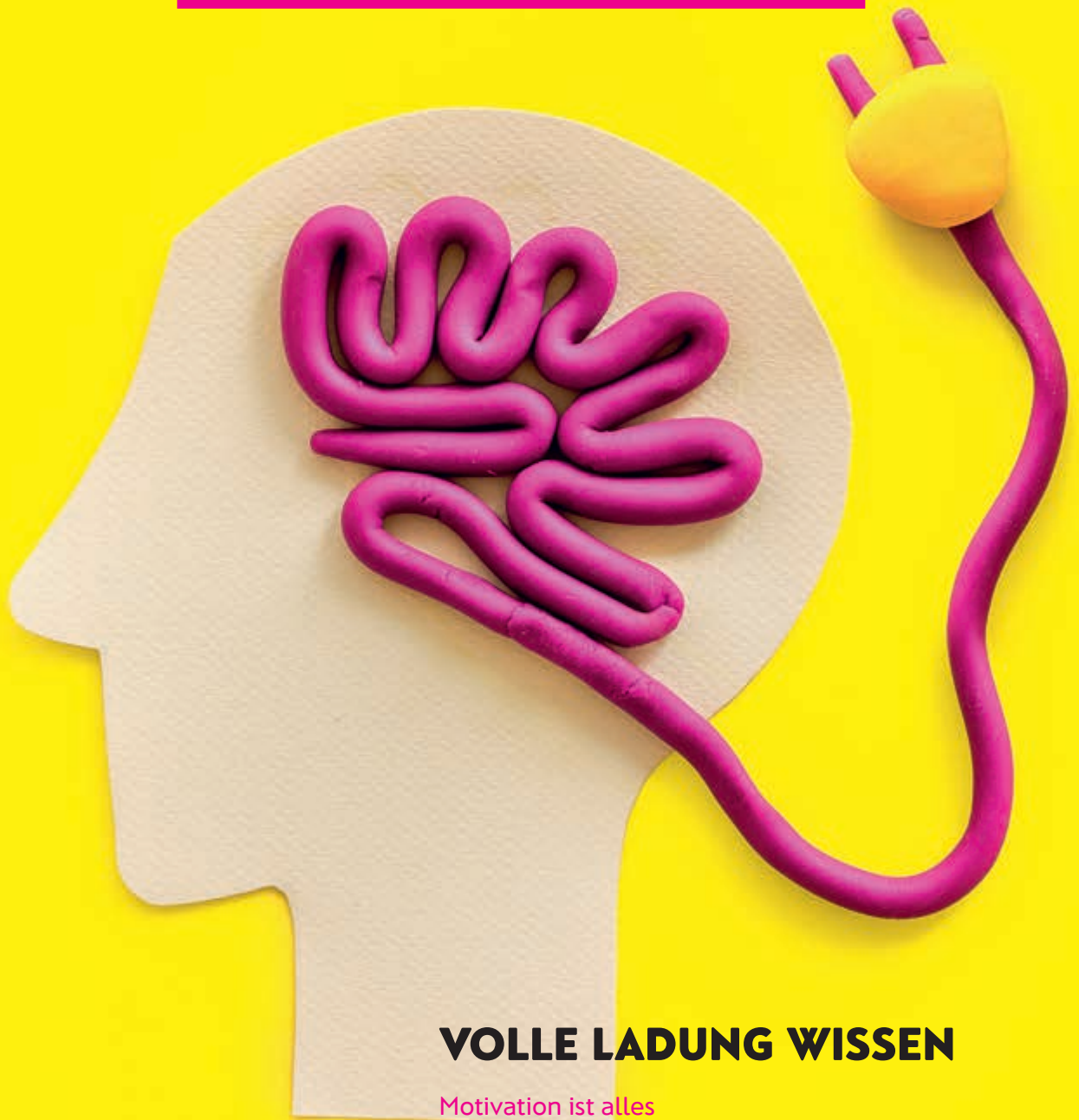


DAS MAGAZIN

NUTZEN

DER DRUCK- UND MEDIENVERBÄNDE



VOLLE LADUNG WISSEN

Motivation ist alles

Lieferengpässe und Kostenexplosionen

Online lernen für alle

Das ist neu beim Verbraucherschutz

Entdecken Sie
unser Sortiment
mit über **5.000**
Druckprodukten!

www.onlineprinters.de


QUALITÄT,
DIE IHRE
BOTSCHAFT
TRÄGT. ■

 Kostenloser
Standardversand

 Kompetenter
Service

 **ONLINEPRINTERS**

 1 Millionen
zufriedene Kunden

 35 Jahre
Erfahrung im Druck

EDITORIAL

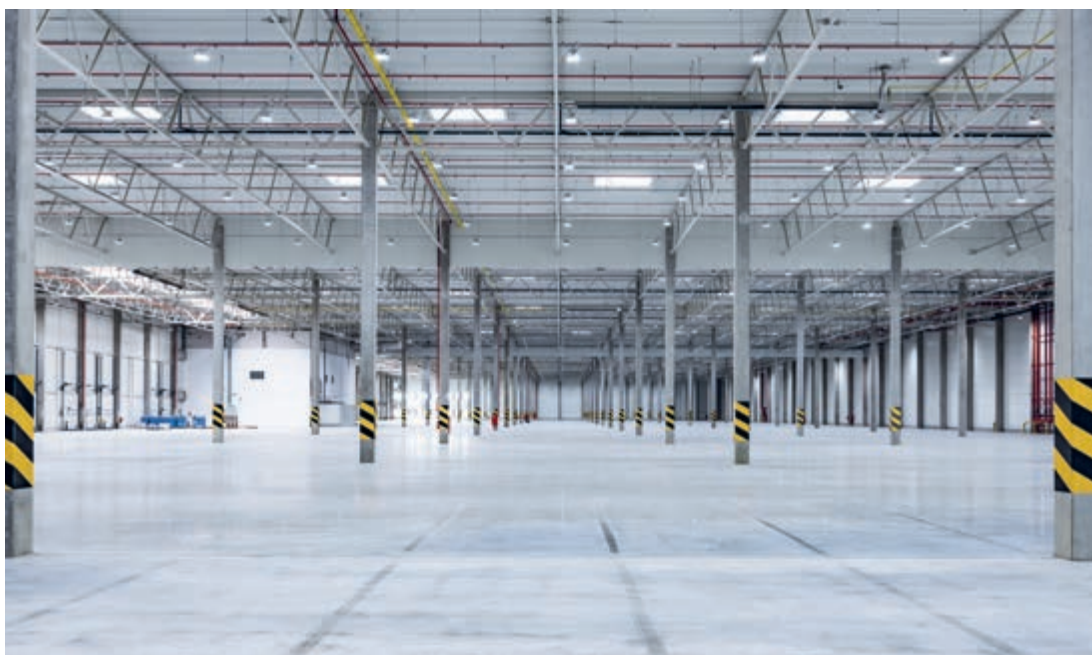


Foto: Watch_Media_House - shutterstock.com

Gerissene Lieferketten, leere Hallen – ist das die Zukunft? Auf alle Fälle müssen Unternehmen schnell und flexibel handeln und im guten Einvernehmen mit den Lieferanten vorausschauend planen.

Liebe Leserin, Lieber Leser,

wir gehen – mal vorsichtig – davon aus, dass der größere Teil unserer Leserinnen und Leser zwischen 30 und 60 Jahren alt ist. Diese Altersgruppe – zu der auch ich gehöre – ist in eine Zeit hineingewachsen, die nahezu allen Menschen in unseren nord- und mitteleuropäischen Breiten- und Längengraden mehr Möglichkeiten bietet als je zuvor. Mit einer stetig wachsenden Wirtschaft, einer riesigen bunten Warenwelt und nahezu grenzenloser Verfügbarkeit von Produkten und Dienstleistungen – oft sogar „just in time“. Was wir nicht gelernt oder völlig vergessen haben: Es kann auch mal etwas nicht geben. Wer von uns hätte denn ernsthaft gedacht, dass wir plötzlich an allen Ecken Knappheiten erleben würden? Lieferschwierigkeiten sowie enorme Preissteigerungen machen ja nicht nur der deutschen Druck- und Medienwirtschaft zu schaffen – sie treffen Betriebe sämtlicher Branchen und Größenklassen. Der Kreditversicherer Euler Hermes riet Unternehmen bereits 2020: Es ist definitiv an der Zeit, das Thema anzugehen, denn auch in den kommenden Jahren ist mit großen Problemen für die Versorgungsketten zu

rechnen. Auch die Unternehmen unserer Branche müssen daher Notfallpläne entwickeln, um schnell und flexibel handeln zu können. Zudem dürfte die Beziehungsqualität mit den eigenen Lieferanten in der Zukunft eine immer größere Rolle spielen.

Bei diesen wichtigen Aufgaben unterstützen wir, die Druck- und Medienverbände, unsere Mitgliedsbetriebe nach Kräften. Im ganz Privaten dagegen lohnt es sich vielleicht einmal, innezuhalten. Muss es Spargel bereits im März zu kaufen geben und Erdbeeren den ganzen Winter durch? Ist es ein Drama, wenn ich ein neues Waffeleisen erst in vier Tagen erhalte? Ich meine, nein. Gelegentlich auf etwas warten zu müssen, kann die Freude und den Genuss sogar unheimlich steigern.

Ich wünsche Ihnen eine angenehme Lektüre.

Herzlichst, Ihr Dr. Paul Albert Deimel,
Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes
Druck und Medien e.V., und 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: BILDUNG

08 — VOLLE LADUNG WISSEN

- » Motivation ist alles
- » Bildungsurlaub – im Idealfall eine Win-win-Situation
- » Dafür machen sich die Verbände stark

30 — DRUCK AUF BERLIN UND BRÜSSEL

Quecksilber-UV-Strahler ohne Alternative



IMPRESSUM

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

VERANTWORTLICH: Bettina Knappe

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

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

DRUCK: Schleunungdruck GmbH
Elterstraße 27, 97828 Marktheidenfeld, Tel: (0 9391) 6005 0, Fax: (0 9391) 6005 90

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

ANZEIGEN: Bundesverband Druck und Medien e. V.

03 — EDITORIAL

Herzlich willkommen zum neuen NUTZEN

06 — PRINT KOMMT AN

Wähler, Nutzer, Leser

14 — WIRTSCHAFT

Lieferengpässe und Kostenexplosionen

16 — DER NUTZEN

Die ganze Erde in einem Buch

18 — DIE FIRMA

Top-Ausbildung sichert Unternehmenserfolg

21 — NUR FÜR AZUBIS!

Gestaltungswettbewerb der Druck- und Medienverbände



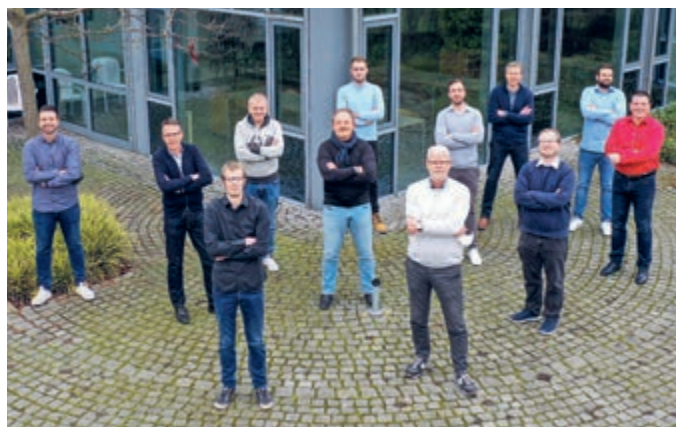
Seite **16**

22 — NÜTZLICH

Wissenswertes für die Betriebsführung

24 — DIE PROFIS

Vertrauen ist die Grundvoraussetzung



Seite **24**

26 — ONLINE LERNEN FÜR ALLE

Die neue Print Academy

28 — UNTERWEGS MIT ...

Der nächste Karriereschritt

33 — TARIFVERHANDLUNGEN 2022

34 — EINKAUF

Jetzt besser aufstellen im Papiereinkauf!

36 — RECHT

Das ist neu beim Verbraucherschutz

38 — TERMINE

Regionale, nationale und internationale Branchenveranstaltungen



Seite **28**

Wir hoffen, dass Ihnen die zwanzigste 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.

4 Mrd.

Bierdeckel produzieren die beiden deutschen Weltmarktführer pro Jahr.



Außenwerbung erzielte im Jahr 2021 **44%** mehr Umsatz als im Vorjahr.

TAG

ZAHLEN & FAKTEN



96%

Für 96% der Zeitungsleser ist die lokale Tageszeitung eine feste Größe in der Region.

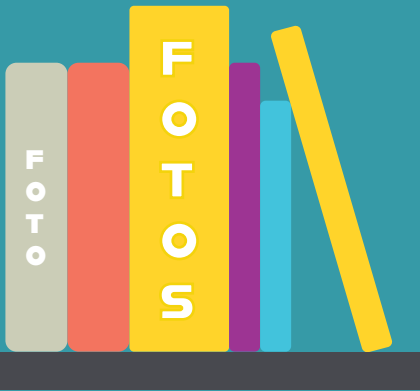


342

Tageszeitungen gibt es allein in Deutschland.

120 Millionen

Postkarten haben die Deutschen 2020 verschickt.



9,3 MILLIONEN
Fotobücher wurden 2020
produziert.

ESZEITUNG

HÄNDLER
600 Millionen €

Mehr als 600 Millionen € investieren
Lebensmittelhändler und Supermärkte
in Tageszeitungsanzeigen.



24.344 verschiedene
Schulbücher sind in Deutschland lieferbar
und pro Jahr kommen rund 2000 neue
auf den Markt.

Volle Ladung Wissen





Eine Investition in Wissen bringt noch immer die besten Zinsen.“

Benjamin Franklin

Jeder Mensch kann nicht nur lernen, er will es auch! Das beginnt beim Säugling und hält ein Leben lang an. Bis zu einem gewissen Grad ist menschliches Lernen ein Automatismus. Auf höherer Ebene ist es eingebunden in einen Prozess, der sehr viel mit Freude zu tun hat. Das mag vielleicht nicht für lateinische Konjugationen gelten, funktioniert aber hervorragend, wenn es um Bundesligatabellen, Computerspiele oder Zumba-Choreografien geht.

Hirnforscher und moderne Pädagogen sind sich seit Langem einig: Entscheidend für den Lernerfolg ist die Motivation oder besser noch – die Relevanz! Was dem Gehirn wichtig ist, saugt es auf wie ein Schwamm, und der Lernprozess wird zu einer beglückenden Erfahrung. Erscheint ihm dagegen etwas unwichtig, bleibt es links liegen, Lernen wird als mühsam, langweilig und öde empfunden. Dabei geht es dem Hirn nicht unbedingt nur um den Stoff, den es lernen könnte. Neurodidaktischen Erkenntnissen zufolge ist das sogenannte soziale Lernen einer der wichtigsten Faktoren im Lernprozess. Das liegt daran, dass Menschen nahezu automatisch empathisch sind und sich permanent in ihre Gegenüber, in Lehrer oder auch Gruppenmitglieder einfühlen. Ein Lehrer, der sein Thema wichtig und spannend findet und imstande ist, seinen Schülern dies auch zu vermitteln, weckt viel eher Begeisterung als ein reines Herunterbeten von Informationen. Ähnliches ist auch bei Erwachsenen in Vorträgen zu beobachten. Referenten, die lebendig, dem Auditorium zugewandt und authentisch sind, reißen die Zuhörer mit, haben die volle Aufmerksamkeit und schaffen es besonders gut, ihren Inhalten Bedeutung zu geben – also Relevanz zu transportieren. »



Ähnlich erfolgreich lernt es sich bei Aktivitäten in Gruppen. Sei es beim Körbwerfen auf dem Basketballfeld, beim Skaten, Kochen, Musizieren, Tanzen oder auch beim Arbeiten in gut funktionierenden Teams. Jede und jeder bringt die eigenen Ambitionen mit, und durch unbewusste gegenseitige Verstärkung entsteht ein Höchstmaß an gemeinsamer Motivation, ein intensives Mit- und Voneinanderlernen. Es entwickelt sich eine kraftvolle Dynamik, die beseelen und glücklich machen kann. Dieses Glück findet das Gehirn gut, deshalb gibt es diesem Prozess und dem Lernerfolg das Prädikat „wichtig“ und führt wie ein Perpetuum mobile sowohl Individuen als auch die gesamte Gruppe zu immer besseren Leistungen.

Nicht zuletzt diese Art von Lernprozessen hat die Spezies Mensch – trotz all ihrer Schwächen – erfolgreich gemacht. Und was in den vergangenen 40.000 Jahren funktionierte, kann heute so falsch nicht sein. Hier sind die Bundesländer, Schulbehörden und Schulen dringend gefragt, Konzepte umzusetzen, die zu den Lernerfolgen führen, die eine Wissensgesellschaft wie die unsere – so auch unsere Branche – in Zukunft braucht. Erkenntnisse, Studien und herausragende Pilotprojekte liegen den politischen Entscheidern seit Langem vor.

Die Verbände Druck und Medien mahnen seit vielen Jahren ein Umdenken in der Schulbildung an. Dem nachweislichen Rückgang des Grundlagen- und Allgemeinwissens und der nachlassenden Kompetenz in Mathematik, Orthografie, Textverständnis und dem verständlichen Schreiben muss mit aller Kraft begegnet werden. Denn diese Fähigkeiten sind das entscheidende Fundament für den Einstieg in die betriebliche Berufsausbildung.

Motivation ist alles

Lernen liegt uns in den Genen. Kleinkinder, die laufen lernen, machen durchschnittlich 2368 Schritte pro Stunde. Dabei legen sie rund 700 Meter zurück (Länge von 7 Fußballfeldern). Im Schnitt fallen sie 17-mal pro Stunde hin. Geht man davon aus, dass ein Kind etwa fünf Stunden täglich herumtapst, macht es jeden Tag knapp 12.000 Schritte und fällt dabei etwa 85-mal hin. Aufgeben ist keine Option, intuitiv wissen die Kleinen, dass die Mühe sich lohnt. Später – insbesondere im Berufsleben – ist dann eher das Interesse ausschlaggebend und damit verbunden die Frage, ob man in der Beschäftigung mit einem Thema einen Sinn sieht. Denn das ist entscheidend, um sich weiterzuentwickeln, zu lernen und auch mal Durststrecken zu überwinden. Kann ein Chef, eine Chefin nichts wirklich Sinnstiftendes bieten, ist es schwierig mit der Motivation. Die Lust am Lernen, am Experimentieren und auch am Erfolg wird dann einfach woanders ausgelebt – im Hausbau, im Garten, beim Mitraten bei „Wer wird Millionär“, im Hobbyraum, im Ehrenamt oder in der Volkshochschule. Dabei wäre es gerade in unserer sich permanent verändernden Branche so wichtig, seine Truppe stetig mit neuen Inhalten zu füttern. Hier bieten die Druck- und Medienverbände professionelle Beratungen an. So kann systematische Fort- und Weiterbildung die Mitarbeiterzufriedenheit deutlich steigern und gerade für junge Menschen ein Grund sein, sich für ein Ausbildungsverhältnis zu entscheiden, auch wenn die Druckbranche vielleicht nicht die erste Wahl war.

