

DAS MAGAZIN

NUTZEN

DER DRUCK- UND MEDIENVERBÄNDE

MEHR GRÜN!

Immer mehr Kunden wollen klimaneutral drucken lassen

Gut für die Umwelt – gut fürs Geschäft
Besser 80% jetzt als 100% nie

Wirtschaftlicher Druck im Superwide-Format



Acuity LED 3200R Sehr breit, sehr hochwertig.

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

Erfahren Sie mehr über dieses außergewöhnliche Drucksystem:

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

grafische_systeme@fujifilm.de

Acuity LED 3200R auf einen Blick:

LED-UV-Härtungssystem mit niedrigem Energieverbrauch

Lebensechte Bilder und sensationelle Backlits

Fujifilm Uvijet LF-Tinten

Verwendung vielfältigster Bedruckstoffe, inklusive wärmeempfindlicher Materialien

Doppelrollendruck

Lichtbox für Backlit-Proofing

Schnelle Produktionsbereitschaft

Geringe Wartungskosten

AcuityLED 3200R

FUJIFILM
Value from Innovation

EDITORIAL



Liebe Leserin, Lieber Leser,

„Deutschland und insbesondere die Druckindustrie, die nah am Kunden ist, kann wesentlich dazu beitragen, dass Nachhaltigkeit zu einem Erfolgsmodell wird.“ Dieser Satz des früheren Bundesumweltministers, Klaus Töpfer, auf der drupa 2012 zeigt, dass uns schon damals sehr viel zugetraut wurde. Und wir haben unsere Hausaufgaben fleißig weitergemacht. Heute gilt die Druckindustrie vielen als Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit und Energieeffizienz.

Einen maßgeblichen Beitrag dazu leistet die Klimainitiative der Verbände. Sie feiert in diesem Jahr ihr 10-jähriges Jubiläum und hat maßgeblich geholfen, CO₂-Emissionen im dreistelligen Millionenbereich einzusparen und zu kompensieren. Über die Initiative wurden zudem Kunden und die breite Öffentlichkeit erreicht und damit konnte das frühere „Schmutzfink-Image“ der Branche abgetragen werden. Selbst die „Onliner“ halten sich mit Statements, sie seien die umweltfreundlicheren Kommunikatoren, heute sehr zurück.

Allen Unternehmen, die mit großem Respekt für die Umwelt aktiv sind, sagen wir an dieser Stelle sehr herzlichen Dank. Und wir möchten dazu ermutigen, sich weiterhin in diesem Sinne zu engagieren und dies auch auszubauen und zu kommunizieren.

Das ist nicht nur gut für unser Klima, es hilft der Branche, denn es zeigt der Politik: Die Branche weiß, wie Umweltschutz funktioniert. Dieses Signal brauchen wir, wenn wir mit politischen Entscheidern Maßnahmen diskutieren, die sich für Branchenfremde am grünen Tisch vielleicht gut lesen, der Umwelt jedoch wenig bringen – und schlimmstenfalls den Unternehmen unnötige bürokratische Steine in den Weg legen.

Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre.

Herzlichst, Ihre Geschäftsführer der
Druck- und Medienverbände



IN HA LT

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



Mehr Grün!

TITELTHEMA: UMWELTSCHUTZ

10 — GRÜN DRUCKEN STATT GREENWASHING

10 Jahre Klimainitiative der Druck- und Medienverbände – eine Erfolgsgeschichte

12 — WIR DENKEN UND DRUCKEN GRÜN

Immer mehr Kunden wollen ihre Produkte klimaneutral drucken lassen.

14 — GUT FÜR DIE UMWELT – GUT FÜRS GESCHÄFT

Umwelt- und klimafreundliches Arbeiten zahlt sich für Betriebe aus.



IMPRESSUM

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

VERANTWORTLICH: Bettina Knappe, Wolf Witte

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

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

ANZEIGEN UND DRUCK: **Tecklenborg Druckhaus + Verlag**
Siemensstraße 4, 48565 Steinfurt, Tel: (0 25 52) 920 02, Fax: (0 25 52) 920 160

03 — EDITORIAL

Herzlich willkommen zum vierten NUTZEN

06 — PRINT KOMMT AN

*Print oder online lesen?
Ein Engergievergleich*

**08 — DRUCK AUF BERLIN
UND BRÜSSEL**

Nachhaltig können wir selbst

16 — DIE PROFIS

Besser 80% jetzt als 100% nie

Seite **24**



Seite **18**

18 — DER NUTZEN

Mit der Gasturbine weltweit die Nase vorn

**21 — DIE VERBANDSEXPERTIN
IM INTERVIEW**

Datenschutz geht jeden an

22 — DIE FIRMA

Nachhaltig dank kurzer Wege

24 — DIGITALDRUCK-KONGRESS 2018

Der dritte Digitaldruck-Kongress trifft erneut den Nerv der Branche

28 — UNTERWEGS MIT ...

Ein Tag im Leben eines technischen Beraters

30 — NÜTZLICH

Wissenswertes für die Betriebsführung

34 — KURZMELDUNGEN

Informationen aus den Verbänden

38 — VERANSTALTUNGSTERMINE

Bundesweite Verbandstermine + weitere branchenrelevante Events



Seite **22**

Wir hoffen, dass Ihnen die vierte 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!



SAUBER GEMACHT

Was ist besser für die Umwelt: Eine Zeitung auf Papier zu lesen oder online im Internet? Ein Vergleich zeigt: Das „Holzmedium“ hat eindeutig die Nase vorn. Denn allzu oft wird übersehen, wie hoch der Energieverbrauch für die Online-Lektüre wirklich ist.



39%

DER ENERGIEVERBRAUCH

Wer online liest, verbraucht Strom für PC und Bildschirm (im Durchschnitt 110 Watt) beziehungsweise Laptop (32 Watt). Dazu kommt der Verbrauch für das heimische Internet-Modem und – falls vorhanden – den drahtlosen Zugang per WLAN. Beides läuft in der Regel rund um die Uhr.



DAS INTERNET

Wie viele Treibhausgase bei Einrichtung und Betrieb der weltweit verteilten Serverparks für die Datenspeicherung und -übertragung erzeugt werden, ist schwer zu schätzen. Hier wurde mit einem durchschnittlichen Stromverbrauch von 12,5 Kilowattstunden pro heruntergeladenem Gigabyte gerechnet.

