DAS MAGAZIN

NUTZEN

DER DRUCK- UND MEDIENVERBÄNDE

DATEN – ÖL ODER PLUTONIUM?

NEUE HERAUSFORDERUNGEN IM UMGANG MIT DATEN

Gut aufgestellt – auch für die neue Regierung

Die Druck- und Medienwirtschaft 2017

Der Freischwimmer

Wirtschaftlicher Druck im Superwide-Format

Acuity LED 3200R
Sehr breit, sehr hochwertig.

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

Erfahren Sie mehr über dieses außergewöhnliche Drucksystem:
www.powerofinkjet.com/acuity-led-3200R/
grafische_systeme@fujifilm.de

Acuity LED 3200R auf einen Blick:

- LED-UV-Härtungssystem mit niedrigem Energieverbrauch
- Lebensechte Bilder und sensationelle Backlits
- Fujifilm Uvijet LF-Tinten
- Verwendung vielfältigster Bedruckstoffe, inklusive wärmeempfindlicher Materialien
- Doppelrollendruck
- Lichtbox für Backlit-Proofing
- Schnelle Produktionsbereitschaft
- Geringe Wartungskosten

Acuity LED 3200R

FUJIFILM
Value from Innovation

EDITORIAL

Liebe Leserin, Lieber Leser,

vor 20 Jahren, 1997, wurde Gutenbergs Buchdruck vom US-Magazin „Time“ zur bedeutendsten Erfindung des zweiten Jahrtausends gewählt. Zu Recht, wie wir meinen, denn der Druck war der Start in eine informierte, aufgeklärte Gesellschaft, wie es sie zuvor nie gegeben hat.

Vor zehn Jahren, Anfang 2007, hat Adobe sein plattformunabhängiges Dateiformat PDF in den Standardisierungsprozess der ISO eingebracht. Als seitdem offener Standard hat das PDF wiederum die Druckindustrie massiv verändert, vieles vereinfacht und zu neuen Produkten und Prozessen geführt.

Heute, da nahezu alle Informations- und Kommunikationsprozesse von Bits und Bytes getrieben sind, ist auch die Druck- und Medienbranche eine Hochleistungsindustrie in Sachen IT. Und sie hat die Digitalisierung nicht nur mitgemacht, sondern auch vorangetrieben. Damit entstanden neue Möglichkeiten der Kundenansprache, neue Formate in der Produktion, neue Geschäftsfelder, und es wurden Zielgruppen erschlossen, die bis vor zehn Jahren noch nichts mit Druck zu tun hatten. Das bietet Unternehmen enorme Chancen – ist aber auch mit Risiken verbunden. Noch weiß niemand wirklich, wohin die Reise geht, aber wir sind uns sicher, dass die Produkte der Druckindustrie auch in der neuen Informationsgesellschaft die Rolle spielen, die sie seit Gutenberg innehaben: verlässlich, authentisch, sinnlich, sympathisch und – wenn man möchte – unvergänglich.

Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre, erholsame Weihnachtsfeiertage und einen guten Start in das Jahr 2018.

Herzlichst, Ihre Geschäftsführer der
Druck- und Medienverbände

Daten – Öl oder Plutonium?

INHALT

TITELTHEMA: DATENSCHUTZ

10 — DATEN – ÖL ODER PLUTONIUM?
Neue Herausforderungen im Umgang mit Daten

12 — DATENSCHUTZ: VORBEUGEN IST BESSER ALS ZAHLEN
Wie sich Druck- und Medienunternehmen jetzt auf die Datenschutz-Grundverordnung vorbereiten

13 — DER DATENSCHUTZ SCHNELL-TEST
Das leisten die Angebote der Verbände Druck und Medien

14 — WENN NICHTS MEHR GEHT …
Cybersicherheit wird zum Wettbewerbsvorteil

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.**

IMPRESSUM

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

VERANTWORTLICH: Bettina Knape, Wolf Witte

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

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

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

Seite 16

03 — EDITORIAL
Herzlich willkommen zum dritten NUTZEN

06 — PRINT KOMMT AN
Wähler, Nutzer, Marktanteile

08 — DRUCK AUF BERLIN UND BRÜSSEL
Gut aufgestellt – auch für die neue Regierung

16 — DIE PROFIS
Der Freischwimmer

Seite 25

18 — DER NUTZEN
Menschen mit Erlebnissen begeistern

21 — GEGEN DIE RENTENLÜCKE
Die Bedeutung einer zusätzlichen Altersvorsorge

22 — DIE FIRMA
Die erfolgreiche Neuausrichtung

Seite 18

24 — TREFFPUNKT TECHNIK 2017
Der Impulsgeber für die Branche

26 — DIE DRUCK- UND MEDIENWIRTSCHAFT 2017

28 — UNTERWEGS MIT …
Ein Tag im Leben eines Verbandsjuristen

30 — NÜTZLICH
Wissenswertes für die Betriebsführung

34 — KURZMELDUNGEN
Informationen aus den Verbänden

38 — VERANSTALTUNGSTERMINE
Bundesweite Verbandstermine + weitere branchenrelevante Events

Wir hoffen, dass Ihnen die dritte 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 CO_2 kompensiert

Print kommt an

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

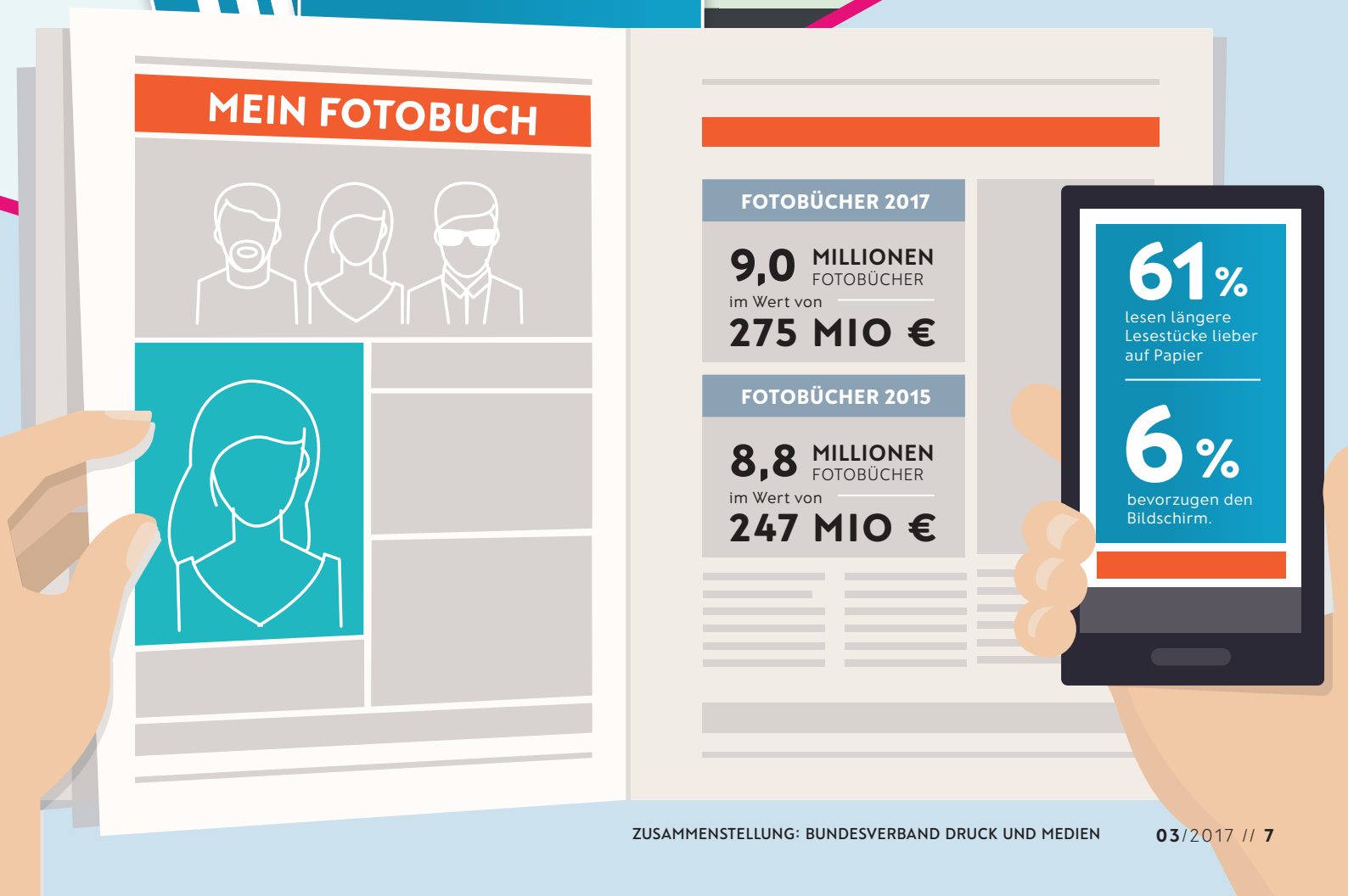
130.000 FIRMEN

haben **2016** Anzeigen und Plakatwerbung miteinander kombiniert.

COUPON

18 MILLIARDEN

Coupons wurden 2016 in Deutschland verteilt - überwiegend offline, also gedruckt.



Gut aufgestellt – auch für die neue Regierung

Schon in den vier Jahren der vergangenen Legislaturperiode hat sich der bvdm in Berlin kontinuierlich und zu einer Vielzahl von Themen Gehör verschafft. Unmittelbar vor der Bundestagswahl wurden die Parteien zudem zu den wichtigsten Themen der Druck- und Medienindustrie befragt. Jetzt legen die Verbände Druck und Medien nach: Noch vor dem Arbeitsbeginn der neuen Bundesregierung haben die Verbände der deutschen Druck- und Medienwirtschaft ihre 14 Kernthemen an die Politik formuliert. Vom spürbaren Bürokratieabbau über den Erhalt und Ausbau der Tarifautonomie bis hin zum Breitbandausbau werden alle Felder berücksichtigt, von denen die Verbände wissen, dass ihre Mitglieder dort Handlungsbedarf sehen.

In den nächsten vier Jahren werden die Verbände Druck und Medien die Kernthemen immer wieder selbstbewusst und proaktiv zur Sprache bringen: In Stellungnahmen und Anhörungen ebenso wie in Hintergrundgesprächen, Positionspapieren und auf Fachveranstaltungen.

Wofür wir stehen und wofür wir arbeiten

- Abbau unnötiger Bürokratie
- Begrenzung von Belastungen durch Sozialabgaben
- Flexibles Arbeitsrecht im Sinne der Unternehmen
- Stärkung von Tarifautonomie und Sozialpartnerschaft
- Ausrichtung der digitalen Infrastruktur an der Leistungsfähigkeit der Unternehmen
- Erleichterung von Forschung und Innovation
- Aufwertung der Fachkräfteausbildung
- Ausbau der Berufsschulqualität
- Schaffung eines angemessenen Datenschutzes mit klaren Regelungen
- Erhalt des ermäßigten Umsatzsteuersatzes für Printprodukte
- Keine Schädigung der Betriebe durch Besteuerung der Substanz
- Gewährleistung der Werbefreiheit
- Umweltschutz in sinnvollen Bahnen
- Faire Energiepolitik für unsere energieabhängige Branche

FOTO: Dominik Butzmann

Gut vernetzt – im Sinne unserer Unternehmen

Natürlich ist es – vor allem als vergleichsweise kleine Branche – nicht immer einfach, sich im politischen Berlin nachhaltig Gehör zu verschaffen. Der Weg vom Entwurf zum Gesetzesblatt ist weit. Und bei über 1000 Verbänden in Berlin, die jeweils eigene Interessen verfolgen, braucht es einen langen Atem. Da kann ein guter Kompromiss schon ein echter Erfolg sein.

Deshalb kooperiert der bvdm eng mit anderen Verbänden. So ist für uns als stark werbeabhängigem Industriezweig der Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft (ZAW) ein wichtiger Partner. Mit ihm gelang es unter anderem, überzogene Restriktionen im Werberecht zu verhindern. Zusammen mit der Bundesvereinigung der Arbeitgeberverbände (BDA) und anderen Vereinigungen ist es gelungen, die ursprünglichen Fassungen der Gesetze im Bereich Zeitarbeit und Werkverträge deutlich zu entschärfen. Im aktuellen Mutterschutzgesetz wurde – nach zähem Ringen – Abstand davon genommen, eine zusätzliche, konkretisierende Gefährdungsbeurteilung einzuführen. Und auch die tarifvertraglichen Gestaltungsmöglichkeiten blieben weitestgehend erhalten. ◘

> „In der vergangenen Legislaturperiode gab es fragwürdige Zugeständnisse an die Arbeitnehmerseite – etwa neue Teilzeitansprüche oder Ansprüche von Teilzeitbeschäftigten auf Rückkehr in ihr Vollzeitarbeitsverhältnis. Aber die Flexibilisierung der Arbeit muss beiden Seiten dienen - Arbeitnehmern und Arbeitgebern. Dafür treten wir auch zukünftig ein."
>
> Dr. Paul Albert Deimel

Leidenschaftliche Lobbyisten für die Belange der Druckindustrie: Die Geschäftsführer der Verbände Druck und Medien.

Daten – Öl oder Plutonium?