Was Hänschen nicht lernt, lernt Hans nimmermehr?

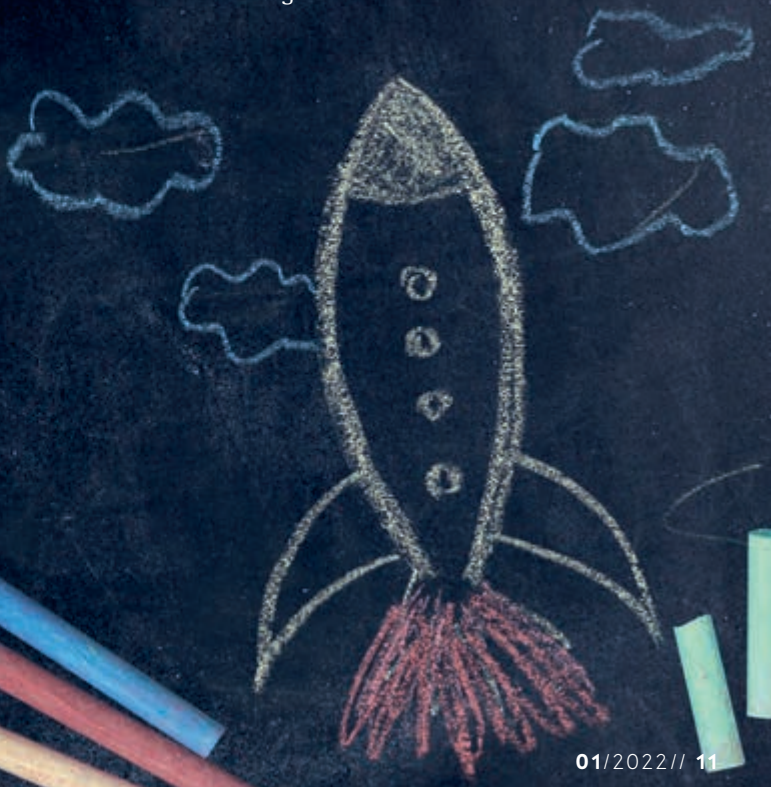
Dass man mit zunehmendem Alter nur noch sehr schwer Neues lernt, ist zwar eine verbreitete Ansicht. Aber sie entspricht nicht der Wirklichkeit. Denn grundsätzlich entwickelt sich das Gehirn während des ganzen Lebens weiter.

Seit über 60 Jahren erfassen Forscher an der University of Washington alle sieben Jahre die geistigen Fähigkeiten von bis zu 6000 Personen. Die Befunde belegen: Die über 50-jährigen stechen die 25- bis 35-jährigen in puncto Sprachkompetenz und Wortgedächtnis aus. Sie können sich besser räumlich orientieren und in komplexen Situationen leichter Schlussfolgerungen ziehen. Altersforscher und Biochemiker Christian Behl von der Universität Mainz kommentiert die Ergebnisse: „Bei den kurzzeitigen Gedächtnisleistungen, also flink sein, sich schnell etwas merken, sind junge Menschen häufiger im Vorteil. Aber bei langzeitlichen Gedächtnisleistungen, die an die Erfahrung anknüpfen, punkten die Älteren. Sie sind besser darin, komplexe Sachverhalte zu analysieren und Schlüsse daraus abzuleiten. Je breiter, umfassender und komplizierter die Herausforderungen sind, desto kleiner sind die Lernunterschiede zwischen Älteren und Jüngeren.“

Entscheidend für die erfolgreiche Fort- und Weiterbildung in der älteren Generation ist meist nicht das Gehirn, sondern der Anreiz. Für viele steht ein spürbar höheres Einkommen oder ein Karrieresprung nicht mehr in Aussicht. Es stellen sich daher Fragen wie: Was bringt es mir? Lohnen sich Anstrengung und Zeitaufwand?

Auch hier gilt es, zu motivieren statt ausgetretenen Pfaden zu folgen – was Arbeitgeber jedoch allzu oft tun. „Der verbreitete Irrtum, dass Ältere nicht mehr gut lernen könnten, wird zur selbsterfüllenden Prophezeiung“, kritisiert Professor Stamov Roßnagel vom Jacobs Center of Lifelong Learning der Jacobs University und führt aus: „Kann ein 55-jähriger eine Handy-App nicht benutzen, wird an seinen kognitiven Fähigkeiten gezweifelt. Hat ein 25-jähriger Probleme damit, denken die meisten, dass die App nicht benutzerfreundlich sei.“

Gerade in Zeiten des Fachkräftemangels gilt es also, dem Potenzial älterer Beschäftigter zu vertrauen und ihnen Anreize und Perspektiven zu bieten, die die Bereitschaft zum Lernen stärken. Vielleicht reicht manchen ja bereits die Aussicht, die Alltagsroutine mal zu verlassen und über den eigenen Tellerrand hinausblicken zu können. Gerade gemeinschaftliches Lernen, die Möglichkeit, sich mit anderen zu vergleichen und auch positive Rückmeldungen zu erhalten, sowie der Austausch mit anderen Menschen kann stark motivieren und den Lernerfolg unterstützen. »





Bildungsurlaub – im Idealfall eine Win-win-Situation

Etwas Neues lernen, sich persönlich und beruflich weiterentwickeln: 77 Prozent der Beschäftigten sind laut Deutschem Gewerkschaftsbund an Fortbildungen interessiert – aber nur ein bis zwei Prozent nehmen Bildungsurlaub (in manchen Bundesländern auch als Bildungsfreistellung oder Bildungszeit bezeichnet). Und das, obwohl es in allen Bundesländern, außer in Bayern und Sachsen, einen gesetzlichen Anspruch darauf gibt. Die einen kennen ihre Freistellungsansprüche nicht, die anderen wissen nicht, wie sie Bildungsurlaub beantragen müssen, oder fürchten gar Nachteile im Betrieb. Das sollte so nicht sein, denn im Idealfall profitieren alle von dieser Form der Weiterbildung. So zahlt der Arbeitgeber den Lohn bzw. das Gehalt zwar wie bei einem regulären Urlaub weiter. Die Kursgebühren, Ausgaben für Lehrmittel sowie Kosten für Fahrten und Unterkunft muss er jedoch nicht übernehmen. Diese werden von den Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern selbst getragen, können als Ausgaben jedoch in der Steuererklärung geltend gemacht werden.

Dafür machen sich die Verbände stark

Die Druck- und Medienindustrie braucht Fachkräfte und bildet in hohem Maße aus. Die Politik dagegen fördert das Hochschulstudium im Übermaß. Trotz großer Bemühungen in den letzten Jahren, die Bedeutung der dualen Ausbildung in der Öffentlichkeit zu verbessern, sinkt die Anzahl der interessierten Jugendlichen.

Die Zahl der Studienanfänger ist in den vergangenen Jahren weiterhin deutlich gestiegen. Ausbildungsberufe wurden und werden dagegen als weniger wertvoll für die Wissensgesellschaft eingestuft. Damit arbeitet die Politik am Bedarf der Wirtschaft vorbei – denn gerade das duale Ausbildungssystem macht unsere Betriebe erfolgreich. Um jedoch das bewährte duale Ausbildungssystem auf wettbewerbsrelevantem Niveau zu halten, brauchen die Berufsschulen modernere Ausstattungen, neue Maschinen, Top-Lehrerinnen und -Lehrer, praxisnahe Lehrpläne sowie zeitgemäße Lehrmittel.

Forderungen des bvd m

1. Anerkennung der Stärken der Berufsausbildung und der beruflichen Aufstiegsqualifizierung
2. Vereinfachung der Übergänge zwischen Ausbildungssystemen durch Anerkennung von Ausbildungs-/Studieninhalten
3. Aufkündigung des Kooperationsverbotes in der Bildungspolitik
4. Moderne technische Ausstattungen der Berufsschulen
5. Bundesweite Vereinheitlichung von Bildungsstandards und Lehrplänen
6. Anpassung von Lerninhalten an heutige Techniken und Prozesse
7. Eine Reform des Berufsschullehrerstudiums unter Berücksichtigung branchenspezifischer Inhalte
8. Sicherstellung der Ausbildungsreife von Schulabgängern



Nicht nur zur Pandemiezeit ... – Digitale Lernangebote für Azubis

von Thomas Hagenhofer, ZFA

Die Coronapandemie hat dem digitalen Lernen einen gewaltigen Schub gegeben. In wenigen Wochen wurden digitale Angebote für die allgemeine und die berufliche Bildung entwickelt, wofür sonst viele Jahre notwendig gewesen wären. Dabei ist digitales Lernen in der Druck- und Medienbranche nichts Neues. Die vom ZFA betriebene Mediencommunity (www.mediencommunity.de), zählt seit Langem zu den größten Branchenbildungsplattformen in Deutschland, das Englisch-Deutsche Fachwörterbuch ist eines der am häufigsten genutzten Features.

Ein Highlight im Bereich Drucktechnik und Druckverarbeitung ist die Anwendung von Social Augmented und Social Virtual Learning. Sechs Lernmodule stehen zur Nutzung auf Tablets, PCs und VR-Brille zur Verfügung. Der inhaltliche Schwerpunkt liegt im Bereich Bogenoffsetdruck. Azubis können hier Wirkzusammenhänge im Druckprozess interaktiv erleben und immersiv in virtuellen Welten lernen. Die benötigte Software ist für Schulen und Ausbildungsbetriebe kostenfrei über

den ZFA erhältlich. Alle Infos sind unter www.social-virtual-learning.de abrufbar.

Die neueste Anwendung, die der ZFA gemeinsam mit Partnern wie dem bvdM entwickelt hat, ist die LernApp „EinFach – Dein Lernbegleiter“ (<https://einfach.zfa-medien.de>).

Die App richtet sich vor allem an Azubis im Bereich der Fachpraktiker-Regelungen, sie eignet sich aber generell für eine theorie-reduzierte Ausbildung. Über 200 Beiträge zu Drucktechnik und Druckverarbeitung sind in Leichter Sprache verfasst und daher gut verständlich. Zusätzlich wurde zu jedem Beitrag eine Übungsaufgabe erstellt. So entstanden über 215 interaktive Aufgaben. Auch diese App ist kostenfrei nutzbar.

In den nächsten Jahren wird das Thema künstliche Intelligenz in der Aus- und Weiterbildung eine wichtige Rolle spielen, aber auch neue Ansätze, zum Beispiel, wie digitale Lernmedien zur Einbindung lernschwächerer junger Menschen eingesetzt werden können. ■



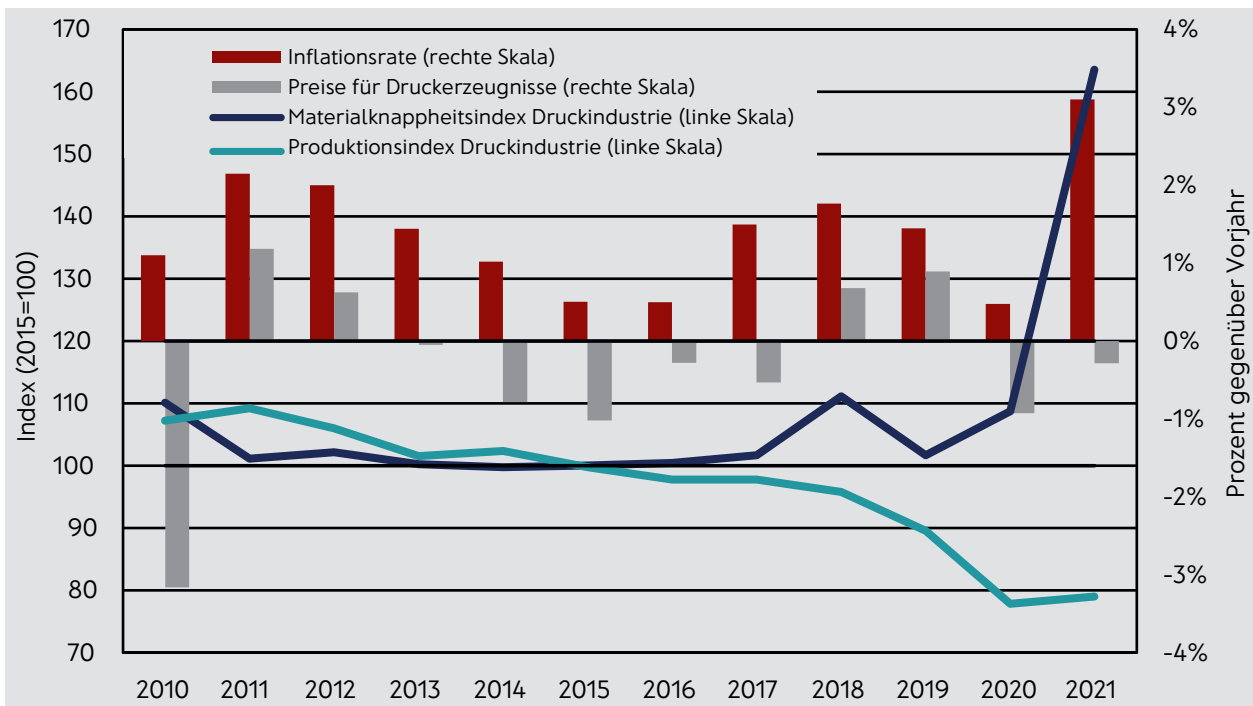
Lieferengpässe und Kostenexplosionen verhindern Branchenerholung

Nach dem Ende des aus Branchensicht verheerenden Jahres 2020 waren die Hoffnungen auf eine nachhaltige konjunkturelle Erholung der Druck- und Medienbranche im Jahr 2021 groß. Das Anhalten der Coronakrise sowie massive Lieferengpässe bei Vorleistungsgütern – insbesondere die Druckpapierknappheit – sorgten jedoch für ein jähes Ende dieser Erwartungen.

Nachdem die Druck- und Medienindustrie im Jahr 2020 einen coronabedingt historischen Produktionseinbruch von mehr als 13 Prozent gegenüber dem Vorjahr verzeichnete, waren die Hoffnungen groß, dass das Jahr 2021 besser verlaufen würde als das vorherige. Zwar entwickelte sich die Produktion in der Branche im Jahr 2021 im Vorjahresvergleich erstmals seit 2014

wieder positiv – nach vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes (Destatis) stieg der kalender- und saisonbereinigte Produktionsindex um rund 2 Prozent an. Allerdings fiel das auf coronabedingten Nachholeffekten basierende Produktionswachstum im zurückliegenden Jahr niedriger aus, als auf Grundlage der Auftragslage zu erwarten gewesen wäre.

Materialknappheits- und Produktionsentwicklung in der Druckindustrie, 2010-2021



Der Materialknappheitsindex des bvdM basiert auf den Daten der monatlichen ifo-Konjunkturumfrage und spiegelt wider, wie stark die Druckbranche derzeit unter Materialengpässen leidet. Der Produktionsindex umfasst nur Betriebe mit 20 und mehr Mitarbeitern und spiegelt für das Jahr 2021 nur die Entwicklung zwischen Januar bis November wider; Quelle: Statistisches Bundesamt, Ifo-Institut; Berechnungen: bvdM



Infolge von Lieferengpässen stieg der Materialknappheitsindex – ein vom bvdm entwickelter Indikator zur Ermittlung des Materialmangels in der Branche – im Laufe des Jahres 2021 auf ein Allzeithoch.“

Cihan Mercimek, Referent für Wirtschaftspolitik des bvdm

Ursache dafür: die weltweiten Lieferengpässe während des Jahres 2021. Diese sorgten über weite Teile des Jahres 2021 für eine sichtliche Verknappung von grafischen Papieren. So stieg der vom bvdm entwickelte Branchenindikator für Materialengpässe im Oktober 2021 auf ein Allzeithoch und lag 113 Prozent über seinem Vorjahresniveau.

Dieser Anstieg des Index ist primär auf den Mangel an grafischen Papieren zurückzuführen, welcher sowohl mit coronabedingten Entwicklungen – wie logistischen Engpässen sowie der Altpapier- und Zellstoffknappheit – als auch mit dem seit Jahren voranschreitenden Kapazitätsabbau im Bereich Druckpapiere zusammenhängt.

Mehrfachbelastung durch hohe Preise

Zwischen Januar und Dezember 2021 stiegen die Preise für grafische Papiere um 13,9 Prozent und lagen im Dezember 13 Prozent über dem Vorjahresniveau und nur noch 0,5 Prozent unter dem Allzeithoch vom April 2019. Besonders stark betroffen waren Magazin- und Zeitschriftenpapiere, die 2021 um rund 24 bis 26 Prozent zulegten.

Eine noch steilere Entwicklung zeigten die Energiegroßhandelspreise. Während der Börsenstrompreis im Mittel um rund 135 Prozent zulegte, nahm der Erdgasbörsenpreis um rund 310 Prozent zu. Diese Steigerungen belasteten die Branche im abgelaufenen Jahr gleich zweifach. Einerseits aufgrund des eigenen produktionsbedingten Bedarfs an Strom und Erdgas, andererseits

aufgrund der energieintensiven Papierindustrie, die ihre Belastungen über die Druckpapierpreise an die Unternehmen weitergab.

Preise für Druckerzeugnisse rückläufig

Trotz dieser Preisentwicklungen bei Vorleistungsgütern konnten die Druck- und Medienunternehmen die enorm kostenseitigen Belastungen nicht (ausreichend) an ihre Kunden weitergeben. So stiegen die Preise für Druckerzeugnisse ab April 2021 im vormonatlichen Vergleich zwar an, fielen im Jahresmittel jedoch um 0,3 Prozent gegenüber 2020. Im selben Zeitraum legten die Erzeugerpreise für industrielle Vorleistungsgüter um rund 12,5 Prozent zu.

Die Preisentwicklungen bei Vorprodukten und energetischen Rohstoffen waren 2021 die zentralen Treiber der Verbraucherpreise, die im Jahresmittel um 3,1 Prozent zulegten – die stärkste Zunahme seit 1993. Der Verbraucherpreisanstieg bei den meisten Druckerzeugnissen hingegen blieb hinter dieser Entwicklung zurück.