35%

DER COMPUTER

Auch bei der Herstellung von Prozessoren, Speicherchips, Festplatten, Trafos und Gehäusen für den PC werden Treibhausgase ausgestoßen. Die verbauten Rohstoffe sind durch ihre Seltenheit häufig mit besonders hohen CO₂-Äquivalenten versehen und haben daher auch einen negativen Einfluss auf die Ökobilanz.

12%



DER TRANSPORT

Einen vergleichsweise kleinen Anteil an den Umweltfolgen hat der globale Transport der Hardware von Fernost bis zum Endverbraucher in Europa.

1%



DER BILDSCHIRM

Die Herstellung des Bildschirms für den PC oder Laptop benötigt viel Energie. Außerdem werden bei der Produktion hochwirksame Treibhausgase wie Schwefelhexafluorid freigesetzt, die sich negativ auf die Ökobilanz auswirken.

13%

ONLINEZEITUNG

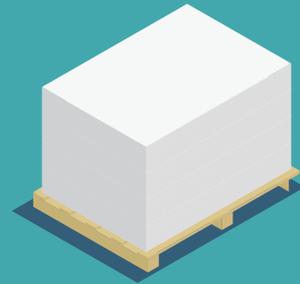
Beispiel: 30 Minuten Lektüre (50% der Leser am PC und 50% der Leser am Laptop), bei 2,5 Stunden Internetnutzung pro Tag, kein Ausdruck von Artikeln
CO₂-Äquivalent im Jahr in kg:

36 kg



DAS PAPIER

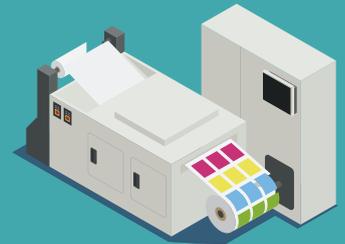
Die Herstellung von Papier für eine Zeitung hinterlässt einen relevanten CO₂-Fußabdruck, da Ressourcen verbraucht werden und der chemische Aufschluss von Holz hohe Energieaufwendungen mit sich bringt. Im Zeitungsbereich werden in der Regel jedoch nur Recyclingpapiere eingesetzt. Deren Fußabdruck ist deutlich geringer als der von Frischfaserpapier.



57%

DER VERTRIEB

Per Lkw und Auto werden die fertigen Zeitungsstapel zu Grossisten, Bahnhofsbuchhandlungen, Kiosken und weiteren Kunden transportiert.



DIE DRUCKMASCHINEN

Die Umweltbelastung beim Drucken entsteht vor allem durch den hohen Stromverbrauch der Rotationsmaschinen. Sie verwandeln die gewaltigen Papierrollen in fertig gedruckte, zusammengelegte und zu Bündeln verschnürte Zeitungen.

7%

GEDRUCKTE ZEITUNG

Beispiel: Tageszeitung im Tabloid-Format, 40 Seiten, Auflage 32.000, 2,4 Leser pro Exemplar **CO₂-Äquivalent im Jahr in kg:**

28 kg

19%

DER PAPIER-TRANSPORT

Das in Deutschland verwendete Zeitungsdruckpapier stammt zum größten Teil aus heimischer Produktion.



7%

DIE FARBE

Bei der Herstellung von Druckplatten, Farben und weiteren Verbrauchsmaterialien werden die eingesetzten Rohstoffe als CO₂-Äquivalente berücksichtigt sowie der bei der Herstellung verwendete Strom. Sie tragen auch zur Treibhausbilanz eines Druckerzeugnisses bei.



10%

QUELLE: DIE ZEIT, CENTRE FOR SUSTAINABLE COMMUNICATIONS AM KTH, STOCKHOLM; EIDGENÖSSISCHE MATERIALPRÜFUNGS- UND FORSCHUNGSANSTALT (EMPA) AN DER ETH ZÜRICH

Nachhaltig können wir selbst

Zum Redaktionsschluss dieser NUTZEN-Ausgabe war nicht absehbar, ob es bereits eine neue Regierung gibt, wenn Sie das Heft in den Händen halten. Macht aber nichts – die deutsche Druckindustrie arbeitet einfach weiter. Und zwar so sauber wie eh und je. Denn sie versteht sich seit Jahren auf die erfolgreiche Selbstverpflichtung zu nachhaltiger Produktion.

Ein Beispiel ist die Brancheninitiative zur Verminderung von Lösemittel-Emissionen im Offsetdruck. Die gibt es seit 1995 und sie führte zu erheblichen Reduzierungen von flüchtigen organischen Substanzen (VOC). Oder bei der Erforschung alternativer, mineralölfreier Druckfarben. Oder mit der Klimainitiative der Druck- und Medienverbände, die erfolgreich zur CO₂-Einsparung beiträgt.

Unabhängig von einer neuen Regierung liegen jedoch nach wie vor politische Vorgaben auf dem Tisch, von denen wir nicht alle für sinnvoll halten. Einige Beispiele:

Wenn, dann mit Sachverstand

Mineralöle wandern aus Lebensmittelverpackungen in Lebensmittel über und verunreinigen diese. Richtig oder falsch? Man weiß es nicht exakt, denn die Analysemethoden sind nicht genau genug, um den Entstehungsort zu kennen. Doch das hinderte den Gesetzgeber 2016 nicht daran, im Entwurf der Mineralölverordnung einen pauschalen Zusammenhang zwischen Messwerten und der Verpackungsherstellung zu ziehen, ohne Beachtung anderer möglicher Quellen im Produktionsprozess eines Lebensmittels – etwa Schmier-, Hydraulik- oder Batching-Öle, aber mit erheblicher Rechtsunsicherheit für die deutsche Druck- und Verpackungsindustrie.

Grenzwertig

Ein Grenzwert ist politisch schnell festgelegt, aber wird er später auch veränderten Rahmenbedingungen angepasst? Die deutsche Druckindustrie wurde über Jahre hinweg bei den Emissionen flüchtiger organischer Verbindungen (VOC) und deren Meldung an die EU-Kommission schlechterechnet. Im Verbund mit weiteren Verbänden konnte der bvdm gegenüber dem Umweltbundesamt belegen, dass die VOC-Anteile in Farben, Lacken, Verdünnern und Reinigungsmitteln mittlerweile deutlich gesunken sind.



Energie!