Cyberkriminalität und verschärfte datenschutzrechtliche Anforderungen, etwa durch die Datenschutz-Grundverordnung, stellen auch Unternehmen der Druck- und Medienbranche vor neue Herausforderungen im Umgang mit Daten.

FOTO: viperagp - fotolia.com

Daten sind das neue Öl. So lautet ein beliebter Ausspruch, der die Chancen von Daten als Rohstoff und Schmiermittel der neuen digitalisierten Ökonomie unterstreichen soll. Mittlerweile kann einen jedoch der Eindruck beschleichen, Daten wären tatsächlich das neue Plutonium: Nur sparsam dürfen sie erhoben werden, in Umlauf kommen sollen sie – wenn überhaupt – nur unter strengen Sicherheitsauflagen und gespeichert werden müssen sie unter höchsten Schutzvorkehrungen. Und wer sie hat, hat Macht – aber auch ganz schnell Feinde oder mindestens Probleme.

Wenn von Daten als Wirtschaftsfaktor die Rede ist, wendet sich der Blick allzu oft auf die US-Technologieriesen – Google, Facebook, Amazon –, die ihre Geschäftsmodelle zu großen Teilen auf das Sammeln und Analysieren von Daten – überwiegend ihrer Nutzer – zugeschnitten haben. Doch auch die Druck- und Medienwirtschaft ist in hohem Maße datengetrieben: Die Betriebe sind nicht nur Meister in der Handhabung von (Druck-)Daten, sondern auch Spezialisten für die automatisierte Prozesssteuerung, Personalisierung und vor allem für crossmediale Kommunikationslösungen. Denn immer mehr Dienstleister unserer Branche stoßen in den Markt rund um digitale Medien vor – von der Website-Programmierung über Online-Shops bis hin zur Private Cloud. Aber auch bereits im Umgang mit Beschäftigtendaten gilt es, die datenschutzrechtlichen Vorgaben zu beachten.

Die Druckindustrie ist extrem datengetrieben

Auch wenn das Thema Datenschutz in Unternehmen mitunter als kräftezehrend und teuer empfunden wird, es entwickelt sich unaufhaltsam zu einem zentralen Thema der Gesellschaft. Seine Bedeutung in den öffentlichen Medien, für die Verbraucher, für Auftraggeber und damit für jeden einzelnen Druck- und Medienbetrieb wächst. Gerade für die kleinen und mittelständischen Unternehmen unserer Branche stehen in Sachen Daten-Handling jedoch nicht nur Chancen, sondern auch Risiken im Fokus. Das liegt zum Teil an den wachsenden Vorgaben der Gesetzgebung (etwa durch die Datenschutz-Grundverordnung oder die noch im Gesetzgebungsverfahren befindliche ePrivacy-Verordnung), aber auch an um sich greifender Cyberkriminalität, von der keineswegs nur Großunternehmen betroffen sind. Umso mehr gilt es, sich den Herausforderungen zu stellen – und es wären nicht die ersten, die die deutschen Druck- und Medienunternehmen erfolgreich meistern. ■

Datenschutz: Vorbeugen ist besser als zahlen

Das Europäische Parlament in Straßburg hat die Reform des Datenschutzes mit auf den Weg gebracht.

FOTO: David Iliff Lizenz CC-BY-SA 3.0

Neue Regeln, hohe Bußgelder und viel Unklarheit: Höchste Zeit, sich auf die Datenschutz-Grundverordnung vorzubereiten. Die Verbände Druck und Medien unterstützen ihre Mitgliedsbetriebe mit juristischer Fachkompetenz und praktischen Umsetzungshilfen.

Ab dem 25. Mai 2018 gelten mit der neuen Datenschutz-Grundverordnung europaweit schärfere datenschutzrechtliche Anforderungen an Datenverarbeitungsvorgänge in Unternehmen. Die Anforderungen der neuen Verordnung sind hoch: Zukünftig muss jedes Unternehmen jederzeit Rechenschaft darüber ablegen können, dass die im Unternehmen stattfindenden Datenverarbeitungsprozesse im Einklang mit dem geltenden Datenschutzrecht stehen. Bestehende Verträge, vorformulierte Einwilligungserklärungen, technische Voreinstellungen und Datenschutzerklärungen müssen daraufhin überprüft werden, ob sie den (neuen) datenschutzrechtlichen Anforderungen gerecht werden. Es sind auch die Abläufe zur Gewährleistung der Dokumentationspflichten, Betroffenenrechte, Prüf- und Meldepflichten in den laufenden Geschäftsbetrieb zu implementieren. Bei Verstößen drohen zukünftig Bußgelder von bis zu vier Prozent des globalen Umsatzes. Das kann ein Unternehmen in den Ruin treiben.

Datenschutz ist mehr als ein IT-Thema

Laut einer Befragung des Branchenverbandes Bitkom hat sich jedes dritte Unternehmen bislang noch nicht mit den Vorgaben der Verordnung beschäftigt. Das ist erstaunlich und Experten wundern sich, denn die Zeit läuft. Zumal die

Umstellung auf die neuen Vorgaben nicht nebenbei erledigt werden kann. Es gilt, Entscheidungen zu treffen, Prozesse neu aufzusetzen sowie sämtliche Mitarbeiter zu sensibilisieren und zu schulen – eine Managementaufgabe, die nicht delegiert werden kann.

Die Checkliste Datenschutz hilft bei der Umsetzung

An den neuen Vorgaben kommt niemand vorbei. Dabei können Unternehmen auf die Unterstützung durch die Verbände Druck und Medien zählen. Ein wichtiger Baustein ist die Publikation „Datenschutz – Umsetzung in der betrieblichen Praxis“ die die Verbände in Kooperation mit der AGOR AG erarbeitet haben. Die Checkliste dient als Einstiegshilfe für eine rechtskonforme Umsetzung der datenschutzrechtlichen Vorgaben: Muss ein Datenschutzbeauftragter benannt werden? Liegt eine Erlaubnis zur Datenverarbeitung vor? Besteht eine Pflicht zur Folgenabschätzung und was ist dabei zu beachten? Wie dokumentiere ich richtig? Wann muss ich die zuständige Datenschutzbehörde einschalten? ◘

> „Wegducken funktioniert beim Datenschutz nicht. Wenn Justitia ihr Schwert erstmal schwingt, dann trifft sie auch.“
>
> Dr. Paul Albert Deimel

DER DATENSCHUTZ-SCHNELL-TEST

- ☐ Haben Sie mehr als zehn Mitarbeiter, die mit Daten arbeiten?
- ☐ Haben Sie einen internen oder externen Datenschutzbeauftragten bestellt?
- ☐ Haben Sie Ihre Mitarbeiter auf das Datengeheimnis und die Geheimhaltung schriftlich verpflichtet?
- ☐ Sind diese Mitarbeiter zu Datenschutz und Datensicherheit geschult?
- ☐ Haben Sie eigene Dienstleister (zum Beispiel IT-Support oder Aktenvernichter) schriftlich auf die Einhaltung des Datenschutzes verpflichtet?
- ☐ Überprüfen Sie, ob diese Unternehmen die vertraglichen Pflichten tatsächlich einhalten?
- ☐ Haben Sie Ihren Auftraggebern alle Subunternehmen genannt, die Sie bei Ihrer Tätigkeit unterstützen?
- ☐ Wissen Sie, was Sie im Falle eines Datenverlustes z. B. durch Hacking zu beachten haben?

Einige Kästen konnten Sie nicht abhaken? Dann nutzen Sie die maßgeschneiderten Angebote der Verbände Druck und Medien, um im Datenschutz gut aufgestellt zu sein!

Wenn nichts mehr geht ...

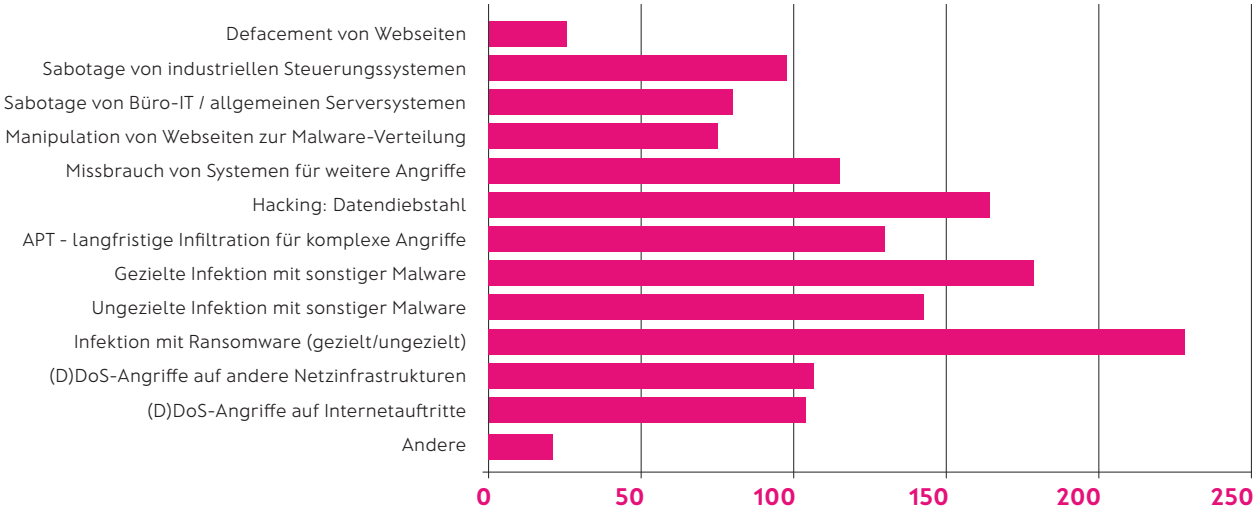
Mitarbeiter bekommen keine E-Mails, können ihre Terminkalender nicht aufrufen und auch keine Rechnungen schreiben. Aufträge werden nicht bearbeitet, die Produktion stoppt. Die Firma wurde gehackt.

Wer einmal gesehen hat, wie sich Dokumente oder Kundendaten auf seinem Bildschirm in kryptische Zeichen verwandeln, der weiß, wie sich echte Panik anfühlt. Getoppt wird das noch, wenn wie von Geisterhand der Hinweis erscheint, dass nur eine Zahlung von mehreren tausend Euro – üblicherweise in der anonymen Digitalwährung Bitcoin – zur Entsperrung der verseuchten Daten führe ... und wenn nicht? Der blanke Horror. Eine Studie des Verbandes Bitkom belegte im Sommer 2017: Jedes zweite deutsche Unternehmen wurde in den vergangenen zwei Jahren digital angegriffen, Tendenz steigend. Gestohlen wurden sensible digitale Daten (17 %), Kommunikationsdaten wie E-Mails (41 %), Finanzdaten (36 %), Kundendaten (17 %), Patente, oder Informationen aus Forschung und Entwicklung (11 %) und Mitarbeiterdaten (10 %). Und doch sind trotz dieser Zahlen bundesweit bislang nicht einmal die Hälfte aller Unternehmen auf Cyberangriffe vorbereitet.

„Den Täter" gibt es nicht

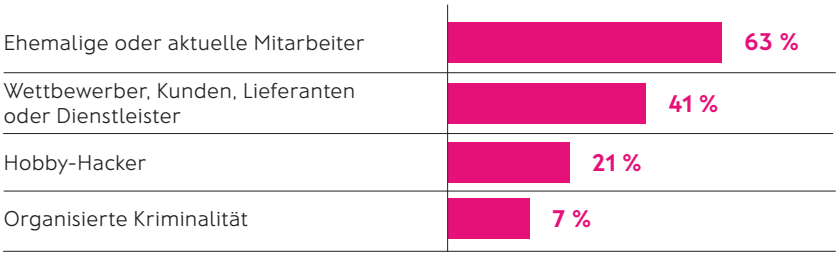
Experten warnen: Es ist nicht die Frage, ob es einen erwischt, sondern nur noch, wann. Ein hohes Risiko liegt Umfragen zufolge im eigenen Betrieb. So seien

CYBER-ANGRIFFE MIT DEM GRÖSSTEN BEDROHUNGSPOTENZIAL



Quelle: Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik | Ergebnisse der Cyber-Sicherheits-Umfrage 2016, 331 Befragte.

WAS SIND DIE HAUPTURSACHEN FÜR CYBERVORFÄLLE?



Quelle: Bitkom

die „Täter" besonders häufig ehemalige oder aktuelle Mitarbeiter (63 %), die das Unternehmen in die Katastrophe führen. Da reicht das verlorene Smartphone, das Tablet, mit dem die Kinder einen Virus eingefangen haben, oder ein USB-Stick, den man als Werbegeschenk auf einer Messe bekommen hat und dann in den Bürorechner steckt. Wenn Angriffe extern verursacht werden, dann geht das laut 41 % der betroffenen Unternehmen von Wettbewerbern, Kunden, Lieferanten oder Dienstleistern aus. 21 % der Attackierten machen Hobby-Hacker verantwortlich und 7 % verdächtigen Personen aus der organisierten Kriminalität.

