

DAS MAGAZIN

NUTZEN

DER DRUCK- UND MEDIENVERBÄNDE

LICHT AM ENDE DES TUNNELS

WIR SIND SYSTEMRELEVANT

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



VIVUS Grass Paper

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

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



EDITORIAL



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

Bild: Jürgen Fälchle-stock.adobe.com

Liebe Leserin, Lieber Leser,

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

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

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

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

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

Und trotz allem – wir wünschen Ihnen auch in dieser schweren Zeit eine angenehme Lektüre.

Herzlichst, Ihre Geschäftsführer der Druck- und Medienverbände



IN HA LT

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



TITELTHEMA: LICHT AM ENDE DES TUNNELS

09 — WIR SIND SYSTEMRELEVANT

Lobbying – in der Krise wichtiger denn je

ver.di torpediert Maßnahmen zu Betriebsrettungen

Die Kräfte in der Krise bündeln

11 — ONLINE LERNEN IN DER KRISE: MIT WEBINAREN

12 — WIR LASSEN UNS NICHT UNTERKRIEGEN

30 — DRUCK AUF BERLIN UND BRÜSSEL

Recht flexibel in der Krise



IMPRESSUM

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

VERANTWORTLICH: Bettina Knappe, Lena Renz

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

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

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

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

ANZEIGEN: Bundesverband Druck und Medien e.V.

Seite **26**

03 — EDITORIAL

Herzlich willkommen zum neuen NUTZEN

06 — PRINT KOMMT AN

Käufer, Leser, Wegweiser

15 — WIRTSCHAFT

Bericht zur Situation der Branche

16 — DER NUTZEN

Druck und Logistik eng verzahnt



Seite **16**

18 — NÜTZLICH

Wissenswertes für die Betriebsführung

20 — DIE FIRMA

Kunden erfolgreich machen



Seite **28**

22 — FACHKRÄFTE

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

24 — DIE PROFIS

Erfolg in der Krise: Services im Gesundheitswesen

26 — DAS ONLINE PRINT SYMPOSIUM

30 — UNTERWEGS MIT ...

Die Verbandsarbeit in Zeiten von Corona

32 — KURZMELDUNGEN

Informationen aus den Verbänden

34 — TERMINE

Regionale, nationale und internationale Branchenveranstaltungen

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

Schreiben Sie uns an nutzen@bvdm-online.de

Wir freuen uns auf Ihre Rückmeldungen!



Print kommt an

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

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

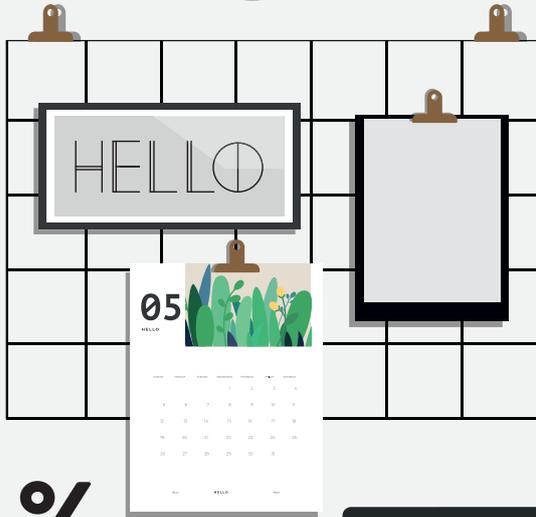
Plakate am Point-of-Sale
steigern den Umsatz um
durchschnittlich

8,2%

13 %

der Deutschen kaufen im
Zuge der Pandemie mehr
Bücher.

VON 8,98 MILLIONEN AUF **9,07** MILLIONEN
steigt 2020 laut einer Prognose von Statista der **Absatz von Fotobüchern** in Deutschland.



20.000.000

bedruckte Verkehrsschilder

und **3.500.000**

Wegweiser sorgen in Deutschland für Sicherheit und bessere Orientierung.

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

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

10 %

mehr Zeitschriften kaufen die Deutschen bislang während der Krise.

925 MILLIONEN EURO

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

Licht am Ende des Tunnels

Wir sind systemrelevant

”

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

Winston Churchill

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

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

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

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

Lobbying – in der Krise wichtiger denn je

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

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

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



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

ver.di torpediert Maßnahmen zu Betriebsrettungen

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



Die Kräfte in der Krise bündeln

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

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

Online lernen in der Krise: mit Webinaren

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

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

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

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

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

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

Was nehmen Sie aus dem Webinar mit?

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

Welche Anregungen haben Sie an die Bildungsanbieter für die Zukunft?

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

Danke für dieses Format zum jetzigen Zeitpunkt!



Wir lassen uns nicht unterkriegen



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

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

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

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

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

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

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



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

Wie hat sich die

Auftragslage seit Anfang März 2020 entwickelt?

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

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

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

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

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



Petra Wahl, Geschäftsführerin, Wahl-Druck GmbH

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



Martin Bürgener,
Geschäftsführer, studio b.
media friends GmbH

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

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

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

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



Henning Rose,
Geschäftsführer,
WEGNER GmbH

Wie schätzen Sie die aktuelle Situation in Ihrem Unternehmen ein?

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

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

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

Welche Erfahrungen haben Sie mit Ihren Hausbanken gemacht?

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

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

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



Cornelia Küster, Inhaberin, Rolf
Gerstl Offsetreproduktion

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

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

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

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



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

Wie hat sich die Auftragslage seit Anfang März 2020 entwickelt?

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

Gab es Engpässe bei den Lieferketten für Ihre Produktion?

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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



Jörg Hahn, Geschäftsführer, optimal media GmbH

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

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

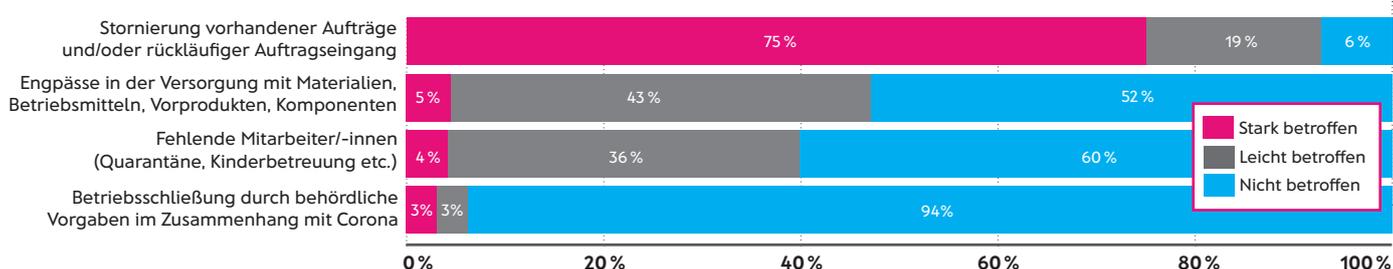
Gibt es positive Erfahrungen oder Erkenntnisse, die Sie aus der Krise gezogen haben?

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

Die Druckindustrie in Zeiten von Corona

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

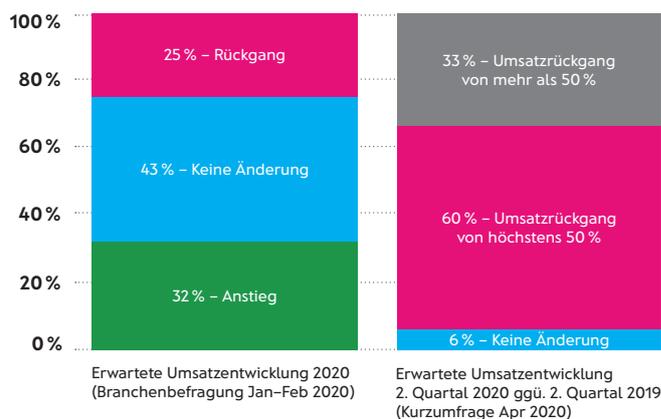
AUSWIRKUNGEN DER PANDEMIE AUF DIE GESCHÄFTSTÄTIGKEIT IM APRIL 2020



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

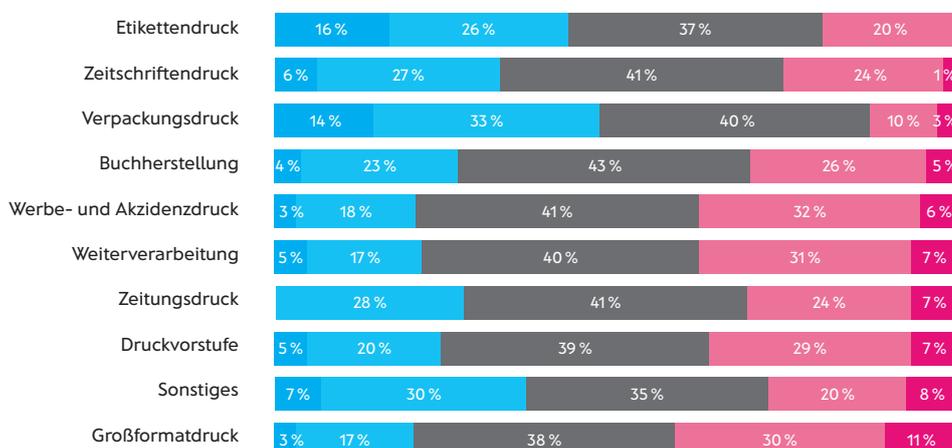
AUSWIRKUNG DES CORONAVIRUS AUF DIE GESCHÄFTSERWARTUNGEN

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



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

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



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

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

Rundungsdifferenzen in den Berechnungen sind möglich.

Druck und Logistik eng verzahnt

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

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

Wurzeln liegen im Offsetdruck

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



Erfolg gibt ihnen recht. Was vor über 100 Jahren als Franz Kuthal Kunst- und Handelsdruckerei mit fünf Beschäftigten begann, ist heute ein industrielles Druckunternehmen mit mehr als 65 Mitarbeitern. Die Wirtschaftsregion bietet dem Unternehmen seit jeher wichtige Kunden, vor allem aus der Finanz- und Immobilienwirtschaft. Und dennoch bereitet die mittel- und langfristige Entwicklung im Bereich Akzidenzdruck den beiden Unternehmern auch Sorgen. Gründe hierfür sind rückläufige Auflagen und die Unplanbarkeit der Aufträge. Hier wird dem Unternehmen eine enorme Flexibilität abverlangt.