Ohne Energie geht in der Druck- und Medienwirtschaft nichts. Das liegt in der Natur der Sache. Und weil Energie Geld kostet, arbeiten immer mehr Betriebe so effizient, dass es kaum noch Einsparpotenziale gibt. Nicht zuletzt aufgrund der EEG-Umlage werden jedoch die meisten Druck- und Medienunternehmen über Gebühr zur Kasse gebeten. Denn aufgrund ihrer Größe gelingt es ihnen nicht, Ausnahmeregelungen in Anspruch zu nehmen, wie es in energieintensiveren Branchen durchaus möglich ist. Das führt zu bedrohlichen Wettbewerbsnachteilen gegenüber Herstellern in den Nachbarländern.



Wenn Merkblätter Millionen kosten

„Merkblätter zu den Besten Verfügbaren Techniken“, kurz BVT-Merkblätter, werden auf europäischer Ebene beschlossen und dienen der Verankerung eines einheitlichen, hohen Umweltschutzniveaus für Industrieanlagen in der EU. Spätestens vier Jahre nach deren Veröffentlichung im EU-Amtsblatt müssen sie eingehalten werden und schaffen somit faktisch nationales Recht. Die Mitwirkung an der Überarbeitung dieser Merkblätter ist eine Daueraufgabe des bvdM. Denn nur so lassen sich praxisferne und manchmal auch sehr kostspielige Nachteile für die Druckindustrie verhindern. ■

Praxisgerechter Umwelt- und Arbeitsschutz ist kontinuierlich Thema in den Technikgremien des bvdM, die im Rahmen des Treffpunkt Technik tagen. Moderiert werden sie von Julia Rohmann, Referentin für Umweltschutz/Arbeitssicherheit beim bvdM.

In ihren Grundsatzpositionen bündeln die Verbände Druck und Medien konkret und prägnant die zentralen Forderungen, die sie im Namen der Branche an die Politik richten. Vom Bürokratieabbau bis hin zur Netzpolitik. Natürlich gehören dazu auch umweltpolitische Forderungen:

- Nachhaltige Umweltpolitik, ohne betriebliche Belange ins Abseits zu stellen
- Stärkere Berücksichtigung von technischen Fakten und nachweislicher Wirksamkeit bei der Entwicklung gesetzlicher Vorgaben
- Entbürokratisierung von Dokumentationspflichten und bei Nachweisen in der Lieferkette
- Wettbewerbsorientiertes Energiekonzept für Deutschland, das die Kosten der Energiewende nicht den kleinen und mittleren Unternehmen aufbürdet



Grün drucken statt Green- washing

”

185.000.000 Kilogramm
CO₂ in zehn Jahren
kompensiert.“

Wenn es um Nachhaltigkeit geht, müssen sich Drucker nicht mehr verstecken. Im Gegenteil: Im Vergleich zu vielen anderen Industrien hat die Druck- und Medienbranche mittlerweile sogar eine Vorreiterrolle übernommen. Dabei zeigt sich: Umwelt- und klimafreundliches Arbeiten zahlt sich auch für Betriebe aus. Denn bei der professionellen Suche nach „Energiefressern“ im Unternehmen werden Prozesse analysiert, Produktionswege geprüft und Ressourcenverbräuche hinterfragt. Im Resultat führt das häufig zu effizienterem Arbeiten, zu Materialeinsparungen, zur Vermeidung von Fehlern und damit zur Senkung interner Kosten. Seit nunmehr zehn Jahren engagieren sich Druckereien im Rahmen der Klimainitiative des Bundesverbandes Druck und Medien für den Klimaschutz. Mittlerweile haben sie über 131.000 verschiedene Druckprodukte klimaneutral produziert und dabei insgesamt 185.000.000 Kilogramm CO₂ durch Investitionen in Klimaschutzprojekte kompensiert.

Erfolgsmodell Klimainitiative

Umfassende Unterstützung auf dem Weg in die umweltfreundliche Produktion erhalten die Druckereien von den Landesverbänden. Betriebe, die seit Gründung der Klimainitiative bzw. seit zehn Jahren Mitglied sind, werden von diesen für ihr vorbildliches ökologisches Engagement ausgezeichnet. „Die Klimainitiative der Verbände ist eine Erfolgsgeschichte, die ohne all die Unternehmen, die von Beginn an von ihr überzeugt waren, nicht möglich gewesen wäre“, unterstreicht Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdM. „Für ihr Vertrauen und ihr Engagement verdienen sie allergrößten Dank.“ Auf politischer Ebene setzt sich der bvdM in Deutschland und Europa dafür ein, dass Vorschriften, Gesetze oder Zertifizierungsanforderungen die wirtschaftlichen Aspekte unternehmerischen Handelns ausreichend berücksichtigen. Denn Umweltschutz in der Wirtschaft gelingt nur dann, wenn er auch in der Wirtschaft umgesetzt werden kann. ■

Wir denken und drucken Grün

Die Leinebergland Druck GmbH & Co. KG aus Alfeld (Leine) erstellt und kompensiert jährlich ihre Energiebilanz. Die Kunden mögen das. Die Umwelt auch. Im Gespräch mit NUTZEN erklärt Geschäftsführer Bernd Klostermeyer, warum auch die Firma davon profitiert.



Alle Zeichen auf Grün. Bernd Klostermeyer, seit zehn Jahren Mitglied der bvdm-Klimainitiative, und Holger Schürmann vom Verband Druck & Medien NordOst.

Herr Klostermeyer, Sie werben auf Ihrer Internetseite mit dem Slogan „Wir denken und drucken Grün!“. Wie setzen Sie dieses Firmenmotto konkret im Unternehmen um?

Grundsätzlich reduzieren wir das Thema Umwelt nicht nur auf klimaneutrales Drucken, sondern wir bieten das komplette Paket an. Dazu gehören alkoholreduzierter Druck, klimaneutraler Druck, FSC- bzw. PEFC-Zertifizierung und wir drucken auch auf Recyclingpapieren. Abfälle recyceln wir natürlich wie vom Gesetzgeber vorgeschrieben, versuchen aber, sie größtmöglich wieder zu verwerten. Im Bereich der Druckplattenentwicklung geht es leider aus wirtschaftlichen Gründen nicht ganz ohne Chemie. Aber mit unserer modernen Druckplattenentwicklungsmaschine fallen schon 70 bis 80 Prozent weniger Abfall an als noch vor drei bis vier Jahren.

Sie sind seit November 2010 Mitglied der bundesweiten Klimainitiative des bvdm und nutzen seitdem auch den CO₂-Rechner der Verbände. Was hat Sie damals zum Mitmachen bewogen?

Zunächst waren es Kundenanforderungen. Zwei, drei Kunden wollten ihre Produkte klimaneutral produzieren lassen. Wir haben uns daraufhin mit Hilfe des Verbandes in die Thematik eingearbeitet und mit seiner Unterstützung das Ganze umfassend umgesetzt.