Sicherheit wird zum Wettbewerbsvorteil

War Informationssicherheit vor einigen Jahren in erster Linie ein IT-Thema, ist es heute auch für Druck- und Medienbetriebe ein zunehmend wichtiger Wettbewerbsfaktor. Denn hier sind Digitalisierung, onlinebasierte Kundenbeziehungen, Arbeiten in der Cloud und Industrie 4.0 zentrale Themen – und das macht sie verwundbar. Deshalb fordern immer mehr Kunden handfeste Nachweise über Sicherheitsvorkehrungen in den Betrieben, bevor sie Aufträge vergeben. ■

Der Leitfaden des Bundesverbandes Druck und Medien bietet Empfehlungen und Checklisten für Betriebe. Erhältlich ist er unter bvdm-online.de/cybersicherheit

Der Freischwimmer

Ein Unternehmen, 100 Jahre alt, erfolgreich auf Veredelung und den Specialprint-Bereich ausgerichtet. Und trotzdem eines Tages vor dem Aus. End of Story? Mitnichten. NUTZEN sprach mit dem geschäftsführenden Gesellschafter der Salzland Druck GmbH & Co. KG darüber, wie er 2014 den Weg aus der Insolvenz gemeistert hat.

Wer die Druckerei Salzland in Staßfurt betritt, kommt in ein helles, modernes Gebäude. Lichtdurchfluteter Eingang, einladende Konferenzräume. Hier empfängt uns Christian Heinrich, seit 2010 geschäftsführender Gesellschafter des Unternehmens. Er ist erkältet, aber sonst bester Dinge. Er wird offen mit uns darüber reden, wie er das Unternehmen aus der Krise geholt hat.

Herr Heinrich, Sie machen einen entspannten Eindruck. Das war nicht immer so.
Das stimmt und ich freue mich sehr über die Entwicklung, die das gesamte Mitarbeiterteam der Salzland Druck aktiv mitgestaltet hat.

> „Viele hoffen, dass es irgendwie besser wird, aber das nützt meistens nichts. Im Gegenteil."
>
> Christian Heinrich

Sie sind seit 2006 in dem Unternehmen, zunächst erfolgreich im Vertrieb. 2010 haben Sie die Geschäftsführung übernommen. War da noch alles in Ordnung oder gab es bereits Anzeichen für wirtschaftliche Schwierigkeiten?
Ziemlich in Ordnung war die Auftragslage, allerdings lag sie aufgrund der Wirtschaftskrise 2009 nicht auf dem Niveau, das wir geplant hatten. Nicht in Ordnung waren unsere finanziellen Verpflichtungen. Große Investitionen in Technik und die entsprechenden Verbindlichkeiten schnürten uns zunehmend die Luft zum Atmen ab.

So eine beklemmende Situation kennen viele – und es gibt nicht „den" Königsweg heraus, leider. Wie sind Sie vorgegangen?
Nach mehreren vergeblichen Bemühungen, die Situation durch Verhandlungen signifikant zu verbessern, blieb uns leider nur der Weg, gemeinsam mit unserer Hausbank das Thema Insolvenz zu diskutieren. Also haben wir mögliche Szenarien durchgesprochen. Nach reiflicher Überlegung und unter Abwägung aller Optionen gab es nur ein umsetzbares Ergebnis: Insolvenz anmelden. Dies aber gut vorbereitet und

FOTOS: Salzland Druck GmbH & Co. KG

mit einem klaren Ziel: einen fortführungsorientierten Sachwalter an unserer Seite zu haben, was uns mit Müller & Rautmann Insolvenzverwalter auch sehr gut gelungen ist.

Das ist eine sehr harte Entscheidung, die viele Unternehmer scheuen.
Ja, viele hoffen, dass es irgendwie besser wird, aber das nützt meistens nichts. Im Gegenteil. Wenn Lieferanten nicht mehr liefern, Kunden abspringen, dann ist es wirklich zu spät, um noch was zu retten.

Was haben Sie sich von der Entscheidung erhofft?
Ich wollte die Chance bekommen, das Unternehmen zu sanieren. Deshalb habe ich am 1. April 2014 einen Antrag auf Insolvenz mit dem Ziel auf Eigenverwaltung und Sanierung gestellt. Damit konnte ich während der Insolvenzphase gemeinsam mit dem Sachwalter das Unternehmen weiter selbst führen und die richtigen Weichen stellen. Ganz wichtig hierbei war auch, dass unser Sachwalter sanierungserfahren war, also nicht der Typ Abwickler. Er hat an die Leistungskraft der Firma geglaubt und mit uns an einem Strang gezogen.

Wenn ein Unternehmen Insolvenz anmeldet, bleibt das nicht lange geheim. Wie haben Ihre Mitarbeiter davon erfahren?
Wir waren gut vorbereitet und sehr schnell. Direkt nach dem Amtsgerichtstermin sind der Sachwalter

Gegründet vor mehr als 100 Jahren, ist die Salzland Druck GmbH & Co. KG heute einer der führenden Spezialdruckdienstleister in Deutschland.

und ich vor die Belegschaft getreten. Ganz offen haben wir die Schwierigkeiten der Firma erklärt. Und wir haben gesagt, dass wir es gemeinsam schaffen können. Klar haben die Leute besorgt reagiert, aber es haben alle mitgezogen. Trotzdem haben wir uns wegen der Personalthemen natürlich juristisch abgestimmt mit Herrn Pohling vom Verband Mitteldeutschland.

Kompliment. Und wie sind Sie mit Kunden und Lieferanten umgegangen?
Auch hier ist Transparenz, Offenheit und Ehrlichkeit das Wichtigste. Nach Abstimmung mit den Schlüssellieferanten zur Sicherung der Lieferfähigkeit der Salzland Druck sind wir umgehend nach Insolvenzanmeldung zu unseren wichtigsten Kunden gereist und haben unsere Unternehmensplanung auf den Tisch gelegt. Übrigens eine sehr realistische, eher konservative. Die sind ja auch Profis und kennen Margen – wer da nicht solide plant, verliert an Glaubwürdigkeit, und das wäre in so einer Lage fatal. Gleiches gilt natürlich auch für die Geldinstitute. Letztlich ist es gelungen, mit allen Vereinbarungen zu treffen, die der Umsatz- und Ertragsfähigkeit der Firma entsprechen. So hat der gesamte Prozess nur rund ein halbes Jahr gedauert. Schon Mitte Oktober 2014 konnte in der Gläubigerversammlung über den Insolvenzplan abgestimmt werden und dann am 19. Dezember 2014 das Verfahren positiv beendet werden. Somit war für die Salzland Druck die Möglichkeit geschaffen, sich auf solider wirtschaftlicher Basis weiterzuentwickeln und sich konsequent in den Bereichen Spezialprint und Veredelung zu etablieren.

Herr Heinrich, es ist eine Freude, Sie so erfolgreich zu sehen. Wir wünschen Ihnen weiterhin alles Gute. ◘

KURZPROFIL

Christian Heinrich
Geb. 09.03.1973 in Magdeburg

Studium:
HTWK Leipzig, Dipl.-Ing. für Polygrafie

Tätigkeiten:
1995–2005 Technische Leitung in mehreren Zeitungsverlagen in Deutschland
2006–2010 Vertrieb & Marketing bei Salzland Druck GmbH & Co. KG
ab 2010 geschäftsführender Gesellschafter Salzland Druck GmbH & Co. KG

Hobbys:
Familie, Musik, Laufen & Fahrradfahren

Menschen mit Erlebnissen begeistern

FOTOS: jochen-schweizer.de / Martin Bolle

Was schenke ich?“ und „Was mache ich in meiner Freizeit?“ – diese Fragen, die sich jeder schon einmal gestellt hat, beantwortet die Jochen Schweizer GmbH. Wir haben nachgefragt, welche Rolle Printprodukte hierbei spielen und was die größten Herausforderungen für den Druckpartner Wiesendanger medien GmbH sind.

Vom Bungeesprung bis zum Insektenkochkurs – Die Jochen Schweizer GmbH ist in Deutschland Marktführer für Erlebnisse, Erlebnisreisen und -geschenke. Das Unternehmen bietet über 2.500 unterschiedliche Aktivitäten für jeden Geschmack und jedes Alter an: Adrenalingeladene Abenteuer voller Action, Outdoor-Angebote für die ganze Familie und Wohlfühlerlebnisse zum Entspannen und Genießen. Die Erlebnisangebote sind online, in den 45 Jochen Schweizer Shops sowie in Form von Erlebnis-Geschenk-Boxen und Erlebnis-Karten im Einzelhandel in Deutschland, Österreich und der Schweiz erhältlich.

Den Erlebnis-Boxen des Unternehmens kommt hier eine ganz zentrale Rolle zu, wie Dennis Ulamec, Leiter Produktmanagement der Jochen Schweizer GmbH, erklärt: „Unsere Erlebnis-Boxen sind oftmals der erste Kontaktpunkt der Kunden mit unserer Marke und unserem Produkt. Und schon dieser muss bereits zu einem Erlebnis werden und den Kunden für uns gewinnen. Deshalb legen wir großen Wert auf eine hochwertige Haptik und Optik, die wir aufwendig produzieren lassen.“ Verkauft werden die Erlebnis-Boxen über den eigenen Webshop, hier kann man zwischen dem physischen Produkt und dem digitalen Pendant als pdf-Datei wählen. In den eigenen stationären Shops sowie am Point of Sale bei Handelspartnern nutzt die Jochen Schweizer GmbH die Erlebnis-Boxen auch als schön dekorierte Ware, die dem Kunden als Blickfang dient. Ergänzend werden

Printprodukte wie Kataloge und Post-Mailings dazu genutzt, alle Zielgruppen zu erreichen.

Angefangen hat alles mit einem Gutschein für einen Bungeesprung. Dieser kam tatsächlich auch schon in einer aufwendigen „Bungee-Box" aus Pappkarton, die ein T-Shirt mit der Aufschrift„I did it", ein Fläschchen „Kleiner Feigling" und ein Stück Bungee-Seil enthielt. „Einen Papiergutschein zu überreichen ist wenig emotional. Es geht darum, schon die Übergabe zu einem Erlebnis für den Beschenkten zu machen und ihn von unserem Angebot zu begeistern. Ausgangspunkt für diese Begeisterung ist das haptische Produkt – die Erlebnis-Box. Der Kunde erlebt dann schon beim Öffnen einen Vorgeschmack auf das Erlebnis im Innern", so Ulamec. Heute ist die Erlebnis-Box aus goldenem Metall und steckt in einem bedruckten Schuber aus hochwertigem Pappkarton. Darin befindet sich ein aufwendig gestalteter Katalog und, auf einem Kartenträger, der Gutschein in Form einer goldenen, codierten Kunststoffkarte.

Keine leichte Aufgabe für den Druckpartner, wie Jörg Schmalkoke, Kundenbetreuer bei der Wiesendanger medien GmbH, zu berichten weiß: „Die Herausforderung ist die Koordination sämtlicher Bestandteile, die Erstellung des verbindlichen Terminplans und die Auslieferung auf den Punkt im Logistikzentrum von Jochen Schweizer. Die Produktion der Titel muss farblich über die Jahre immer konstant sein. Dazu kommt die ständige Weiterentwicklung mit integrierten Zusatzservices wie Sonderaktionen mit Rabattkarten in der Erlebnis-Box oder die Kartencodierungen." Die Produktion findet zwei Mal jährlich statt und hat einen Umfang von rund 20 verschiedenen Titeln mit einer Gesamtauflage im niedrigen sechsstelligen Bereich. Seit sechs Jahren fertigt das Unternehmen die Erlebnis-Boxen aus einer Hand. Für Dennis Ulamec ist die Druckerei ein wichtiger Partner: „Bei so einem hochwertigen Produkt ist gegenseitiges Vertrauen das A und O. Wir sind sicher nicht die einfachsten Kunden, wenn wir unsere Wünsche platzieren, denn wir haben einen sehr hohen Qualitätsanspruch und achten auch auf kleinste Details. Aber wir sind auch darauf angewiesen, dass uns unser Druckpartner dahingehend berät, was wir besser machen können. Unsere Erwartungen an Wiesendanger sind: top Qualität, maximale Kundenorientierung und aktives, lösungsorientiertes Handeln. Denn wir versuchen, immer einen Schritt weiterzudenken und erwarten das auch von unseren Partnern." ■

> „Das haptische Produkt muss schon einen Vorgeschmack auf das Erlebnis bieten."
>
> Dennis Ulamec

Dennis Ulamec, Leiter Produktmanagement bei der Jochen Schweizer GmbH in München

Die Geschenkbox: aufwendige Gestaltung für große Erlebnisse

CARE

So geht Service. Mit Steuber care machen wir Ihre Maschinen von der Wartung bis hin zum Ersatzteil fit für eine lange Laufzeit. An der Schnittstelle zwischen Produkt und Produzent sorgen wir für sichere Prozesse.

PRE-PRESS
PRESS
POST-PRESS
SERVICES

Heinrich Steuber GmbH + Co.
Krefelder Str. 658 · D-41066 Mönchengladbach
Telefon: +49 (0) 21 61 - 65 97- 0 · Telefax: +49 (0) 21 61 - 65 97-18
E-Mail: info@steuber.net · **www.steuber.net**

Steuber
Partner der
Druck- und Medienindustrie

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

Liebe Mitglieder, liebe Leserinnen und Leser,

Mit der heutigen Ausgabe unseres „NUTZEN“ erhalten Sie zum ersten Mal auch eine Regionalbeilage unseres Verbandes. Wir möchten Sie damit über interessantes aus unserem Mitgliederbereich sowie der Verbandsarbeit informieren.