Die begrenzten Möglichkeiten, die Preise für Druckerzeugnisse zu erhöhen, begründen sich mit dem harten Wettbewerb innerhalb der Branche sowie der zunehmend starken Substituierbarkeit von Werbedruckerzeugnissen durch digitale Alternativen. Angesichts der Kostenexplosionen im letzten Jahr und der nach wie vor anhaltenden Papierknappheit planen allerdings immer mehr Druck- und Medienunternehmen, ihre Preise zu erhöhen. Daher deutet sich in diesem Jahr eine Kehrtwende in der Preisentwicklung von Druckprodukten an. ■

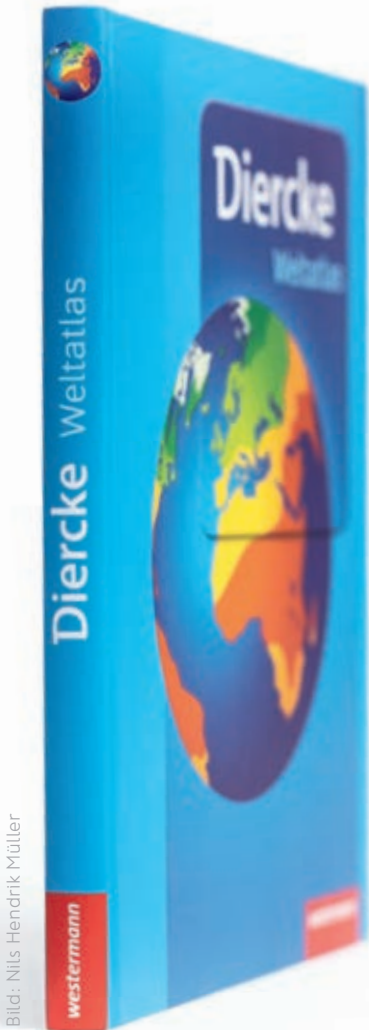


Bild: Nils Hendrik Müller

Die ganze Erde in einem Buch

Seit 1883 lernen unsere Schulkinder die Erde mit dem „Diercke Weltatlas“ kennen. Heute schafft „Der Diercke“ einen besonders spannenden Spagat zwischen Print und Digital.

Im Jahr 1883 veröffentlichte der Westermann Verlag den „Schul-Atlas über alle Teile der Erde“ für höhere Lehranstalten von Seminardirektor Carl Diercke und dem Kartografen Eduard Gaebler. Er setzte den Maßstab für eine neue Generation von deutschen Schulatlanten: Die physischen Karten wurden perfektioniert, vergleichbare Maßstäbe eingeführt, die Karten didaktisch aufbereitet. Der Durchbruch an deutschen Schulen gelang der Neubearbeitung von 1895 mit nahezu verdoppeltem Umfang, der große „Diercke“ für alle von der Schule nachgefragten Themen war entstanden.

Komplett digitalisierter Kartenschatz

Bis heute ist der „Diercke Weltatlas“ der bekannteste und beliebteste Atlas für die Schule und fürs Studium. Nach wie vor entsteht er in der Westermann-Hauskartografie in Braunschweig. Sie ist im Besitz eines wahren Schatzes von inzwischen Tausenden Grund- und Themenkarten, die in den vergangenen 20 Jahren komplett digitalisiert wurden.

Das erleichtert die Herstellung aktueller Kartendarstellungen und deren Fortentwicklung ungemein: Alle

neuen Atlanten, Atlasseiten, -karten, -grafiken und -bebilderungen werden in einer hausintern programmierten Datenbank verwaltet, sodass neue Kartenwerke einfacher abgeleitet werden können. Der Clou dieser Datenbank ist die Einbeziehung geografischer Sachverhalte aus unserer realen Umwelt: Auch die Orte, Staatsflächen oder anderen geografischen Objekte aus den Karten sind Teil dieser Datenbank, genau wie ihnen zugeordnete statistische Angaben. Dadurch paust sich die Änderung von geografischen Namen oder Ortsgrößen auf Wunsch in alle betroffenen Karten durch.

Der „Diercke Weltatlas“ als Software

Heute entsteht keine Karte mehr ohne Georeferenzierung, das heißt, jeder Punkt in der Karte kennt seine geografische Länge und Breite. Dadurch lassen sich Karten leichter umprojizieren und auch auf digitale Globen auftragen oder mit Luft- und Satellitenbildern zur Deckung bringen.

Und: Die Karten können auch selbst digital in der Schule eingesetzt werden. Vor knapp sieben Jahren kam der „Diercke Weltatlas“ digital auf den Markt – mit allen

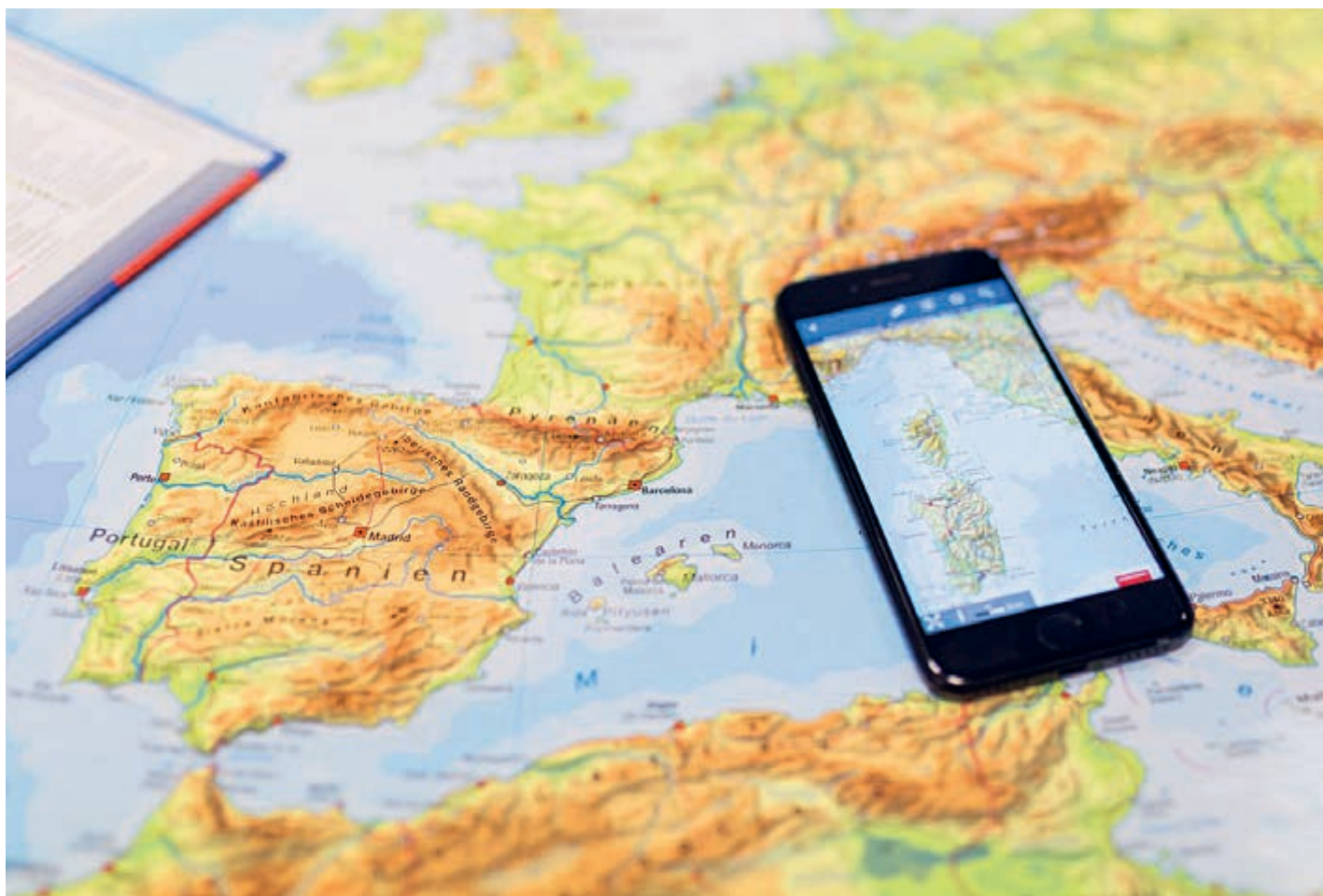


Bild: Max Heise

”

Mit Themenkarten wie etwa zum Klimawandel ist der Atlas immer auf der Höhe der Zeit.“

Reinhold Schlimm, Atlasredaktion

Karten der gedruckten Ausgabe. Seitdem können Schulen wählen, ob sie mit dem Printatlas, dem digitalen Pendant oder mit beidem unterrichten wollen. Inzwischen gehört die Atlas-Software zu den erfolgreichsten Apps bei Westermann.

„Die Vorteile im Unterricht liegen darin, bis in alle Details gemeinsam über eine projizierte Karte sprechen zu können“, sagt Reinhold Schlimm, bei Westermann für die Atlasredaktion zuständig. „Gegenüber Google

Maps kann ich mich hier auf die für meine Fragestellung wesentlichen Informationen konzentrieren, und das ist didaktisch wichtig.“ Zum leichteren Kartenverständnis trägt bei, dass man das Kartenbild aus dem gedruckten Atlas digital beliebig vereinfachen und individuell zusammenstellen kann. „Auch eigene Karteneinträge, Messungen und Unterrichtsszenarien sind digital möglich – ohne dass eine ständige Internetverbindung nötig ist“, so Kartenredakteur Schlimm.

Kartografie der Trendthemen

Auch inhaltlich ist der „Diercke“ stets auf der Höhe der Zeit: Mit vielfältigem Material zu Themen wie Energie, Mobilität, Umwelt, Migration, Naturrisiken und Verwundbarkeit oder Nachhaltigkeit reflektiert die aktuelle Ausgabe die Trends und Herausforderungen des 21. Jahrhunderts. Mit seinen Themenkarten zu den Auswirkungen des Klimawandels oder Beispielen des nachhaltigen Siedlungsbaus eignet sich der „Diercke Weltatlas“ zum Beispiel auch zur Anschauung der UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung. ■

Top-Ausbildung sichert Unternehmenserfolg

Die Druckerei Vettters aus dem sächsischen Radeburg bildet jedes Jahr junge Leute in bis zu acht verschiedenen Berufen aus. Und das mit solchem Erfolg, dass die Auszeichnungen und Awards nur so purzeln.

Man merkt Dieter Simon die Begeisterung deutlich an, wenn er über das Thema Ausbildung bei der Druckerei Vettters spricht: „Je besser wir unsere Azubis ausbilden, desto besser sind sie auf ihren Beruf und ihre Karriere bei uns im Haus vorbereitet.“ So beschreibt der Geschäftsführer den wichtigsten Grundsatz des Nachwuchskonzeptes bei Vettters. Und der Erfolg gibt ihm Recht. Die Druckerei aus dem sächsischen Radeburg errang den 1. Platz bei der Verleihung der Druck&Medien Awards 2021 in Berlin in der Kategorie „Ausbildungsbetrieb des Jahres“. „Wir freuen uns gemeinsam mit unseren Auszubildenden über den Sieg und sind stolz auf unsere Leistung“, so Simon. Bereits 2017 hatte es in dieser Kategorie einen 3. Platz gegeben. Und seit Jahren erreichen die

“

Wir wollen bestmöglich ausbilden und dann einen erstklassigen Mitarbeiter übernehmen.“

Michael Schardt, Geschäftsführer der Druckerei Vettters GmbH & Co. KG



druckawards.de / Fotograf Andreas Schwarz

Michael Schardt bei der Preisverleihung der Druck&Medien Awards

Auszubildenden der Firma Vettters in allen Bereichen ausgezeichnete Leistungen. 2020 etwa heimste Jonas Kühne im Ausbildungsberuf Medientechnologe Druck den „Ausbildungspreis 2020“ der Kreishandwerkerschaft Region Meißen ein und wurde zugleich „1. Bundessieger 2020“ im Leistungswettbewerb des Deutschen Handwerks.

Erfolgsrezept für Nachwuchsarbeit

Das Erfolgsrezept beschreibt Michael Schardt, Geschäftsführer, bei der Preisverleihung so: „Wir wollen bestmöglich ausbilden und dann einen erstklassigen Mitarbeiter übernehmen.“ Das war auch bei Jonas Kühne der Fall. Während seiner dreijährigen Ausbildung wurde er intensiv in Theorie und Praxis auf das Berufsleben vorbereitet. Er wurde von Ausbildungsbeginn an ins Team integriert und ihm wurde früh Verantwortung übertragen. Regelmäßige Feedbackrunden halfen, Probleme noch in der Entstehungsphase zu erkennen und zu lösen.

Bild: Kreishandwerkerschaft Region Meißen



Der ausgelernte Medientechnologe Druck Jonas Kühne (l.) freut sich mit Marco Castiglioni (Leiter Fertigung) über den „Ausbildungspreis 2020“ der Kreishandwerkerschaft Region Meißen.

Maximale Unterstützung für Azubis

Jedes Jahr nimmt die Druckerei Vettters an regionalen Ausbildungsmessen teil, um neue Auszubildende zu gewinnen. Die eigenen Azubis werden mit Prämien zusätzlich motiviert, etwa bei besonderen schulischen Leistungen oder einer besonders guten Abschlussprüfung. Es werden alle gefördert, die sich weiterbilden möchten. Als ausgelernte Fachkraft hat man z. B. die Möglichkeit, die Prüfung nach der Ausbildereignungsverordnung (AEVO) abzulegen, um die zukünftigen Azubis ausbilden zu können. Für den Bereich Produktion kann man beispielsweise die Weiterbildung zum geprüften Industriemeister Print, im Vertrieb z. B. die Fortbildung zum geprüften Medienfachwirt Print absolvieren. „Neben spannenden und abwechslungsreichen Ausbildungen haben wir unseren Azubis also eine Menge zu bieten“, so die Assistentin Marketing Sandy Veil. „Wir sichern unseren Auszubildenden die maximale Unterstützung während der gesamten Ausbildungszeit zu. Denn unser Ziel ist es, ausgezeichnete Fachkräfte auszubilden und unseren Lehrlingen im Anschluss an ihre Lehrzeit eine Stelle bei uns anbieten

zu können.“ Schulnoten und Alter seien dabei zweitrangig, die Person an sich müsse zum Unternehmen passen. „Berufliche Exzellenz, das Interesse und die Leidenschaft für die Druckbranche stehen bei uns im Vordergrund.“

Service, Qualität und Zuverlässigkeit

Die 1949 gegründete und seit 1982 von den heutigen Eigentümern geleitete Druckerei steht für Service, Qualität und Zuverlässigkeit. Das Unternehmen mit seinen mehr als 120 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zählt zu den innovativsten Druckunternehmen für Rollen- und Bogenoffset sowie Mailingtechnologie in Deutschland. Als modernes, expandierendes und familiäres Medienunternehmen steht der Name Vettters für individuelle Drucksergebnisse sowie hohe Produktnachhaltigkeit. „Bei uns steht der Kunde immer im Fokus, wir machen alles passend – ob Umschläge, Ad Specials oder portooptimierte Selfmailer“, erklärt Michael Schardt. „Und dass wir unsere Produkte immer in höchster Qualität anbieten können, daran haben unsere Azubis einen gehörigen Anteil.“ ■

A person wearing a bright yellow jacket and dark pants stands on a large, weathered fallen log in a dense forest of tall, thin trees. The person is seen from behind, looking out into the woods. The scene is captured from a low angle, looking up at the trees and the person. The lighting is natural, suggesting a bright day.

in, resp ect

**Wir glauben an die
Nachhaltigkeit von Print.**
inapa.de

inapa

Vorausdenken. Vorangehen.




INHALT

II – DRUCKEREI DÄMMIG

Zuverlässig, regional und kundenorientiert

IV – AUF DEM NEUESTEN STAND

Überarbeitete AGB der Druckindustrie

VI – AZP AUSBILDUNGS-ZENTRUM POLYGRAFIE

„Wir haben die Praxis im Haus“

VIII – AMPERE AG

Wie entwickelt sich der Energiemarkt in 2022?

X – BERUFLICHES SCHUL-ZENTRUM (BSZ) FÜR BAU UND TECHNIK DRESDEN

„Unser Standort ist gut aufgestellt für die kommenden Jahre“

XII – PRINTXMEDIA SÜD BERÄT

Die Kosten in den Griff bekommen

XIV – RECHT - RECHT NÜTZLICH

Weiterbildung als Brücke über Beschäftigungstäler

EDITORIAL

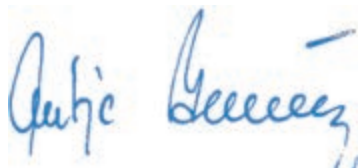
Liebe Leserinnen und Leser,

Sie kennen sicher noch den Spruch „Du lernst nicht für die Schule – du lernst für dein Leben“. Dies gilt heute mehr denn je. Neues zu lernen begegnet uns tagtäglich und dies ist auch notwendig, da sich Wirtschaft und Gesellschaft ständig verändern.

In unserer schnelllebigen Zeit bedeuten der rasante Wandel in Technik und Wirtschaft auch einen stetigen Anpassungsbedarf an die steigenden Anforderungen. Vieles was gestern noch höchsten Ansprüchen genügte ist oftmals morgen schon nicht mehr wettbewerbsfähig. Damit konfrontiert sind die Unternehmer und ihre Mitarbeiter gleichermaßen. Wer auch morgen noch Märkte besetzen und wettbewerbsfähig sein will, muss sich unablässig weiterqualifizieren.

Um für die Zukunft gut aufgestellt zu sein und Sie und Ihre Mitarbeiter zu motivieren, Lebenslanges Lernen als tagtägliche Aufgabe anzunehmen, haben die Verbände Druck und Medien gemeinsam die Bildungsplattform Print Academy ins Leben gerufen. Es handelt sich dabei um ein „Upgrade“ der Print Academy, mit der wir zusammen mit dem Verband Druck und Medien NordOst im Oktober 2020 an den Start gegangen waren. Egal welches Thema, die Print Academy bietet die passenden Weiterbildungsangebote – vom Management und der Verwaltung bis hin zur Produktion. Maximaler Branchenbezug, gepaart mit höchster Qualität und Praxisrelevanz stehen Ihnen als Online-Angebote zur Verfügung. Und nicht nur das – wir bieten zusätzlich ein Flatrate-Modell, wo Sie die Möglichkeit haben ohne jede Einschränkung allen Mitarbeitenden das gesamte Angebot zugänglich zu machen. Eine neue Dimension der Weiterbildung hat begonnen – starten Sie durch!

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.)

DRUCKEREI DÄMMIG, CHEMNITZ

Zuverlässig, regional und kundenorientiert

Drei Säulen sind es, auf denen laut Juniorchef Phillip Dämmig der langjährige Erfolg der Chemnitzer Druckerei Dämmig fußt: „Wir stehen für Zuverlässigkeit, Regionalität und Kundenservice.“ Mit dem „Wir“ sind dabei ebenso sein Vater als Inhaber, seine Mutter in der Buchhaltung sowie die zehn Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gemeint, mit denen das Familien-Unternehmen in dritter Generation seit mehr als 85 Jahren am hart umkämpften Markt besteht.

Über Schlesien und Flöha nach Chemnitz

Denn bereits 1936 begann die Geschichte der Druckerei, als der Urgroßvater von Phillip Dämmig in Schlesien die Firma gründete. Nach Krieg und Vertreibung wurde die Produktion 1945 im sächsischen Flöha fortgesetzt. 1980 erfolgte der Umzug nach Chemnitz, wo 2012 die Geschäftsräume um eine moderne Produktionshalle erweitert wurden.