Welche Daten und Informationen waren erforderlich, um den CO₂-Rechner im Unternehmen zu installieren?

Wir mussten viele Leistungswerte zusammentragen – nicht nur die der Druckmaschinen und Weiterverarbeitungsanlagen in unserem Hause, sondern auch die der externen Weiterverarbeiter. Also die Fortdruck-Fortlauf-Geschwindigkeiten und natürlich den Stromverbrauch. Hinzukommen Gasverbrauch für die Heizung und Strom für das Unternehmen insgesamt. Dann war relevant, wie die Mitarbeiter zur Arbeit kommen – mit dem Auto, den öffentlichen Verkehrsmitteln, dem Fahrrad und wie weit ihre Wege sind.

Welche Möglichkeiten ergeben sich für Sie durch die Nutzung des CO₂-Rechners? In welchem Umfang setzen Sie ihn ein?

Die Nutzung des CO₂-Rechners ist klar an das Produkt gekoppelt. Wir können damit die CO₂-Emissionen eines Auftrages errechnen. Danach haben wir die Möglichkeit, den entsprechenden CO₂-Ausstoß durch Investition in Klimaschutzprojekte, die die gleiche Menge CO₂ einsparen, auszugleichen (zu kompensieren). So können wir unseren Kunden klimaneutrale Produkte verkaufen. Zusätzlich haben wir durch unser MIS-System die Möglichkeit, erstellte Kalkulationen online in den Klimarechner einzuspielen und so schon im Angebotsprozess die Daten des Klimarechners und die Kosten für die geplante Kompensation des CO₂-Ausstoßes in das Angebot einfließen zu lassen. Das spart Zeit und ist viel genauer, weil die Zeiten und Fortlaufgeschwindigkeiten der Maschine direkt aus der Kalkulation entnommen werden, also nicht mit einem Durchschnittswert errechnet wird.

Im Zuge der Einführung des CO₂-Rechners wurde in Ihrem Unternehmen eine betriebliche Energieeffizienzanalyse durchgeführt. Gab es Ergebnisse, mit denen Sie nicht gerechnet haben?

Ja, das Ergebnis war, dass wir im Prinzip schon ziemlich gut aufgestellt sind. Das liegt sicher daran, dass wir ein recht neues Betriebsgebäude hatten, in dem Wärmedämmung oder Heizung schon auf dem aktuellen Stand der Technik waren. Maßnahmen wie Fassadendämmung und Heizungsmodernisierung waren daher nicht erforderlich. Wir haben noch Empfehlungen zum Stromsparen aus der Beratung umgesetzt, wie die Umstellung der Beleuchtung in der Produktion auf LED. Wirklich interessant war, dass eine große Anzahl von EDV-Anlagen Wärme erzeugt, die dann wieder per Klimaanlage runtergekühlt werden muss. Deshalb haben wir im letzten Jahr unsere Server virtualisiert, also in die Cloud verschoben, sodass als Nebeneffekt jetzt keine Wärme mehr aus dem Serverraum abgeführt werden muss. Leinebergland Druck war 2014 bundesweit eine der ersten Druckereien, die ihren CO₂-Fußabdruck für das Unternehmen ermittelt hat. Dafür wird die gesamte Wertschöpfungskette des Unternehmens unter die Lupe genommen.

Welche Erkenntnisse konnten Sie aus diesem Prozess ziehen?

Definitiv haben wir im Bereich Stromeinkauf dazu gelernt. Da Strom den größten Teil der von uns verursachten CO₂-Emissionen ausmacht, haben wir geprüft, was es kostet, wenn man den Strom klimaneutral einkauft. Dabei kam heraus, dass viele Stromlieferanten bereits stückweise regenerative Energien



Immer mehr Kunden wollen ihre Produkte komplett klimaneutral drucken lassen.

Bernd Klostermeyer

einsetzen und die Kosten für klimaneutral eingekauften Strom kaum höher ausfallen. Wir haben umgestellt und was am Ende an CO₂-relevanter Energie übrig bleibt, stellen wir klimaneutral, um das Statement „Wir denken und drucken Grün!“ bewusst zu unterstreichen. Also nicht nur der Kunde, der seinen Auftrag kompensiert, sondern auch wir tragen etwas zur Klimaneutralität bei. Das heißt, durch unseren Einsatz wird die Kompensation des einzelnen Druckauftrages für die Kunden preiswerter, weil wir die Energie, die bei uns im Unternehmen anfällt, schon klimaneutral gestellt haben. So muss der Kunde nur noch den Kompensationsaufwand für Rohstoffe, Papier, Druckplatten – also die extern anfallenden Emissionen – tragen.

Wie kommen Ihre Initiative für die Umwelt und Ihr Firmenmotto bei den Kunden an?

Wir merken, dass immer mehr Kunden, auch größere Konzerne mit mehreren Standorten, ihre Produkte komplett klimaneutral drucken lassen wollen. Nicht nur einen Auftrag, sondern alles, von der Weihnachtskarte bis zum Geschäftsbericht. Das ist eine Firmenphilosophie, die dann auch auf FSC- oder PEFC-zertifiziertes Papier achtet. Das gehört dazu, um heute sein Unternehmen als nachhaltigen Betrieb darzustellen. Vor 10 Jahren waren es ein oder zwei Kunden. Heute ist ein steigender Prozentsatz aller Aufträge, die wir produzieren, zumindest CO₂-neutral, meist in Verbindung mit nachhaltig zertifiziertem Papier. Und das ist gut so. Jeder muss etwas dazu beitragen, dass wir unsere Umwelt ein bisschen in den Arm nehmen und schützen. Wenn ein Kunde Geld in die Hand nimmt, vielleicht nur 15,- oder 20,- Euro pro Auftrag, dann zeigt er doch, dass ihm die Umwelt nicht egal ist. Und wenn der Kunde das tut, dann packen wir gerne die andere Hälfte noch oben drauf und schaffen eine schöne Win-win-Situation für eine gemeinsame saubere Zukunft. ■

Gut für die Umwelt – gut fürs Geschäft



Grüner drucken ist heute mehr als ein Trend. So wie sich immer mehr Menschen mit Produkten aus Biomärkten versorgen oder Haushalte energiesparende Technik kaufen, erwarten Kunden von ihren Druckereien möglichst saubere, nachhaltig gefertigte Produkte. Das gilt für viele Unternehmen, Behörden oder Ministerien, aber auch private Auftraggeber. Und zunehmend wird in Ausschreibungen gefordert, dass Druck- und Medienbetriebe einen Nachweis über umwelt- und klimafreundliche Produktionen vorweisen können.