Geschäftsführer des Verbandes Druck und Medien Rheinland-Pfalz und Saarland e. V.

In der aktuellen Ausgabe können wir Ihnen zwei unserer Mitgliedsbetriebe vorstellen, die im August 40-jähriges Jubiläum und im September 50-jähriges Jubiläum feiern konnten: Rainer Herrmann GmbH und Druckbetrieb Lindner. Man sieht, es gibt auch Erfolgsgeschichten jüngerer mittelständischer Druck- und Medienbetriebe, die sich im aktuellen Markt erfolgreich behaupten. Abgerundet wird die erste Regionalausgabe mit Wissenswertem aus dem Verbandsbereich.

Ich wünsche Ihnen eine informative Lektüre und freue mich über Kritik und Anregungen zu unserem Magazin.

Mit herzlichen Grüßen

Ihr Thomas Gans

INHALT

01 — EDITORIAL
Thomas Gans

02 — AKTUELLES AUS DEM MITGLIEDER-BEREICH
40-jähriges Firmenjubiläum der Rainer Herrmann GmbH am 26. August 2017 / 50-jähriges Firmenjubiläum der Druckerei Lindner am 15. September 2017

03 — PARTNER UND ANGEBOTE
Gayen & Berns · Homann (GBH)

04 — VERBAND
Relaunch der Website / Aktuelles aus der Rechtsabteilung / Wirtschaftsdaten aus dem Verbandsbereich

05 — IMPRESSUM

Tag der offenen Tür: Zu Gast bei der Rainer Herrmann GmbH

Anlässlich des 40-jährigen Jubiläums veranstaltete die Rainer Herrmann GmbH am 26. August 2017 in ihrem Firmensitz im rheinland-pfälzischen Weinsheim einen Tag der offenen Tür.

v.l.n.r. Firmengründer Rainer Herrmann und Geschäftsführer Axel Herrmann

Bei strahlendem Sonnenschein folgten über 500 geladene Gäste der Einladung des Familienunternehmens, das sich neben der klassischen Druckproduktion auch als Druckveredelungsspezialist mit der Marke Druck-Elite Premium (www.druck-elite-premium.de) sowie der weiteren Marke FANBE (www.fanbe.de) einen nationalen und internationalen Namen gemacht hat.

Mit einem vielfältigen Programm aus Mitmach-Aktionen (Gewinnspiel, Fotobox, Kreation eigener Designs etc.), Betriebsführungen und Torwandschießen galt es an diesem Tag für Groß wie auch für Klein viel zu entdecken. Vor allem die Betriebsführungen riefen bei den Besuchern großes Interesse hervor. Neben der Erkundung der Grafiker-Arbeitsplätze und der Erklärung der Druckvorstufe erfuhren die Gäste hautnah, welche vielfältigen Arbeitsschritte und handwerkliches Geschick sich hinter qualitativ hochwertigen Drucktechniken und -verfahren verbergen. Für viel Aufmerksamkeit sorgten zudem die Vorführungen der Original Heidelberger Tiegel, die für ausgefallene Veredelungen (z. B. Letterpress-Designs) bei der Rainer Herrmann GmbH zum Einsatz kommen.

Doch nicht nur die ausgefallenen Druckmaschinen begeisterten die Besucher. Auch das leibliche Wohl kam nicht zu kurz. So konnten es sich die Gäste im Garten neben dem Firmengebäude bei Wurst, Limonade und Crêpe gut gehen lassen. Auch Geschäftsführer Axel Herrmann zeigte sich mit der Veranstaltung sehr zufrieden: „Unsere Besucher haben sich sehr wohlgefühlt, waren neugierig und wissbegierig – was will man mehr! Ich kann mir gut vorstellen, dass wir zukünftig noch weitere Veranstaltungen dieser Art durchführen werden.“ ◘

Mehr als „Drei beglückte Kunden“

Druckerei Lindner präsentiert zum 50-jährigen Firmenjubiläum eigenes Theaterstück auf Inselparty am Rhein.

v.l.n.r: Markus Lindner, Vanessa Lindner, Marita Lindner und Inhaber Thomas Lindner

Herr Lindner, Herr Lindner Sie müssen mir helfen, mein Kunde braucht eine außergewöhnliche Drucksache für sein Jubiläum“, poltert Frau Wolke, Agenturchefin der Cloudcompany, drauf los und stolpert auf die Bühne. Thomas Lindner unterbricht seinen Vortrag und hilft der etwas überkandidelten Neukundin. In den folgenden knapp 20 Minuten schlüpft Corina Ratzel, ausgebildeter Clown, in zwei weitere Rollen: Horst Boni, den bayerischen Marketingchef einer Bank und die Pantomimen-Künstlerin Ramona.

Was sich wie die Zusammenfassung eines Theaterabends liest, ist in Wahrheit das Jubiläumsfest der mittelständischen Druckerei Lindner aus Mainz. Drei Highlight-Produkte - entsprechend der drei Firmenstandbeine: Mappen, Ordner und Kreative Drucksachen - die Thomas Lindner neben zehn weiteren Drucksachen präsentiert, können die Fantasie-Kunden überzeugen.

„Wir wollten unsere Gäste mit dieser humorvollen Art der Firmenvorstellung ein bisschen zum Schmunzeln bringen und auf kurzweilige Art zeigen, was wir können und wie wir arbeiten: Wir hören jedem Kunden genau zu, beraten individuell, entwickeln neue Produktideen, die wir im Team vollenden“, resümiert Thomas Lindner. Seit 2015 ist er der alleinige Geschäftsführer der gleichnamigen Familiendruckerei, die sein Vater Günter Lindner 1967 gründete. Rund 100 Kunden aus ganz Deutschland und die Lindner-Mitarbeiter erleben am 15. September auf der Insel Nonnenau ein abwechslungsreiches Festprogramm. Statt langatmiger Reden, kurzweilige Grußworte: „Thomas Lindner kennt die Branche aus dem FF, verfügt über Stehvermögen und Unternehmergeist“, lobt Daniela Schmitt, Staatssekretärin aus dem rheinland-pfälzischen Wirtschaftsministerium, den quirligen Selfmademan, Ruderer und dreifachen Familienvater. Markus Lindner ist bereits eine wichtige Stütze des Unternehmens, ihn ernennt der Vater bei der Jubiläumsveranstaltung zum Prokuristen.

Theaterstück „Drei beglückte Kunden“

Dies freut vor allem den Geschäftsführer des Landesverbandes Druck und Medien Rheinland-Pfalz und Saarland e. V., Thomas Gans: „Schön ist, dass man weiß, dass es hier weitergeht; so wie Thomas Lindner in die Fußstapfen seines Vaters getreten ist, so wird dies Markus Lindner tun.“ Der dritte Festredner, Christopher Sitte, Wirtschaftsdezernent der Stadt Mainz, dankt dem Jubilar nicht nur, sondern bringt auch ein Geschenk mit: eine Radierung, die den Mainzer Dom und St. Stephan zeigt vom Künstler Stefan Becker. „50 Jahre Arbeitgeber und Ausbilder, 50 Jahre Gewerbesteuerzahler, 50 Jahre Bekenntnis zum Standort Mainz“, hebt Sitte die wirtschaftliche Rolle Lindners hervor.

Thomas Lindner lässt bei seiner Begrüßung kurz fünf wichtige Ereignisse seiner Lebensgeschichte, die aufs engste mit der Geschichte der Druckerei verbunden ist, Revue passieren und versäumt dabei nicht, sowohl die neuesten Anschaffungen als auch den Firmenslogan „Ihr Hersteller kreativer Drucksachen“ zu erläutern. ◘

Der richtige Versicherungsschutz ist wichtig wie eh und je

Wenn das Thema Versicherungen im operativen Alltag auch eher eine untergeordnete Rolle spielt, der richtige Versicherungsschutz ist für Unternehmen der Druck- und Medienbranche wichtig wie eh und je. Damit Brände, Maschinenbrüche oder auch IT-Risiken nicht existenzbedrohend werden, arbeitet der Verband Druck und Medien Rheinland-Pfalz und Saarland e. V. seit mehr als einem Jahrzehnt erfolgreich mit dem auf Druckereien spezialisierten Spezialversicherungsmakler GAYEN & BERNS · HOMANN GmbH (GBH) zusammen.

Kein Zweifel, Versicherungen sind ein Thema, mit dem sich Druck-Unternehmen eher ungern beschäftigen, zumal damit Assoziationen wie Schäden, Störung des normalen Betriebsablaufes, oft auch Angst verknüpft sind. Die Konsequenzen daraus: Weil man sich mit den Details nicht beschäftigt, fehlen sowohl der Überblick über die Kosten als auch das Wissen über den Umfang des vorhandenen Versicherungsschutzes. Am Ende bleibt nur die Hoffnung, dass nichts passiert und die Versicherung im Schadenfall auch zahlt.

Diese bekannte, aber gefährliche Haltung zu verbessern, war der Auslöser, weshalb der Verband Druck und Medien Rheinland-Pfalz und Saarland e. V. 2006 eine Kooperation mit dem Versicherungsmakler GBH einging und seitdem regelmäßig auf Veranstaltungen und an Info-Tagen auf den richtigen Versicherungsschutz aufmerksam macht. Geschäftsführer Thomas Gans: „Gerade in Zeiten, in denen mit der vielfältigen Nutzung von IT die Risiken eher zu- als abnehmen, müssen wir die Unternehmen stetig für das Thema sensibilisieren, vor allem aber auf neue Optionen hinweisen“.

Leistungsstärke von GBH

Dass hierfür GBH zum Partner gewählt wurde, hatte maßgeblich mit der Erfahrung und Kompetenz des Versicherungsmaklers im Bereich Druck und Medien zu tun. Nicht nur, dass die angebotene GBH MedienPolice® einst gemeinsam mit den Verbänden entwickelt wurde, das Konzept bietet auch bestmöglichen Schutz für alle relevanten Risiken. So sind im Vertragswerk von der Haftpflicht- über die Betriebsunterbrechungsversicherung auch die Absicherung gegen Datenverluste oder Transportschäden enthalten.

Weitere Versicherungskomponenten - wie zum Beispiel eine D&O-Versicherung (Haftpflichtversicherung für Unternehmensleiter) oder eine attraktive Absicherung für den Fuhrpark können problemlos und schnell in das Versicherungspaket einbezogen werden. Kaum ein am Markt verfügbares Angebot beinhaltet in einem Vertragswerk so viele Leistungskomponenten und ist gleichzeitig mit einer Vielzahl von ergänzenden Leistungen - wie zum Beispiel der kostenfreien Wertermittlung von Immobilien und Anlagen – ausgestattet.

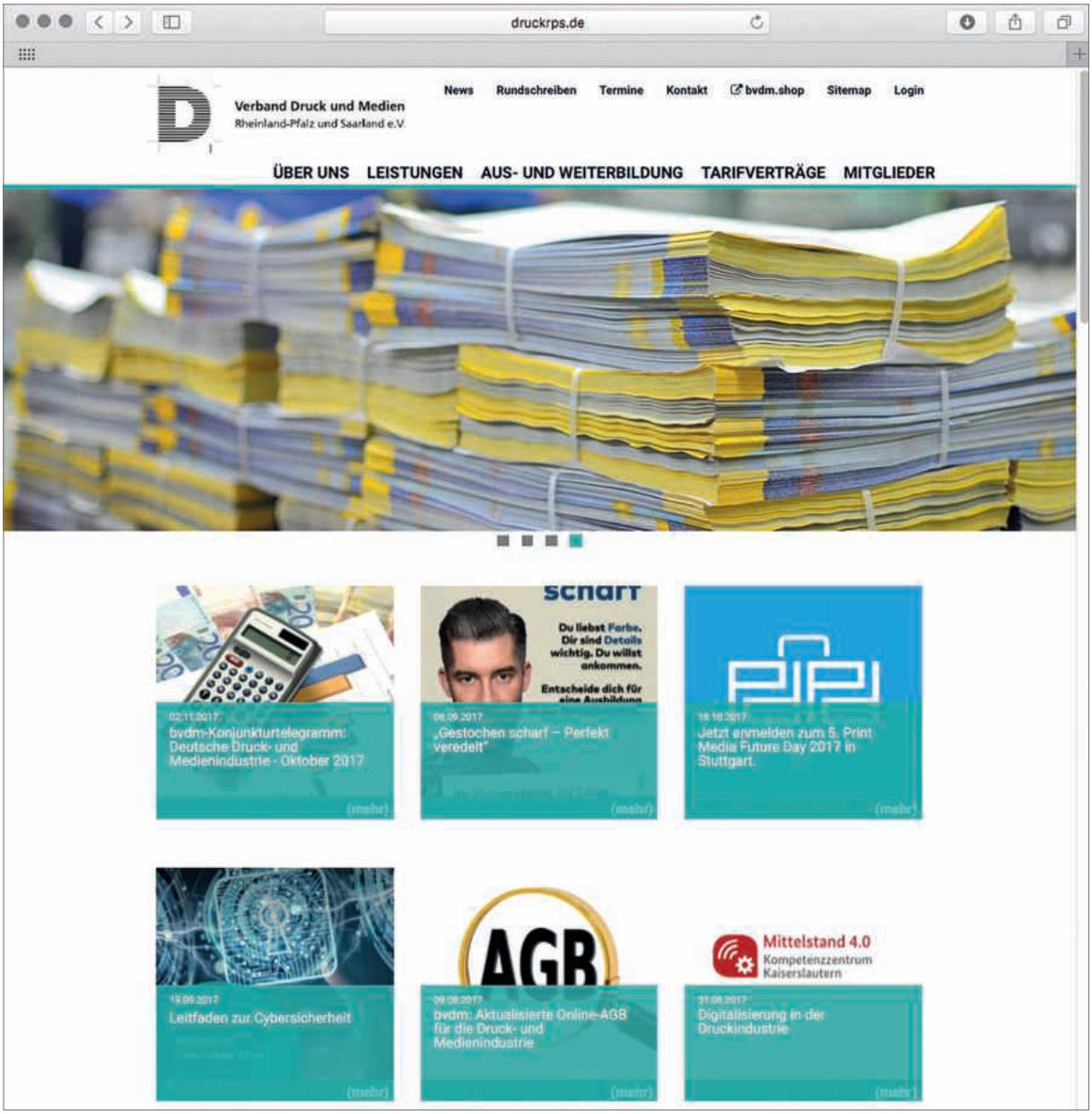
Was zudem für das Konzept spricht, ist die Entlastung bei Kosten und Verwaltung: Nicht nur, dass mit der Nutzung der GBH MedienPolice® häufig Prämienreduzierungen einhergehen, durch den Wegfall diverser Einzelpolicen und -rechnungen entlastet das Konzept auch erheblich bei der Umsetzung und Verwaltung. ◘