Zweites Standbein Logistik

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

Druck, Logistik und IT aufeinander abgestimmt

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

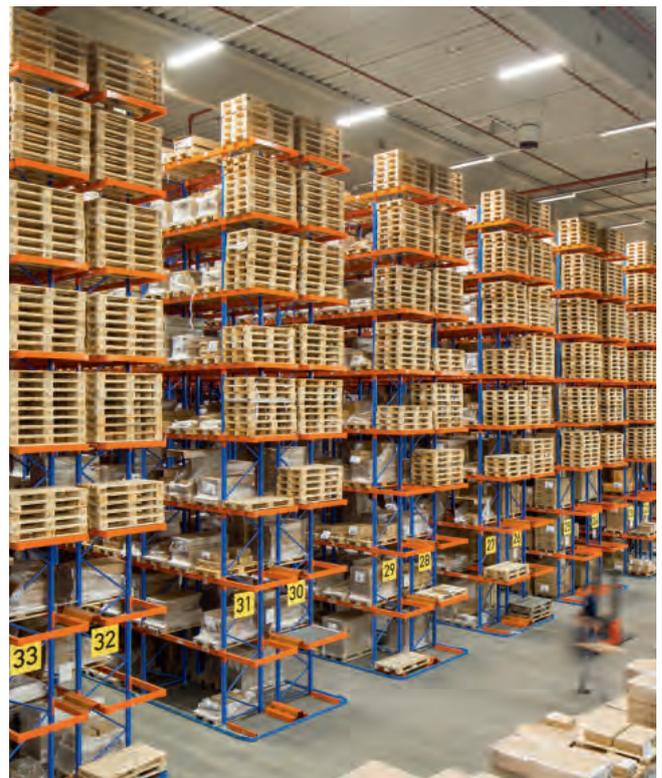




Flexibilität und der Verzahnung ihrer Unternehmen. „Wir haben uns einen großen Namen gemacht in der Kombination von Druck und Logistik. Mit unseren Schwestergesellschaften aus Druck, Logistik und IT bilden wir deshalb gemeinsam eine umfangreiche Wertschöpfungskette ab“, so Helmut Kraft. Mittlerweile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

Nachhaltigkeit und Wachstum

Die enge Vernetzung von Druckbetrieb und Logistikdienstleister wissen viele Kunden zu schätzen. „Wir arbeiten nach dem Prinzip der kurzen Wege. Den Materialtransport haben wir auf ein Minimum reduziert. Das bedeutet, dass zwischen Druckmaschine und Lagerregal gerade einmal ein paar Meter liegen. Das beschleunigt nicht nur Prozesse, sondern vermeidet auch unnötige Emissionen“, so Philip Kraft, der die nächste Unternehmensgeneration repräsentiert und als Geschäftsführer bei RMD Logistics fungiert. Die eigene CO₂-Bilanz stünde zunehmend im Fokus der Kunden. Mit energieeffizient errichteten Logistik-Centern und CO₂-neutralem Paketversand trägt RMD Logistics maßgeblich zur Optimierung bei.



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

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



► Azubi-Gewinnung auf Distanz



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

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

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

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

Vorausdenken. Vorangehen.


vdm
 mitteldeutschland


INHALT

II – G+D CURRENCY TECHNOLOGY

Partner in der Krise

IV – INTERVIEW

So unterstützen Krankenkassen - Marcus Dornburg steht Rede und Antwort

VI – JUBILÄUM

30 Jahre Deutsche Nationalbibliothek

VIII – NÜTZLICH FÜR UNTERNEHMEN

Flexible Lösungen für den Speditionsversand

XII – RAHMENVERTRAG IM FOKUS

CRIFBÜRGEL hat Tipps für Unternehmen

XIV – VERBANDSANGEBOT

Es gibt keinen guten Zeitpunkt für eine Krise

XVI – RECHT RECHT NÜTZLICH

Das Fachkräfteeinwanderungsgesetz - Eine Möglichkeit dem Mangel zu begegnen

EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser,

noch vor Monaten konnten wir uns keine Rolle rückwärts in der Wirtschaft vorstellen. Seit März hat sich unser Alltag massiv geändert und das Corona-Virus bestimmt unser Leben, ja die gesamte Wirtschaft. Viele fürchten um die Gesundheit, ihre eigene aber auch ihrer Mitmenschen und Freunde. Gleichzeitig sind Unternehmen, Selbständige und Freiberufler in ihrer wirtschaftlichen Existenz bedroht.

Fast im Minutentakt wurden in den vergangenen Wochen milliardenschwere Hilfspakete geschnürt und trotzdem blicken einzelne Unternehmen aller Branchen in einen tiefen Abgrund, Unsicherheit macht sich breit. Das ist auch in der Druckbranche so.

Gemeinsam der Krise trotzen

In dieser Krise musste und muss auch Ihr Verband Handlungsfähigkeit beweisen. Den Unternehmen bestmögliche Unterstützung und Hilfestellung zu geben war und ist das Gebot der Stunde. Zahlreiche Mitglieder honorierten dies mit wohlwollenden Worten und positiven Rückmeldungen. Auch Nichtmitgliedsunternehmen sind auf unsere Informationspolitik aufmerksam geworden. Als leistungsfähiger Dienstleister konnten wir einmal mehr überzeugen, warum Mitglieder uns gerade jetzt brauchen.

Bei all den Herausforderungen, die wir in dieser Krise zu bewältigen haben, wollen wir den Blick in die Zukunft nicht verstellen. Neues wagen, Projekte starten, die im laufenden Betrieb immer hinten anstanden, können in einer so nervenaufreibenden Zeit vielleicht als etwas Positives gesehen werden. Chancen sehen und nutzen. Gemeinsam durch die Krise heißt für uns, Sie bei Ihren unternehmerischen Entscheidungen für die kommende Zeit zu unterstützen.

Ich hoffe sehr, dass wir alle gestärkt aus dieser Krise hervorgehen. Bleiben Sie weiterhin gesund.

Herzlichst Ihre




Antje Steinmetz
 Geschäftsführerin
 Verband Druck und
 Medien Mittel-
 deutschland e. V.

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 & REDAKTION Antje Steinmetz (V.i.S.d.P.)

G+D CURRENCY TECHNOLOGY - PARTNER IN DER KRISE

Produktion in der Wertpapierdruckerei Leipzig ohne Unterbrechung

Als Anfang März deutlich wurde, dass die Corona-Pandemie auch in Deutschland Maßnahmen bis hin zur Ausgangsbeschränkung nach sich ziehen würde, war G+D bereits mitten in den Vorbereitungen zur Krisenbewältigung. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wurden über alle Schritte informiert, die das Unternehmen zu ihrem Schutz veranlasst hatte, dar-

unter Reisebeschränkungen, Home Office wo immer möglich und strenge Abstandsregelungen bei jenen Kolleginnen und Kollegen, die nicht zu Hause arbeiten konnten. Für die Produktionsstätten traten Sonderregelungen in Kraft, da sowohl die Papierfabriken und Folienwerke als auch die Druckereien, darunter auch Leipzig, als systemrelevant eingestuft wurden.

Kundentreue und Schutz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erfolgreich in Einklang gebracht

"Es war klar, dass wir unsere Kunden nicht im Stich lassen", sagt Alfred Gebhard, Werksleiter der Wertpapierdruckerei Leipzig. „Die gesamte Belegschaft war sich da sofort einig. Aber natürlich standen für uns der Schutz und die Gesundheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an oberster Stelle.“

Es galt, die Arbeit im Einklang mit geltenden Regelungen und Empfehlungen fortzuführen, ohne dass die Produktion beeinträchtigt wurde. „Alle waren bereit, die manchmal mühsamen Vorschriften umzusetzen, damit wir die Produktion am Laufen halten. Ich war überwältigt von dem Teamgeist.“



Wertpapierdruckerei Leipzig, Westansicht © G+D Currency Technology



Alfred Gebhard, Leiter Wertpapierdruckerei Leipzig © : G+D Currency Technology

Krisenteam steht 24h bereit

Um die Gesundheit der Belegschaft möglichst zu garantieren, hat das Werk eine Reihe von Maßnahmen beschlossen, die teilweise

”

Es war klar, dass wir unsere Kunden nicht im Stich lassen.“

Alfred Gebhard, Leiter Wertpapierdruckerei Leipzig

weit über die gesetzlichen Regelungen hinausgehen. Ein „Coronakrisenteam“ mit 24-Stunden-Bereitschaft, unter Einbindung des Betriebsarztes und psychologischer Beratung, analysiert täglich die aktuelle Situation. Jemand aus dem Krisenteam steht auch immer zur Verfügung, sollte es Gesprächsbedarf aus der Belegschaft geben.

Hygieneregeln wie Händewaschen oder Desinfizieren werden regelmäßig über Aushänge, das Werksfernsehen und Hand-outs bekannt gegeben. Bodenmarkierungen zeigen die verbindlichen 1,5-Meter-Abstände an; das komplette Werk inklusive aller Maschinen und Arbeitsgeräte bis hin zu den Türklinken wird regelmäßig desinfiziert. In der Kantine gibt es nur abgepackte Speisen mit vorkonfektioniertem Besteck. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben Mundschutzmasken erhalten, auch für private Zwecke.

Sich gegenseitig unterstützen

Das Krisenteam versucht, den Druck auf die Belegschaft so gut wie möglich zu minimieren, beispielsweise durch Unterstützung bei Behördengängen z.B. für eine Kindernotbetreuung oder durch die Flexibilisierung der Arbeitszeiten auf 6–22 Uhr im Home Office, damit tagsüber auch Kinder betreut werden können. Im Schichtbetrieb sind Anfang und Ende entzerrt worden, um Gedränge beim Übergang und in den Pausen zu minimieren. Auch die Identifikation und der gezielte Schutz von Risikogruppen gehören zum Konzept des Miteinander in der Krise. Gebhard: „Wir sind froh, dass wir dazu beitragen, einen ununterbrochenen Bargeldkreislauf zu gewährleisten. Denn in Krisenzeiten steigt der Bargeldbedarf, wie wir es jetzt auch wieder sehen. Die EZB hat für März den höchsten Anstieg an Bargeld seit Oktober 2008 registriert. Die Menschen vertrauen Bargeld.“



Giesecke+Devrient Currency Technology GmbH

Werk Wertpapierdruckerei Leipzig, Johannisgasse 16, 04103 Leipzig
<http://www.gi-de.com>

- G+D wurde am 1. Juni 1852 in Leipzig gegründet
- heute Produktion von Banknoten und Briefmarken mit rund 400 Mitarbeiter*innen
- seit 2001 Druck des Euro
- 2015 „Via Oeconomica“-Preis der Stadt Leipzig
- ab 2016 Konzentration der Druckaktivitäten in Europa in Leipzig
- der Standort wird kontinuierlich modernisiert und wurde 2016 erweitert



INTERVIEW

So unterstützen die Krankenkassen – Marcus Dornburg steht Rede und Antwort

Marcus Dornburg, Präventionsberater der BKK VBU für die Region Mitteldeutschland, stand dem Verband Rede und Antwort zu Themen wie Infektionsschutz, betriebliches Management zum Schutz der Belegschaft und welche Unterstützung die Krankenkassen in dieser Zeit sein können.

