

BUCHBINDEREI  **TERBECK**

WIR SIND FSC® ZERTIFIZIERT

www.buchbinderei-terbeck.de

GEHACKT!

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

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

VDM

**VERBAND
DRUCK+ MEDIEN
NORDWEST**

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

Anmeldung unter: www.vdmnw.de/akademie/seminarkalender

KURZ
MEL
DUN
GEN

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

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

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

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

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

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

Den Vertragspartnern wird so die Vereinbarung individueller Grenzwerte erleichtert. Nach

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



Ihr Entsorgungsfachbetrieb ...der Partner an Ihrer Seite

• Akten • Altpapier • Folie

➤ Entsorger und Vertragspartner von

• Druckereien · Verlagen · Papier- und Pappenverarbeitern

➤ Entsorgung und Verwertung von

• allen gängigen Sorten Altpapier · Folien · Holz

➤ Aktenvernichtung nach BDSG

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

Buschortstraße 52-54 · 32107 Bad Salzufen · Telefon (05221) 70347 · Telefax (05221) 759968
info@stuecke-gmbh.de · www.stuecke-gmbh.de



ALTPAPIER
KUNSTSTOFFE
AKTENVERNICHTUNG

STÜCKE
ROHSTOFF-RECYCLING GmbH

Tradition bindet :



- seit 1864 im Familienbesitz

- Klebebindung PUR
- Falzen bis Format 76 x 112 cm

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

Print macht mehr draus

Wir möchten, dass auch in Zukunft viel gedruckt wird.

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

Was Print noch alles kann, lesen Sie hier: www.bvdm-online.de

bvdm.



Entsorgung und Verwertung von:

• Altpapier • Druckerei-Abfällen • Folien • Restpartien

Knol Papier Recycling



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

www.knolpapierrecycling.nl

www.reisswolf.nl



TERMINE

2017 ◀

14.-16.09.2017
Igepa Select 2017, Essen

27.09.2017
Fachkongress Offsetdruck, Frankfurt am Main

09.-11.10.2017
IFRA World Publishing Expo 2017, Berlin

11.10.2017
vdm Nord-West Vertriebskongress, Düsseldorf

11.-15.10.2017
Frankfurter Buchmesse, Frankfurt am Main

18.-20.10.2017
viscom 2017, Düsseldorf

19.-20.10.2017
Treffpunkt Technik 2017, Berlin

24.-25.10.2017
The Inkjet Conference, Düsseldorf

26.10.2017
Druck&Medien Awards 2017, Berlin

06.-07.11.2017
VDZ Publishers Summit, Berlin

09.11.2017
IT meets Print, Frankfurt am Main

09.11.2017
5. Print Media Future Day 2017, Stuttgart

14.-16.11.2017
InPrint 2017, München

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

27.-28.11.2017
Direct Container Print, Düsseldorf

29.11.2017
Future Summit Print 2017, München

▶ 2018

27.-30.01.2018
Paperworld, Frankfurt am Main

28.02.-01.03.2018
Colour Management Symposium, München

15.-16.03.2018
Online Print Symposium, München

07.-09.06.2018
Bayerischer Druck- und Medientag, Passau

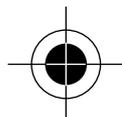
28.-29.06.2018
Deutscher Druck- und Medientag 2018,
Stuttgart

▶ 2019

25.-28.02.2019
Hunkeler Innovationdays 2019, Luzern

▶ 2020

23.06.-03.07.2020
drupa 2020, Düsseldorf



MACHEN SIE KOMMUNIKATION ZUM ERLEBNIS

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

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

Wir bei Canon nennen das:

#UNLEASHPRINT

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



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

Canon



Equipment

Entdecken Sie das Unerwartete. **Versafire.**

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

➔ heidelberg.com/Versafire

**Jetzt gratis
Druckmuster
anfordern!**

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