www.druckrps.de

Relaunch der Website

Die Website unseres Verbandes wurde komplett überarbeitet und ist ab sofort online. Neben einem notwendigen TYPO3-Upgrade erhielt der Internetauftritt zugleich ein zeitgemäßeres Design wobei das Format sowohl Computer, Smartphone als auch Tablet gerecht ist.

Die Navigation wurde wesentlich vereinfacht, der Benutzer findet schnell die wichtigsten Informationen über unseren Verband sowie dessen Ansprechpartner und Leistungen. Die aktuellsten Informationen und Termine sind auf der Homeseite übersichtlich und schnell einsehbar. ■



Die neue Website kann unter **www.druckrps.de** aufgerufen werden.

Aktuelles aus unserer Rechtsabteilung

Die Rechtsberatung unserer Mitgliedsbetriebe gehört zu einer unserer Schwerpunktaufgaben und wird von den Mitgliedern sehr geschätzt. An dieser Stelle informieren wir Sie über interessante Fälle aus unserer täglichen Beratungspraxis.

Ansprechpartner:

Ass. Gerd Wollersheim
06321 852-256
gerd.wollersheim@ivn.de

Krankheitsbedingte Kündigung nach 46 Jahren Betriebszugehörigkeit?

DER SACHVERHALT:

Ein Druckunternehmen unseres Verbandes beschäftigte einen 61-jährigen Mitarbeiter mit 46 Jahren Betriebszugehörigkeit. Dem Arbeitnehmer missfiel im Betriebsablauf und in der Betriebsorganisation manches, was er durch Verbreitung von schlechter Stimmung in seinem unmittelbaren Umfeld zum Ausdruck brachte. Außerdem fiel er seit 2012 zunehmend mit erheblichen krankheitsbedingten Fehlzeiten auf, die natürlich jeweils über Entgeltfortzahlung abzudecken waren.

Der Arbeitnehmer fehlte im Jahr 2012 an 25 Arbeitstagen krankheitsbedingt, 2013 an 48 Arbeitstagen, 2014 an 60 Arbeitstagen, 2015 an 46 Arbeitstagen und 2016 an 49 Arbeitstagen.

DIE BERATUNG:

Wissenswert in diesem Zusammenhang ist, dass das BAG krankheitsbedingte Kündigungen für denkbar hält, wenn ein Arbeitnehmer in den vergangenen drei Jahren jedes Jahr an mehr als 30 Arbeitstagen krankheitsbedingt fehlte und für diese Zeiten auch Entgeltfortzahlung zu leisten war. Das BAG prüft aber auch die sogenannte Interessenabwägung, d. h. es wägt die Fortsetzungsinteressen des Arbeitsnehmers gegenüber dem Beendigungsinteresse des Arbeitgebers ab. Bei den Arbeitnehmerbelangen sind eine lange Betriebszugehörigkeit und ein dazu passendes Lebensalter für den Arbeitnehmer sehr vorteilhaft.

Im Hinblick auf das sehr belastete zwischenmenschliche Klima kamen Unternehmen und Rechtsberater des Verbandes überein, gleichwohl den Prozess zu riskieren.

DER PROZESS:

Der Prozess endete mit der Verständigung über die Beendigung des Arbeitsverhältnisses. Besonders bemerkenswert war, dass die Beendigung ohne eine Abfindungszahlung vereinbart werden konnte, was nach so vielen Jahrzehnten der Betriebszugehörigkeit außergewöhnlich ist.

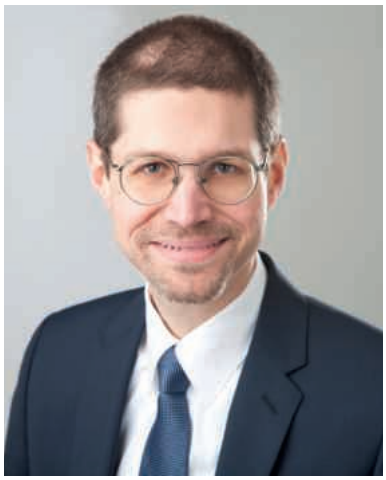
Das Entgegenkommen des Arbeitgebers bestand lediglich darin, dass der Arbeitnehmer während der Kündigungsfrist freigestellt wurde und die Beendigung des Arbeitsverhältnisses über die reguläre 7-monatige Kündigungsfrist hinaus noch um ein halbes Jahr verlängert wurde. ◘

Wirtschaftsdaten Rheinland-Pfalz und Saarland

Die Druck- und Medienindustrie in Rheinland-Pfalz und dem Saarland erzielte 2016 einen Gesamtumsatz von über 310 Mio. €. Den Löwenanteil steuerte mit 282 Mio. € traditionell das Inlandsgeschäft bei.

Der Trend zur Erhöhung der Produktivität seit 2014 hält 2016 an und wird sich höchstwahrscheinlich auch im Jahr 2017 weiter fortsetzen. Anders als in der Metall- und Elektroindustrie vollzieht sich der Produktivitätszuwachs allerdings hauptsächlich durch Investitionen, die zu Mitarbeitereinsparungen führen.

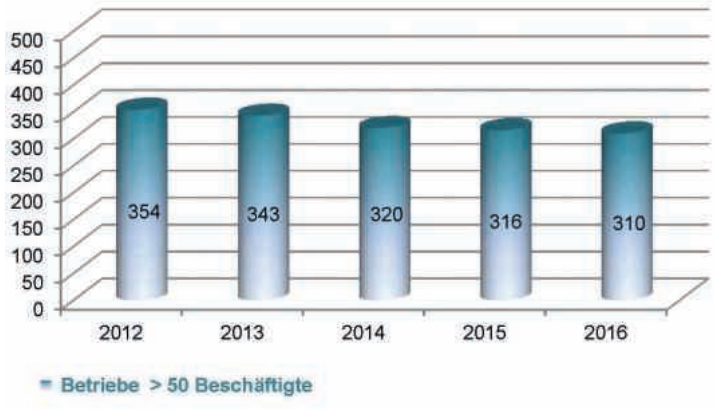
Die Zahl der Mitarbeiter sank 2016 weiter auf ca. 2.500. Ebenfalls abgenommen haben die Entgelte mit -3,0 % auf 73,5 Mio. € und die Anzahl der Arbeitsstunden mit -4,5 % auf ca. 3,6 Mio. Stunden. ◘



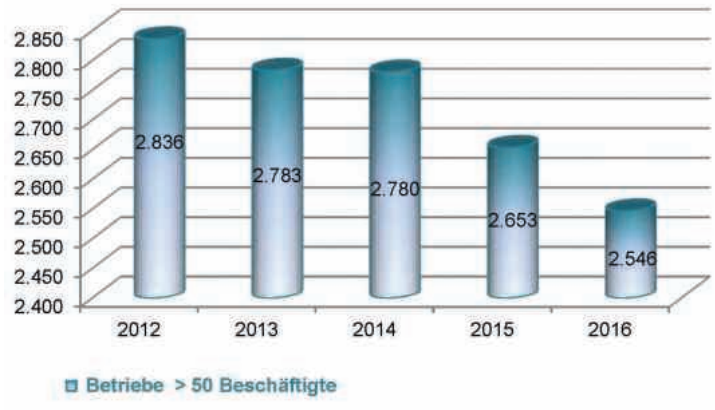
Ansprechpartner:

Dipl.-Volkswirt Felix Mayer
06321 852-251
felix.mayer@druckrps.de

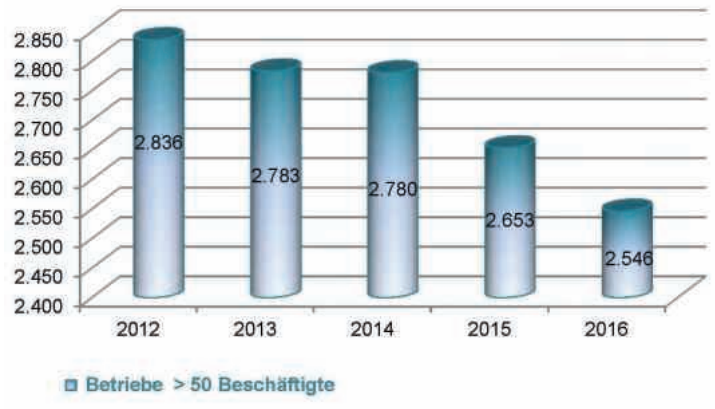
JAHRESUMSATZ IN MIO.€



UMSATZ PRO MITARBEITER IN TSD. €



BESCHÄFTIGTE



Im Wettbewerb um Auszubildende haben es viele Betriebe der Druck- und Medienwirtschaft nicht leicht. Es ist also wichtig, sich sehr gezielt, aufmerksamkeitsstark und direkt an Jugendliche zu wenden und ihnen zu zeigen, dass sie sich in unserer Branche wohlfühlen werden und ihnen die Branche bietet, was sie suchen. „Gestochen scharf – Perfekt veredelt, so lauten die Claims der Nachwuchskampagne, mit der die Verbände Druck und Medien Unternehmer bei der Nachwuchswerbung unterstützen möchten. ◘

Mehr Informationen unter:
www.druckindustrie.de

IMPRESSUM

HERAUSGEBER: Verband Druck und Medien Rheinland-Pfalz und Saarland e. V.; Friedrich-Ebert-Straße 11 – 13, 67433 Neustadt an der Weinstraße, Telefon: 06321 852-275, Telefax: 06321 852-221, Internet: www.druckrps.de, E-Mail: verband@druckrps.de; **V.I.S.D.P.** Thomas Gans, Geschäftsführer Verband Druck und Medien Rheinland-Pfalz und Saarland e. V.; **REDAKTION** Thomas Gans; **GESTALTUNG** Viktor Kopnow, Verband Druck + Medien Nord-West; **BILDNACHWEIS:** der-takt.de, bvdm (S. 01), Rainer Herrmann GmbH (S. 02), Druckerei Lindner (S. 03), stockWERK – fotolia.com (S. 04), vdmrps (S. 05, 06, 07)

Gegen die Rentenlücke

Die Bedeutung einer zusätzlichen Altersvorsorge nimmt immer mehr zu: Wer heute berufstätig ist, kann sich nicht sicher sein, dass die gesetzliche Rente ausreichen wird, um den Lebensunterhalt im Alter zu decken. Es droht eine finanzielle Lücke. Zwar will, wer gerade eine Ausbildung oder den ersten Job angefangen hat, nicht unbedingt schon an die Rente denken. Aber: Je früher man mit dem Sparen beginnt, desto bequemer wird das Finanzpolster für den Ruhestand.

Weil die geburtenstarke Babyboomer-Generation bis 2035 mehrheitlich das Rentenalter erreicht, stehen immer weniger Beitragszahlern immer mehr Rentner gegenüber: Heute kommen in Deutschland auf jeden Ruheständler jenseits der 65 Jahre drei Bundesbürger im erwerbsfähigen Alter – nach 2030 werden es nur noch zwei sein.

Zukunft sichern mit starken Partnern

Der einzige Weg, die Rentenlücke zu schließen, ist, selbst fürs Alter zu sparen. Arbeitnehmer haben die Möglichkeit, einen Teil ihres Gehaltes – steuer- und sozialabgabenfrei – in eine betriebliche Altersversorgung zu investieren. Für die Druck- und Medienbranche ist der „Zukunftsfonds Medien, Druck und Papier“ die passgenaue Lösung: Arbeitnehmer können sich eine attraktive Zusatzrente aufbauen, Arbeitgeber erhalten ein attraktives Instrument im Wettbewerb um Mitarbeiter. Denn die Aussicht auf eine finanziell abgesicherte Zukunft kann Unternehmen dabei helfen, Fachkräfte zu gewinnen und zu halten.