Welche Maßnahmen sollte ein Unternehmen bei einem Verdacht auf Infektion mit dem Corona-Virus zum Schutz der Belegschaft ergreifen?

Ich habe hierzu in der letzten Woche einen sehr wertvollen Leitgedanken gelesen: Es gilt zu beruhigen, ohne zu beschwichtigen. Unternehmen, egal welcher Größe oder Branche, sollten in erster Linie für eine strukturierte und transparente Notfallkommunikation und -kultur sorgen, die von der Unternehmensleitung ausgeht. So kann der Vielzahl an Informationen aus den Medien entgegengesteuert und es auf ein Minimum an unternehmensrelevanten Handlungsempfehlungen, Grundsätzen und Fallzahlen reduziert werden. Hierfür eignen sich etwa Aushänge oder das Intranet, um möglichst täglich ein Update aus dem Unternehmen geben zu können.

Wie entscheidend ist das Verhalten der Vorgesetzten?

Wenn es gewollt ist, dass die Beschäftigten diese Verhaltensregeln konsequent einhalten, dann ist die Rolle und Haltung der unmittelbaren Führungskraft maßgeblich mitentscheidend. Sie unterstützen mit einer sachlichen und bedachten Kommunikation und kommen mehr denn je ihrer Fürsorgepflicht nach. In den Leitlinien werden dann auch die spezifischen Regelungen im Falle eines Verdachts definiert, die für die Betroffenen gelten. Es



meine-krankenkasse.de



ist zu weit aus dem Fenster gelehnt, wenn ich eine allgemeingültige, branchenübergreifende Verdachtsfallregelung gebe. Eine Orientierung hierfür liefern die allgemeinen Empfehlungen des Robert-Koch-Institutes, die bundesweite Rufnummer des kassenärztlichen Notdienstes 116 117 und das zuständige Gesundheitsamt.

Welche Möglichkeiten bestehen, ggf. die gesamte Belegschaft mit Hilfe eines Schnelltests auf eine Infektion mit dem Corona-Virus zu testen? Wer hat hierfür die Kosten zu tragen?

Das Wort „Schnelltest“ wurde in den letzten Wochen inflationär verwendet und bekommt gegenwärtig (Stand: 14.04.2020) rege Aufmerksamkeit. Sie geben Sicherheit, sowohl bei positiven als auch negativem Testergebnis. Hier ist aber Vorsicht geboten, denn man unterscheidet in sogenannte Antikörper-Schnelltests und spezifische Labortests. Erstgenannte Tests suchen lediglich nach Antikörpern und nicht nach dem Erreger selbst. Wenn

dann das Ergebnis „negativ“ ausfällt, bleibt man trotzdem hochinfektiös gegenüber dem Corona-Virus, man hat schließlich noch keine Antikörper gebildet. Die spezifischen Labortests (PCR-Labortest) erkennen hingegen den Erreger und lassen zuverlässige Rückschlüsse zu. Diese werden ausschließlich bei medizinischer Notwendigkeit veranlasst (z.B. Symptome) und dann auch von den Krankenkassen übernommen. Ob etwas medizinisch notwendig ist, entscheidet letztendlich aber der Arzt. Beabsichtigt also ein Unternehmen die Durchführung solcher Tests ohne medizinische Notwendigkeit, dann hat es aktuell die Kosten dafür selbst zu tragen.

Welche Unterstützung bieten mir die Krankenkassen in der aktuellen Situation? Gibt es etwa Hilfe bei der Anschaffung von Atemmasken, Desinfektionsmitteln und

Einmalhandschuhen für Unternehmen?

Einen Überblick aller mehr als 100 gesetzlichen Krankenkassen kann ich verständlicherweise nicht geben, jedoch haben wir als BKK VBU sofort reagiert und informieren auf unserer Homepage speziell mit einer FAQ-Seite zu wichtigen Themen und stehen telefonisch wie gewohnt zur Verfügung.

Auf Ihre konkrete Frage hin, die Unternehmen tragen die jeweiligen Bedarfe selbst und sollten gegebenenfalls solidarische Lösungen diskutieren. Vielleicht gibt es die Möglichkeit, dass Beschäftigte Atemmasken selbst nähen, noch mehr auf die erforderlichen Hygienevorschriften untereinander hinweisen und somit Mitarbeiter verstärkt auf Mitarbeiter achten. Das wiederum stärkt das Gemeinwohl und Zusammengehörigkeitsgefühl. Jede Krise ist auch gleichzeitig eine Chance, man sollte ihr nur den Beigeschmack einer Katastrophe nehmen.

Welche anderen Aufgabe nehmen die Krankenkassen in der aktuellen Situation war, die Unternehmen helfen aber vielleicht nicht sofort offensichtlich sind?

Ich habe gehofft, dass Sie mir diese Frage stellen. Neben unserer telefonischen Beratung zu sozialversicherungsrechtlichen Themen habe ich als Präventionsberater der BKK VBU die Verantwortung,

Unternehmen in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen zum Betrieblichen Gesundheitsmanagement zu beraten. Gerade in diesen Zeiten werden wir Präventionsberater mehr denn je gebraucht und stehen für unsere Firmenkunden zu Themen wie Bewegung, gesunde Ernährung, Stressmanagement und Suchtmittelprävention zur Verfügung. Jetzt auch mit digitalen Angeboten, wie bspw. Webinare zum gesunden Homeoffice oder Psychohygiene, die nicht länger als 60min. gehen. Voraussetzung dafür ist aber die Weitsicht und Akzeptanz der Geschäftsführung, dass die Mitarbeitergesundheit Teil der Unternehmensphilosophie ist.

Haben Sie hierzu ein konkretes Beispiel, von dem Sie uns erzählen können?

Vor Ostern war ich mit drei Firmenkunden im Gespräch, die ihren Beschäftigten einen wertschätzenden Impuls geben wollten. Wir planten ad hoc eine Mikrointervention, indem wir für alle Beschäftigten Wildblumensaatgut für zu Hause, ein Glas Honig und ein Infoblatt zur Honigvielfalt und gesunden Ernährung verteilten. Honig gilt schließlich als eines der gesündesten Naturprodukte. Das war aber nicht der eigentliche Kern der Botschaft: Hinzu kam, dass die Geschäftsführung einen Brief an die Beschäftigten verfasste, indem sie den Mitarbeitern für ihr Engagement und die hohe Arbeitsbereitschaft in dieser Zeit dankte. Getreu

dem Motto: Wildbienen – kleine Helfer, große Wirkung. Das passt letztendlich auch perfekt zu unserer Nachhaltigkeitsstrategie als Krankenkasse, indem wir damit auch zum Erhalt der Wildbienen beitragen.

Sehr geehrter Herr Dornburg, wir danken Ihnen für dieses Interview und den Einblick in Ihre Arbeit in der aktuell doch äußerst herausfordernden Situation. Bleiben Sie Sie gesund.

Haben Sie Fragen zur Förderung der Mitarbeitergesundheit, dann stehen die BKK-VBU und insbesondere Herr Dornburg Ihnen gern unterstützend zur Seite, beraten und fördern in vielerlei Hinsicht. 

Marcus Dornburg

Präventionsberater
Region Mitteldeutschland der
BKK VBU
Bahnhofstraße 13,
06217 Merseburg

Tel: (03461) 339-4004

Fax: (03461) 339-4009

Mobil: (0162) 2997627

E-Mail: marcus.dornburg@bkk-vbu.de

GESUNDE MITARBEITER - GESUNDE UNTERNEHMEN

Körperliche und psychische Anforderungen nehmen in der Arbeitswelt weiter zu. Gleichzeitig wächst der Wettbewerbsdruck in den Branchen. Gesunde und motivierte Mitarbeiter sind daher ein wichtiger Erfolgsfaktor und zählen zu den Topzielen, die es zu erreichen gilt, um Ihr Unternehmen dauerhaft erfolgreich und wettbewerbsfähig zu machen.



JUBILÄUM

30 Jahre Zukunft gemeinsam leben – Die Deutsche Nationalbibliothek

Wenn Deutschland im Herbst 2020 den 30. Jahrestag seiner Wiedervereinigung feiert, ist ein wichtiger Teil dieser Geschichte auch die des Zusammenwachsens der beiden „Nationalbibliotheken“ in Ost und West. Die 1912 in Leipzig gegründete Deutsche Bücherei und die 1946 in Frankfurt am Main gegründete Deutsche Bibliothek wurden 1990 zu einer Institution mit zwei Standorten vereinigt.

Aus Zwei mach Eins – Das kulturelle Gedächtnis 1990 – 2020

Es hatte bereits während der deutschen Teilung immer wieder Kontakte zwischen den Häusern in Leipzig und Frankfurt am Main gegeben. Diese wurden 1986 mit dem Kulturabkommen zwischen der Bundesrepublik Deutschland und der Deutschen Demokratischen Republik legitimiert, das eine Kooperation ausdrücklich vorsah. So hatten die Bibliotheken bereits vor dem 9. November 1989 mit Gesprächen begonnen und fast ein Jahr vor der Vereinigung der beiden deutschen Staaten integrierte Arbeitsgruppen

gebildet, um bibliotheksinterne und bibliothekspolitische Verabredungen zu treffen und praktikable Lösungen für den Fall einer Wiedervereinigung vorzubereiten. Als überzeugendster Ansatz zeichnete sich die arbeitsteilige institutionelle Zusammenführung ab: das Zusammenwachsen zu einer Institution – unter Beibehaltung der beiden Standorte mit ihrer jeweils spezifischen Historie und ihren gewachsenen Strukturen. Diesem deutsch-deutschen Brückenschlag schenken die Börsenvereine des



Abbildung: Grafisch



- 1 Lesesaal der Deutschen Nationalbibliothek in Frankfurt am Main (Foto: Stephan Jockel),
- 2 4. Erweiterungsbau der Deutschen Nationalbibliothek in Leipzig (Foto: PUNCTUM / Alexander Schmidt),
- 3 Außenaufnahme der Deutschen Nationalbibliothek in Frankfurt am Main (Foto: Stephan Jockel)

Deutschen Buchhandels in Ost und West ihre Unterstützung und so sprach sich bereits im Frühsommer 1990 der damalige Bundesinnenminister Wolfgang Schäuble für eine Deutsche Nationalbibliothek mit zwei Standorten aus. Danach wurden die vereinigten Bibliotheken mit der Unterzeichnung des Einigungsvertrags am 3. Oktober 1990 als rechtsfähige bundesunmittelbare Anstalt des öffentlichen Rechts errichtet. Man war sich aber durchaus der Herausforderungen bewusst: „Die Deutsche Bibliothek und ihre Mitarbeiter sind sich im Klaren darüber, dass die Zusammenführung der beiden Bibliotheken viel Kraft benötigt, ein hohes Maß an Kooperationsbereitschaft, eine offene und fantasievolle Denkweise und einen von Anfang an gestalteten ‚Dialog mit Bibliotheken‘ im östlichen und westlichen Deutschland“, schwor Klaus-Dieter Lehmann, erster Generaldirektor der neuen Institution, die Mitarbeiterschaft auf das Bevorstehende ein. Es lag sicherlich jenseits des Vorstellungsvermögens, wie viel

Zukunft in der avisierten Lösung steckte und welch rasante Fahrt der in den 15 Jahren zuvor initiierte digitale Wandel der Informationsversorgung aufnehmen würde.