Das war gleichzeitig ein entscheidender Meilenstein in der Firmenentwicklung. „Wir können inzwischen zu 100 Prozent im eigenen Haus fertigen – vom Druck bis hin zur Veredelung“, berichtet Phillip Dämmig.

Die rein digitale Vorstufe verfügt über eine eigene CTP-Anlage und einen kompletten Heidelberg-Workflow – vom Auftragseingang bis hin zur Weiterverarbeitung. Die Arbeitsplätze sind mit Microsoft-Betriebssystemen ausgestattet.

Der Offsetdruck erfolgt in der Druckerei Dämmig konventionell auf Mehrfarbmaschinen. Um die Rüstzeit zu minimieren, verfügen diese über eine CIP-4-Schnittstelle zur Farbvor-einstellung und die Perfecta-Schneidmaschinen können dadurch automatisiert das Schneidprogramm laden. Dank der spektralfotometrisch gesteuerten Farbnachführung lassen sich beim Druck und Nachauflagen gleichbleibende Farb-





Bild links: Blick in den Drucksaal; Bild recht: Inhaber Thomas Dämmig

werte präzise reproduzieren. Im Rahmen der Druckweiterverarbeitung setzt die Firma auf modernste Technik und ist so in der Lage, das Schneiden, Falzen, Perforieren, Rillen, Stanzen und Zusammentragen direkt im Haus durchzuführen. Mit dem Sammelhefter können verschiedenste Hefungen vorgenommen werden – vom rückstichgehefteten CD-Booklet bis hin zur DIN-B4-Broschur in allen Varianten.

Vorteil: 100 Prozent Fertigung im eigenen Haus

Um die speziellen Kundenwünsche zu befriedigen, wurden in jüngster Vergangenheit unter anderem ein neuer Prägetiegel sowie eine Folienkaschiermaschine angeschafft. Und auch die Tatsache, dass in der Produktionshalle eine Speedmaster CD102 von Heidelberg steht und damit im 70/100-Großformat und mit einer 5. Farbe gedruckt werden kann, trägt vielen Kundeninteressen Rechnung.

Ein zusätzliches Plus hat die Druckerei Dämmig auch beim Thema Nachhaltigkeit zu bieten: Bereits seit 2012 setzt das Chemnitzer Unterneh-

men komplett auf Ökostrom, zum Teil aus eigener Produktion. Die Kunden sind örtliche Werbeagenturen sowie größere und kleine Firmen aus der näheren Umgebung. Aber auch deutschlandweit sind die Sachsen vertreten wie zum Beispiel mit dem Druck, der Verarbeitung und dem Versand des Jahreskalenders für den Forst Baden-Württemberg.

Lokales Engagement für Sport und Kultur

Die lokale Verankerung der Druckerei Dämmig zeigt sich auch bei den Aktivitäten außerhalb der Geschäfts- und Produktionsräume. Phillip Dämmig: „Die Unterstützung von Sport und Kultur ist für uns nicht nur ein guter Wille, sondern eine Herzensangelegenheit.“ Auf das langjährige Engagement vertrauen Sportvereine wie der Chemnitzer Fußballclub, die Floorfighters Chemnitz (1. Floorball-Bundesliga) oder der Verein Internationales Radrennen Rund um den Sachsenring e.V. ebenso wie Kultureinrichtungen wie das „dasTietz“ (Der versteinerte Wald), das Sächsische Industriemuseum oder der Kinder- und Jugendhilfe e.V. Chemnitz. ■

► Druckerei Dämmig

Sie be(ein)drucken ihre Kunden – und das bereits seit 1936. In der Welt der Printmedien steht ihr Name für technische Kompetenz, individuelle Lösungen und höchste Druckqualität. Dank langjähriger Erfahrung ist man in der Lage, den Wünschen und Vorstellungen der Kunden zu jeder Zeit und auf ganzer Linie gerecht zu werden.



Druckerei Dämmig

Inhaber Thomas Dämmig

Frankenberger Straße 61
09131 Chemnitz
T 0371 414233

www.druckerei-daemmig.de
info@druckerei-daemmig.de

AUF DEM NEUESTEN STAND

Überarbeitete AGB der Druckindustrie

Sie haben Fragen zum Thema

... oder benötigen Hilfe?

Ihr Verband steht Ihnen zur Verfügung!

Ihr Kontakt

Verband Druck und Medien

Mitteldeutschland e.V.

Gerichtsweg 28, 04103 Leipzig

T 0341 868 59 0

info@vdm-mitteldeutschland.de

www.vdm-mitteldeutschland.de

Die Druck- und Medienverbände haben in Zusammenarbeit mit dem AGB-Experten Prof. Dr. Friedrich Graf von Westphalen die Allgemeinen Geschäfts-, Zahlungs- und Lieferbedingungen für die Druckindustrie überarbeitet. Was Unternehmen jetzt berücksichtigen sollten:

Änderungen in Ziffer IV. 5. – Lieferungsklausel

Im Sinne eines möglichst weiten Anwendungsbereichs wurde die Formulierung „lieferverzögernde Ereignisse“ anstelle von „Betriebsstörungen“ gewählt. Die „Betriebsstörung“ stellt lediglich einen Fall der „lieferverzögernden Ereignisse“ dar. Es wurden weitere Beispiele für lieferverzögernde Ereignisse, nämlich Transportverzögerungen, behördliche Maßnahmen und die ausbleibende, nicht richtige oder nicht rechtzeitige Belieferung durch Lieferanten aufgenommen. Somit sind Umstände erfasst, die ihren Ursprung

nicht zwangsläufig in den eigenen betrieblichen Abläufen haben.

Die Änderung sichert den Verwender beispielsweise gegenüber durch Rohstoffengpässe bedingte Lieferverzögerungen seiner Lieferanten ab, indem Verzögerungen in der Lieferkette die jeweilige Lieferfrist gegenüber seinem Kunden entsprechend verlängern. Als Folge der Fristverlängerung entgeht der Verwender seinerseits hierdurch bedingten Regressansprüchen. Die kundenseitige Kündigung ist erst dann möglich, wenn das Festhalten am Vertrag objektiv unzumutbar ist. Das dürfte etwa dann der Fall sein, wenn die Lieferung so spät erfolgt, dass sie sich für den Kunden als objektiv sinnlos erweist.

Zusätzlich wurde eine angemessene Anlaufzeit für die Druckereien aufgenommen und klargestellt, dass sich die Lieferfrist auch verlängert, wenn das lieferverzögernde Ereignis aus einem Umstand resultiert, der in die Risikosphäre des Auftraggebers fällt. Welche Anlaufzeit angemessen ist, hängt vom jeweiligen Einzelfall ab, insbesondere dem Grund und der Dauer des verzögernden Ereignisses.

Ebenfalls klarstellend ist die Pflicht der Druckereien aufgenommen worden, den Kunden zeitnah über das lieferverzögernde Ereignis zu informieren. Dies ergibt sich auch aus der allgemeinen Treue- und Rücksichtnahmepflicht. Die Informationspflicht ist insofern unbedingt zu beachten, als dass sie eine Berücksichtigung der Interessen des Vertragspartners darstellt. Die Information des Kunden über die voraussichtliche Dauer der Verzögerung dient auch dazu, die

verzögerte Leistung für diesen durch Planbarkeit nicht unzumutbar werden zu lassen und so ggf. einer Kündigung vorzubeugen.

Nach wie vor greift Ziffer IV.5. nur bei Ereignissen, die die Druckerei nicht zu vertreten hat. Die Druckerei muss daher die notwendige Vorsorge treffen, um eigenes Verschulden auszuschließen. Zu beachten ist außerdem, dass individualvertraglich zugesicherte Fixtermine immer vorrangig sind und zur Folge haben, dass eine Fristverlängerung mit dem Kunden der vertraglichen Vereinbarung bedarf.

Änderungen in Ziffer VI. 3. Satz 2 – Beanstandungen / Gewährleistungen

Der das Nachbesserungsrecht betreffende Satz wurde sprachlich verbessert, indem die Formulierung „Kommt der Auftragnehmer dieser Verpflichtung [zur Nachbesserung] nicht innerhalb einer angemessenen Frist nach ...“ gestrichen wurde, da diese von dem Begriff des Fehlschlags der Nacherfüllung ohnehin umfasst ist.

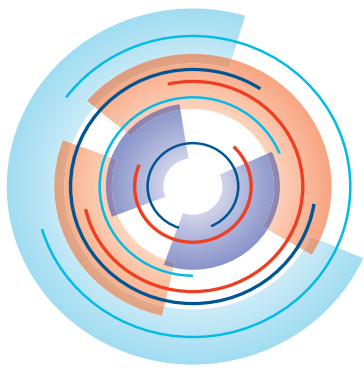
Allgemeine Hinweise

Die Verbände empfehlen die „Allgemeinen Geschäfts-, Zahlungs- und Lieferungsbedingungen für die Druckindustrie“ unverbindlich zur Anwendung für Geschäftsbeziehungen mit Unternehmern (§ 14 BGB), juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtlichen Sondervermögen. Es bleibt den Vertragsparteien unbenommen, abweichende allgemeine Geschäftsbedingungen zu vereinbaren. ■

innoPRINT Leipzig 2022

Samstag, 21.05.2022
9.00 bis 13.00 Uhr

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



innoPRINT Leipzig

Symposium für
Druck-, Verpackungs-
und Beschichtungs-
technologie

Moderation:

Beatrix Genest | *Sächsisches Institut für die Druckindustrie GmbH*

- 1. „Die Druckindustrie – Schauplatz für intelligente Kreislaufwirtschaft“**
Julia Rohmann | *Bundesverband Druck und Medien*
- 2. „Recycling von Kunststoffverpackungen - Müssen wir in Zukunft auf Druckfarben verzichten?“**
Immo Sander | *Werner & Mertz GmbH*
- 3. Podiumsdiskussion „Nachhaltig und Erfolgreich – Produkte der Zukunft“**
- 4. Ideen aus der Forschung – Aktuelle Ergebnisse unserer Studenten und Absolventen**

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

Veranstaltungsort und Gebühren

HTWK Leipzig, Nieper-Bau
Karl-Liebknecht-Str. 134, 04277 Leipzig
Keine Teilnehmergebühren

Veranstalter

Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig, Fakultät Informatik und Medien; iP³ Leipzig – Institute for Printing, Processing and Packaging Leipzig; Sächsisches Institut für die Druckindustrie GmbH; Verband Druck und Medien Mitteldeutschland e. V.

Anmeldung

Ihre Anmeldung richten Sie bitte bis zum 06. Mai 2022 an
kathrin.mandler@htwk-leipzig.de oder
steinmetz@vdm-mitteldeutschland.de.

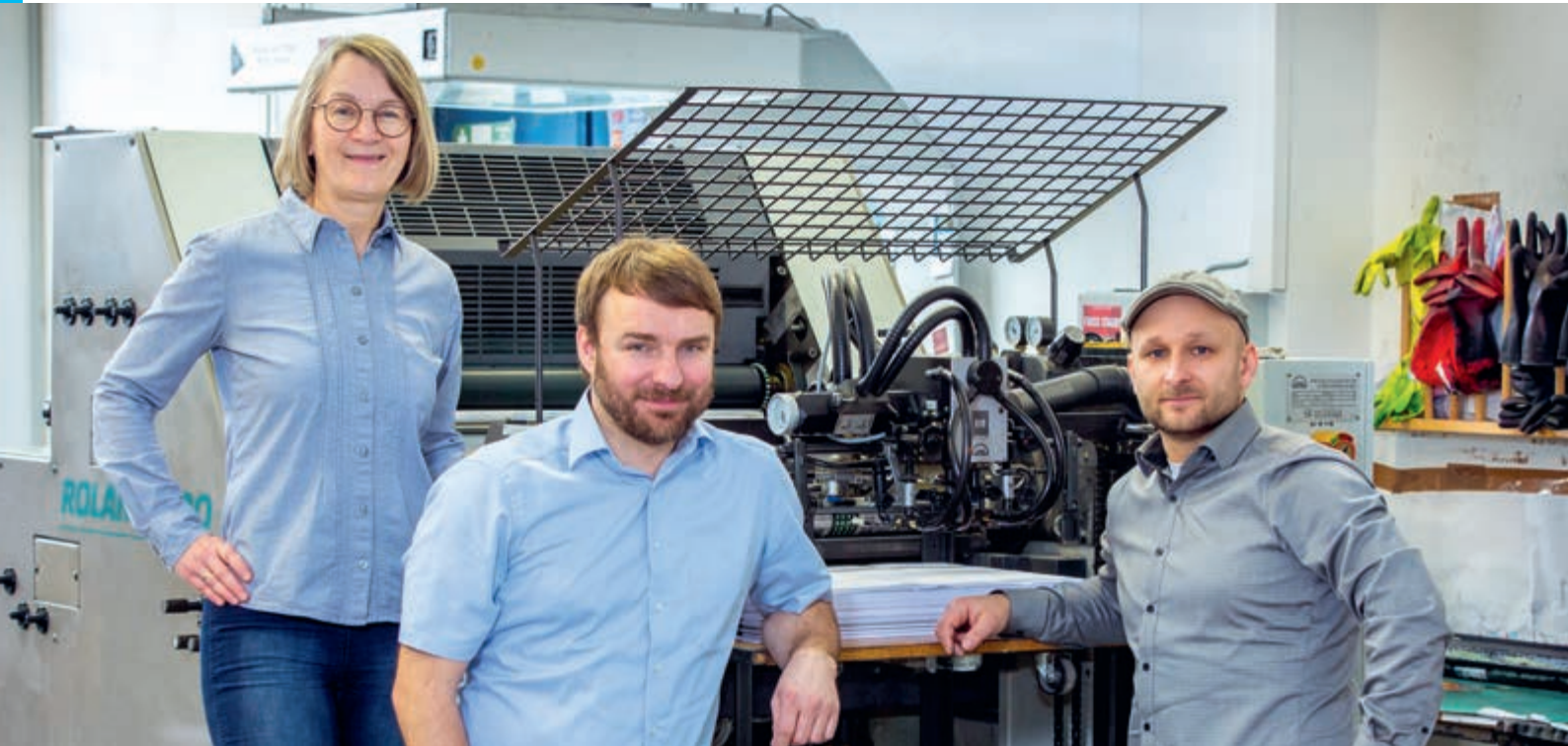
Kapazitätsgrenze: 120 Teilnehmer

Sponsoren:



NUTZEN

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



AZP AUSBILDUNGSZENTRUM POLYGRAFIE E.V., CHEMNITZ

„Wir haben die Praxis im Haus“

Ausbildungszentrum Polygrafie e.V.

im Technologie Centrum
Annaberger Straße 240
09125 Chemnitz

www.azp.de
azp@azp.de

Der unmittelbare, dabei sehr flexible und vielschichtige Bezug zur Praxis steht für Birgit Cholewa, Vorsitzende des Ausbildungszentrum Polygrafie e.V. (azp), im Fokus der Tätigkeit ihrer Einrichtung: „Alle unsere Schulungen in den Bereichen Print und Digital sind praxisnah und dabei geeignet für Einsteiger, Fortgeschrittene und Vollblutprofis. Wir haben die Praxis im Haus.“ Denn das azp sehe sich seit vielen Jahren als Partner für regionale Druckereien und Medienbetriebe in Sachen Aus- und Weiterbildung, ergänzt Cholewa.

Schwerpunkte

Das Ausbildungszentrum bietet dabei eine umfassende Palette von Trainingsmaßnahmen auf den Gebieten digitale Druckvorstufe, Datenhandling und -prüfung, Colormanagement, im Druck und in der Druckverarbeitung sowie in der Qualitätssicherung an.

Schwerpunkte sind Weiterbildungskurse für Druckereien und Werbeagenturen auf hohem Niveau, wobei die Inhalte flexibel an die Anforderungen der Zielgruppe angepasst werden können. Darüber hinaus werden in internationalen Kursen Fach- und Führungskräfte, sowie Fachlehrerinnen und Fachlehrer aus der ganzen Welt mit neuen Technologien in Druckvorstufe und Druck vertraut gemacht. Das azp ist autorisierter Bildungsträger des Verbandes Druck und Medien Mitteldeutschland e.V. und zertifiziert nach AZAV.

Historie

Vorläufer des azp war das Versuchsfeld Polygrafie an der Technischen Universität Chemnitz. Aus dem wurde nach der politischen Wende 1989/90 der Verein ausgegründet, der in dieser wirtschaftlich eigenständigen Gesellschafterform bis heute arbeitet. Neben der Vorsitzenden Birgit Cholewa, die auch als Trainerin Medienproduktion und

Printmedienkalkulation tätig ist, sind noch David Hofmann für den Bereich Druck, Colormanagement und PDF sowie Andreas Knauer für Druck- und Druckverarbeitung fest angestellt. Dazu kommen zahlreiche Fremddozenten, die themenspezifisch gebucht werden.

Portfolio

Erstens bietet das azp als überbetriebliche Ausbildungsstätte den Firmen spezielle Modul- und Themenwochen für die Ausbildungsberufe Mediengestalter Digital und Druck sowie Medientechnologie Druck an. Darauf greifen als langjährige Partner beispielsweise die regionalen Betriebe Giesecke & Devrient Werk Wertpapierdruckerei Leipzig, CCL Label Meerane, Sächsische Walzengravur Frankenberg oder Optipack Leppersdorf zurück.

Als zweites Standbein ermöglicht der Verein interessierten Kolleginnen und Kollegen IHK-zertifizierte Umschulun-

gen in diversen Druckmedienberufen. Dritter azp-Schwerpunkt sind externe Facharbeiterabschluss-Kurse, die sich unter anderem für Quereinsteiger eignen. Zielgruppe sind aber auch Mitarbeiter, die seit mindestens viereinhalb Jahren in der Branche arbeiten. Nach den berufsbegleitenden Kursen können sich diese dann ohne Berufsschulpflicht zur Prüfung bei der IHK anmelden. Gefördert kann dies durch das „Weiter.Bildung“-Programm der Agentur für Arbeit werden.

Das vierte Angebot des Chemnitzer Vereins sind die Fortbildungskurse zum Industriemeister Printmedien und Medienfachwirt. Der Qualifikationserfolg ist mit der Bezeichnung „Bachelor Professional“ dann dem Studienabschluss gleichgestellt.

Mehrwert

Derzeit sind es übrigens zirka 25 Firmen, für die und mit denen das Ausbildungs-

zentrum Polygrafie über Jahresverträge arbeitet. Für Vereinsvorsitzende Birgit Cholewa ein Indiz dafür, dass diese den Mehrwert des azp erkannt haben und diesen nutzen: „Wir nehmen uns gezielt Zeit, um den praktischen Teil der überbetrieblichen Ausbildung so gut wie möglich zu unterstützen.“

► AZP

Das AZP ist seit vielen Jahren wichtiger Partner der regionalen Medienindustrie in Bildungsfragen. Spezialisiert auf verschiedene Ausbildungsprofile für die Medien- und Marketingbranche, bietet das AZP praxisnahe Schulungen im Bereich Print und Digital für Einsteiger, Fortgeschrittene und Vollblutprofis.