Dem von den Arbeitgeberverbänden bvdm und HPV, der Gewerkschaft ver.di und der HDI Lebensversicherung AG geschaffenen Zukunftsfonds haben sich seit seiner Gründung 2002 mehr als 940 Unternehmen angeschlossen. Die Branchenlösung bietet inzwischen über 18.000 Arbeitnehmern Sicherheit. „Gutes Personal zu finden, wird eine immer größere Herausforderung“, betont Christoph Schleunung, Vizepräsident des Bundesverbandes Druck und Medien und geschäftsführender Gesellschafter der Schleunungdruck GmbH in Marktheidenfeld. „Umso wichtiger ist es, neben einer angemessenen Bezahlung auch weitere attraktive Angebote für die Arbeitnehmer im Köcher zu haben. Der Zukunftsfonds gehört für mich auf jeden Fall dazu“, so Schleunung.

Der Zukunftsfonds setzt mit der „Direktversicherung“ auf das populärste Modell der betrieblichen Altersvorsorge. Wegen der großen Stückzahlen ist die Verwaltung besonders kostengünstig. Im Direktversicherungs-Rating 2017 des Instituts für Vorsorge und Finanzplanung haben jüngst zwei Tarife des Zukunftsfonds mit der Note "Sehr Gut" abgeschnitten. „Gemeinsam sind wir stark, das gilt auch für den Zukunftsfonds. Ich würde mich freuen, wenn in Zukunft noch mehr Unternehmen den Mitarbeitern diese Form der Altersvorsorge anbieten würden“, so Christoph Schleunung.

Die Ansprechpartner des Zukunftsfonds bieten allen Unternehmen, unabhängig von der Betriebsgröße, Informationsveranstaltungen sowie individuelle Beratungen an. HDI ist dabei ausschließlich mit dem Zukunftsfonds vor Ort. „Ich schätze am Zukunftsfonds vor allem die individuelle und persönliche Beratung der Mitarbeiter. Gerade bei der betrieblichen Altersvorsorge kann man Mitarbeiter nur durch erstklassige Information überzeugen“, sagt Ulrich Thieme, Druckerei Thieme Meißen. „Andernfalls wird eine Gehaltsumwandlung oft abgelehnt.“ ◘

zukunfts fonds. powered by HDI
Medien · Druck · Papier

Informationen zum Zukunftsfonds unter:
zukunftsfonds-medien-druck-papier.de oder Andreas Schneider, HDI Vertriebs AG, Tel.: 0221-14466101, E-Mail: andreas.schneider@hdi.de.

Die erfolgreiche Neuausrichtung

Die mittelständische Druckerei August Koopmann GmbH wurde 1924 in Bremen gegründet. Heute beschäftigt das Unternehmen am neuen Standort in Stuhr 50 Mitarbeiter und bietet seinen Kunden europaweit einen Vollservice auf Basis modernster Produktionstechnik, der höchsten Ansprüchen gerecht wird.

Schaut man auf die Entwicklung der Druckindustrie, darf man gerne fragen, wie Koopmanndruck seit mehr als 90 Jahren nicht nur seinen Platz behauptet, sondern sich bester Dinge und optimistisch auf seinen 100. Geburtstag freut.

Qualifizierte und motivierte Mitarbeiter sind die wichtigste Basis für den Erfolg von Koopmann.

„Als Druckunternehmen mussten wir schon immer zukunftsgerichtet sein – wir schauen auf unsere Kunden und darauf, wie wir einem modernen Unternehmen heute mit unseren Möglichkeiten weiterhelfen können“, erklärt Geschäftsführer Knut Winneckens, der seit mehr als 20 Jahren im Unternehmen ist. „Viele Druckereien haben die Herausforderungen nicht genutzt und wurden vom Wandel eingeholt.“ Mit unter anderem zwei 10-Farben-UV-Rotationen und fast doppelt so langen Weiterverarbeitungsmaschinen setzt Koopmanndruck äußerst anspruchsvoll veredelte Printprodukte um, zum Beispiel ins Papier integrierte Ausweise und Karten, Etiketten und Sicherheitselemente oder sogar Daten-Chips. Ob Lack- oder Metallic-Effekte, Sicherheitsfarben oder Rubbelmasse „oder auch dieses ganz besondere Blau oder Silber für Mailings und Beilagen“, schmunzelt Winneckens, „der technische Anspruch liegt oft über den Anforderungen einer PSO-Zertifizierung“. Die Technik sei heute allerdings fast selbstverständlich. Kunden zählen bei Koopmanndruck auf die Qualität der Beratung, auf die Erfahrung und Kompetenz langjähriger Mitarbeiter, aber auch auf die Dynamik und den Ideenreichtum der neuen Generation.

Für den Geschäftsführer sind deshalb, neben seiner Offenheit für neue Technologien, qualifizierte und motivierte Mitarbeiter die wichtigste Basis für den Erfolg des Unternehmens. Am liebsten die selbst Ausgebildeten. Allein in den letzten zehn Jahren wurden elf junge Menschen ausgebildet und übernommen. „Insofern sind wir gut aufgestellt. Doch schon in vier bis fünf Jahren“, prognostiziert er, „werden auch wir einen Generationswechsel erfahren. Aber wir sehen darin nicht nur einen Verlust und den drohenden Fachkräftemangel, sondern vielmehr auch eine Chance, die Jüngeren ranzulassen.“ Die dürfen sich auf qualifizierte Aufgaben in einem hochmodernen Unternehmen freuen.

So übernehmen inzwischen die jüngeren Mitglieder der Koopmannschaft die Verantwortung für die Verlängerung des PSO-Zertifikats für höchste Druckqualität – und haben einen Heidenspaß an der verantwortungsvollen Aufgabe, die noch bis vor zwei Jahren von den erfahrensten Mitarbeitern geleitet

FOTOS: Henrik Spohler, Hamburg / Urs Siedentop, Bremen

wurde – schließlich sind deutschlandweit nur drei Endlosdruckereien mit dem PSO-Qualitätssiegel vom Verband ausgezeichnet. Es war nur eine logische Folge, dass auch die QSD-Prüfung des VDMNO von den Koopmann-Youngstern übernommen und erfolgreich absolviert wurde.

Aber nicht nur Jugend zählt. „Die Generation 40+ ist hervorragend ausgebildet, sehr erfahren und in der Regel hoch motiviert, ihre Leistungsfähigkeit in der sich wandelnden Branche unter Beweis zu stellen", da ist sich Knut Winneckens sicher. In der Belegschaft profitieren alle voneinander und können Stärken effektiv kombinieren. „Teambuilding liegt uns übrigens auch nach Dienstschluss am Herzen", sagt der Freizeit-Triathlet und blickt nicht ohne Stolz auf den Bremer Firmenlauf, an dem Koopmanndruck mit einem Team lauffreudiger Mitarbeiter schon mehrfach teilnahm. „Wir punkten hier auch mit der grünen Lage direkt vor den Toren der Hansestadt Bremen und der Nähe zur Nordsee." Zwar sei es richtig, dass sich derzeit viel im Süden der Republik drehe, aber, so Winneckens, „der Blick nach Norden lohnt sich auf jeden Fall!"

> „Unsere Kompetenz soll keine Frage des Alters oder der Routine unserer Mitarbeiter sein. Was zählt, sind Leidenschaft und Können."
>
> Knut Winneckens

Die Zukunftsgewandtheit und der Sinn für Qualität und Mitarbeiter als größtes Kapital spiegeln sich auch in der Ausstattung des Arbeitsumfeldes: Der Neubau mit gleichmäßigem Tageslichteinfall auf Maschinen und Arbeitsplätze wird von den Mitarbeitern nicht nur als besonders angenehm empfunden – als Druckfachleute schätzen sie auch die exzellente Farbwiedergabe. Und weil auch in der dunklen Jahreszeit das Licht hell und augenfreundlich sein und beste Farbwiedergabetreue garantieren sollte, nahm Koopmanndruck bereits 2012 an einem Pilotprojekt von Philips Lighting teil und stattete die Produktionshalle komplett mit LED-Beleuchtung aus. Das verbesserte nicht nur die Arbeitsbedingungen, sondern spielt auch beim Thema Nachhaltigkeit eine Rolle. „Umweltschutz und Energiemanagement beginnen für uns im eigenen Haus. Wir optimieren alle Prozesse seit Jahren nach den Anforderungen der Umweltmanagement-Norm ISO 14001, installierten zum Beispiel eine Photovoltaikanlage und machen uns jetzt fit für die ISO 50001." Auch beim Thema Datenschutz hat Koopmann die Weichen in Richtung Best Practice gestellt: „Unsere Verarbeitung personenbezogener Daten lassen wir regelmäßig auf die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben streng prüfen und zertifizieren. Mit den Prüfungsanforderungen verbinden wir unseren eigenen Anspruch an Transparenz und Machbarkeit. So kommen wir zu sehr guten Ergebnissen."

Und wohin soll es in Zukunft gehen? Ehemals als Endlos-Druckerei aufgestellt, hat Koopmann die Zeichen der Zeit frühzeitig erkannt und konsequent das Kompetenzspektrum in Richtung Spezialaufgaben in der Weiterverarbeitung erweitert. Das bleibt der Welt nicht verborgen: „Wir richten uns zunehmend international aus: Europa gehört längst zum Wirkungsbereich, aber auch Kunden in Asien haben bereits Aufträge platziert." ◘

Treffpunkt Technik – Der Impulsgeber für die Branche

Faszinierende Perspektiven auf die Branchenzukunft lieferte der Treffpunkt Technik am 19. und 20. Oktober in Berlin. In 16 verschiedenen Sessions und Themenpanels zeigte die Branchenveranstaltung des Bundesverbandes Druck und Medien Potenziale technischer Innovationen für Strategien und Geschäftsfelder der Druck- und Medienunternehmen.

Neun Fachvorträge boten den über 120 Teilnehmern spannende und informative Einblicke: etwa in die Möglichkeiten der Nutzung mobiler Endgeräte im Drucksaal, die intelligente Vernetzung von Prozessen mit passgenauen Softwarelösungen und die Geschäftsfeldentwicklung über Unternehmenspartnerschaften. Höhepunkt des Forum Innovation war yolandi.workerbot, die Pressesprecherin der ROBOZÄN GmbH aus Berlin. Sie erläuterte, wie humanoide Roboter als Leiharbeiter auch in der Druckindustrie Auftragsspitzen auffangen können. Schließlich erfordern gerade komplexere Druckerzeugnisse noch viel manuelle Arbeit.

In den Panels und Gremiensitzungen am zweiten Tag des Treffpunkt Technik wurden konkrete praxisorientierte Themen diskutiert. Dazu gehörten Geschäftsmodelle im Bereich Digitalmedien, die Investitionssicherheit bei Akzidenz-Bogendruckmaschinen, nachhaltige Druckproduktion mit Umweltzertifikaten, aktuelle Schwerpunktthemen beim Zeitungsdruck, der Erfahrungsaustausch zur Standardisierung im Offsetdruck, das vieldiskutierte Thema Print 4.0 sowie die praxisgerechte Anwendung von Umweltvorschriften. ◘

Matthias Tietz eröffnete den Kongress und sprach über die neuen Ausrichtungen der unternehmerischen Kernaufgaben Verkauf und Marketing. Tietz ist Geschäftsführer der Rheinisch-Bergische Druckerei GmbH sowie Vizepräsident des bvdm und Vorsitzender des Ausschusses Technik und Forschung.

Wie immer ausgebucht: der Treffpunkt Technik des bvdm in Berlin Mitte.

Julia Rohmann vom bvdm setzt sich für praxisgerechte Regeln im Umweltschutz ein.

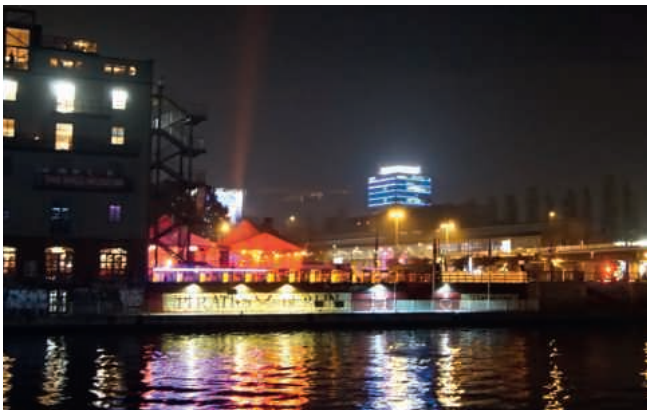
Robotik im Drucksaal? Yolandi präsentierte, was sie als Zeitarbeitskraft zu bieten hat.

TREFFPUNKT TECHNIK

bvdm.

Die Podiumsdiskussion bot spannende Ausblicke auf das Thema Print 4.0. V.l.n.r.: Robert Zacherl, Impressed GmbH; Jörn Henselek, Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH; Friedhelm Pfeiffer, Horizon GmbH; Martin Gercke, Stora Enso Paper GmbH.

Die Schiffstour am Abend: Networking at its best zwischen Kanzleramt und Mercedes-Benz-Arena.