Alte Herausforderungen in neuen Zeiten

Heute liegt der Zugang an Medienwerken, den die aus beiden Häusern und ihren Sondersammlungen geschaffene Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet, bei täglich rund 8.000 Titeln, etwa zwei Drittel davon in digitaler Form. Sie alle werden gesammelt, verzeichnet und archiviert. Wenn der gesetzliche Auftrag der Bibliothek in der wertfreien Sammlung aller in Deutschland veröffentlichten Werke in Schrift und Ton und Auslandspublikationen mit deutschen Bezügen seit 1913 besteht, lässt sich die Dimension dieses Auftrags in digitalen Zeiten erahnen. Auch heute braucht es Kraft, Fantasie und Kooperation, um das auf mittlerweile 40 Millionen Werke angewachsene Medienerbe unseres Kulturkreises inmitten Euro-

pas zu bewahren und verfügbar zu machen und die riesigen Arsenale von analogen und digitalen Beiträgen für die zeitgemäße Nutzung in Gesellschaft und Wissenschaft bereitzuhalten. ▣

Die **Deutsche Nationalbibliothek** sammelt, verzeichnet und archiviert, was in oder mit Bezug zu Deutschland in gedruckter und digitaler Form publiziert wird. Sie hat einen Bestand von rund 40 Millionen Medieneinheiten und bietet diese in den Lesesälen in Leipzig und Frankfurt am Main und, soweit rechtlich möglich, in digitaler Form an. Durch u.a. Lesungen, Ausstellungen und Konzerte fördert sie die Buchkultur, Lesekultur und Musikkultur.

Von Michael Fernau – Repräsentant des Generaldirektors der Dt. Nationalbibliothek in Leipzig

MITGLIEDER-FEEDBACK

Der Verband an Ihrer Seite – Mitglieder danken für die Unterstützung



© Freepik – stock.adobe.com

INFO KOMPAKT

Kurzmeldungen

BG ETEM stellt Informationen für Druck- und Medien-industrie bereit

Die Berufsgenossenschaft Energie Textil Elektro Medienerzeugnisse (BG ETEM) hat ihre Informationen zur Corona-Pandemie im Internet aktualisiert. Speziell für Druckereien und Papier verarbeitende Unternehmen, Fotografen, Verlage und Zeitungszusteller wurden Informationen bereitgestellt. Dazu gehört auch jeweils eine Ergänzung zur Gefährdungsbeurteilung in Form einer Checkliste, die als PDF und Word-Datei zum Download zur Verfügung gestellt wird.

Zur Unterstützung bei der Unterweisung zum Einsatz von Mund-Nasen-Bedeckungen und zu allgemeinen Schutzmaßnahmen werden zudem neue Kurz-Übersichten angeboten. Sie informieren über das richtige Anlegen, Abnehmen und Reinigen der Mund-Nasen-Bedeckung zum Fremdschutz sowie über weitere wichtige Tipps zum Eigenschutz vor dem Coronavirus Covid-19. Die knapp gefassten Hinweise (Webcode M20573439 und M20135025) werden durch anschauliche Illustrationen ergänzt.

bgetem.de/corona

Verband unterstützt bei der Maskenbeschaffung

Um die Bedarfe der Unternehmen an Schutzausrüstung zu decken, unterstützt der Verband Druck und Medien Mitteldeutschland e.V. bei der kurzfristigen Beschaffung von Mund-Nasenschutz-Masken auch in größeren Stückzahlen. Unternehmen wenden sich für Anfragen und die Bestellung zu tagesaktuellen Preisen bitte direkt an die Geschäftsstelle in Leipzig.

info@vdm-mitteldeutschland.de

Termine

Museum für Druckkunst Leipzig

Das Auge des Fotografen – Industriekultur in der Fotografie seit 1900

verlängert bis 06.09.2020

Seit Beginn des 20. Jahrhunderts dokumentieren Fotografen die sich rasch verändernde industrielle Gesellschaft und setzen dabei Mensch, Handwerk und Architektur in Beziehung. Die daraus resultierenden Fotografien sind bildliche Dokumente der Industriekultur - je nach Auge des Fotografen mit künstlerischem Anspruch. Als authentischer industriekultureller Ort ist das Museum für Druckkunst Ausgangspunkt für eine Reise durch die Industriefotografie seit 1900 bis heute. Der Fokus liegt dabei auf zwei bedeutenden Industriegebieten: Mitteldeutschland und dem Ruhrgebiet. Präsentiert werden rund 110 Fotografien u.a. aus dem Atelier Hermann Walter, von Hans Finsler, Evelyn Richter, Bernd und Hilla Becher, aus dem Historischen Archiv Krupp sowie bisher unbekannte Aufnahmen aus sächsischen Archiven und zeitgenössische Positionen.

Termine Sonderausstellung:

Öffentliche Führungen, immer sonntags, 12 Uhr:
14.6., 28.6., 12.7., 26.7., 09.09., 23.08., 06.09.

Öffentliche Führungen 60+ (ganztags ermäßigter Eintritt für Besuchende 60+), immer dienstags, 15 Uhr:
23.6., 07.07., 18.08., 01.09.

Do, 25.6., 19 Uhr: Vorführung Foto-Filme „Industriegeschichten. Reportagen aus Museen, die keine waren“ (freier Eintritt (Inkl. Abendöffnung Museum ab 17 Uhr zum ermäßigten Eintritt)

Für alle Führungen gilt: Nur mit vorheriger Anmeldung unter 0341 231 620 oder info@druckkunst-museum.de (max. 12 Teilnehmende)

Führungen durch die **Dauerausstellung** nur auf Anfrage und mit vorheriger Anmeldung bis max. 10 Personen.

FRAGEN?

VDM-MITTELDEUTSCHLAND.DE

NUTZEN

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

Speditionen vergleichen

einfach, kostenlos, transparent

Abholung in

DE ▾ Stadt, PLZ

Lieferung nach

DE ▾ Stadt, PLZ

Und Sie sind?

Gewerbe ▾

SPEDITIONEN SUCHEN

✔ 300+ geprüfte Speditionen

✔ kostenfrei vergleichen

✔ sofort und sicher buchen

NÜTZLICH FÜR UNTERNEHMEN

Pamyra GmbH – Flexible Lösungen für den Speditionsversand

Gerade in Krisenzeiten sind Flexibilität in der Produktion und in der Logistik wichtig, um Verluste durch die schwankende Auftragslage zu minimieren. Das gilt besonders für die Versandlogistik, die häufig aufwändige Prozesse oder langfristige Verpflichtungen mit sich bringt. Doch es geht auch flexibel mit einer Vergleichs- und Buchungsplattform.



Für Betriebe mit Palettensendungen gibt es im wesentlichen drei Konzepte, um den Versand zu organisieren: Das Betreiben eines eigenen Fuhrparks, die Bindung für zumeist 12 Monate an eine Vertragsspedition mit festen Konditionen und Volumina oder das Anfragen von Einzeltransporten bei Speditionen. Die erste Lösung ist nur für Großunternehmen sinnvoll, die zweite unter Umständen auch bei mittelständischen – es bleibt aber das Eingehen von langfristigen Verpflichtungen und eine geringe Flexibilität bestehen. Außerdem sind bei regelmäßigem, aber

geringem Versandaufkommen die meisten Speditionen nicht an einer Vertragslösung interessiert.

Ineffizienz und Intransparenz am Spotmarkt

Häufig bleibt also nur, jeden Transport einzeln bei Speditionen anzufragen. Dies ist jedoch ein aufwändiges Unterfangen, da die Speditionen per Mail oder Telefon kontaktiert werden müssen und gegebenenfalls Wartezeiten für Angebote bestehen. Dann werden Rückfragen für Details gestellt und schließlich der Trans-

portauftrag bestätigt. Dies kann mehrere Mails oder Anrufe sowie einige Stunden oder Tage Wartezeit bedeuten. Um den Aufwand zu verringern fragen die meisten Unternehmen für jeden Transport die gleiche Spedition oder immer den gleichen Pool von einigen wenigen Transportunternehmen an. Jedoch ist der Logistikmarkt stark fragmentiert, es gibt dutzende Anbieter für jede mögliche Fahrt und welcher der geeignete ist, hängt nicht zuletzt von der jeweiligen

Fahrt selbst ab – ändert sich also von Auftrag zu Auftrag. Der Versuch, für jede Fahrt den bestmöglichen Preis oder die geeignetste Spedition zu finden ist von vornherein zum Scheitern verurteilt, da die Einsparungen durch den zeitlichen und personellen Mehraufwand bei weitem überstiegen werden.

Pamyra.de: Eine Preisvergleichs- und Buchungsplattform

Vor dem Hintergrund dieser Schwierigkeiten wurde mit Pamyra.de eine Plattform geschaffen, auf der Kunden jederzeit für fast jeden Transport innerhalb von Sekunden Preise von über 300 Speditionen vergleichen und buchen können. Vor der Buchung können Zusatzleistungen gewählt und Bewertungen von anderen Kunden eingesehen werden. Das Angebot erstreckt sich von einzelnen Packstücken bis zu Komplettladungen und umfasst ganz Deutschland sowie große Teile der EU. Die Nutzung der Plattform ist kostenlos und unverbindlich. Die Plattform selbst ist unabhängig und tritt nicht als Spediteur, sondern lediglich als Vermittler auf. Interessant ist, dass die auf

Pamyra.de gelisteten Speditionen teilweise deutlich günstigere Preise auf der Plattform anbieten, als sie das sonst bei Spotmarktanfragen tun. Dies liegt daran, dass auch die Speditionen von den vereinfachten Prozessen profitieren und Kosten sparen.