Immer mehr Druckereien in Deutschland schließen sich daher der Klimainitiative der Druck- und Medienverbände an. Denn damit zeigen sie, dass sie nicht nur imstande sind, einzelne Produkte klimaneutral zu stellen. Für sie ist klimaneutrales Produzieren mehr als eine kurzfristig verkaufsfördernde Maßnahme. Sie beweisen glaubwürdiges, konsequentes Engagement und erfüllen damit den Anspruch ihrer Kunden, sich gemeinsam verantwortungsbewusst zu verhalten.

Nachhaltig klimafreundlich drucken

Die Leitlinien der bvdm-Klimainitiative setzen auf Nachhaltigkeit. Daher geben sie drei Bausteine für klimafreundliche Produktionen vor: CO₂ ermitteln ► CO₂ vermeiden ► CO₂ kompensieren.



Stufe 1: Arbeiten mit dem CO₂-Rechner, um die produktbezogenen Emissionen zu ermitteln.

Der Onlinerechner zeigt auf, welche Emissionen durch einen Druckauftrag erzeugt werden. Zugangsvoraussetzung zu dem Rechner ist die Teilnahme an einer Schulung, bei der die komplexen Zusammenhänge der Bilanzierung sowie die einzelnen Rechenparameter erläutert und auf den entsprechenden Betrieb ausgerichtet werden.



Stufe 2: Überprüfung der Energieeffizienz des Unternehmens, um Emissionen zu vermeiden.

Betriebe, die Mitglied in der Klimainitiative werden möchten, erklären sich bereit, ihre Energieeffizienz überprüfen zu lassen. Dabei werden sie von den Verbandsexperten unterstützt. Diese Beratung wird für KMUs von der KfW mit 80% der Kosten bezuschusst.



Stufe 3: Nicht vermeidbare Emissionen kompensieren.

Unternehmen können selbst oder im Auftrag ihrer Kunden die bilanzierten Emissionen eines Druckauftrages kompensieren. Dazu werden für die verursachten CO₂-Emissionen entsprechende Zertifikate aus Klimaschutzprojekten erworben. Kompensierte Druckprodukte dürfen mit dem Zeichen „Print CO₂ kompensiert“ gekennzeichnet werden.

Umfassend klimafreundlich arbeiten

Vielen Betrieben ist die Kompensation von Druckproduktionen nicht genug. Deshalb bieten die Verbände an, den CO₂-Fußabdruck für das gesamte Unternehmen zu ermitteln und zu kompensieren. Dabei werden drei Bereiche, sogenannte „Scopes“, unterschieden.

Scope 1 betrifft alle Emissionen aus eigenen Verbrennungsprozessen wie z. B. von Heizungen (Gas) und Fahrzeugen (Benzin).

Scope 2 umfasst die Emissionen, die durch die Energieerzeugung der vom Unternehmen hinzugekauften Strom- oder Fernwärmemengen entstehen.

Scope 3 beinhaltet alle indirekten Emissionen, die durch die vor- und nachgelagerte Produktionskette des Unternehmens verursacht werden. Hierzu zählen erworbene Güter wie z.B. Papier oder Farben in der Druck- und Medienwirtschaft, Dienstleistungen, Reisetätigkeiten, Aktivitäten von Lieferanten und die Nutzung des Produktes durch den Kunden. ▣

Unternehmen, die Mitglied der Klimainitiative sind, also entsprechend nachhaltig arbeiten, signalisieren dies mit dem offiziellen Siegel der Verbände.

Print  geprüft
www.bvdm-online.de

Unternehmen, die sich darauf beschränken, die Emissionen zu kompensieren, die direkt in ihrem Hause anfallen (Scope 1 + 2), erhalten das Siegel „Energieeinsatz CO₂ kompensiert“.

Energieeinsatz  kompensiert
Klimaneutral bis Id.-No. www.bvdm-online.de

Unternehmen, die die Bilanz ihres gesamten Standortes (Scope 1, 2 + 3) kompensieren, dürfen dies mit dem Siegel „Unternehmen CO₂ kompensiert“ ausweisen.

Unternehmen  kompensiert
Klimaneutral bis Id.-No. www.bvdm-online.de



”

Wir haben eine Energieeffizienzanalyse durchgeführt und ich war erstaunt über das Kosten-Nutzen-Verhältnis der Energiesparmaßnahmen. Allein mit der Umstellung von Pumpen in der Druckerei konnten jährlich 60.000 Euro eingespart werden.“

Matthias Tietz, Geschäftsführer der Rheinisch-Bergische Druckerei GmbH

Besser 80% jetzt als 100% nie

Längst hat der „Öko-Trend“ auch die Druckindustrie erfasst. Die Nachfrage nach sauberen Produkten und Dienstleistungen steigt. Die Stober GmbH aus Eggenstein bei Karlsruhe setzt sich selbst ganz bewusst hohe ökologische Ziele. Doch für Marcus Stober, Geschäftsführer des Unternehmens mit rund 55 Mitarbeitern, ist die umweltschonende Produktion nur ein kleiner Teil eines umfassend nachhaltigen Gesamtkonzepts. Für NUTZEN hat der Wirtschaftsingenieur offen über sein außergewöhnliches Verständnis von Nachhaltigkeit gesprochen.



Herr Stober, Sie haben kürzlich in eine neue Halle investiert und Ihre Fläche nahezu verdreifacht. Was hat das mit Ökologie zu tun?

Es ist für mich ökologisch, heute schon Dinge vorzubereiten, um in Zukunft optimal agieren zu können. Und zwar optimal im Hinblick auf wirtschaftliche, umweltbezogene und soziale Ziele. Als Unternehmer sollte man sich die Möglichkeit schaffen, ökologische Technologien einzusetzen und ressourcenschonende Prozesse zu organisieren, Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sind demgemäß bei Stober zunächst eine wichtige Ressource und kein Kostenfaktor. Aktuell bereiten wir einen in etwa fünf Jahren anstehenden Generationswechsel bei unseren Fachkräften vor und scheuen uns nicht, dafür bereits heute personell aufzustocken. Mit dieser Haltung haben wir die Investition in die neue Halle getätigt. Ganz abgesehen davon, dass wir unsere Logistikkosten reduzieren.