Bild linke Seite: Birgit Cholewa, David Hofmann, Andreas Knauer (v.l.n.r.)

Bilder rechte Seite: Andreas Knauer (links) und David Hofmann in den Ausbildungsräumen

AMPERE AG

Wie entwickelt sich der Energiemarkt in 2022?

Ein verrücktes Jahr 2021 liegt hinter der deutschen Wirtschaft. Nicht nur, dass Corona ganz Deutschland fest im Griff hatte und für viel Leid und Probleme sorgte. Auch die Energiepreise spielten total verrückt – und tun es noch. Jeder bemerkt es täglich an der Tankstelle. Noch viel dramatischer sind die Preisentwicklungen an den Energiebörsen. Der Stromhandelspreis hat sich innerhalb der letzten 12 Monate an den Börsen verdreifacht, der Gashandelspreis sogar verfünffacht! Solche Sprünge gab es noch nie. Auch nicht während der Weltwirtschaftskrise 2008/2009.

Große Energieversorger haben Kunden keine Angebote mehr gestellt – oder exorbitante Preise verlangt. Kleinere Energieversorger haben ihren Kunden ohne Vorwarnung laufende Verträge gekündigt, sind vom Markt verschwunden oder haben gleich Insolvenz angemeldet. Was bleibt ist für viele, nicht nur energieintensive Betriebe, eine ungeheure zusätzliche Belastung, mit der das neue Jahr gestartet ist.

Gute Aussichten in 2022?

Zurecht fragen sich alle, was in 2022 wohl passieren wird. Kommt jetzt der Umschwung, fallen die Energiepreise wieder auf ihr altes Niveau zurück? Oder war dies erst der Anfang einer längerfristigen Entwicklung?

Einiges spricht dafür, dass sich die Energiepreise im Laufe des Jahres von ihren Höchstständen wieder etwas zurückentwickeln werden; für Gas gilt dies stärker als für Strom. Aller-

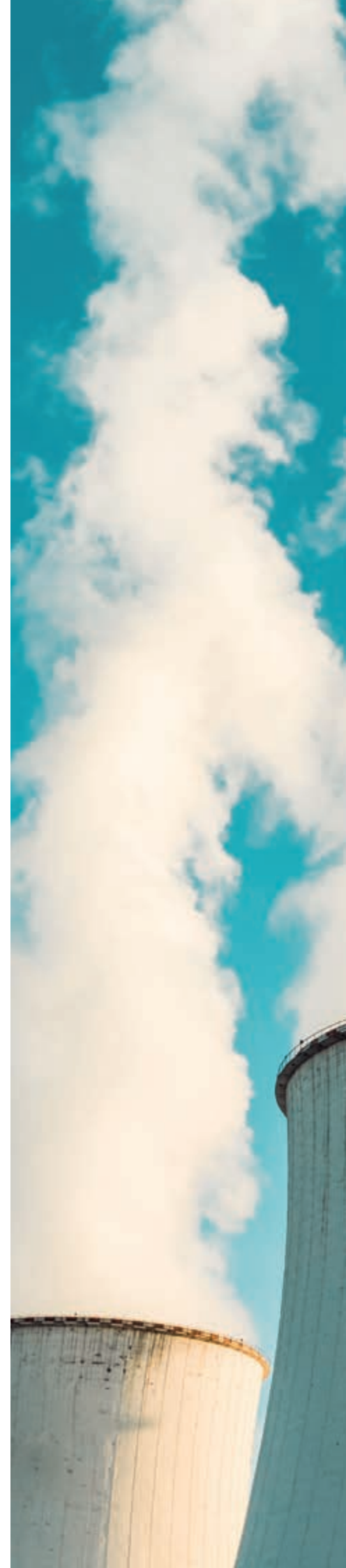
dings dürften die Zeiten, in denen der Strom einfach aus der Steckdose kam und günstiges Gas und Benzin selbstverständlich waren, endgültig vorbei sein.

Auch auf dem Energiemarkt gilt das Gesetz von Angebot und Nachfrage – das Angebot geht sukzessive zurück. Nach den Atomkraftwerken werden nun auch die Kohlekraftwerke noch mal deutlich schneller als geplant vom Netz genommen, bei gleichzeitig illusorisch hohen Ausbauzielen der Erneuerbaren Energien und der notwendigen Transportnetze.


Auf der anderen Seite steigt die Nachfrage. Die Wirtschaft hat sich von dem Corona-Schock schnell wieder erholt. Die Energienachfrage ist teilweise so hoch, dass es in manchen Regionen der Welt zu bewussten Abschaltungen kommt. Das politisch gewollte und massiv subventionierte Wachstum von Elektroautos und Wärmepumpen wird zu weiterer starker Nachfrage führen. Die in 2021 erstmals eingeführte CO₂-Abgabe, die in den nächsten Jahren automatisch weiter ansteigt, tut ihr Übriges. Insofern sind die gestiegenen Preise im Zweifel nur ein kleiner Vorgeschmack auf das, was Deutschland beim Umbau der Wirtschaft und Gesellschaft in Richtung des Nullemissionsziels in den nächsten Jahren bevorsteht.

Abgaben und Steuern 2022: Das kommt auf Sie zu

Zusätzlich gelten in 2022 wieder neue Umlagen und Abgabensätze für Strom. In Summe machen die staatlich festgelegten Steuern, Umlagen und Abgaben einen immensen Anteil



des Strompreises aus und liegen auch 2022 weiterhin auf hohem Niveau. Eine Maßnahme zur Stabilisierung des Strompreises ist die Senkung der EEG-Förderkosten. Im Widerspruch dazu stehen allerdings die höheren Beschaffungskosten für die Energieversorger. So sinkt bspw. die EEG-Umlage für das Jahr 2022 deutlich um 43 Prozent von 6,5 Cent pro Kilowattstunde auf 3,723 Cent. Allerdings steigen die Netzentgelte seit Jahren kontinuierlich an und werden es weiter tun. Unter anderem, um die für den erhöhten Strombedarf zusätzlich benötigten Leitungen zu finanzieren.

Die Firma Ampere AG bietet für unsere Mitglieder eine Optimierung des Energiepreises an. Nehmen Sie mit uns gern Kontakt auf. 

► KOSTENENTWICKLUNG AUF EINEN BLICK

Steuern/Abgaben	2021	2022	Entwicklung
Co ² -Preis	0,455 ct/kWh	0,546 ct/kWh	▲
EEG-Umlage	6,500 ct/kWh	3,723 ct/kWh	▼
Offshore-Netzumlage	0,395 ct/kWh	0,419 ct/kWh	▲
KWKG-Umlage	0,254 ct/kWh	0,378 ct/kWh	▲
§ 19 StromNEV-Umlage	0,432 ct/kWh	0,437 ct/kWh	▲
Umlage für abschaltbare Lasten	0,009 ct/kWh	0,003 ct/kWh	▼

Sie haben Fragen zum Thema?

Ihr Verband steht Ihnen zur Verfügung!

Ihr Kontakt

**Verband Druck und Medien
Mitteldeutschland e.V.**

Gerichtsweg 28, 04103 Leipzig

T 0341 868 59 0

info@vdm-mitteldeutschland.de

www.vdm-mitteldeutschland.de

NUTZEN

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



BERUFLICHES SCHULZENTRUM (BSZ) FÜR BAU UND TECHNIK DRESDEN

„Unser Standort ist gut aufgestellt für die kommenden Jahre“

Mit speziellen Angeboten, moderner Technik und dem Sinn für Neues stellt sich das Berufliche Schulzentrum (BSZ) für Bau und Technik Dresden auf vielfältige Weise den Ansprüchen einer zukunftsorientierten Berufsausbildung.

Grundlagen und Besonderheiten

Grundsätzlich arbeiten auch hier im Komplex an der Güntzstraße die Ausbildungsbetriebe und das BSZ als Berufsschule als gleichberechtigte Partner zusammen in der dualen Berufsausbildung. Ziel: Die Azubis zu einem anerkannten Berufsabschluss führen. Darüber hinaus gibt es zusätzliche Weiterbildungsmöglichkeiten wie Vorbereitungsklassen mit berufspraktischen Aspekten, Berufsvorbereitungsjahre sowie die Fachschulausbildung.

Dafür engagiert sich ein fachlich kompetentes, zirka 80-köpfiges Team aus Lehrern und Angestellten. Am BSZ werden – neben vielen anderen Berufen – auch die branchentypischen Berufsbilder Medientechnologie Druck und Mediengestalter Digital und Print ausgebildet.

Der dafür verantwortliche Fachbereich Druck und Medien bietet dabei eine besondere Unterrichtsform: Jeweils im dritten und letzten Ausbildungsjahr gründen die Auszubildenden eigene fiktive Unternehmen. Zielgruppe sind dann immer Kunden aus gemeinnützigen Vereinen, Einrichtungen und Organisationen. Für diese konzipieren und realisieren die Schülerinnen und Schüler in selbstständiger Arbeit Medienprodukte der unterschiedlichsten Art.



Ein markantes Beispiel der vergangenen Jahre waren die Arbeiten für die Stiftung zum Wiederaufbau der Dresdner Frauenkirche. Neben klassischen Produkten wie Flyern, Fotodokumentationen und Werbemitteln organisierten die Azubis Klassikkonzerte für Obdachlose und andere Bedürftige.

Mithalten können mit aktuellen Entwicklungen

Das heutige Berufliche Schulzentrum für Bau und Technik Dresden befindet sich in Trägerschaft der Stadt Dresden und wurde 1952 als so genannte „Bauschule“ gegründet, danach kontinuierlich erweitert und in den vergangenen Jahren aufwändig saniert. Neu angelegte Sportflächen sowie eine moderne Sporthalle sorgen ebenso für gute Bedingungen wie moderne Unterrichtstechnik.

„Wir müssen ständig mit der Entwicklung in der Wirtschaft mithalten. Zusammen mit der Stadt als unserem

Träger versuchen wir deshalb, ständig auf dem aktuellen Stand zu bleiben. Unser Standort ist so für die nächsten Jahre gut aufgestellt“, so Schulleiter Jörg Schmidt.

Neues Berufsbild: Gestalter für immersive Medien

Weiterentwickeln möchte sich die Einrichtung aber auch inhaltlich. Jörg Such, Leiter des Fachbereichs Druck und Medien: „Wir legen konstant Wert auf neue Ausbildungsschwerpunkte.“ Such nennt als Beispiel das neue Berufsbild „Gestalter für immersive Medien“. Dabei geht es um Bereiche wie Augmented Reality (AR), Virtual Reality (VR), Mixed Reality (XR) und 360°-Anwendungen. Immersiv – abgeleitet von dem englischen Wort „immersion“ – heißt so viel wie eintauchen, sich vertiefen – in die virtuelle Welt. Jörg Such: „Trotz der wachsenden Bedeutung der immersiven Medien gibt es derzeit für deren Qualifizierung keine adäquaten Angebote. Hier wollen und werden wir dabei sein.“

Alte Tradition: Gautschfest

Bei allem Hinwenden zum Modernen wird im Dresdener BSZ für Bau und Technik die Tradition großgeschrieben: Immer am zweiten September-Wochenende findet am Fachbereich Druck und Medien das Gautschfest statt. Bei dieser rituellen Taufe werden – seit mehr als fünf Jahrhunderten – die ausgelernen Buchdrucker in den Rang von Gesellen erhoben. Auch wenn sie heute neumodisch Medientechnologen oder Mediengestalter heißen ...

BSZ für Bau und Technik Dresden

Güntzstraße 3
01069 Dresden

www.bsz-bau-und-technik.de

PRINTXMEDIA SÜD BERÄT

Die Kosten in den Griff bekommen

Die in den letzten Monaten teils explodierten Preise bei Papieren, aber auch anderen Materialien, bei Energie, bei Transporten und in vielen weiteren Bereichen setzen den Unternehmen zu. Der Einkauf ist dabei oft machtlos.

Das Instrument Kurzarbeit spielte in den letzten zwei Jahren eine besondere Rolle bei der Anpassung der Kostenstruktur an die Umsatzentwicklung und Auftragslage. Unternehmen müssen sich aber auf das Ende der aktuellen Möglichkeiten, bei möglicherweise rückläufiger Produktion einstellen.

Umso wichtiger wird eine zuverlässige, transparente und aktuelle Kostenermittlung von Druckprodukten und Druckdienstleistungen.

Die Verbände und PrintXmedia Süd unterstützen dabei. Lassen Sie sich die betrieblichen Kostensätze für eine kostendeckende Kalkulation ermitteln!

In Verbindung mit einer Prozessanalyse und Prozessoptimierungsmaßnahmen können die Grundlagen für ein auskömmliches oder sogar ein erfolgreiches Jahr 2022 geschaffen werden.

Unsere Unterstützung:**Kostenplanung**

- Szenario-Entwicklung für 2022, ggf. Folgejahre
- Überarbeitung der Kostenstellenstruktur
- Personalkostenplanung
- Ermittlung kalkulatorischer Abschreibungen
- Differenzierung von Einzel- und Gemeinkosten
- Berücksichtigung von Handlingsaufwand für Fremdleistung und Dienstleistungen
- Strukturierung der Kosten
- Kapazitätsermittlung
- Berechnung von Vollkosten- und Deckungsbeitragsätzen

Prozessoptimierung

- Prozessanalysen
- Analyse der Tätigkeiten nach Wertschöpfungskriterien
- Analyse von Standardabläufen
- Gemeinsame Prozessoptimierungen
- Gemeinsame Arbeitsplatzoptimierungen

Sie haben Fragen zum Thema?

... oder benötigen Hilfe? Ihr Verband steht Ihnen zur Verfügung!

Ihr Kontakt**Verband Druck und Medien Mitteldeutschland e.V.**

Gerichtsweg 28
04103 Leipzig
T 0341 868 59 0
info@vdm-mitteldeutschland.de
www.vdm-mitteldeutschland.de

**printXmedia Süd GmbH
die Beratungsgesellschaft der
Verbände Druck und Medien**

Gerald Walther
T 069 959678-17
g.walther@pxm-sued.de



Freepik – stock.adobe.com

INFO KOMPAKT

Kurzmeldungen

„Gesucht? Gefunden!“ – Der Leitfaden zur Azubigewinnung soll Anregungen geben, wie Sie in Zeiten des Fachkräftemangels erfolgreich Nachwuchskräfte finden können. Den Leitfaden erhalten Sie von der Geschäftsstelle des Verbands.

vdm-mitteldeutschland.de

Künstlersozialabgabe bleibt auch 2022 stabil – Der Abgabensatz zur Künstlersozialversicherung, mit der über 190.000 selbstständige Künstler und Publizisten in den Schutz der gesetzlichen Kranken-, Pflege- und Rentenversicherung einbezogen werden, wird auch in 2022 durch Einsatz von zusätzlichen Bundesmitteln bei 4,2% liegen. Haben Sie Fragen zum Thema Künstlersozialabgabe? Wenden Sie sich an Ihren Verband.

vdm-mitteldeutschland.de

Ausbildungsflyer – Begeistern Sie die junge Generation! Die Ausbildungsflyer sind ein echter Hingucker. Ihr Einsatz eignet sich hervorragend für Ausbildungsmessen, Berufsinfotage an Schulen o. ä. Der Verband stellt Ihnen Flyer, die alle vier Ausbildungsberufe enthält, zur Verfügung. Alternativ können Sie die Druck-Dateien der Einzelflyer erhalten und individuell personalisieren.

vdm-mitteldeutschland.de

Termine

Verband Druck und Medien e.V.

Mitgliederversammlung / DDMT 2022

30.06.2022

Museum für Druckkunst Leipzig

Ausstellungen:

From Futura to the Future. International Letterpress Workers

bis 01.05.2022

Unter dem Radar. Originalgrafische Kunstplakate aus Ostdeutschland seit 1975

bis 18.04.2022

Zeit zu Drucken 2. Ergebnisse des Artist in Residence Programms der Giesecke+Devrient Stiftung 2021/22

04.03.–12.06.2022

Making News. Breaking News. Faking News. Von Gutenberg bis Trump. Eine medienkritische Ausstellung

01.05.–11.09.2022

Veranstaltungen:

Europäische Tage des Kunsthandwerks

01.–03.04.2022

Museumsnacht

07.05.2022

27. Leipziger Typotage »MOVE. Schrift und Bewegung«

14.05.2022

Alle Termine unter Vorbehalt, abhängig von der Pandemie-Situation. Für aktuelle Informationen können Sie auch in den Kalender des Museum für Druckkunst Leipzig schauen: www.druckkunst-museum.de

FRAGEN?

VDM-MITTELDEUTSCHLAND.DE

RECHT – RECHT NÜTZLICH

Weiterbildung als Brücke über Beschäftigungstäler

Drastische Einschnitte zwangen viele Unternehmen in den vergangenen Monaten in die Kurzarbeit. Damit einhergehend stellten Unternehmen aus Kostengründen Weiterbildungen für ihre Beschäftigten zurück. Schlimmstenfalls drohte die Freisetzung. Meist geschah dies, weil sie die attraktiven Möglichkeiten der Bundesagentur für Arbeit (BA) nicht kannten. Da die Beschäftigtenquote derzeit sehr hoch ist und die, so genannten, Arbeitsmarktpotenziale nahezu ausgeschöpft sind, macht es aber generell Sinn sich mit dem Thema zu beschäftigen, um die Fachkräftepotenziale in der eigenen Belegschaft zu entwickeln.

Qualifizierung statt Kurzarbeit

Die Erfahrungen zeigen: Mitarbeitende, die in Kurzarbeit viel Freizeit haben, wechseln häufiger den Arbeitgeber als diejenigen, die sich weiterbilden. In Zeiten des Arbeitnehmermarkts ist das ein entscheidendes Argument PRO Qualifizierung. Doch woher die finanziellen Mittel für Qualifizierungen nehmen, wenn Aufträge wegbrechen und Lieferengpässe die Produktion hemmen? Die Lösung kann die Unterstützung der Bundesagentur für Arbeit (BA) mit ihren attraktiven Fördermöglichkeiten sein.

Bereits seit 2019 gibt es das so genannte Qualifizierungschancengesetz (QCG), das im Mai 2020 erweitert und zum Januar 2021 und 2022 angepasst wurde. Danach erhalten

Unternehmen bis zu 100 % Förderung für die Weiterbildung ihrer Beschäftigten. Anders als beim früheren WeGeBau-Programm können auch Entgeltzuschüsse bis 100 % durch die Bundesagentur gezahlt werden. Somit kann eine geförderte Weiterbildung zur attraktiven Möglichkeit werden, um Auslastungstäler zu überbrücken, Personalkosten vorübergehend zu senken, Mitarbeitende zu qualifizieren, zu binden und Kurzarbeit sogar zu vermeiden.