Exklusives Angebot für Mitglieder des Verband Druck und Medien Mitteldeutschland e. V

Um Sie in dieser schweren Zeit zu unterstützen, bietet Pamyra.de Ihnen eine kostenlose Logistikberatung an. Dabei werden Sie zusammen mit einem Logistikexperten von Pamyra, der durch seine ehemalige Tätigkeit für die Heidelberger Druckmaschinen AG bestens mit den Herausforderungen der Branche vertraut ist, die Situation in Ihrem Betrieb analysieren und unterschiedliche Optionen für Ihre Versandlogistik abwägen. In diesem Rahmen wird Ihnen auch eine Weiterentwicklung von Pamyra.de vorgestellt: Pamyra Professional. Mehr Informationen dazu und die Möglichkeit einer Terminvereinbarung finden Sie unter www.pamyra.de/vdmm. ■

Pamyra GmbH
Lützner Straße 91
04177 Leipzig

Tel. 0361 380 300 81
Mail info@pamyra.de
Web www.pamyra.de



Dr. Lasse Landt (CFO), Felix Wiegand (Gründer & CEO), Steven Qual (Gründer & COO) (v.r.n.l.)

RAHMENVERTRAG IM FOKUS

Corona-Pandemie und die Wirtschaft – CRIFBÜRGEL hat Tipps für Unternehmen!

Das Coronavirus wird die Wirtschaft schwer belasten, wobei die tatsächlichen Auswirkungen heute noch gar nicht sicher abzuschätzen sind.

So hat etwa die Bundesregierung für Firmen, Selbstständige sowie für Verbraucher unterschiedliche Rettungspakete entwickelt, um ein historisches Ausmaß an Firmen- und Privatinsolvenzen bestmöglich zu verhindern. Wie erfolgreich diese Maßnahmen werden, kann keiner mit Sicherheit vorhersagen und hängt auch entscheidend von der Dauer der Pandemie und der Gegenmaßnahmen ab.

Ob und wie die Maßnahmen der Regierung greifen, wird sich voraussichtlich ab dem 4. Quartal zeigen, mit Effekten, die weit in die nächsten Jahre reichen werden. Bereits jetzt ist allerdings abzusehen, dass weitreichenden Einschränkungen des täglichen Lebens, mit denen auch das Insolvenzrisiko der eigenen Kunden steigt, nicht ausbleiben werden. Gefährdet sind vor allem Autozulieferer, Gastronomie, Kinos, Messebauer, Tourismus, Friseur und der Einzelhandel. Viele dieser Unternehmen hatten in den letzten Wochen keinen Umsatz. Diese fehlenden Einnahmen können von betroffenen Firmen, die bis vor der Corona-Krise auch nur eher kleine Gewinne erwirtschaften konnten, auch durch die Vielzahl an Hilfsprogrammen nicht immer aufgefangen werden. Daher stellt sich die Frage, wie man mit dem drohenden Insolvenzrisiko der eigenen Kunden umgehen sollte.

Kreditauskünfte und Bonitätsprüfung mit CRIFBÜRGEL

Unternehmen jeder Größenordnung sind darauf angewiesen, dass ihre Produkte oder Dienstleistungen umgehend bezahlt werden, doch gerade für klein- und mittelständische Unternehmen hat das zögerliche Zahlungsverhalten von Kunden besonders gravierende Folgen.



Erstens bedeuten Zahlungsverzögerungen oder -ausfälle zusätzliche Mehrarbeit und Kosten. Zweitens ist es in vielen Branchen üblich, dass ein Unternehmen mit seiner Arbeitsleistung und den Materialkosten in Vorleistung geht. Die Unternehmen treten damit als Kreditgeber für ihre Kunden auf und tragen durch die entstandenen Kosten auch das finanzielle Risiko. CRIFBÜRGEL aus München (www.crifbuergel.de) empfiehlt Unternehmen daher als sicherste Methode, schon im Voraus Auskünfte über die Zahlungsfähigkeit von Geschäftspartnern einzuholen. Bonitätsprüfungen helfen, das finanzielle Risiko eines Zahlungsverzugs oder eines Forderungsausfalls abzuschätzen und entsprechende Konditionen im Vorfeld eines Geschäfts zu vereinbaren (z. B. Abschlagszahlungen, Vorkasse usw.). Welche Auskünfte hier für Sie die richtigen sind, hängt aber entscheidend von Ihrem Informationsbedarf und dem Grad des Risikos Ihrer Geschäfte ab.

CRIFBÜRGEL hat Tipps, wie Sie am besten mit der veränderten Situation umgehen können

Neben der Möglichkeit Bonitätsauskünfte einzuholen, bieten sich noch weitere Maßnahmen zur Absicherung an. So kann es sinnvoll sein, nach einem allgemeinen

Maßnahmenkatalog vorzugehen, um das eigene Risiko stets bestmöglich im Blick zu behalten:

- Erstellen Sie für Ihre bestehenden Kundenbeziehungen ein Bonitäts-Monitoring, um frühzeitig über Veränderungen informiert zu werden
- Prüfen Sie Ihre internationalen Kunden und Zulieferer mit dem Online-Portal SkyMinder.
- Analysieren Sie Ihre Kundenstruktur und Ihre Zielgruppe vor dem Hintergrund der neuesten Ereignisse, um kurzfristig neue Märkte anzuvisieren.
- Denken Sie an die Bonität Ihres Unternehmens und stellen Sie proaktiv aktuelle Informationen zu Ihrer wirtschaftlichen Situation zur Verfügung. Die Prüfung und Aktualisierung der Unternehmensdaten können Sie kostenlos per E-Mail an archivauskunft@crifbuergel.de anfragen. Unternehmen haben auch die Möglichkeit, die Daten online über unseren Partner BankenScore (www.bankenscore.de) kostenlos einzusehen und mit eigenen Informationen zu aktualisieren.

Mitglieder des Verbands Druck und Medien Mitteldeutschland e.V. erhalten Sonderkonditionen bei CRIFBÜRGEL

CRIFBÜRGEL bietet Unternehmen gesonderte Firmenverträge an, die sich den direkten Kontakt zu CRIFBÜRGEL wünschen. Mit einer Laufzeit von einem Jahr zu einem Grundpreis von 25 € pro Monat bei jährlicher Abrechnung im Voraus sind dabei 5 Vollauskünfte (ab 6. Auskunft 25 € pro Stück), 5 BoniCheck (ab 6. Auskunft 12,50 € pro Stück) und 5 RiskCheck (ab 6. Auskunft 5 € pro Stück) enthalten.

Dank einer Rahmenvereinbarung erhalten Verbandsmitglieder zudem die Möglichkeit, sowohl Firmen- als auch Personeninformationen ohne gesonderten Vertrag zu günstigen Konditionen über die Geschäftsstelle des Verbandes beziehen zu können. Möchten Sie entsprechende Auskünfte einholen – wenden Sie sich direkt an Ihren Verband Druck und Medien Mitteldeutschland e.V. 

Diesen Inhalt bieten die Auskünfte

BoniCheck

Der BoniCheck unterstützt Ihre Kreditentscheidungen bei mittleren Risiken mit kompakten Informationen über Ihre Kunden. Sie erhalten Schlüsselinformationen zum angefragten Unternehmen, beispielsweise zu Negativmerkmalen, sowie einen Überblick über die Finanzlage und die Geschäftszahlen.

Ihre Vorteile des BoniCheck im Überblick:

- Kompakte Unternehmensinformationen online auf einen Blick
- Tagesaktuelle Bonitätsinformationen über deutsche Unternehmen
- Alle relevanten Informationen: Unternehmensdaten, Finanzlage, Bonitätsindex, Höchstkredit
- Monitoring informiert 12 Monate über Veränderungen bei Geschäftspartnern (optional)
- Monitoring Plus informiert dauerhaft und detailliert über alle Änderungen bei Ihren Geschäftspartnern (optional)
- Recherchen zur Überprüfung und Aktualisierung von Auskunftselementen (optional)

Vollauskunft

Die Vollauskunft mit Bonitätsindex, Bilanzgrade und integrierter Bilanzanalyse enthält aktuell und ausführlich alle wirtschaftlich relevanten Faktoren, die für Kreditentscheidungen aller Art erforderlich sind.

Ihre Vorteile der Vollauskunft im Überblick:

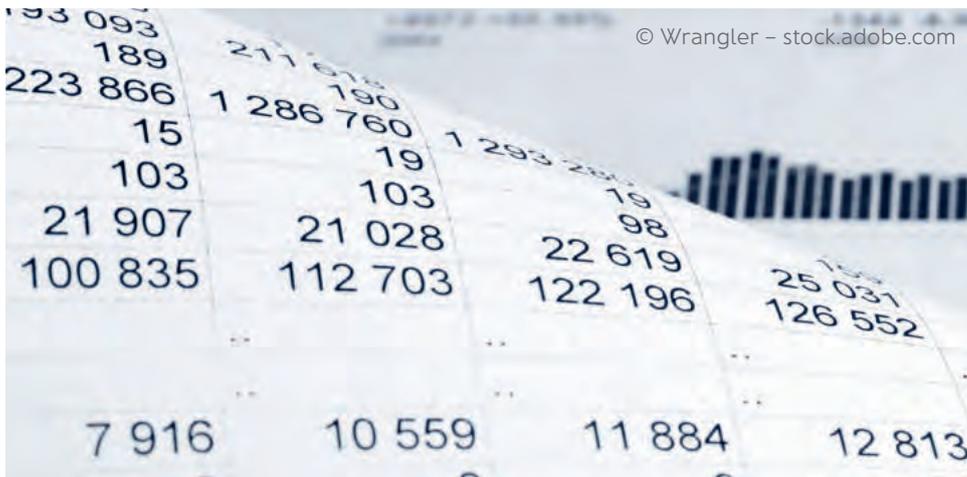
- Bilanzgrade exklusiv in der Vollauskunft
- Zuverlässige Einschätzung der Ausfallwahrscheinlichkeit mit dem CRIFBÜRGEL Bonitätsindex
- Angaben zum durchschnittlichen Ausfallrisiko der Branche/n
- Ausführliche Anzeige von Negativmerkmalen zum Unternehmen bzw. Funktionsträgern/Anteilseignern
- Zahlungserfahrungen aus unterschiedlichen Wirtschaftsbereichen
- Bilanzen im Zweijahresvergleich mit Veränderungsanzeige sowie Gewinn- und Verlustrechnung
- Entwicklung von Bilanzkennziffern und Bilanzgrades im Zeitablauf von bis zu 4 Jahren historisiert
- Monitoring informiert 12 Monate über Veränderungen bei Geschäftspartnern (optional)
- Monitoring Plus informiert detailliert und dauerhaft über alle Änderungen bei Ihren Geschäftspartnern (optional)
- Recherchen zur Überprüfung und Aktualisierung von Auskunftselementen (optional)
- Aktuelle Informationen zu Zahlungsverzögerungen jetzt im Payment Morality Index (PMI)
- Im neuen Auffälligkeitsindex werden verschiedene Veränderungen insbesondere bei kleinen und mittleren Unternehmen verarbeitet und zu einer Kennzahl verdichtet

RiskCheck

Der RiskCheck Ihnen schnelle Kreditentscheidungen bei Ihren täglichen Geschäften. Sie können das Zahlungsausfallrisiko von Unternehmen und Privatpersonen sowie von Gewerbebetrieben, Einzelunternehmen oder Freiberuflern überprüfen. Sie erhalten neben Kommunikationsdaten einen Score und Negativmerkmale für Ihre Kreditentscheidung. Der RiskCheck Business Plus liefert zusätzlich Informationen zu Rechtsform und Geschäftszahlen.