STOBER GMBH

Eggenstein/Leopoldshafen

Geschäftsführer:

Jürgen Stober, Marcus Stober

Mitarbeiter: 55

Leistungen:

Druckvorstufe, Druck, Weiterverarbeitung, Digitalmedien, Logistik, IT-Services

Ökologie:

- Biofarben, FSC-zertifizierte Papiere
- ressourcenschonende Prozesssteuerung, chemiearme Druckplattenherstellung
- CO₂-kompensiertes Drucken, Wärmerückgewinnung durch Kreuzwärmetauscher

Recycling:

- Papier, Druckplatten, PE-Folie, Holz, Metalle, Kunststoffe
- energieeffizienter Transport

Wie planen Sie für die Zukunft?

Gegebenheiten verändern sich und ich muss einen Weg finden, sie zu integrieren. Vorgefertigte Wege gibt es heute nicht mehr. Dabei wird sich unser Kerngeschäft in Zukunft nicht wesentlich verändern. Was sich aber disruptiv verändert, sind die Möglichkeiten, Prozesse optimal zu gestalten. Disruption allein steht jedoch im Widerspruch dazu, Veränderungen organisch anzugehen und mit wirksamer Nachhaltigkeit auszustatten. Deshalb heißt „optimal“ für mich, alle vorhandenen Ressourcen effizient zu nutzen – und zwar im Einklang zueinander. Im weitesten Sinne verstehen wir bei Stober das als „umfassende Ökologie“.

Gelebte Ökologie ist quasi die ständige Arbeit am Prozess?

Ich hätte nie gedacht, dass ich das einmal sage ... Früher war Ökologie für mich immer schwarz oder weiß. Richtig oder falsch. Heute würde ich eher sagen: Lieber 80 Prozent sofort umsetzen als 100 Prozent nie. Ökologie heißt ja nicht, dass man alles nur umweltfreundlicher machen will, sondern dass die Dinge auch umgesetzt werden. Ökologie muss daher immer mitgedacht werden. Und dann muss ich fragen, ob sich das zum jetzigen Zeitpunkt auch ökonomisch umsetzen lässt. Oder man muss sich zunächst mit einer Zwischenstufe zufriedengeben, die dann regelmäßig auf ihr Optimierungspotenzial hin überprüft wird. Wenn 80 Prozent realisiert sind, dann kann ich in einem nächsten Schritt an kleinen Schrauben drehen und den Prozess weiter verbessern. Mit dem Beginn ist das meiste schon geschafft.

Publikation NEULAND des KIT (Karlsruher Institut für Technologie): Kooperation und Zusammenarbeit werden in langjährigen Kundenbeziehungen sichtbar.



”

Jeder Einzelne soll seine Potenziale leben können.“

Marcus Stober, Inhaber Druckerei Stober GmbH

Ist also auch der Mensch eine Ressource?

Früher habe ich mich immer sehr gegen den Begriff „Human Resources“ gewehrt. Heute sehe ich Menschen ganz klar als eine Ressource. Als Unternehmer haben wir die Verantwortung, diese Ressource optimal einzusetzen. D.h., wir müssen prüfen, wo können Mitarbeiter in ihrer Arbeit unterstützt werden? Und wie gefördert? Meinen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen will ich die Möglichkeit geben, sich individuell einzubringen und ihre Potenziale zu leben. Das ist für mich Orientierung an der Ressource – also auch ökologisch.

Das scheint Ihnen besonders am Herzen zu liegen.

Auf jeden Fall. Jeder Einzelne sollte sich bewusst sein, was er erreichen will. Auf dieser Basis können wir dann gemeinsam an der Umsetzung arbeiten. Das hat mit der Druckerei nichts zu tun, das ist eine Haltung.

Dass Sie auch CO₂-Emissionen kompensieren, sortenrein Müll trennen und eine im Branchenschnitt äußerst geringe Fehlleistungsquote um die 0,5 Prozent haben, ist da nur Nebensache?

Es ist Teil des Gesamtkonzepts. Es geht immer nur darum, die Dinge, die wir einsetzen, optimal zu nutzen und Verschwendung zu vermeiden. Womit auch wieder der ökonomische Ansatz vertreten wäre. Für mich bilden umweltbezogene, wirtschaftliche und soziale Überlegungen eine Einheit. Das ist meine Philosophie. ■

Mit der Gasturbine weltweit die Nase vorn



Am Rande des Harzes entstehen tagtäglich Millionenaufgaben von Drucksachen in einer der führenden Heatset-Rollenoffset-Druckereien Deutschlands. Für namhafte Kunden im In- und Ausland produziert die Jungfer Druckerei und Verlag GmbH mit mehr als 350 Mitarbeitern seit über 40 Jahren hochwertige Werbebeilagen, Prospekte, Kataloge und Zeitschriften.

Seit dem Generationswechsel 2009 setzen die Gesellschafter Guido Lang, Andreas Wulf und Roger Mellinghausen – neben der Geschäfts- und Personalentwicklung – einen ganz besonderen Schwerpunkt auf Investitionen in zukunftsweisende Technologien. Durch nachhaltiges Wirtschaften und ein Höchstmaß an ökologischem Verantwortungsbewusstsein hat das erfolgreiche Trio frischen Wind in das Unternehmen gebracht.

Mit dem hochmodernen technischen Equipment des Unternehmens werden ressourcenintensive, meist kurzlebige, aber hochwertige Produkte im Heatset-Rollenoffset-Verfahren produziert.

Bedingt durch einen entsprechend hohen Einsatz von endlichen Ressourcen, die zudem immer kostenintensiver werden, entschied man sich zu handeln. Der Fokus wurde auf die ökologischen Aspekte gelegt. Bei der Entscheidung für eine neue energetische Ausrichtung des Unternehmens waren neben der Höhe der CO₂-Emissionen sowohl der Verbrauch der endlichen als auch der erneuerbaren Energien ausschlaggebend. Ziel war, den Verbrauch der benötigten Energie zum einen spürbar zu mindern und zum anderen die noch benötigten Energien effizient einzusetzen. Die Belastung von Umwelt und Gesellschaft sollte auf ein Minimum gesenkt, am besten ganz vermieden werden. Gleichzeitig galt es, auch den Anforderungen an nachhaltiges Wirtschaften gerecht zu werden.