FOTOS: Christian Plambeck / Bettina Knape / Dieter Kleeberg

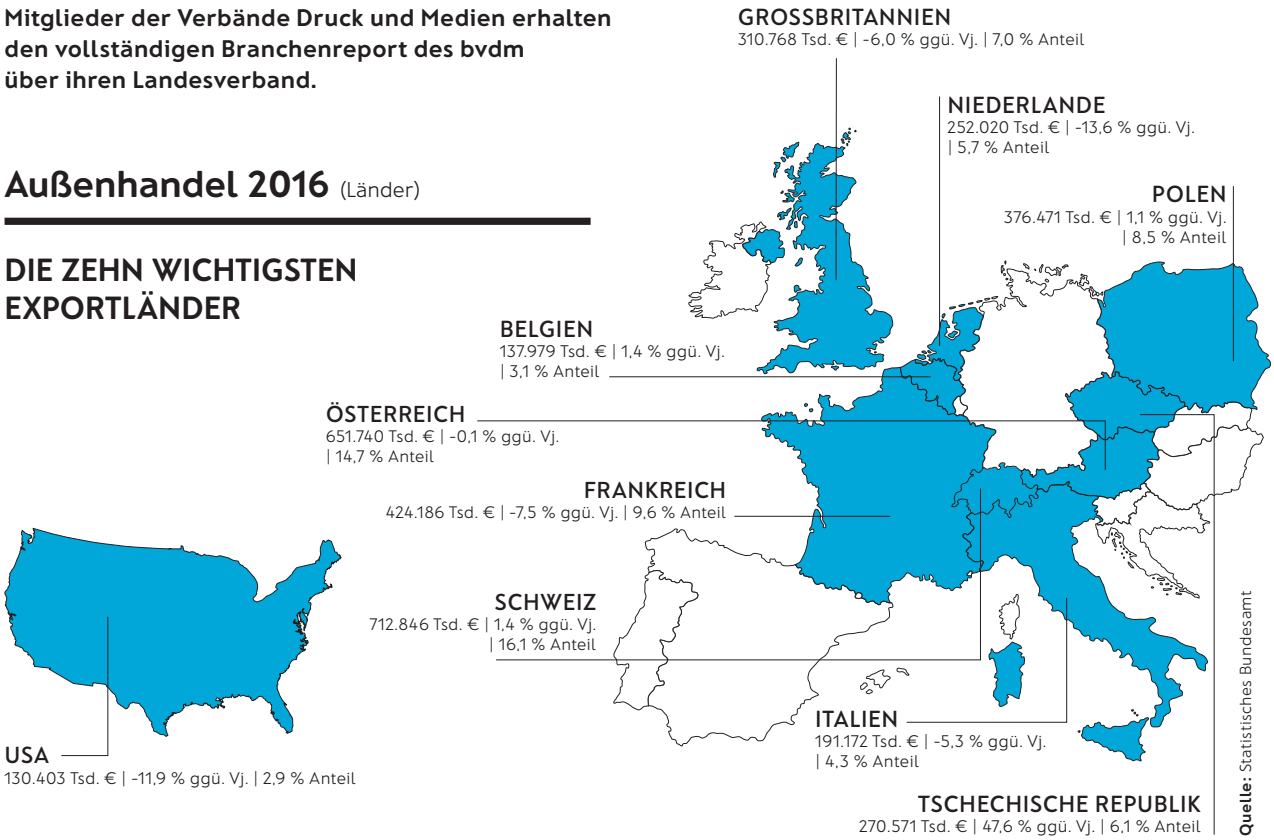
DIE **DRUCK-** UND **MEDIENWIRTSCHAFT** 2017

Regelmäßig veröffentlicht der Bundesverband Druck und Medien einen aktuellen Branchenreport zur Lage der deutschen Druckindustrie. Demnach stellte sich die Branche auch im ersten Halbjahr 2017 wieder einem harten Wettbewerb um Aufträge und Märkte, verknüpft mit Preiserhöhungen für wichtige Vorleistungsgüter. Zuversichtlich ist die Branche, was die künftige Entwicklung betrifft: So lassen die erhobenen Stimmungsindikatoren Aufwärtstrends bei den Preiserwartungen und den Erwartungen hinsichtlich der Beschäftigtenentwicklung erkennen. Profitieren könnte die Branche zudem von der positiven Stimmung in der Werbewirtschaft, so dass ein Umsatzplus in 2017 nicht auszuschließen ist. ◘

Mitglieder der Verbände Druck und Medien erhalten den vollständigen Branchenreport des bvdm über ihren Landesverband.

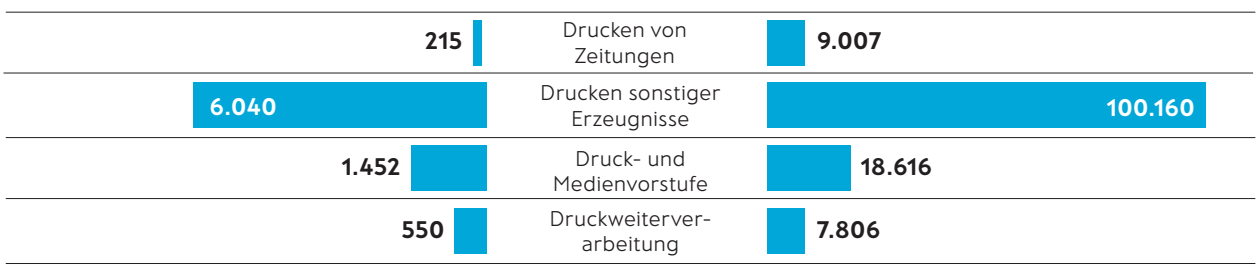
Außenhandel 2016 (Länder)

DIE ZEHN WICHTIGSTEN EXPORTLÄNDER



Quelle: Statistisches Bundesamt

Aktuelle Betriebsstruktur (nach Sparten, Stichtag 31.12.2016)



Quelle: Bundesagentur für Arbeit

8.257 (-2,8%) **Betriebe und 135.589** (-1,7%) **Beschäftigte**

Zukunftsfonds – Die Branchenlösung, die Sicherheit mit Renditechancen kombiniert.

Die betriebliche Altersversorgung.

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

Sie haben Fragen? Nehmen Sie jetzt Kontakt zu uns auf:
Andreas Schneider | andreas.schneider@hdi.de

© 70100901 17-201708

zukunfts fonds.
Medien · Druck · Papier

www.zukunftsfonds-medien-druck-papier.de

bvdm. hpv ver.di HDI

Wer jetzt loslegt, schafft's bis Mai auf die sichere Seite

EIN TAG IM LEBEN EINES VERBANDSJURISTEN

Seit Jahren sensibilisieren die Verbände Druck und Medien ihre Betriebe dafür, ihre Daten gut zu schützen. Im eigenen Interesse und im Interesse guter, vertrauensvoller Geschäftsbeziehungen. Mit der Datenschutzgrundverordnung, die ab Mai 2018 gilt, werden umfassende Vorsorgemaßnahmen auch aus juristischer Sicht noch wichtiger, denn dann vervielfachen sich die Bußgelder für Verfehlungen im Datenschutz.

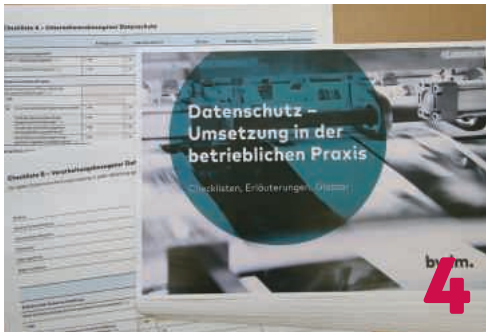
1

Berlin, Holzhauser Straße 177. Märkische Etiketten Gruppe. Einfach so kommt hier keiner rein. Selbst der Verbandsjurist Martin Maischak nicht. Denn Datenschutz fängt schon am Firmeneingang an. Für jeden.

2

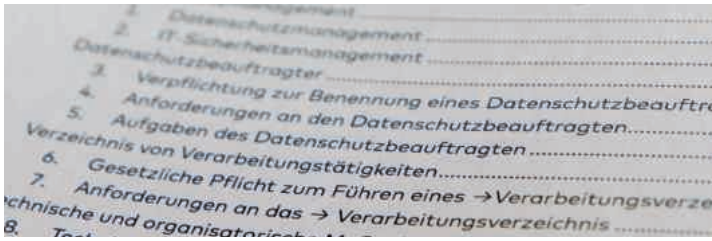
Martin Maischak trägt sich in das Besucherverzeichnis ein. Der Besprechungstermin bei Märkische Etiketten gilt den Themen sichere Datenverarbeitung und umfassender Datenschutz. Dazu gehört zum Beispiel auch, genau zu regeln, wer Zugang zum Unternehmen und zu Daten hat – oder eben nicht.

3 Der Besucherpass signalisiert: Ich darf hier rein.



4

Basis für die Besprechung sind die Checklisten der Verbände Druck und Medien. Sie sind für die Umsetzung der Datenschutz-Grundverordnung praxisnahe Hilfsmittel.



Schritt für Schritt helfen die Checklisten. 5

FOTOS: Katrin Stumpenhausen

Entsprechend der Arbeitsabläufe im Unternehmen diskutieren die beiden, wie die Dokumentationspflichten optimal eingehalten werden können.

8

7

„Oha. Das klingt, als wäre es höchste Zeit, richtig durchzustarten!"

9

Datenschutz geht alle Beschäftigten im Unternehmen an. Jeder muss Datenschutz in seinem Bereich genau einhalten können. Daher wird das Team umfassend informiert.

6

Datenschutz ist Chefsache. Prokurist Henning Schwenke will ganz genau wissen, welche Pflichten gemäß der neuen Verordnung zu erfüllen sind und wie der entsprechende Zeitplan bis Mai 2018 aussehen sollte.

11

Es war ein langer Tag. Datenschutz setzt kein Unternehmen im Handumdrehen um. Aber wer jetzt richtig loslegt, hat gute Chancen, bis Mai 2018 alles in den Griff zu bekommen.

Jeder Datenverarbeitungsvorgang in jeder Abteilung wird gesondert geprüft. Dabei hilft die Checkliste B Verarbeitungsbezogener Datenschutz.

10

NÜTZ
LICH

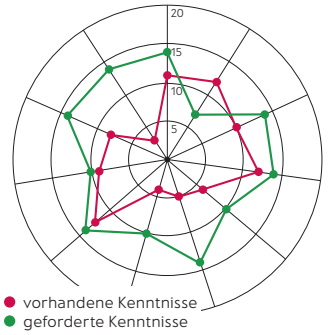
Unternehmenserfolg durch systematische Personalentwicklung

Erfolgreich sind Unternehmen, die ihre Mitarbeiter besonders gut kennen, ihr Know-how richtig einordnen und ihr Potenzial optimal ausschöpfen.

Und: Je besser Mitarbeiter sich verstanden fühlen und durch ihre Tätigkeit bestätigt und wertgeschätzt werden, desto motivierter, leistungsfähiger, loyaler und treuer sind sie. Ein wichtiger Aspekt in Zeiten des Fachkräftemangels.

Mit dem Kompetenzscan für Druck und Vorstufe können Unternehmer das Know-how ihrer Mitarbeiter sowie ihre Qualifikationslücken und Entwicklungspotenziale konkret ermitteln – ganz gezielt mit Blick auf die Anforderungen in ihrem Unternehmen. Auf dieser Basis lassen sich die Mitarbeiter noch besser im Betrieb einsetzen und exakt in den Bereichen schulen, wo sich Wissens- oder Kompetenzdefizite zeigen.

MEHR INFORMATIONEN
bei den Landesverbänden Druck und Medien



Arbeitsschutz leicht gemacht: Faltblätterset der BG ETEM hilft

Im zeitgemäßen Arbeitsschutz sind Unterweisungen wichtige Bausteine. In persönlichen Gesprächen zwischen Vorgesetzten, Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen sollen Verhaltensweisen, die für den Arbeitsschutz von Bedeutung sind, diskutiert und vermittelt werden.

Die BG ETEM unterstützt Unternehmer mit einem ganzen Set an Leitfäden und Faltblättern, die wichtige Informationen vermitteln, zum Beispiel zum Gehör- und Brandschutz, zum Arbeiten an Maschinen, zum Heben und Tragen oder zum Umgang mit Gabelstaplern und anderen Transportmitteln.

MEHR INFORMATIONEN
bgetem.de (Webcode 12201321) oder bvdm-online.de/bgetem-faltblaetter/

FRAGEN?
NUTZEN@BVDM-ONLINE.DE

ALTERSGRENZEN DURCH BETRIEBSVEREINBARUNG

Arbeitgeber und Betriebsrat können vereinbaren, dass die Arbeitsverhältnisse im Betrieb mit Erreichen der Regelaltersgrenze in der gesetzlichen Rentenversicherung enden. Nach einem Urteil des Bundesarbeitsgerichts (BAG) vom 21.02.2017 (AZ: 1 AZR 292/15) muss eine solche Betriebsvereinbarung jedoch aus Gründen des Vertrauensschutzes Übergangsregelungen für rentennahe Arbeitnehmer vorsehen. Diese müssten die Möglichkeit haben, sich auf die veränderte Lage einzustellen und ihre Lebensführung oder -planung gegebenenfalls an diese anzupassen. In Frage kommen hierzu etwa individuelle Verlängerungsmöglichkeiten, finanzielle Kompensationen oder das Hinausschieben oder Absehen von der Einführung einer Altersgrenze für rentennahe Jahrgänge.