Voraussetzungen für Förderung





Der Antrag auf den notwendigen Bildungsgutschein ist für Mitarbeitende beim zuständigen Arbeitgeberservice der BA rechtzeitig vorab zu stellen. Um in den Geltungsbereich des QCG zu fallen, müssen Träger und Weiterbildung nach dem Agentur-Standard zertifiziert sein und insgesamt mehr als 120 Stunden umfassen. Diese umgerechnet drei Wochen können zeitlich jedoch auch gestaffelt umgesetzt werden. Wie das am besten mit den betrieblichen Erfordernissen zu vereinbaren ist, stimmt das Unternehmen bestenfalls direkt mit dem Bildungsdienstleister ab. Es lohnt sich also immer, vorher miteinander zu sprechen.

Zwei Wege ohne Kurzarbeit

Die Bundesagentur für Arbeit unterscheidet zwei Fälle. Beim ersten orientiert die Qualifizierung auf einen Berufsabschluss, was für Ungelernte, Geringqualifizierte



Geförderte Qualifizierung für Beschäftigte – Damit sie die Tätigkeiten von heute auch morgen ausführen können!

	ohne Kurzarbeit*	mit und ohne Kurzarbeit*	mit Kurzarbeit**
Förderleistungen der Bundesagentur für Arbeit für Unternehmen der Größe von:	Anpassungsqualifizierung (> 120 UE) für Beschäftigte mit länger als 4 Jahre zurückliegendem Berufsabschluss	Abschlussorientierte Weiterbildung für Ungelernte oder Geringqualifizierte (Umschulung, Teilqualifizierung, Vorbereitung auf Externenprüfung)	Qualifizierung (> 120 UE) für Beschäftigte
 < 10 MITARBEITER KLEINSTUNTERNEHMEN	bis zu 100% Förderung der Weiterbildungskosten Arbeitsentgeltzuschuss bis zu 90% durch Bundesagentur für Arbeit	keine Einschränkungen	100% pauschale Förderung der Weiterbildungskosten durch Bundesagentur für Arbeit + Nutzung Kurzarbeitergeld
 < 250 MITARBEITER KLEINE UND MITTLERE UNTERNEHMEN	bis zu 65% Förderung der Weiterbildungskosten Arbeitsentgeltzuschuss bis zu 65% (bis 100% ab 45 Jahren und für Schwerbehinderte) durch Bundesagentur für Arbeit		50% pauschale Förderung der Weiterbildungskosten durch Bundesagentur für Arbeit + Nutzung Kurzarbeitergeld
 > 250 MITARBEITER GRÖßERE UNTERNEHMEN	bis zu 40% Förderung der Weiterbildungskosten Arbeitsentgeltzuschuss bis zu 40% durch Bundesagentur für Arbeit		25% pauschale Förderung der Weiterbildungskosten durch Bundesagentur für Arbeit + Nutzung Kurzarbeitergeld
 > 2500 MITARBEITER GROSSE UNTERNEHMEN	bis zu 30% Förderung der Weiterbildungskosten Arbeitsentgeltzuschuss bis zu 40% durch Bundesagentur für Arbeit		15% pauschale Förderung der Weiterbildungskosten durch Bundesagentur für Arbeit + Nutzung Kurzarbeitergeld
ZUSATZLEISTUNGEN	zusätzl. Entschädigung f. Fahrtkosten, Kundenbetreuung u. Unterkunft		keine

(Quelle: bsw, Stand Oktober 2021)

* zzgl. pauschalierter Erstattung Sozialversicherungsbeiträge

** zzgl. Erstattung 50% Sozialversicherungsbeiträge gem. Beschäftigungssicherungsgesetz

NUTZEN

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

und Quereinsteiger interessant ist. Der tatsächliche Abschluss ist aber lediglich anzustreben. Das ist die lukrativste Möglichkeit. Diese kann in Form von betrieblichen Umschulungen, modularen Teilqualifizierungen oder Vorbereitungslehrgängen für Externen-Prüfungen bei den Kammern durchgeführt werden. In diesem Fall fördert die BA die Lehrgangskosten grundsätzlich zu 100 % und zahlt bis zu 100 % Zuschuss zum Arbeitsentgelt an die Unternehmen. Die Größe des Unternehmens ist dabei unerheblich. (siehe Übersicht, Mitte)

Der zweite Weg richtet sich an Beschäftigte, deren Berufsabschluss in der Regel länger als vier Jahre zurückliegt. Die angestrebte Weiterbildung dient hier dazu, den Wissensstand zu aktualisieren und an neue Erfordernisse und Technologien anzupassen. Die Höhe der Förderung durch die BA abhängig von der Anzahl der Beschäftigten im Unternehmen. (siehe Übersicht, linke Spalte)

Qualifizierung während Kurzarbeit

Seit 2021 wurde die Förderung für die Qualifizierung von Beschäftigten in Kurzarbeit von denen ohne Kurzarbeit getrennt. Die Anträge sind seither mit dem Antrag auf Kurzarbeitergeld zu stellen. Ein paralleles Verfahren entfällt. Bei der Förderung einer Weiterbildung während Kurzarbeit entscheidet die Größe des Unternehmens über die Höhe des pauschalen Zuschusses zu den Weiterbildungskosten. (siehe Übersicht, letzte Spalte) Der Lehrgang ist in der Regel in den Zeiten durchzuführen, die der Beschäftigte unter Bezug von Kurzarbeitergeld nicht arbeitet. Die Voraussetzungen dieser Förderung sind identisch mit denen für die Qualifizierung ohne Kurzarbeit.

Mit dem Jahreswechsel auf 2022 hat der Gesetzgeber noch einen kleinen Anreiz zur Qualifizierung geschaffen. Die Erstattung der Beiträge zur Sozialversicherung werden zu 100 % erstattet, wenn der Mitarbeiter in die Zeit der Kurzarbeit für eine Weiterbildung nutzt. Andernfalls erhalten die Unternehmen nur noch 50 %. Dies gilt ebenso bei Meister- und Technikerkursen.

Informieren – Abwägen – Entscheiden

Eine Möglichkeit wird nur dann umgesetzt, wenn sie als Chance zur Verbesserung mit einem lohnenden Ziel gesehen wird. Wenn Sie dafür weitere Informationen benötigen, melden Sie sich gern zu den kostenfreien Webinaren (<https://kurzelinks.de/3xo9>) an oder vereinbaren einen individuellen Beratungstermin. ■

mit freundlicher Unterstützung des
**Bildungswerk der Sächsischen
Wirtschaft e.V.**

Rudolf-Walther-Straße 4
01156 Dresden

www.bsw-sachsen.de
info@bsw-mail.de



Sie haben Fragen zum Thema

... oder benötigen Hilfe?

Ihr Verband steht Ihnen zur Verfügung!

Ihr Kontakt

**Verband Druck und Medien
Mitteldeutschland e.V.**

Gerichtsweg 28, 04103 Leipzig
T 0341 868 59 0

info@vdm-mitteldeutschland.de
www.vdm-mitteldeutschland.de

Was ein Mensch an Gutem in die Welt hinausgibt, geht nicht verloren.

Der Verband Druck und Medien Mitteldeutschland e. V. trauert um

Werner Hofmann

der am 26. Dezember 2021

im Alter von 68 Jahren verstorben ist.

Werner Hofmann hat sich mit der Druckerei Hofmann in Rodewisch – Gründungsmitglied des Verbandes – mit großem Engagement in den Dienst der Branche gestellt und sich bei den Unternehmen in Mitteldeutschland Anerkennung und Wertschätzung erworben. Seine hilfsbereite, von Menschlichkeit und Toleranz geprägte Art war vorbildlich.

Wir werden Werner Hofmann stets ein ehrendes Andenken bewahren.

Vorstand und Geschäftsleitung
Verband Druck und Medien Mitteldeutschland e. V.

Gestaltungswettbewerb DER DRUCK- UND MEDIENVERBÄNDE NUR FÜR AZUBIS! 2022

Der Gestaltungswettbewerb geht ins 31. Jahr. 29 Jahre richtete der Verband Druck & Medien NordOst diesen Wettbewerb für Mediengestalter in der Ausbildung aus. Zum 30-jährigen Jubiläum wurde der Gestaltungswettbewerb zum gemeinsamen Wettbewerb der Druck- und Medienverbände. Wir drücken die Daumen und freuen uns auf zahlreiche Entwürfe.

Die Aufgabe

Eine Business-Geburtskarte

Herzlichen Glückwunsch zum Geburtstag im Geschäftsleben! In diesem Jahr dreht sich alles um den Geburtstag im beruflichen Umfeld. Gestalten Sie eine Grußkarte, mit der man Mitarbeitern, Kollegen, Kunden und Geschäftspartnern angemessen zum Geburtstag gratulieren kann.

**Wir wünschen euch
viel Spaß und Erfolg
bei der Teilnahme!**



Der Einsendeschluss

24. Juni 2022

Die Preisgelder

1. Platz 750 €

2. Platz 500 €

3. Platz 250 €

4. - 10. Platz Digitales Jahresabo der Page

Die Jury

Den Gestaltungswettbewerb der Druck- und Medienverbände gibt es seit 30 Jahren. Eine hochkarätige Fachjury begutachtet die Einreichungen und kürt die Sieger.

Die Teilnahmebedingungen

Zur Teilnahme berechtigt sind alle Auszubildenden und Umschüler der Druck- und Medienindustrie, die zum Zeitpunkt der Ausschreibung – August 2021 – in der Ausbildung sind.

Pro Teilnehmer darf nur ein Entwurf eingereicht werden.

Weitere Informationen

www.vdmno.de/gestaltungswettbewerb-der-druck-und-medienverbaende/

Endlich wieder Kollegen treffen!

Auf der FESPA Global Print Expo 2022 in Berlin

Die FESPA ruft und alle kommen: Weit über 300 namhafte Aussteller – darunter Agfa, Canon, HP, EFI, Fuji, oder Mimaki – haben sich bereits für die FESPA in Berlin angemeldet. Vom 31. Mai bis zum 3. Juni 2022 rollt die FESPA Global Print Expo 2022 in Berlin den roten Teppich aus für neue Produkte, Geschäftsfelder und technische Lösungen, mit der die Druckindustrie auch in Zukunft erfolgreich ist. Vier Tage lang werden in acht Hallen des Messegeländes Innovationen aus mehr als 30 Ländern gezeigt.

Der Bundesverband Druck und Medien sowie die Landesverbände werden vor Ort sein und ihre Mitglieder persönlich an einem eigenen Messestand begrüßen. Der Eintritt in die Messe ist für Mitglieder der Verbände frei. Sie haben außerdem Zutritt zur exklusiven „Club FESPA Lounge“ mit Bar, Catering und der Möglichkeit, sich mit Kollegen, Gesprächs- und Geschäftspartnern in entspannter Atmosphäre auszutauschen.

Am besten gleich kostenlos registrieren!
Der Code exklusiv für Mitglieder der Druck- und Medienverbände: **ACN11**

Fragen?
FESPA@bvdm-online.de



Die Druckindustrie produziert immer nachhaltiger

Klimainitiative der Verbände hat einen neuen Höchststand bei der Anzahl der Mitglieder sowie bei der Kompensation von produktionsbedingten CO₂-Emissionen erreicht.

Im Jahr 2021 wurden über die Klimainitiative insgesamt 41.780 Tonnen CO₂ ausgeglichen. Damit hat sich das Engagement im Vergleich zu 2018 fast verdoppelt, auch gegenüber dem Vorjahr ist ein Wachstum von knapp 25 % zu verzeichnen. Das seit einem Jahr existierende Angebot, sich zusätzlich lokal durch Aufforstung von geschädigten Wäldern zu engagieren, stößt ebenfalls auf gute Resonanz: Durch das Engagement der Mitglieder der Klimainitiative konnten insgesamt 3585 Bäume in einem stark vom Borkenkäfer beeinträchtigten Waldgebiet in Schleswig-Holstein aufgeforstet werden.

Die Klimainitiative der Druck- und Medienverbände ermöglicht Druckunternehmen und Verlagen die Herstellung von klimaneutralen Printprodukten und Verpackungen durch einen ganzheitlichen Klimaschutzansatz basierend auf dem Prinzip: Treibhausgasemissionen erfassen und reduzieren sowie unvermeidbare Emissionen durch die Unterstützung von anerkannten Klimaschutzprojekten ausgleichen. Innerhalb der Klimainitiative werden nur Projekte nach dem höchsten Standard – dem Goldstandard – unterstützt.

Mehr Informationen finden Sie unter:
klima-druck.de

FRAGEN?
NUTZEN@BVDM-ONLINE.DE

EINZIGARTIG IN DER DRUCK- UND MEDIENBRANCHE

Was kostet Ihre Versicherung im Rahmen der **GBH MedienPolice®**? Einfach online die benötigten Felder ausfüllen und binnen Sekunden Ihr druckereispezifisches Angebot vor Augen sehen.

Sie sind von unserem Angebot begeistert? Schicken Sie uns Ihre Kontaktdaten und wir kümmern uns um alles Weitere – am Telefon oder bei Ihnen vor Ort!

DER PRAKTISCHE PRÄMIENRECHNER: www.druckerei-versicherungen.de

Optimieren Sie mit der **GBH MedienPolice®** den Versicherungsschutz Ihres Druck- und Medienbetriebes. Ihre Vorteile:

- Ein mit den Druckverbänden entwickeltes Konzept
- Eine Police, alle relevanten Versicherungen
- Top Preis-Leistungs-Verhältnis
- Umgehende Kontaktaufnahme

GAYEN & BERNS • HOMANN GMBH

VERSICHERUNGSMAKLER SEIT 1899

A BÖRSENBRÜCKE 6 • 20457 HAMBURG • T +49 40 37002-01 • F -100 • E HAMBURG@GBH.DE • W MEDIEN-POLICE.DE

**Nah.
Nützlich.
Nachhaltig.**

Lokale Werbe- und
Informationspost

Lokaler Handel braucht lokale Werbepost.

Die Coronapandemie hat im Einzelhandel und in der Gastronomie enormen Schaden angerichtet. Für die Gewerbe vor Ort ist lokale Werbe- und Informationspost oft die einzige Möglichkeit, für sich zu werben und digitalen Plattformen Paroli zu bieten.

Wer diese nicht adressierte Werbepost nicht im Briefkasten haben möchte, kann schon heute mit einem einfachen Aufkleber die Zustellung stoppen.

Mehr unter www.werbeposterhalten.de
Eine Initiative der Druck- und Medienverbände



Vertrauen ist die Grundvoraussetzung

Foto: alphaspirt.it - shutterstock.com

Veränderungen im Unternehmen gelingen nur dann, wenn alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mitgenommen werden. Das weiß Daniel Wessels, Vertriebsleiter bei der Bösmann Medien und Druck GmbH & Co. KG, aus eigener Erfahrung. In den vergangenen zwei Jahren hat er einen Change-Prozess in seiner Vertriebsabteilung angestoßen und gemeinsam mit seinem Team erfolgreich umgesetzt.

Daniel Wessels kann mit Stolz auf die Weiterentwicklung seines Vertriebsteams blicken. Der Veränderungsprozess, den der Vertriebsleiter gemeinsam mit dem Team initiiert hat, ist zur Erfolgsgeschichte geworden – von den gesammelten Erfahrungen profitieren mittlerweile weitere Unternehmensbereiche von Bösmann Medien und Druck GmbH.

„Durch die Zusammenarbeit mit einer externen Unternehmensberaterin und Expertin für agiles Arbeiten haben wir bereits vor Corona verstanden, dass der Unternehmenserfolg insbesondere durch eine flexible Anpassung an sich schnell verändernden Rahmenbedingungen realisiert werden kann. Darum wollten wir die Mitarbeiter dazu befähigen, mit Veränderungen umzugehen und diese auch aktiv mitzugestalten, um den immer komplexer werdenden Anforderungen des Marktes gerecht zu werden. Der Input von außen hat uns dabei geholfen, zu er-

kennen, wie sich die Welt und die Gesellschaft heute verstehen“, erzählt der Vertriebsleiter.

Veränderungen aktiv gestalten

Die Bedingungen der sogenannten VUKA-Welt – übersetzt steht VUKA für Flüchtigkeit, Unsicherheit, Komplexität und Mehrdeutigkeit – wurden auf das Unternehmen und seine Dienstleistungen heruntergebrochen, um anschließend neue Strukturen und Formen der Zusammenarbeit zu entwickeln und einzuführen. So wurden unter anderem Verantwortlichkeiten neu definiert, der Fokus wurde viel mehr auf Teamarbeit und das gemeinsame Vertriebsziel ausgerichtet und die Zuordnung „mein Kunde – dein Kunde“ aufgehoben. „Dadurch waren wir in Coronazeiten gut aufgestellt und konnten beispielsweise ganz unkompliziert flexible Projektteams bilden und auf Auftragsverschiebungen schnell mit neu entwickelten Produkten reagieren“, so Wessels.

Viele kleine Schritte zum Erfolg

Der Weg dahin war bei Bösmann ein „Weg der vielen kleinen Schritte begleitet durch ganz viel Kommunikation, Training, Schulung und Coaching“. Soll ein Change-Prozess gelingen, müssen Führungskräfte ihre Teammitglieder ernst nehmen, sich Befürchtungen anhören und kontinuierlich das Gespräch suchen. „Für mich ist Vertrauen die Grundvoraussetzung. Nur wenn ich über die Beweggründe, Argumente und das Ziel spreche, kann ich Mitarbeiter dazu bewegen, den Prozess zu unterstützen. Aus meiner Sicht ist ein kontinuierlicher und transparenter Dialog im Team unerlässlich“, sagt Wessels. Trotz allem gab es auch Widerstände und Unsicherheiten. Um das Team in seiner jetzigen Konstellation aufzubauen, waren viele Gespräche und vor allem Unterstützungsangebote hilfreich. „Wir haben immer Hilfe angeboten und die Mitarbeiter wussten, dass sie uns ansprechen können, wenn wir in bestimmten Situationen dabei sein sollen. Bei Angeboten haben wir ein Vieraugenprinzip eingeführt, neue Standardtexte für vertriebliche E-Mails haben wir gemeinsam entwickelt. Mir ist es wichtig, dass sich keiner alleingelassen fühlt“, berichtet der Vertriebsleiter.