Ihre Vorteile des RiskCheck im Überblick

- Kompakte Unternehmensinformationen online auf einen Blick
- Alle relevanten Informationen: Kommunikationsdaten, Score, Negativmerkmale
- Zusätzlich Rechtsformdaten und Geschäftszahlen (RiskCheck Business Plus)
- Realtime-Crawler zur Prüfung und Bestätigung der Existenz der angefragten Unternehmen (optional)



VERBANDSANGEBOT

Es gibt keinen guten Zeitpunkt für eine Krise

Die Corona-Pandemie lähmt die Wirtschaft und wirkt sich auf die Druckindustrie aus. Eine Kurz-Umfrage des bvdM zeigt, dass nahezu alle Druckereien von Auftragsrückgängen betroffen sind. Und zwei Drittel der Befragten gibt an mit den aktuellen Umsatzgrößen maximal drei Monate überlebensfähig zu sein. Viele kleine Unternehmen hatten schon zu Beginn der Krise eine schwache Bonität.

Von Jens Meyer

Um die Auswirkungen auf die Wirtschaft abzufedern haben Bund und Länder ein bisher nicht dagewesenes Hilfspaket geschnürt. Die Angebote reichen von Kurzarbeit über Stundungen von Steuern und Sozialversicherungsbeiträgen bis hin zu nicht rückzahlbaren Soforthilfen und umfangreiche Kredithilfen der KfW und Landesbanken. All diese Maßnahmen sollen zur Liquiditätssicherung der Unternehmen beitragen. Ohne Frage sind die gewährten Hilfen als Sofortmaßnahmen zur Sicherung der Zahlungsfähigkeit äußerst hilfreich. Doch was passiert, wenn die Wirtschaft wieder anläuft und die erwirkten Stundungen zur Zahlung anstehen und Zinsen und Tilgung der genutz-

ten Kredite fällig werden. Niemand weiß momentan, wie sich die Geschäfte entwickeln und wie lange die Krise dauert. Viele Unternehmen verschieben mit der Fremdkapitalfinanzierung letztendlich die Probleme in die Zukunft. Zahlreiche Wirtschaftsexperten rechnen daher mit einer verspäteten Welle von Liquiditätseingüssen in Unternehmen. Denn bis auf Kurzarbeit und Soforthilfen erfolgen alle Hilfsmaßnahmen auf Pump und müssen irgendwann zurückgezahlt werden.

Mit solider Finanzplanung eigene Zahlen in den Griff bekommen

Die Corona-Krise wird sich langfristig und gravierend auf Gewinn und Liquidität auswirken. Jetzt gilt es die eigenen Zahlen in den Griff zu bekommen. Mit einer soliden Finanz- und Liquiditätsplanung

erreichen Unternehmer einen vorausschauenden Blick auf ihre eigene Situation. Eine Zeitspanne von zwei bis drei Jahren gilt als Richtwert, auch in jetzigen Zeiten, in denen aufgrund der Corona-Krise alle Planungen unter zusätzlich erschwerten Bedingungen erfolgen. Auch Banken und andere Kreditgeber möchten sichergehen, dass sie ihre Kredite wie vereinbart mit Zinsen zurückerhalten. Aus diesem Grund zählen Finanz- und Liquiditätsplan bei Kreditanträgen ohnehin zur den Standardanforderungen der Banken.

Der Finanzplan und die sich daraus abgeleitete Liquiditätsplanung besteht aus mehreren Teilplänen, die zu einer gemeinsamen Planung zusammengeführt werden. Die Teilpläne innerhalb des Finanzplans sind folgende:

- Umsatzplan
- Finanzierungsplan
- Investitionsplan
- Rentabilitätsplan
- Kosten- und Kapitalbedarfsplan
- Liquiditätsplan

Alle Teilpläne stehen miteinander in Verbindung und beeinflussen sich gegenseitig. Der Wert einer ordentlichen Finanzplanung gewinnt gerade in schwierigen Zeiten an enormer Bedeutung. Denn Finanzierung und Kapitalbeschaffung zählen zu wichtigsten Unternehmensfunktionen, um Wachstum und Zukunft gestalten

”

Der Wert einer ordentlichen Finanzplanung gewinnt gerade in schwierigen Zeiten an enormer Bedeutung.“

Jens Meyer, Geschäftsführer PRINTXMEDIA SÜD GmbH

zu können. Eine solide Planung hilft Unternehmen bei der sicheren Steuerung ihres Unternehmens. Sie schützt vor kurzfristigen Liquiditätsengpässen, gibt Auskunft über den zu erwartenden Unternehmenserfolg bzw. -gewinn und bildet die Gesprächsbasis für Kreditverhandlungen.

Professionelle Unterstützung in Anspruch nehmen

Gerade für mitarbeitende und kleine Unternehmer bedeutet die Erstellung eines Finanzplans einen hohen Aufwand. Da ein Finanzplan immer in die Zukunft gerichtet ist, reicht die Analyse der letzten BWA nicht aus. Auch können Steuerberater und Wirtschaftsprüfer häufig bei einer

Finanzplanung lediglich Zahlen zur Verfügung stellen, da sie erfahrungsgemäß zur Branchenentwicklung und Konjunktur keine Aussagen treffen können.

Für Unternehmer bleibt die Möglichkeit sich allein an die notwendige Finanzplanung zu begeben und mit den vielen verfügbaren Hilfsmitteln an die Arbeit zu machen. Alternativ können sie sich an die betriebswirtschaftlichen Berater ihres Verbandes Druck und Medien wenden, die über viel Erfahrung und Praxis-Know-how in der Finanzplanung für Druckbetriebe verfügen. ■

TIPP: Beratung in der Corona-Krise: Schnelle und unbürokratische Hilfe durch das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) Viele kleine und mittlere Unternehmen, die von der Corona-Krise betroffen sind, können eine Förderung bis zu 4.000 EUR ohne Eigenanteil für professionelle Beratungen durch die hierfür zertifizierte PRINTXMEDIA SÜD erhalten. Bitte wenden Sie sich hierfür an Ihren Verband Druck und Medien Mitteldeutschland e.V.

RECHT - RECHT NÜTZLICH

Das Fachkräfteeinwanderungsgesetz – Eine Möglichkeit dem Mangel zu begegnen

Seit einigen Jahren ist der Fachkräftemangel eine Herausforderung, mit der eine Vielzahl an Unternehmen in den unterschiedlichsten Branchen zu kämpfen hat. So ist es in Teilen in der Druckindustrie bereits so weit gekommen, dass es in bestimmten Regionen Deutschlands nahezu unmöglich geworden ist, zeitnah Fachkräfte für das eigene Unternehmen gewinnen zu können. Auch aus diesem Grund wurde zu Letzt verstärkt auf Quereinsteiger, die eine neue berufliche Herausforderung suchen, zurückgegriffen. Aufgrund mangelnder beruflicher Kenntnisse erfordert dies jedoch eine zeit- und kostenintensive Einarbeitung der Bewerber in den neuen Beruf. Eine Erleichterung für diesen Mangel soll das seit dem 1. März geltende Fachkräfteeinwanderungsgesetz (FEG) bringen. Es soll nunmehr auch qualifizierten Fachkräften sowie angehenden Auszubildenden aus Nicht-EU-Staaten den Zugang zum deutschen Arbeitsmarkt erleichtern.

Wann ist die Zuwanderung nach Deutschland möglich?

Eine der wichtigsten Änderungen durch das FEG ist, dass künftig nicht nur Personen mit einem akademischen Abschluss, sondern auch Fachkräfte mit einer qualifizierten Berufsausbildung aus Deutschland bzw. einer gleichwertigen ausländischen Berufsausbildung ein Visum oder einen Aufenthaltstitel erhalten können.

Vorausgesetzt, es liegt ein konkretes Arbeitsangebot eines inländischen Arbeitgebers sowie die Zustimmung der Bundesagentur für Arbeit vor, ist der deutsche Arbeitsmarkt damit nicht mehr nur für Hochqualifizierte vollständig geöffnet, sondern auch für Menschen mit anerkannter bzw. gleichwertiger Berufsausbildung. Bei ausländischen Fachkräften, die mindestens 45 Jahre alt sind, ist zudem zu beachten, dass ein Gehalt in Höhe von mindestens 55 % der jährlichen Beitragsbemessungsgrenze in der allgemeinen Rentenversicherung gezahlt werden muss. Fachkräften mit Berufsausbildung wird damit ermöglicht, in Deutschland

eine Beschäftigung in alle, auch verwandten Berufen auszuüben, zu der sie ihre Qualifikation befähigt (§§ 18 bis 18b AufenthG).

Keine Begrenzung auf Mangelberufe und Wegfall der Vorrangprüfung

Damit der Einstieg in den Arbeitsmarkt auch tatsächlich erleichtert wird, entfällt nunmehr die Begrenzung auf sogenannte Mangelberufe und, mit Ausnahme für die Berufsausbildung, die sogenannte Vorrangprüfung. Die Bundesagentur für Arbeit soll damit einer Beschäftigung in Deutschland zustimmen, wenn alle zuvor genannten vorgenannten Voraussetzungen vorliegen (§ 39 AufenthG). Nach der Vorrangprüfung waren Arbeitgeber bislang verpflichtet nachzuweisen, dass kein einheimischer Arbeitssuchender für die entsprechende Stelle zu finden war.