Standardwerk zur Ausbildung neu erschienen

Bereits in der 8. überarbeiteten Fassung erhalten Mitgliedsunternehmen der Verbände Druck und Medien einen umfassenden und übersichtlich strukturierten Leitfaden zur Durchführung der betrieblichen Bildung. In der Broschüre sind alle Gegebenheiten der betrieblichen Bildungsarbeit zusammengefasst. Neben den Vorschriften des Arbeitsrechts und Erläuterungen der unterschiedlichen Bildungsmöglichkeiten enthält der Leitfaden wertvolle Hinweise und Tipps zur Bildungsplanung Ihrer Mitarbeiter.

Mitglieder erhalten die Broschüre „Berufliche Bildung Druck und Medien" kostenfrei bei ihrem Landesverband.

Betriebsratsschulung nur bei betrieblichem Anlass

Arbeitgeber stehen regelmäßig vor der Frage, in welchem Umfang Betriebsratsmitglieder Anspruch auf Schulungen haben, um die für ihre Betriebsratstätigkeit notwendigen Kompetenzen zu erlangen oder zu vertiefen. Ein Anspruch auf Schulung nach § 37 Abs. 6 BetrVG besteht nur, wenn ein aktueller Anlass vorliegt, der erwarten lässt, dass die vermittelten Kenntnisse für gegenwärtige oder in naher Zukunft anstehende Aufgaben im Betrieb erforderlich sind. Werden in einer Schulung erforderliche und nicht erforderliche Inhalte vermittelt, kann der Betriebsrat grundsätzlich nur den Besuch des erforderlichen Teils beanspruchen. Wird die Schulung nur als Ganzes angeboten, besteht ein Anspruch auf Teilnahme nach einem Urteil des Bundesarbeitsgerichts (BAG) vom 28.09.2016 (AZ: 7 AZR 699/14) dann, wenn die erforderlichen Themen mehr als 50% ausmachen.

KURZ
MEL
DUN
GEN

FRAGEN?
NUTZEN@BVDM-ONLINE.DE

DID-Award für innovative Druckweiterverarbeitung

Zum 12. Mal wurde am 19. Oktober 2017 der DID-Award für herausragende Druckweiterverarbeitung verliehen. Die Auszeichnung nahm Erik Kurtz, Geschäftsführer der Kösel GmbH & Co KG, entgegen.

Mit dem Preis würdigte die Jury den Jubiläumsband 50 Jahre Stiftung Buchkunst, der sich mit der innovativen Eigenentwicklung „Kösel Lamello“ durch eine besondere Deckenfertigung auszeichnet: Die Decke besteht aus mehreren Schichten und wird durch Schälungen in einzelne Lamellen unterteilt. Dieses einzigartige Konzept überzeugte die Experten. Überreicht wurde der Preis auf dem Treffpunkt Technik des bvdm in Berlin von Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des Deutschen Institut Druck (DID) und des Bundesverbandes Druck und Medien.

FOTOS: Christian Plambeck

ddk Digitaldruck-Kongress
Düsseldorf 2018

15. Februar 2018 · CCD Congress Center Düsseldorf

www.ddk2018.de

Veranstalter: Bundesverband Druck und Medien e.V.
und seine Landesverbände
bvdm.

drupa
drupa

KURZ MEL DUN GEN

Offsetdruck: aktuelle Entwicklungen und Trends

Beim Fachkongress Offsetdruck am 27. September 2017 in Frankfurt am Main diskutierten Experten wichtige Themen wie Standardisierung, Automatisierung, Profil- und Device-Link-Technologien und LED-UV/UV-Druck. Vier Panels und zwei praxisnahe Podiumsdiskussionen boten den rund 80 Teilnehmern einen umfassenden Überblick über alle Themen rund um den Offsetdruck. Der Fachkongress wurde veranstaltet von printXmedia Süd und printXmedia Consult Nord-Ost, den Beratungsgesellschaften der Druck- und Medienverbände. Der nächste Kongress ist für Mitte 2018 geplant.

V.l.n.r.: Michael Dischinger, Heidelberger Druckmaschinen; Jens Meyer, printXmedia; Peter Wiesendanger, Wiesendanger medien; Carsten Zölzer, hubergroup; Udo Eickelpasch, printXmedia.

Vertriebskongress 2017: Trauen Sie sich, anders zu sein!

Gut 230 Unternehmer kamen am 11. Oktober 2017 zum dritten Vertriebskongress der Druck- und Medienbranche nach Düsseldorf. Mit einem Aufruf zum Anders-Sein begeisterte Daniela A. Ben Said das Publikum. Ihre Botschaft: „Trauen Sie sich, anders zu sein, und bleiben Sie im Kopf der Menschen!"

Aber auch Unternehmer der Branche, die Anregungen aus der eigenen Praxis weitergaben, und Vertriebsexperten, die Tipps zum Mitnehmen mitbrachten, überzeugten die Teilnehmer.

Gestochen scharf – Perfekt veredelt

DIE KAMPAGNE ROLLT

Die Nachwuchskampagne der Verbände Druck und Medien erfährt seit ihrem Start Anfang September größten Zuspruch durch Mitgliedsunternehmen, die breite Öffentlichkeit und die Presse. Fast 40.000 Besucher haben sich auf der Kampagnenseite druckindustrie.de über die Ausbildungsberufe der Branche informiert. Großflächenplakate werben prominent an Berliner U-Bahnhöfen für eine Ausbildung in der Druckindustrie. Unternehmen verwenden die Keyvisuals der Kampagne auf Messen, für Anzeigen und im Netz.

An über 50 geeigneten Schulen in Norddeutschland und Berlin wurden insgesamt 20.000 Postkarten verteilt. In Sachsen werden 850.000 Haushalte durch Anzeigen in Ortsblättern auf die Berufe und die Ausbildungsangebote der Branche aufmerksam gemacht.

MEHR INFORMATIONEN: druckindustrie.de oder bei den Landesverbänden Druck und Medien

procedo druck by gps
PERSONAL & SERVICE

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

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

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

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

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

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

ANZEIGENSCHLUSS
für die Ausgabe 1/2018

16. FEBRUAR 2017

Aus einer guten Geschichte
wird immer ein Buch.

WIR SIND FSC ® ZERTIFIZIERT
www.buchbinderei-terbeck.de
BUCHBINDEREI TERBECK

Perfekt veredelt

**Du liebst Farbe. Dir sind Details wichtig.
Du willst einen Beruf mit Zukunft.**

Entscheide dich für eine Ausbildung in der Druck- und Medienwirtschaft.

Mehr Infos über die Berufe, die Gehälter, deine Perspektiven und freie Ausbildungsplätze unter:

www.druckindustrie.de

KURZ MEL DUN GEN

Shaping The Future of Print: Magazine Seminar 2018

Im Rahmen der jährlichen Seminarreihe Shaping the Future of Print laden Intergraf und Smithers Pira am 1. Februar 2018 nach Brüssel ein. Schwerpunkt wird dieses Mal das Thema Magazine sein. Teil des Seminars ist die Möglichkeit, Institutionen der Europäischen Union zu besichtigen. Intergraf ist die Interessenvertretung der Druck- und Medienwirtschaft auf europäischer Ebene in Brüssel.

MEHR INFORMATIONEN: intergraf.eu

Neuer Tarifvertrag für Zeitarbeiter in der Druckindustrie

Ende September haben sich die Zeitarbeits-Arbeitgeberverbände mit der Gewerkschaft ver.di auf einen neuen Zuschlagstarifvertrag für Zeitarbeiter in der Druckindustrie geeinigt. Gegenüber der vorherigen Fassung von 2013 wurde eine zusätzliche Zuschlagsstufe vereinbart, die für Überlassungen von mehr als 15 Monaten gilt.

Der neue Zuschlagstarifvertrag für die Druckindustrie (TV BZ Druck) sieht nunmehr ein sechsstufiges Zuschlagsmodell vor. Die bisherigen fünf Zuschlagsstufen bleiben unverändert, es kommt jedoch eine weitere Stufe hinzu.

Der neue TV BZ Druck sieht somit folgende Branchenzuschläge, basierend auf den Stundenentgelten der Zeitarbeitsbranche, vor:

1. nach der vierten vollendeten Woche	8 %
2. nach dem dritten vollendeten Monat	15 %
3. nach dem fünften vollendeten Monat	20 %
4. nach dem siebten vollendeten Monat	35 %
5. nach dem neunten vollendeten Monat	45 %
6. nach dem fünfzehnten vollendeten Monat	50 % (neu)

bvdm: **Stabwechsel** in der **Bildungspolitik**

Seit fast 40 Jahren ist Theo Zintel Referent für Bildungspolitik beim Bundesverband Druck und Medien. Damit ist er inhaltlicher Ansprechpartner und auch zentrale koordinierende Anlaufstelle für alle Gremien und Entscheider, die die Bereiche Aus- und Weiterbildung der Druck- und Medienwirtschaft regeln. Im Juni 2018 wird Zintel in den wohlverdienten Ruhestand wechseln.

Da die Nachfolge auf diese anspruchsvolle Positioneiner intensiven und umfassenden Einarbeitungs- und Übergabezeit bedarf, ist bereits seit dem 1. Oktober 2017 Frank Fischer im Referat Bildungspolitik des bvdm tätig. Fischer ist Dipl-Ing. für Betriebliche Planung und Koordination Druck, war zuvor 18 Jahre als Betriebsleiter einer Berliner Digitaldruckerei beschäftigt und ist darüber hinaus Mitglied im IHK-Prüfungsausschuss für die Industriemeister Print/Medienfachwirte.

Theo Zintel

Frank Fischer

Ihr Entsorgungsfachbetrieb …der Partner an Ihrer Seite

• Akten • Altpapier • Folie

➢ **Entsorger und Vertragspartner von**
• Druckereien · Verlagen · Papier- und Pappenverarbeitern

➢ **Entsorgung und Verwertung von**
• allen gängigen Sorten Altpapier · Folien · Holz

➢ **Aktenvernichtung nach BDSG**
• Selbstanlieferung · Abholung in verschließbaren Behältern
• Vernichtung mit Garantie-Erklärung

ALTPAPIER
KUNSTSTOFFE
AKTENVERNICHTUNG

STÜCKE
ROHSTOFF-RECYCLING GmbH

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

Tradition bindet -

E. Rahe · Rohling Universitäts-Buchbinderei

- seit 1864 im Familienbesitz

- **Klebebindung PUR**
- **Falzen bis Format 76 x 112 cm**

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

Print macht mehr draus

Wir möchten, dass auch in Zukunft viel gedruckt wird.

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

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

bvdm.

Entsorgung und Verwertung von:
• Altpapier • Druckerei-Abfällen • Folien • Restpartien

Knol Papier Recycling

REISSWOLF

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

www.knolpapierrecycling.nl www.reisswolf.nl

TERMINE

2018

24.–25.01.2018
EmPack 2018, Dortmund

27.–30.01.2018
Paperworld, Frankfurt am Main

15.02.2018
Digitaldruck Kongress, Düsseldorf

15.–17.02.2018
WETEC 2018, Stuttgart

21./22.02.2018
Inside 3D Printing, Düsseldorf

28.02.–01.03.2018
Colour Management Symposium, München

13.–15.03.2018
Lopec, München

15.–16.03.2018
Online Print Symposium, München

15.–18.03.2018
Leipziger Buchmesse, Leipzig

11./12.04.2018
Label & Print, Zürich

20./21.04.2018
Gemeinsame Jahreversammlung der vdm Mitteldeutschland und NordOst, Neuruppin

15.–18.05.2018
FESPA 2018, Berlin

25.05.2018
Jahreshauptversammlung vdm Rheinland-Pfalz/Saarland, Pirmasens

05.–07.06.2018
FabCon 3.D, Erfurt

07.06.2018
Jahreshauptversammlung vdm Hessen, Frankfurt am Main

07.–09.06.2018
Bayerischer Druck- und Medientag, Passau

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

27./28.09.2018
Treffpunkt Technik, Berlin

10.–13.10.2018
Druck+Form, Sinsheim

10.–14.10.2018
Frankfurter Buchmesse, Frankfurt am Main

25.10.2018
Druck&Medien Awards 2018, Berlin

07.11.2018
Vertriebskongress VDM Nord-West, Düsseldorf

2019

25.02.–28.03.2019
Hunkeler Innovationdays 2019, Luzern

21.–24.03.2019
Leipziger Buchmesse, Leipzig

16.–20.10.2019
Frankfurter Buchmesse, Frankfurt am Main

2020

23.06.–03.07.2020
drupa 2020, Düsseldorf

MACHEN SIE KOMMUNIKATION ZUM ERLEBNIS

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

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

Wir bei Canon nennen das:

#UNLEASHPRINT

Erfahren Sie mehr unter: **canon.de/unleashprint**

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

Canon

Equipment

Entdecken Sie das Unerwartete. **Versafire.**

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

Jetzt gratis Druckmuster anfordern!
heidelberg.com/vf-muster

HEIDELBERG

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