Erfolge gemeinsam feiern

Als wertvolle Tools, um den Austausch zu fördern, haben sich bei Bösmann die neu eingeführten „Dailies“ oder der „Impuls des Monats“ herausgestellt. Nach einem kurzen Check-in und Wochenrückblick, bei dem jedes Teammitglied etwas berichtet, beginnt der Austausch über ein übergeordnetes Thema wie etwa „Was war euer Moment of truth (Augenblick der Wahrheit)?“ oder „Wie entwickle ich einen Elevator Pitch?“ – und



Daniel Wessels,
Vertriebsleiter/Prokurist,
Bösmann Medien und
Druck GmbH & Co. KG



Aus meiner Sicht ist ein kontinuierlicher und transparenter Dialog im Team unerlässlich.“

daraus entstehen mittlerweile selbstständig Diskussionen und Ideen für neue Projekte. Ganz entscheidend ist es, Erfolge zu feiern, so die Erfahrung von Wessels: „Mir ist es wichtig, Veränderungen herbeizuführen und Erfolge zu sehen. Wir feiern unsere Vertriebs Erfolge gemeinsam und ich teile Erfolge einzelner Mitarbeiter mit der Geschäftsleitung. Ein positives Mindset ist wesentlich, um Herausforderungen als Chance zur Weiterentwicklung zu sehen und als Team gemeinsam zu wachsen.“ Dass dieses Konzept aufgeht, zeigen die Unternehmenszahlen, das gute Miteinander im Team und die Anzahl an Neukunden – und das während der Pandemie-Jahre. ■

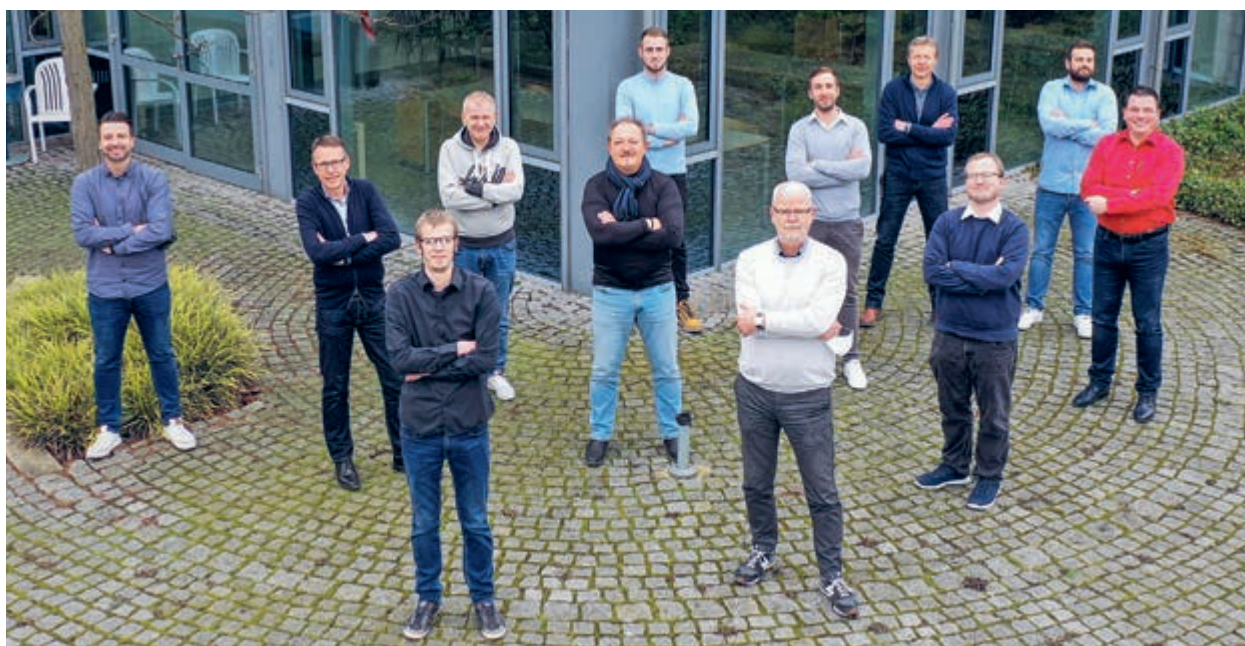


Bild: Bösmann Medien und Druck GmbH & Co.KG

Das Vertriebsteam von Bösmann Medien und Druck

Print Academy: Online lernen für alle

Das neue und umfassende Online-Weiterbildungsangebot der Druck- und Medienverbände bietet Online-Weiterbildungsangebote für alle Beschäftigten des Unternehmens, vom Führungspersonal über die Fachkraft bis hin zu den Auszubildenden – und für alle Unternehmensbereiche. Ein innovatives Preismodell macht über 100 Online-Seminare für alle Beschäftigten zugänglich.

Die ständige Weiterentwicklung der eigenen Mitarbeiter ist die zwingende Voraussetzung, um als Druck- und Medienunternehmen die tiefgreifenden Veränderungen in unserer Branche auch in Zukunft meistern zu können und so auf der Erfolgsspur zu bleiben. Das ist leichter gesagt als im Tagesgeschäft umgesetzt. Deswegen bieten Ihnen die Druck- und Medienverbände in Deutschland jetzt eine völlig neue digitale Weiterbildungsplattform für alle Mitarbeitenden – von der Produktion über den Vertrieb, von der Personalabteilung über die Sachbearbeitung bis hin zum Führungspersonal.

Als Anbieter von Online-Seminaren trägt die neue Plattform dem ungebrochenen Trend zu zeitgemäßem und lebenslangem Lernen Rechnung. Mit neuen Inhalten, neuen Formaten und neuen Bildungskonzepten stellt die Print Academy ein passgenaues und zukunftsorientiertes Aus- und Weiterbildungsangebot für das gesamte Unternehmen zur Verfügung: flexibel, von überall aus machbar, interaktiv, effizient und ohne zeit-

”

Die Kompetenzen unserer Mitarbeiter fördern wir mit der Flatrate der Print Academy!“

Fabian Roessing,
Werner Achilles GmbH & Co. KG

und kostenintensive An- und Abfahrt. Die jahrelange Erfahrung der Verbände als Weiterbildungsanbieter garantiert Ihnen auch hier Qualität und Kompetenz – und das passgenau für unsere Branche.



Seminare für höchste Ansprüche

Wir wissen, was Sie brauchen, um sich und Ihre Mitarbeiter fit zu machen für die Zukunft. Denn wir kommen aus der Druckbranche.

Unser Fokus liegt auf der gesamten deutschen Druck- und Medienindustrie. Für sie legen wir uns ins Zeug – mit maximalem Nutzen für die Unternehmen und ihre Mitarbeiter.

WWW.PRINT-ACADEMY.DE

Online lernen für alle – das ist unser Anspruch. Mit vielen online zugänglichen Seminarangeboten aus allen relevanten Bereichen. Effizient. Unkompliziert. Zukunftsfähig.

Mit ihrer jahrelangen Erfahrung als Weiterbildungsanbieter stehen die deutschen Druck- und Medienverbände für beste Angebote, höchste Professionalität und maximale Branchenexpertise.

”

Unser Leitspruch: Wer aufhört zu lernen, hat aufgehört, gut zu sein!“

Andreas Wulf, Jungfer Druckerei und Verlag GmbH

Innovatives Preismodell

Auch beim innovativen Preismodell geht die Print Academy neue Wege. Im Rahmen einer an der Unternehmensgröße orientierten Flatrate erhalten die Unternehmen unbegrenzten Zugang zu über 100 Bildungsmaßnahmen pro Jahr. Damit entfallen das aufwendige Suchen und das Vergleichen von Seminaren und Kosten. Zudem können wesentlich mehr Mitarbeiter in den Genuss von Bildungsmaßnahmen kommen als bisher, denn ein ausgeschöpftes Bildungsbudget gehört mit der Flatrate der Vergangenheit an. Und es gibt noch mehr Vorteile: Eine kontinuierliche Personalentwicklung auf hohem Niveau steigert die Arbeitgeberattraktivität und fördert die Bindung von qualifizierten Mitarbeitern an das Unternehmen.

Mit der Flatrate geben Unternehmen ihren eigenen Mitarbeitern ein starkes Signal, wie wichtig ihnen dieses Thema ist. Die Print Academy wird damit ein wichtiger Baustein für die Verbesserung der Arbeitgeber-Attraktivität, für die Bindung wichtiger Leistungsträger ans Unternehmen und für die Gewinnung passender neuer Mitarbeiter. Obendrein ist das Angebot hervorragend integrierbar in die gezielte interne Mitarbeiterentwicklung sowie zur Erreichung von Zielvereinbarungen.

Neue Dimension der Weiterbildung

Die Print Academy bietet eine neue Dimension der Weiterbildung, speziell abgestimmt auf die Anforderungen der Druck- und Medienindustrie. Unternehmer können dank der Flatrate ihren Mitarbeitern ein ganzes Jahr lang ohne jede Einschränkung über 100 branchenspezifische Angebote zugänglich machen. Das Online-Format ist ortsunabhängig, effizient und flexibel.

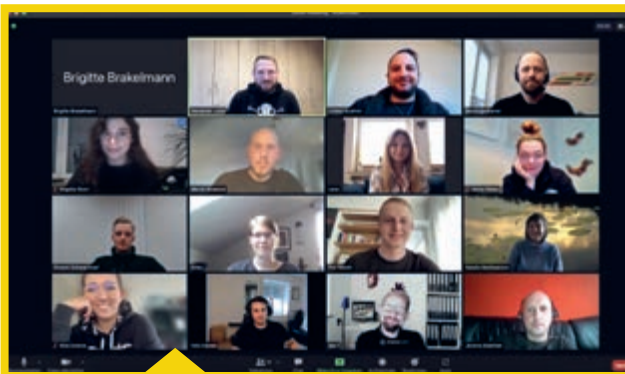
Das umfangreiche Seminarangebot sowie alles Wissenswerte zu den Preiskonditionen präsentiert die Print Academy unter www.print-academy.de. ▣

Ihr Ansprechpartner

Michael Becker, Leiter der Print Academy
Tel. 02306 20262-34, beratung@print-academy.de

Der nächste Karriereschritt

Medienfachwirt und Industriemeister Printmedien sind die anerkannten Fortbildungsabschlüsse in der Druck- und Medienwirtschaft. Die Inhalte der Ausbildung sind genau abgestimmt auf die Anforderungen, die in den Unternehmen der Branche im mittleren Management von Relevanz sind. Die Verbände Druck und Medien in Nord-West, NordOst und Bayern bieten bereits seit Jahrzehnten entsprechende Vorbereitungskurse an – in den vergangenen zwei Jahren vermehrt auch online und im Blended-Learning-Format. Denn die Verbände gehen mit großer Flexibilität auf die aktuellen Anforderungen der Teilnehmenden ein.



Prüfung geschafft!

Glückliche Gesichter: Zwei Tage schriftliche Prüfungen bei der IHK Dortmund liegen hinter den Teilnehmenden des Düsseldorfer Medienfachwirt-/Industriemeisterlehrgangs. Erleichterung pur!

19 angehende Medienfachwirte/-innen und Industriemeister/-innen

Im Oktober startete ein standortübergreifender Blended-Learning-Vorbereitungslehrgang zum Geprüften Medienfachwirt/Industriemeister. Das bedeutet: Neben den gemeinsamen Online-Phasen beinhaltet der Kurs auch Präsenzeinheiten an den Akademie-Standorten in Düsseldorf, Lünen oder Hamburg.



So macht das Lernen Spaß

Samstagmorgen im Vorbereitungslehrgang: zunächst gemeinsam frühstücken und sich austauschen – der Dozent ist per Video zugeschaltet.



Im Mai geht es für den aktuellen Kurs beim VDM NordOst in die Abschlussprüfung: zwei schriftliche Prüfungen, Projektarbeit mit anschließender mündlicher Prüfung und dem Fachgespräch. Wir drücken die Daumen.



Der Kurs läuft aktuell hybrid. Der Dozent ist vor Ort. Die Teilnehmenden können sich entscheiden, ob sie in Präsenz oder online teilnehmen möchten. Im Herbst startet in NordOst das nächste Angebot für die Vorbereitung auf den Medienfachwirt und den Industriemeister Printmedien.

Im Drucksaal beim Verband Druck und Medien Bayern erhalten die angehenden Medienfachwirte/-innen und Industriemeister/-innen auch einen detaillierten Einblick in die Druckproduktion. Mit umfangreichen Schulungsinhalten von der Druckvorstufe bis zur Weiterverarbeitung werden sie auf ihre zukünftigen Führungsaufgaben vorbereitet.



Bogenkontrolle am Leitstand: Die Teilnehmenden werden intensiv auf das Durchführen und Kontrollieren von medientechnischen Produktionen vorbereitet.

Auf die Theorie folgt die Praxis an der Druckmaschine. Hier dürfen die Kursteilnehmenden auch selbst Hand anlegen und so Erfahrungen im Offsetdruck sammeln.

Quecksilber- UV-Strahler ohne Alternative

Foto: Heraeus Noblelight GmbH

Elektrische Geräte können umwelt- und gesundheitsschädliche Substanzen enthalten, die bei nicht fachgerechter Entsorgung von Elektroschrott große Probleme verursachen. Eine EU-Richtlinie regelt deshalb, welche gefährlichen Stoffe elektrische Geräte in welchen Mengen enthalten dürfen. Betroffen sind auch quecksilberhaltige UV-Strahler, ohne die viele Druckerzeugnisse nicht produziert werden können. Der bvdm setzt sich daher für Regelungen mit Augenmaß ein, zumal das Quecksilber so gut wie vollständig recycelt wird.

Die RoHS-Richtlinie (RoHS steht für „Restriction of Hazardous Substances“) zielt generell darauf ab, schädliche Stoffe wie Quecksilber in elektrischen Geräten ganz zu verbieten. Für ortsfeste industrielle Großwerkzeuge, zu denen auch größere Druckmaschinen zählen, gilt die Richtlinie aber aus guten Gründen nicht. Außerdem sind viele Ersatzteile von den Regelungen ausgenommen, damit bereits angeschaffte Maschinen und Geräte weiter genutzt werden können.

Die Richtlinie enthält darüber hinaus einen Katalog von Geräten, für die nach Auffassung der EU-Kommission keine schadstofffreien Alternativen zur Verfügung stehen. Solche Geräte dürfen ausnahmsweise ebenfalls in Verkehr gebracht werden. Die Kommission überprüft jedoch regelmäßig, ob für diese Ausnahmen geeignete Ersatzlösungen zur Verfügung stehen. In solchen Fällen endet die Ausnahmeregelung nach einer Übergangsfrist. So läuft im Laufe des Jahres 2023 beispielsweise die Frist für viele Leuchtstoffröhren zur Allgemeinbeleuchtung ab. Ihre Funktion können inzwischen LED-Lampen übernehmen.

Zu den RoHS-Ausnahmen zählen auch UV-Quecksilberdampf-Mitteldruckstrahler und UV-Metallhalogenidlampen, mit denen u. a. UV-Druckfarben gehärtet bzw. Siebdruckformen belichtet werden. Emissionsspektrum und Leistung der zurzeit verfügbaren LED-

UV-Strahler sind nämlich noch zu limitiert, um alle Produktionsanforderungen erfüllen zu können. Für viele Anwendungen im Verpackungs-, Industrie-, Spezial- und Sicherheitsdruck bleiben quecksilberhaltige UV-Strahler deshalb für die Druckfarbenhärtung bis auf Weiteres unverzichtbar. Und obwohl auch zur Belichtung von Siebdruckformen heute LED-Lösungen angeboten werden, könnten vor allem die zahlreichen kleineren Siebdruckereien die um ein Vielfaches höheren Kosten entsprechender Belichter nicht aufbringen.

Dennoch werden in der Druckindustrie die Ziele der RoHS-Richtlinie erreicht. Denn Druckereien führen nicht mehr verwendungsfähige Strahler einem geregelten Recyclingkreislauf zu, in dem das Quecksilber fast zu 100 % wiedergewonnen wird.

Der bvdm setzte sich deshalb 2021 gemeinsam mit den Verbänden anderer betroffener Branchen bei der EU-Kommission dafür ein, die bestehenden Ausnahmen für die UV-Strahler zu verlängern. Mit Erfolg: Die Strahler dürfen weitere fünf Jahre lang in Verkehr gebracht werden. Dies ist die längstmögliche Gültigkeitsdauer einer Ausnahme. Auf Antrag entscheidet die EU-Kommission danach erneut. Sollten dann weiterhin keine tauglichen Alternativen zur Verfügung stehen, wird sich der bvdm erneut für die Verlängerung der Ausnahmen stark machen. ■

ONLINE PRINT SYMPOSIUM

2022

9. ONLINE PRINT SYMPOSIUM
28.+29. APRIL 2022 IN MÜNCHEN

Start Up and Print Online!

Roland Keppler
CEO
Onlineprinters



KEYNOTE

Hanne Dinkel
Chief Customer Delivery Officer
Spread Group



Haeme Ulrich
Gründer und CEO
morntag GmbH



Ramon van Wingerden
CEO
Prindustry

Bernd Zipper
CEO
zipcon consulting GmbH



Thomas Vöcker
CEO
TOPP digital



Carles Farre
CEO
HP PageWide Industrial



KEYNOTE

Karim Bannour
Gründer
MarktPlatz1



Georg Hansbauer
Mitgründer und CEO
Testbirds



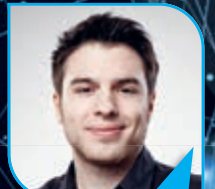
Andreas Otto
CEO
PosterXXL



Ludovic Martin
Berater eCommerce-Strategien/
Web-to-Print-Projekte



Christian Weyer
Managing Director Technology
Zaikio GmbH



JETZT ANMELDEN und noch eines
der **LIMITIERTEN TICKETS** sichern.

www.online-print-symposium.de

bvdm.
Bundesverband
Druck und Medien e.V.

zipcon
consulting



DEUTSCHER DRUCK- UND MEDIENTAG

30.6.-1.7.2022 · Leipzig

Jetzt anmelden:
ddmt22.de

vdm
mitteldeutschland

wmv
wissens werte vereint

bvdm.



<https://www.cms-cutter.de>

Give your business the right cut.



- Kombigerät zum Schneiden und Fräsen
- Für Musterherstellung und Kleinserien
- Schnelle Einarbeitung durch intuitive Bedienung
- Besonders stabil durch einteiligen Unterbau
- Hocheffizient auch im Einmannbetrieb
- Für alle branchenüblichen Materialien

Jetzt Kontakt aufnehmen und weitere Infos anfordern.

Lasercomb GmbH

Siemensstraße 2 | D-73274 Notzingen | Telefon: +49 (0) 7021 - 7240 - 280 | www.lasercomb.de | e-mail: steinle@lasercomb.de

Finden bvdm und ver.di gemeinsam aus der Krise?

Am 14. Februar haben die Tarifverhandlungen für die Druckindustrie zwischen bvdm und ver.di begonnen. Die Gewerkschaft fordert eine Lohnerhöhung um 5 % für 12 Monate.

Im zweiten Verhandlungstermin am 21. Februar 2022 gab es keine Einigung. Am 28. März 2022 wird in Berlin weiterverhandelt.

Zwei Corona-Jahre haben in der Branche Spuren hinterlassen. Der durch massive Produktionseinbrüche und pandemiebedingte Einschränkungen verursachte Ausnahmezustand belastet Betriebe wie Beschäftigte. Nur mit großer Mühe und mithilfe von Kurzarbeit haben viele Betriebe Arbeitsplätze erhalten können. Kurzarbeitergeld hat die Folgen abgemildert, aber nicht voll kompensiert. Dies und steigende Preise nennt ver.di als Begründung für ihre Forderung. Hinzu kommt der Anspruch, gegenüber Hochlohnbranchen wie der Metallindustrie nicht zurückzufallen.