NUTZEN

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



Beschleunigtes Anerkennungsverfahren und mehr Unterstützung für Betriebe

Damit Fachkräfte auch den Weg auch nach Deutschland finden und die Zuwanderung nicht zur bürokratischen Odyssee verkommt, wurde etwa das beschleunigte Verfahren eingerichtet. Zwar werden auch weiterhin die Erteilung einer Aufenthaltserlaubnis und die Anerkennung einer Berufsqualifikation in eigenständigen Verfahren geprüft werden, im beschleunigten Verfahren soll sich die Dauer des Anerkennungsverfahrens jedoch auf zwei Monate und entsprechend die Fristen für die gegebenenfalls erforderliche Zustimmung der Bundesagentur für Arbeit sowie für die Beantragung und Erteilung eines Einreisevisums verkürzen. Arbeitgeber können das Verfahren bei Vorliegen bestimmter Voraussetzungen bei der zuständigen Ausländerbehörde des jeweiligen Bundeslandes beantragen. Diese leitet das Anerkennungsverfahren ein und dient als zentraler Ansprechpartner für Arbeitgeber und zuständige Stellen. Die zusätzlichen Kosten für das beschleunigte Verfahren in Höhe von 411 Euro hat der Arbeitgeber zu tragen (§ 81a AufenthG).

Weitere Erleichterungen im Anerkennungs- und Visumverfahren

Eine wesentliche Hürde zur Erlangung eines Aufenthaltstitels wird auch in Zukunft die Anerkennung ausländischer Berufsqualifikation bleiben. Gerade im nichtakademischen Bereich werden aus-

ländische Qualifikationen wohl auch weiterhin erst dann als gleichwertig anerkannt werden, wenn betreffende Personen sich in Deutschland praktisch oder theoretisch nachqualifizieren. Hierfür erweitert das FEG allerdings auch die Möglichkeiten des Aufenthalts zur beruflichen Anerkennung bzw. zu Qualifizierungsmaßnahmen in Deutschland. Auch können künftig im Rahmen von Vermittlungsabsprachen mit der Bundesagentur für Arbeit die Anerkennungsverfahren vollständig in Deutschland durchgeführt werden.

Aufenthaltsurlaubnis zur Arbeitsplatz-/ Ausbildungssuche

Neu hinzugekommen ist die Möglichkeit, bereits zur Arbeits- oder Ausbildungsplatzsuche nach Deutschland einreisen zu können. Demnach besteht künftig die Möglichkeit für Fachkräfte mit Berufsausbildung für bis zu sechs Monate zur Arbeitssuche nach Deutschland einreisen zu können, wenn sie einen anerkannten Berufsabschluss, die notwendigen Deutschkenntnisse und einen gesicherten Lebensunterhalt vorweisen können. Ermöglicht wird auch eine Probezeit von bis zu zehn Wochenstunden im späteren Beruf und damit z.B. Praktika bei einem potentiellen Arbeitgeber. Arbeitgebern soll all dies bei der Suche von Fachkräften zur Besetzung offener Stellen zugutekommen. ■

TIPP: Die Bundesregierung hat Unternehmen unter

www.make-it-in-germany.com

eine Plattform für Stellenangebote für ausländische Fachkräfte eingerichtet.

Weitere Informationen zum Anerkennungsverfahren bietet die Webseite

www.anerkennung-in-deutschland.de

des Bundesministerium für Bildung und Forschung.

Sie haben Fragen? Wir stehen Ihnen gern zur Verfügung.

Sascha Kirsten
Syndikusrechtsanwalt
Verband Druck und Medien
Mitteldeutschland e.V.
Gerichtsweg 28
04103 Leipzig
Tel.: 0341 86859 0
E-Mail: kirsten@vdm-mitteldeutschland.de

NÜTZLICH

Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall – Einheit des Verhinderungsfalls



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

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

FRAGEN?

NUTZEN@BVDM-ONLINE.DE

▶ Online-Eignungstests – große Hilfe in Corona-Zeiten!

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



WEITERE INFORMATIONEN UND
EIN VIDEO-TUTORIAL

bvdm.testen.io

Kunden erfolgreich machen



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

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

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

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

Kick-off-Workshop zu Beginn

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



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

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

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

Individuelle Workflowkonzepte

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

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



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

Kunden erkennen den Mehrwert

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

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

Schubertasche mit Leinen-Pop-up.

WIRTZ DRUCK – FAMILIEN- UNTERNEHMEN SEIT 1889

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



Effektiv, konkret – die Firmenschulung

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

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

Warum haben Sie sich für eine Firmenschulung entschieden?

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



Wie hat Ihnen die Firmenschulung gefallen?

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

Michelle Huber, Mediengestalterin Digital und Print



Welche Vorteile hat Ihrer Meinung nach eine Firmenschulung?

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

Florian Schmitt, Geschäftsleitung/Print

Planen Sie weitere Firmenschulungen für die Zukunft?

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



Die Seminare gehen weiter

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

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



Verband Druck + Medien Nord-West e. V.

vdmnw.de/seminare-veranstaltungen/

VDMH

Verband Druck und Medien Hessen e. V.

Verband Druck und Medien Hessen e. V.

vdmh.de/veranstaltungen/



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

druckrps.de/termine/



verband papier, druck und medien südbaden e. V.

medienverbaende.de/aus-und-weiterbildung/

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



Verband Druck und Medien NordOst e. V.

vdmno.de/seminar-veranstaltungskalender/



Verband Druck und Medien Mitteldeutschland e. V.

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

VERBAND DRUCK + MEDIEN BAYERN

Verband Druck und Medien Bayern e. V.

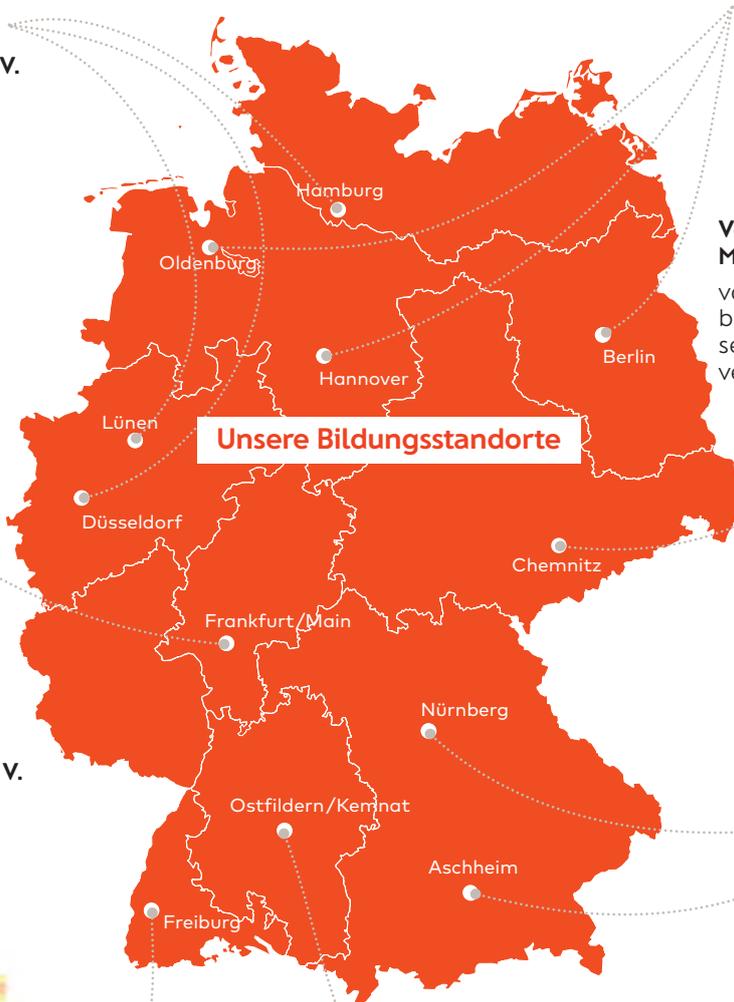
vdm-bw.de/seminare/



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

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

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



Erfolg in der Krise: Umfassende Services im Gesundheitswesen



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

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

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

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

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

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

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

Fokus „Gesundheit“ begründet das gute Ansehen von RIECO

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

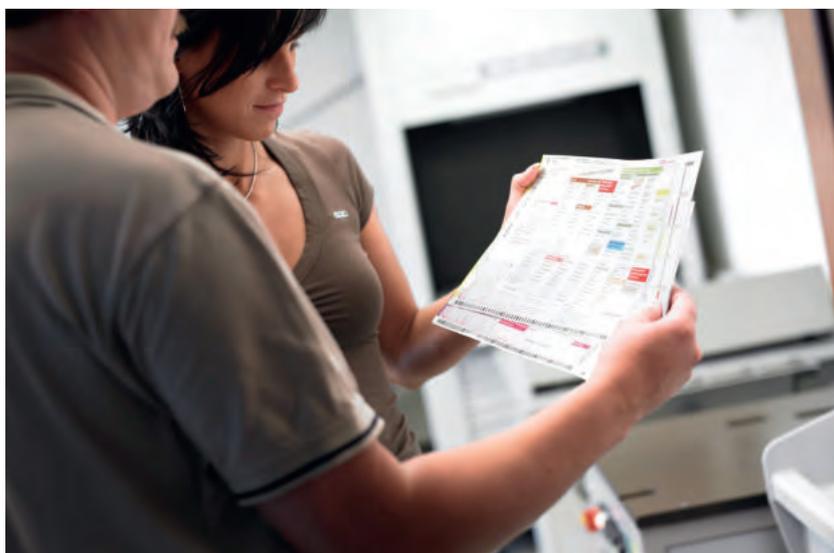
Mit der RIECO Orgaform Altenburg GmbH, die als Firmenstandort 1991 zum Hauptsitz in Grünstadt, Rheinland-Pfalz, hinzukam, war das Unternehmen bereit, mit den Kunden und den zur Verfügung stehenden Mitteln einen großen Sprung zu wagen. Im Hauptgeschäft stand und steht „Gesundheit“ dabei besonders im Fokus.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

Volle Auslastung in der Corona-Krise

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

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

Firmengründer und Senior Manager
Fritz Emrich



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

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

Unverzichtbare Hilfe des Branchenverbandes

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

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



RIECO in Altenburg.