Das Unternehmen hat die für sich optimale Lösung gefunden: Mit einem Investitionsvolumen von rund 14 Millionen Euro wurde ein Meilenstein für den Weg in die Zukunft gelegt, der verschiedene Zielsetzungen erfüllt:

- **Autonomie:** Erzeugung aller relevanten Energieformen vor Ort
- **Effizienz:** Einsatz hocheffizienter Technologien
- **Emissionen:** Verminderung bis hin zu Vermeidung
- **Kreislauf:** Rückgewinnung und Wiederverwendung von Rohstoffen

Das Kernstück dieser weltweit einzigartigen Konstruktion ist die Gasturbine, die sowohl Strom als auch Wärme und Heißgas erzeugt und auf diese Weise die Eigenproduktion aller im Unternehmen erforderlichen Energieformen abdeckt. Bei einer Überproduktion von Strom kann dieser sogar in das örtliche Stromnetz eingespist werden.

Beim Heatset-Rollenoffset kommt dem Verbrauch der Wärmeenergie prozessbedingt eine besondere Bedeutung zu, da die bedruckten Papierbahnen zur Trocknung innerhalb kürzester Zeit auf hohe Temperaturen erhitzt werden müssen. Dieser Bedarf an Wärmeenergie wird über die Weiterleitung des in der Gasturbine erzeugten Heißgases an die Trockner der Rollenoffsetdruckmaschinen abgedeckt. Aus diesem Grund sind die internen Gasbrenner der Druckmaschinen bei Jungfer im Druckprozess vollständig abgeschaltet, sodass ein CO₂-freier Druckprozess möglich ist.

Anschließend wird die Abluft der Heatset-Rollenoffsetmaschinen durch einen sogenannten Wärmetauscher weitergeleitet. In der Anlage wird die Luft abgekühlt, dadurch werden die im Abluftstrom enthaltenen gasförmigen Mineralöle und das Kondenswasser von der Abluft getrennt. Die Abluft kann anschließend einfach in die Atmosphäre geleitet werden. Im nächsten Schritt wird das Wasser-Öl-Gemisch in einem Schwerkraftabscheider voneinander getrennt. Das Wasser wird anschließend als Prozesswasser wieder genutzt. Das Mineralöl wird nach einer weiteren Aufbereitung wieder in den Rohstoffkreislauf zurückgeführt und dient als Rohstoff zur Druckfarbenherstellung.

Das Haus Jungfer zeigt damit ökologische Verantwortung sowie Kompetenz in innovativen, zukunftsweisenden Technologien und sorgt gleichzeitig in einer strukturell schwierigen Region für sichere Arbeitsplätze. ■



Sie leiten die Geschäfte der Jungfer Druckerei und Verlag GmbH: Guido Lang, Roger Mellinghausen und Andreas Wulf.

KOENIG & BAUER

Vom Erfinder der Druckmaschine. Immer wieder neue Lösungen für Printprofis.

Innovationen im Printbereich haben bei Koenig & Bauer schon 200 Jahre Tradition. Von der Banknote bis zur edlen Verpackung. Wir nutzen die Digitalisierung für neue Produkte und individuelle Services. Damit erleichtern wir Ihnen das Geschäft mit mehr Performance und Qualität.

Das ist unser Anspruch aus 200 Jahren Partnerschaft mit den Druckern dieser Welt.

KBA-Deutschland GmbH
Tel: +49 351 833-1100
kba-d-gmbh@koenig-bauer.com

koenig-bauer.com



we're on it.

Vorausdenken. Voran gehen.



 mitteldeutschland


INHALT

II – AUS DEM VERBAND

Druckerei Hergl: Mit Tüfteln zu mehr Nachhaltigkeit

IV – SID GASTBEITRAG:

UV-Druck und Umwelt

VI – UMWELT

Nachhaltigkeit in Sachsen und Thüringen

VII – IN EIGENER SACHE

Der Juniorenarbeitskreis besteht seit 20 Jahren - ein Rückblick

X – BILDUNG

Monitore statt Lehrer im Klassenzimmer?

XI – BILDUNG

Bundesweiter Vorlesetag

XII – NEUAUSRICHTUNG

Schwarz Druck aus Meerane geht einen neuen Weg

XIV – MASCHINENABNAHME

Druckerei Thieme in Meißen

XV – RECHT – NÜTZLICH

Betriebsratswahlen - Antworten rund um die Durchführung

Liebe Leserinnen und Leser,

das Thema „Nachhaltigkeit“ ist in aller Munde: Als durchweg positiv besetztes Attribut schmücken zahlreiche Unternehmen ihre Produkte und Dienstleistungen mit dem Label „nachhaltig“, ebenso wie politische Akteure häufig und gern von „nachhaltigen Lösungen“ sprechen, wenn sie eigene Entscheidungen loben. Der Begriff, dessen Ursprung übrigens in der Forstwirtschaft Anfang des 18. Jahrhunderts liegt, hat sich etabliert, und das inzwischen weit über den umweltpolitischen Diskurs hinaus. Sein Gebrauch legt verantwortungsvolles Handeln nahe: nicht nur für sich, sondern auch im Sinne künftiger Generationen.

Das heißt aber auch im Umkehrschluss:

Der Erfolg eines Unternehmens kann heute nicht mehr nur unter rein ökonomischen Aspekten betrachtet werden. Die Auswirkungen unserer Arbeit auf die Umwelt verlangen einen Beitrag für ein intaktes ökologisches Gleichgewicht und einen verantwortungsvollen Umgang mit allen Ressourcen.

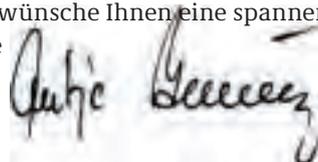
Umweltorientiertes Denken und Arbeiten ist in wirtschaftlicher Hinsicht eine Herausforderung und gleichzeitig Ressourcenminimierung Teil eines Prozesses. Es gilt Technologien im Produktionsprozess einzusetzen bzw. die gesamte betriebliche Wertschöpfungskette integrativ mit einem erhöhten Umweltschutz zu verknüpfen.

Ein Unternehmen, das seinen Kunden nicht versichern kann, dass seine Produkte nach den Regeln der Nachhaltigkeit erzeugt worden sind, hat heute schlechte Karten. Es ist dabei allerdings nicht von der Hand zu weisen, dass umweltfreundliche Materialien nicht automatisch die günstigste Wahl sind. Andererseits wird von Druckereien erwartet, dass sie CO₂-Emissionen für Druckerzeugnisse ermitteln und Möglichkeiten zum Ausgleich anbieten. Eine umweltfreundliche Produktion und Weiterverarbeitung setzt daher eigenes ökologisch umsichtiges Handeln voraus.