Der bvdm hat davor gewarnt, die Verhandlungen mit unrealistischen Erwartungen zu belasten. Die Lohnentwicklung muss sich an der Leistungsfähigkeit der Branche orientieren. Trotz der etwas positiveren Entwicklung im Jahr 2021 liegt die Branche weiter deutlich unter Vorkrisenniveau. Die Bemühungen, sich aus der Krise herauszuarbeiten, werden durch extreme Kostensteigerungen für Energie und Papier deutlich erschwert. Der Spielraum für Lohnerhöhungen ist daher gering. Der bvdm verwies zudem darauf, dass trotz der schwierigen Lage die Arbeitnehmer mit Tariflöhnen, Urlaubsgeld, Jahresleistung und Zuschlägen ein insgesamt sehr gutes Einkommen erzielen.

Angebot bvdm: 500 € steuerfrei

Der bvdm hatte am 21. Februar eine „Corona-Prämie“ von 500 € für März 2022 bei Verlängerung des Lohnabkommens um ein Jahr angeboten. Damit reagierten die Arbeitgeber auf den von ver.di geltend gemachten



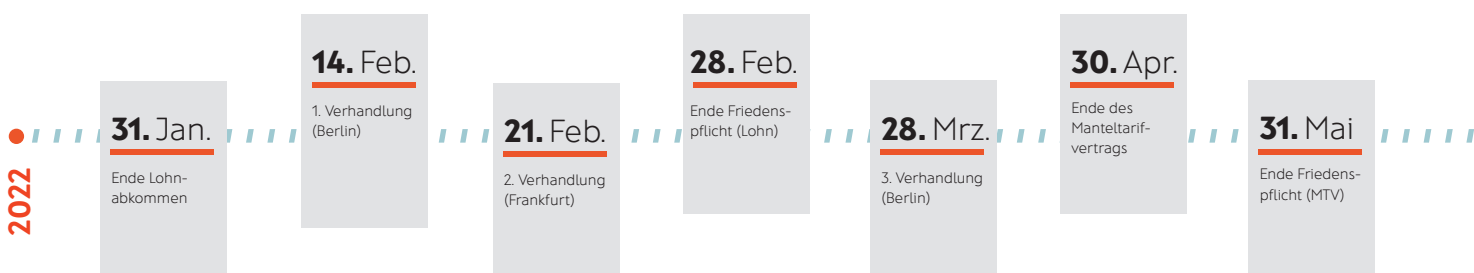
Im November 2021 wurde Dr. Klemens Berktold, Geschäftsführer der FUNKE Niedersachsen Druckzentrum GmbH zum neuen Vorsitzenden des Sozialpolitischen Ausschusses des bvdm gewählt.

Bedarf einer schnellen finanziellen Unterstützung. Die Gewerkschaft dagegen hielt an ihrer Forderung fest. Am 28. März wird weiterverhandelt.

...und was wird aus dem Mantel?

Den Manteltarifvertrag kritisieren die Arbeitgeber seit Jahren als veraltet. Möglichkeiten zur betrieblichen Anpassung der Regelungen, die in anderen Branchen normal sind, existieren nicht.

Im Corona-Tarifvertrag 2020 hatten bvdm und ver.di die Laufzeit des Manteltarifvertrages bis 30. April 2022 verlängert, um sich mehr Zeit für Reformverhandlungen zu verschaffen. Da ver.di jedoch keine Kompromissbereitschaft bezüglich betrieblicher Gestaltungsmöglichkeiten – etwa bei Arbeitszeit oder Zuschlägen – zeigte, scheiterten die Gespräche. Was aus dem Mantel wird, ist derzeit offen – die Laufzeit des Tarifvertrages endet am 30. April 2022. □



Jetzt besser aufstellen im Papiereinkauf!

Das neue bundesweite Angebot der Verbände Druck und Medien in Kooperation mit Paperconnect ermöglicht die smarte und innovative Steuerung des Papiereinkaufs.

Wegen zunehmender Konsolidierungen und Fusionen gibt es immer weniger Anbieter auf Papierhersteller- und Papiergroßhandelsseite – mit negativen Folgen für die Einkaufsvoraussetzungen von Druckbetrieben, denn eine Konsequenz davon ist eine wachsende Verhandlungsdominanz der Anbieter.

Zusätzlich werden bei den Papierherstellern in Europa enorme Produktionskapazitäten für grafische Feinpapire aus dem Markt genommen, was sich negativ auf das Marktangebot und die generelle Sortenvielfalt auswirkt. Damit nicht genug: Parallel explodieren die Weltmarktpreise für Zellstoff, Altpapier und weitere wichtige Rohstoffe und verursachen aktuell bereits deutliche Papierpreiserhöhungen. Tendenz brisant: Vieles deutet darauf hin, dass diese Entwicklungen weiter an Fahrt aufnehmen beziehungsweise an Intensität und Umfang zunehmen könnten.

Die Weltmarkt-Konjunktur erfährt einen spürbaren Aufwind, was sich auch enorm auf die Nachfrage und damit die Verfügbarkeit von vielen Papiersorten auswirkt. Wie bereits in der Vergangenheit kommt es bei solchen Marktszenarien sogar zu länderspezifischen Mengenkontingentierungen und -verknappungen.

Papier ist bekanntlich mit Abstand der größte Fremdkostenblock in der Druckindustrie und die Betriebe sollten vor dem Hintergrund dieser Veränderungen im Anbietermarkt alles daran setzen, sich in diesem schwierigen Beschaffungsfeld besser aufzustellen.

Aufgrund der wirtschaftlichen Bedeutung dieses Kostenblocks gilt es, im Papiereinkauf immer und messbar im „grünen Bereich“ zu sein, um selbst geringe preisliche Schieflagen und Benachteiligungen erkennen und so vermeiden zu können.

Den Verbänden Druck und Medien ist es gelungen, exklusiv für Verbandsmitglieder eine Sonderedition des am Markt erfolgreichen Benchmarksystems Preis-Monitor-Papier mit deutlichen Preisvorteilen anbieten zu können. Verbandsmitglieder erhalten die Sonderedition für 249 Euro pro Monat ohne weitere Zusatzkosten. Die Neuentwicklung des Einkaufsspezialisten



Paperconnect ist seit Kurzem am Markt erhältlich und deckt alles Wesentliche für einen optimalen Papiereinkauf in Bogenoffsetbetrieben ab.

Warum Benchmarking im Papiereinkauf so wichtig ist

Unsere Druckindustrie ist voll mit erfahrenen und versierten Fachkräften, die sich auch in Sachen Papiereinkauf bestens auskennen.

Das Problem: Die Erfahrungen reichen oft nur bis zum Tellerrand des eigenen Betriebes. Sicher ist der eine oder andere außerbetrieblich gut vernetzt, allerdings bringen Preisvergleiche auf Zuruf keine treffsichere Zuverlässigkeit und somit kaum dauerhaften wirtschaftlichen Nutzen, wenn nicht überhaupt Äpfel mit Birnen verglichen werden.

Den meisten Einkaufspreisen für Papiersorten liegen individuelle Vereinbarungen zwischen Papierverkäufer und Druckerei zugrunde, was zu einer kunterbunten und vielfältigen Preiswelt bei identischen Leistungen am Markt führt. Nicht selten existieren sogar auch hausintern unterschiedliche Preise, je nachdem, welche Akteure miteinander verhandeln.

Handlungsbedarf

Die perfekte To-do-Liste für alle Baustellen im Papiereinkauf

Lieferant	Sortenbereich	EIN	Lager-Struktur	Papiertyp	Menge/kg	IF-Basis-EX 4% /kg	Letzter Basis-DF 4% /kg	Preiswert
IGEPA	Büchdruck halbfrei glänzend	K	LAP	Flieger Glas	10000	1000	1000	1000
Inapa (PU)	Büchdruck halbfrei matt 1:1 Volumen	K	LAP	Perigord matt Condat	10000	1000	1000	1000
IGEPA	Büchdruck halbfrei glänzend	K	SS	Fliegerlux	10000	1000	1000	1000
IGEPA	Büchdruck recycling säldematt	K	LR	EndoB Premium Wide	10000	1000	1000	1000

Um die Preisqualität der eigenen Einkaufspreise objektiv beurteilen zu können und um zu sehen, in welcher Preisschublade Sie sich gerade befinden, braucht es im Papiereinkauf ein professionelles und verlässliches Benchmarking. Wichtiger Faktor hierbei ist, dass man sich mit gleichartig aufgestellten Kollegenbetrieben, also „inter pares“ vergleicht.

Eine solche Standortbestimmung dient dem Erfolg im Papiereinkauf!

Mit einem professionellen und nachhaltigen Benchmarking stellen Sie in Ihrem Betrieb sicher, dass Sie immer wissen, wie Sie im Papiereinkauf aufgestellt sind. Im Gegensatz zu anderen Kostenblöcken ist Papier nicht preisstabil, sondern ausgesprochen volatil. Die Preismärkte sind in den wichtigsten Sorten immer in Bewegung.

Deshalb sind Benchmarking und das erfolgreiche Steuern des Kostenblocks Papier eine 365-Tage-Herausforderung, die Sie mit der Sonderedition PreisMonitor-Papier der Verbände Druck und Medien ohne eigenen Aufwand und zu minimalen Kosten sicher meistern.

Ein ganzes Bündel an Pluspunkten

Alle Zahlen, Daten und Fakten Ihres Papiereinkaufs werden permanent für Sie papierfachlich, professionell und immer aktuell aufbereitet. Sie messen und überprüfen die Preisqualität Ihrer Einkaufspreise anhand passender Benchmarks von Kollegenbetrieben. Sie er-

kennen Ihre Kostensenkungspotenziale und Ihren individuellen Handlungsbedarf per Mausklick. Sie verfügen zudem über maximale Markt- und Preistransparenz bei allen wichtigen Papiersorten des deutschen Marktes. Und: Sie verbessern systematisch Ihre Einkaufsperformance und sichern Einkaufserfolge nachhaltig ab. Last, but not least: Sie lassen sich zu jeder Papiersorte alternative und auch identische Papiere anzeigen. Das Tool funktioniert ohne eigenen Aufwand! Papierrechnungen hochladen und fertig. Intuitiv bedienbar – keine Schulungen nötig. □

Artikelname	Lieferant
Arctic Volume Highwhite	Berberich
Arctic Volume Highwhite	Römerturm
Arctic Volume White	Berberich
Arctic Volume White	Römerturm
Dacomatt	Berberich
Galaxi Art Samt	Inapa (PU)
Gardamatt eleven	Berberich
Magno Volume	IGEPA
Perigord matt Condat	Inapa (PU)

KONTAKT:

Ansprechpartner bei den Landesverbänden:

Jens Meyer, Tel.: +49 89 330 36 210, E-Mail: j.meyer@pxm-sued.de,

Gerald Walther, Tel.: +49 69 95 96 78 17, E-Mail: g.walther@pxm-sued.de

Stefan Höynck, Tel.: +49 211 999 00 33, E-Mail: hoeynck@vdmnw.de

Holger Schürmann, Tel.: +49 511 338 06 36, E-Mail: schuermann@vdmno.de

Ansprechpartner bei Paperconnect:

Gerd Purkott, Tel.: +49 6192 92 85 014, E-Mail: purkott@paperconnect.de

Das ist neu beim Verbraucherschutz

Ob neuer Sachmangelbegriff, neue Informationspflichten gegenüber Verbrauchern oder Kündigungsbutton für Online-Verträge: 2022 haben Druck- und Medienunternehmen zahlreiche Änderungen im Verbraucherschutzrecht zu beachten.

Im deutschen Kaufrecht gelten in diesem Jahr zahlreiche neue oder geänderte Regelungen. So wurde beispielsweise der Sachmangelbegriff zum 1. Januar 2022 neu definiert. Neu ist, dass eine Sache (nach § 434 BGB) nur noch dann frei von Sachmängeln ist, wenn sie der vertraglichen Vereinbarung und den „objektiven Anforderungen“ entspricht. Bei Kaufverträgen zwischen Unternehmern sind die Parteien weiterhin frei, eine Beschaffenheit der Kaufsache zu vereinbaren, die von den objektiven Anforderungen abweicht. Der Bundesverband Druck und Medien hat die AGBs für die Druckindustrie dementsprechend an die neuen Regelungen angepasst.

Bei Verträgen, durch die ein Verbraucher von einem Unternehmer eine Sache kauft, ist eine vertragliche Abweichung von den objektiven Voraussetzungen hingegen nur dann möglich, wenn der Verbraucher vor der Abgabe seiner Vertragserklärung eigens von der Abweichung in Kenntnis gesetzt und diese im Vertrag ausdrücklich und gesondert vereinbart wurde. Es ist also nicht ausreichend, die Abweichung in den AGBs aufzuführen.



Änderungen bei Verbrauchsgüterkaufverträgen

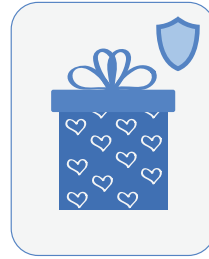
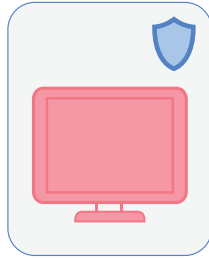
Daneben sind zahlreiche neue Regelungen für Verbrauchsgüterkaufverträge eingeführt worden. Hervorzuheben ist dabei insbesondere die Verlängerung der Dauer der Beweislastumkehr im Hinblick auf Mängel von sechs Monaten auf ein Jahr. Neue Sonderbestimmungen, insbesondere im Hinblick auf Aktualisierungspflichten, gelten auch für Waren mit digitalen Elementen, die ein Verbraucher von einem Unternehmer kauft. Waren mit digitalen Elementen sind Waren, die in einer Weise digitale Produkte enthalten oder mit ihnen verbunden sind, dass die Waren ihre Funktionen ohne diese digitalen Produkte nicht erfüllen können, wie beispielsweise das vorinstallierte Betriebssystem auf einem Smartphone.

Verbraucherverträge über digitale Produkte

Neu in das BGB aufgenommen worden sind des Weiteren Regelungen für Verbraucherverträge über digitale Produkte, wie zum Beispiel elektronische Bücher und andere elektronische Publikationen. Die Vorschriften finden auch auf Verträge über digitale Produkte Anwendung, bei denen der Verbraucher dem Unternehmer personenbezogene Daten bereitstellt („Bezahlen mit Daten“).

Vertragsverlängerungsklauseln in AGBs

Seit dem 1. März 2022 dürfen Verträge über regelmäßige Warenlieferungen oder die regelmäßige Erbringung von Dienst- oder Werkleistungen (z. B. Zeitungs-Abos) mittels AGB-Klauseln nur noch auf unbestimmte Zeit automatisch verlängert werden. Dem Verbraucher muss dabei das Recht eingeräumt werden, das verlängerte Vertragsverhältnis jederzeit mit einer Frist von höchstens einem Monat zu kündigen.



Informationspflichten gegenüber Verbrauchern ändern sich Ende Mai

Die Informationspflichten gegenüber Verbrauchern bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen und Fernabsatzverträgen werden ab dem 28. Mai 2022 teilweise geändert. So ist dann beispielsweise nicht mehr über die Telefaxnummer, aber über gegebenenfalls andere vom Unternehmer zur Verfügung gestellte Online-Kommunikationsmittel (z. B. Messengerdienste) zu informieren, sofern diese gewährleisten, dass der Verbraucher seine Korrespondenz mit dem Unternehmer auf einem dauerhaften Datenträger speichern kann.

Die Widerrufsbelehrung im Fernabsatzhandel ist ebenfalls zum 28. Mai anzupassen. Zukünftig ist keine Telefaxnummer, in jedem Fall aber eine Telefonnummer und eine E-Mail-Adresse des Unternehmens anzugeben. Die Druck- und Medienverbände werden ihren Mitgliedsunternehmen rechtzeitig entsprechend aktualisierte Muster zur Verfügung stellen.

Unternehmer, die Verbraucherbewertungen zugänglich machen, müssen ab dem 28. Mai unter anderem darüber informieren, wie sie sicherstellen, dass die Bewertungen von Verbrauchern stammen, die die Waren oder Dienstleistungen tatsächlich genutzt oder erworben haben.

Kündigungsbutton wird ab dem 1. Juli zur Pflicht

Unternehmer, die Verbrauchern anbieten, einen Vertrag über ein entgeltliches Dauerschuldverhältnis, etwa für ein Abo, auf einer Website zu schließen, müssen ab dem 1. Juli 2022 auf der Website auch die Kündigung des Vertrages über eine entsprechende Kündigungsschaltfläche ermöglichen. ▣



Dr. Carmen Kulpe
Referentin Medien- und
Wirtschaftsrecht, bvdM

Grafik: limeart - shutterstock.com

TERMINE

2022 ◀

- 15.–17.03.2022
InPrint Munich, München
- 28.–29.04.2022
Online Print Symposium, München
- 13.05.2022
Jahrestagung vdm Rheinland-Pfalz und Saarland, Speyer
- 18.–20.05.2022
Empack, Dortmund
- 20.05.2022
Jahreshauptversammlung VDM Nord-West, Münster
- 20.05.2022
Intergraf Print Matters Conference, Stockholm
- 21.05.2022
InnoPRINT, Leipzig
- 31.05.–03.06.2022
FESPA Global Print Expo, Berlin
- 22.–23.06.2022
PRINT & DIGITAL CONVENTION, Düsseldorf
- 30.06.2022
Jahresversammlung vdm Mitteldeutschland, Leipzig
- 30.06.2022
Jahresversammlung vdm NordOst, Leipzig
- 30.06.–01.07.2022
Deutscher Druck- und Medientag, Leipzig
- 26.–27.07.2022
Creative Paper Conference, München
- 27.–29.09.2022
Fachpack, Nürnberg
- 06.–08.10.2022
Bayerischer Druck- und Medientag, Regensburg
- 14.–15.10.2022
dmpi Jahrestagung, Stuttgart
- 08.11.2022
Vertriebskongress VDM Nord-West
- 10.11.2022
Druck & Medien Awards, Berlin

▶ 2023

- 30.03.–01.04.2023
wetec, Stuttgart
- 04.–10.05.2023
Interpack 2023, Düsseldorf

▶ 2024

- 28.05.–07.06.2024
drupa, Düsseldorf





UNSERE
WELT.

EURE BÜHNE.

Liebes Design, willkommen in unserer Welt. Einer unendlich vielseitigen, unerschöpflich vieldimensionalen und wunderbar einzigartigen Welt aus Papier: der Welt von BERBERICH PAPIER. Mach sie zu deiner Bühne für Kreativität. Zu deiner Leinwand für Anspruch. Zu deinem Einhorn für haptische Erfahrung. Lass sie zu deinem Smart Object für exzellente Kommunikation werden. Liebes Design, alles was du brauchst, findest du hier. Mock it real ...



Mit den richtigen Instrumenten gelingt jedem ein Meisterwerk. **Robotics & Automation von Heidelberg.**

Höchste Effizienz zu erreichen war noch nie so einfach!

Entdecken Sie unsere Lösungen. → heidelberg.com/robotics-and-automation



Feb 2022