Das Online Print Symposium

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

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

Nur radikales Umdenken führt zum Erfolg

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



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

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

Kommunikation – ein unterschätzter Faktor

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

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





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

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



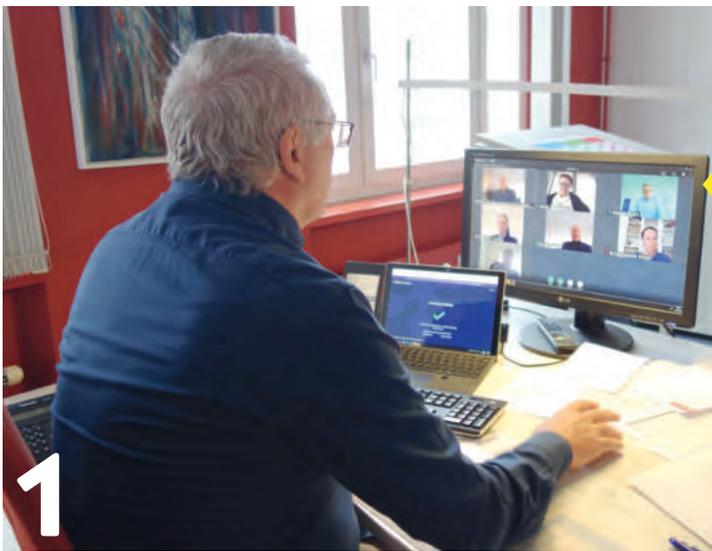
Eingespieltes Doppel. Bernd Zipper, zipcon consulting, und Jens Meyer, bvdM/printXmedia Süd, führten durch spannende Vorträge und Diskussionen.



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

Die Verbandsarbeit in Zeiten von Corona

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



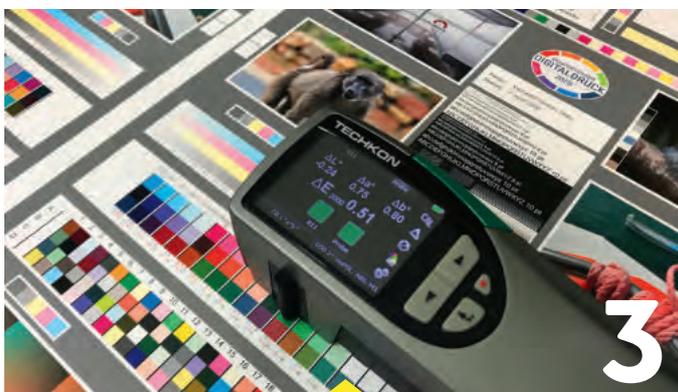
1

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



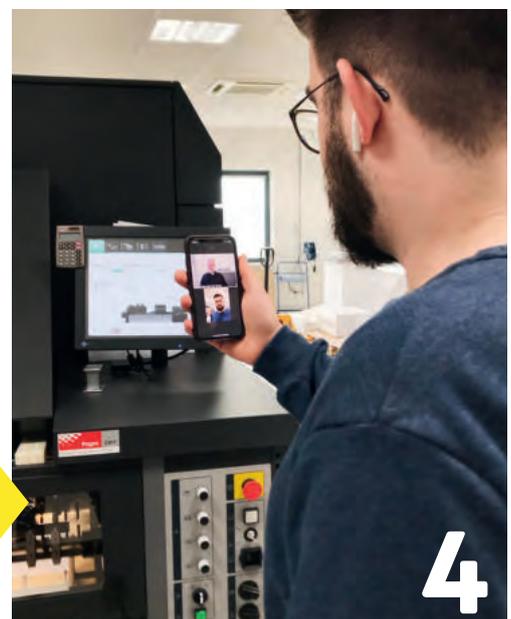
2

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



3

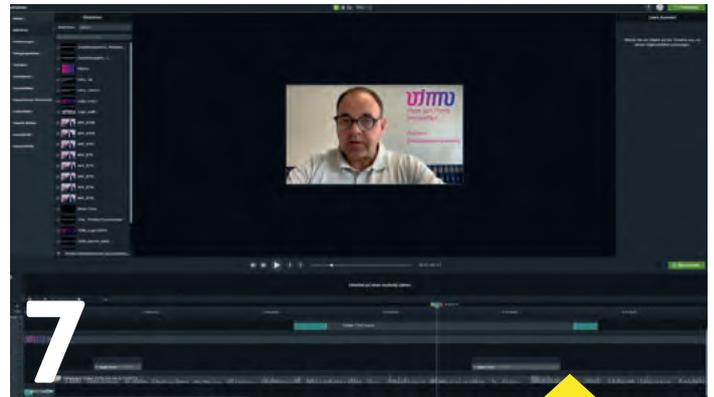
Seit Corona ist die Zertifizierung nach QSD (Qualitätssiegel Digitaldruck) und PSO (Prozessstandard Offsetdruck) auch online möglich. Damit wird sichergestellt, dass die Betriebe weiter hochwertig produzieren.



4



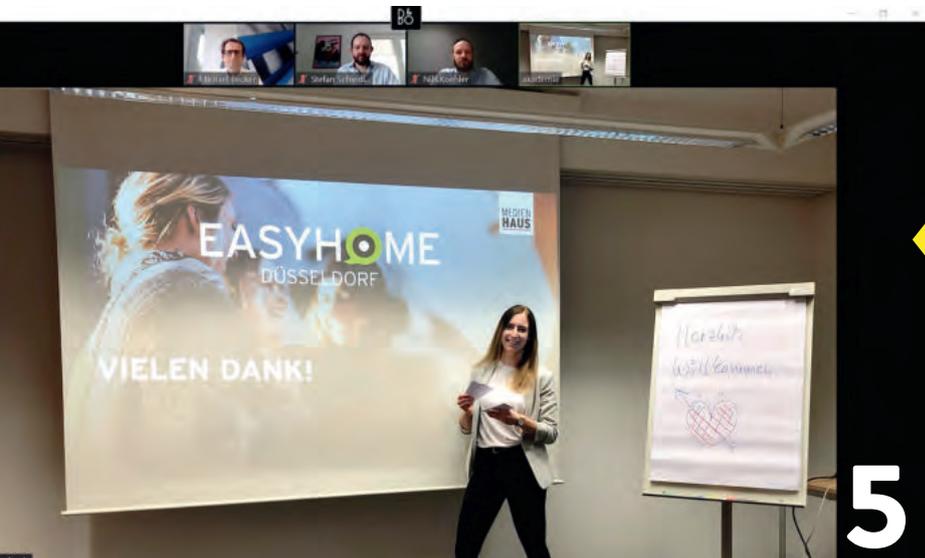
Die Juristen und Wirtschaftsexperten der Verbände im Dauereinsatz. Beratungen, Einzelgespräche und verbandsübergreifende Kollegenkonferenzen. Ergebnis: tagesaktuelle Informationen für die Unternehmen über gesetzliche Änderungen, Ausnahmeregeln, staatliche Förderprogramme sowie Leitfäden für die praktische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



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



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



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

Recht flexibel in der Krise

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

Zivilrecht

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

1. Vorübergehendes Leistungsverweigerungsrecht bis 30. Juni 2020

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

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

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

2. Beschränkung der Kündigung von Miet- und Pachtverhältnissen

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

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

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

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

3. Regelungen zum Darlehensrecht

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

Insolvenzrecht

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

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

1. Aussetzung der Insolvenzantragspflicht

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

2. Folgen der Aussetzung

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

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

3. Gläubigerinsolvenzanträge

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

4. Verlängerungsmöglichkeit durch Rechtsverordnung

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



► Weniger Azubis in der Branche

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

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

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

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

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



Nach den WorldSkills ist vor den WorldSkills!

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

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

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

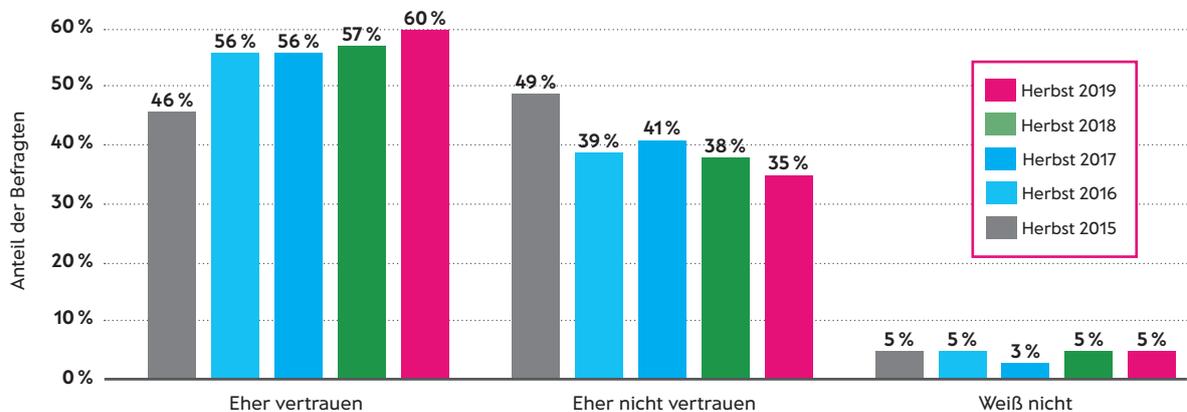
► DIE FESPA GLOBAL PRINT EXPO 2020 WAGT EINEN ZWEITEN ANLAUF

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

MEHR INFOS UNTER
www.fespa.com/de

PRINT GEWINNT VERTRAUEN ZURÜCK

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



Quelle: European Commission/Statista 2020



TERMINE

2020 ◀

08.09.2020
HAPTICA® live '20, Bonn

23.-24.09.2020
EMPACK, Portugal

23.-25.09.2020
PrintPack+Sign, Singapur

06.-08.10.2020
FESPA Global Print Expo, Spanien

07.-09.10.2020
Bayerischer Druck- und Medientag,
Bamberg

12.-16.10.2020
All in Print, Shanghai

14.-18.10.2020
Frankfurter Buchmesse,
Frankfurt am Main

22.10.2020
Hello Future – Print trifft Digitalisierung,
München

29.-30.10.2020
Creative Paper Conference, München

2021 ◀

09.-11.03.2021
InPrint, München

23.-25.03.2021
LOPEC, München

20.-30.04.2021
drupa 2021, Düsseldorf

19.-20.05.2021
EMPACK, Dortmund

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

10/2021
Druck und Design, München

13.-14.10.2021
World Publishing Expo, Berlin

▶ 2022

10.-12.02.2022
WETEC, Stuttgart

21.-24.02.2022
Hunkeler Innovationdays, Luzern





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

Matthias Manghofer
Geschäftsführer Gebr. Geiselberger GmbH



PSO-Zertifizierung jetzt auch ONLINE möglich!



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

#SmartPrintShop



PUSH TO STOP

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

Entdecken Sie
Heidelberg Subscription –
das neue Vertragsmodell.

heidelberg-subscription.com



HEIDELBERG

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