Wir sind alle auf dem Weg zu einer nachhaltigen Entwicklung und wir merken auch in unserer Branche: Die Verhältnisse sind nicht nur theoretisch veränderbar, sie ändern sich tatsächlich. Immer mehr Unternehmen greifen das Thema auf, bieten klimaneutrale Druckprodukte an, um sich am Markt entsprechend zu positionieren. Dabei kann Sie der Verband mit seinem Leistungsangebot zum Thema Umweltschutz und klimaneutrales Drucken unterstützen.

In dieser Ausgabe erfahren Sie deshalb mehr zum Thema aber auch wie sich Unternehmen diesen Herausforderungen stellen.

Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre und verbleibe bis zum nächsten Mal
Ihre




Antje Steinmetz

Geschäftsführerin
Verband Druck und Medien
Mitteldeutschland 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.)

AUS DEM VERBAND

Mit Tüfteln zu mehr Nachhaltigkeit

„Damit wir als Unternehmen zukunftsfähig bleiben können, ist nachhaltiges wirtschaftliches Agieren notwendig.“

Olaf Hergl, Inhaber der Hergl Druckerei im thüringischen Warza

Der Mittelständler belässt es dabei nicht nur beim guten Vorsatz, sondern geht mit Eigeninitiative und guten Beispielen voran, die Belange von Umwelt und Wirtschaftlichkeit unter einen Hut zu bekommen. Das Hergl'sche Firmen-Credo dabei: „Wir suchen gemeinsam nach schnellen, unkomplizierten und effizienten Lösungen.“

Beispiel 1: die neue Abluftanlage

Es geht um das Thema UV-Trocknung: Die Aushärtung von Druckfarben spielt bekanntlich eine immer wichtigere Rolle in der Druckproduktion. Durch die



Rolle-Rolle-Produktion käme es sonst zum Ablegen.

In „alten“ Zeiten wurde hierfür auch in der Hergl Druckerei für die Maschinen die Kühlung herkömmlich realisiert: Die entstandene Abwärme (von den UV-Lampen) wurde durch den Wasserkreislauf geschickt; ein riesiger, 150 mal 150 Zentimeter großer Kühler leitete die Warmluft nach draußen ab.

Als vor einiger Zeit der Austausch des alten Kühlers anstand, hätte dies rund 14.000 Euro gekostet. Für Olaf Hergl und seine Mannschaft keine Option. „Wir haben uns zusammen-gesetzt und überlegt, was wir machen können, um die Pumpe und das Thermostat besser nut-

zen zu können“, erinnert sich der Inhaber.

Das Ergebnis der gemeinsamen Tüftelei: Es wurden zwei Leitungen von den Maschinen aus gelegt, die über zwi-

schengeschaltete herkömmliche Heizungslüfter und Thermostat die Wärme einerseits ins Lager und andererseits in die Weiterverarbeitungshalle leiten. Kosten für diese Umrüstung der neuen Abluftanlage: rund 7.000 Euro. Weiterer Effekt: Dadurch spart die Druckerei allein für das 400 Quadratmeter große und sechs Meter hohe Lager jährliche Gasheizungskosten von zirka 600 Euro ein.

Beispiel 2: die neuen LED-Lampen

Im Vorjahr ist die komplette Hergl Druckerei lichttechnisch umgestellt worden. Insgesamt 100 Leuchtkörper der herkömmlichen Art wurden durch moderne LED-Lampen ersetzt – vom Produktionsbereich über die Büroräume bis hin zu den Toiletten.

„Die Leuchtstoffröhren haben im Vergleich zu den LED-Lampen bekanntlich nicht das ewige Leben“, erläutert Olaf Hergl einen Grund für den Wechsel. Weiteres Argument für die neue Leuchttechnik, neben der höheren Lebensdauer und Nachhaltigkeit: Gerade im Produktionsbereich herrschen jetzt viel bessere, weil hellere Arbeitsbedingungen für die Hergl-Belegschaft.





Beispiel 3: die neue Drucklufttechnik

Noch Zukunftsmusik ist das Vorhaben von Olaf Hergl, die Drucklufttechnik an den Druckmaschinen umzustellen und perspektivisch mit intelligenter Motor-Steuerung zu versehen. Das zahlt sich auf die Nachhaltigkeit der Maschinen aus. Denn: Motorausfälle sind die größte Einzelursache für Stillstandszeiten und erzeugen erhebliche Betriebskosten. „Ein intelligentes, datenzentriertes Konzept für die Motorsteuerung kann entscheidende Veränderungen für einen effizienten und profitablen Fertigungsbetrieb bringen“, so Olaf Hergl.

Auch damit geht die Hergl Druckerei, Warza ihren eingeschlagenen, nachhaltigen und umweltgerechten Weg konsequent weiter. Und würde sich freuen, wenn dies auch andere Verbandsmitglieder so sehen und vor allem machen würden. Olaf Hergl: „Ich fand es sehr schade, dass der geplante Energie-Spar-Tag des Verbandes 2017 mangels Interesse nicht zustande kam.“ ■

- Die Hergl Druckerei im thüringischen Warza wurde 1991 gegründet.
 - Heute sind hier 14 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Zwei-Schichtsystem beschäftigt.
 - Die Hergl Druckerei ist ein vollständig ausgestatteter Medien-Dienstleister mit einem modernen Maschinenpark.
 - Der Betrieb bietet sowohl ganzheitliche Konzepte als auch maßgeschneiderte Lösungen für Druckaufträge.
 - Die Druckerei hat sich spezialisiert auf Formulardruck für die Industrie und natürlich auch für Druckereikollegen; Endlosformulare, Briefbögen in hohen Auflagen, Schnelltrennsätze und Überweisungsträger
- www.hergl-druckerei.de



Olaf Hergl

SID GASTBEITRAG: UV-DRUCK UND DIE UMWELT

Welche Auswirkungen hat der UV-Druck auf die Umwelt?

In den letzten Jahren hat die Verwendung von mit UV-Licht zu härtenden Farben in der Druckindustrie immer mehr zugenommen. Im Gegensatz zu den bekannten Trocknungsprozessen von Druckfarben, bei denen die Binde- und Lösemittel in den Bedruckstoff wegschlagen und verdunsten, ist beim UV-Druck von einer Härtung zu sprechen. Durch die Bestrahlung mit UV-Licht werden Moleküle in den Farben dazu angeregt zu polymerisieren. Dadurch bildet sich ein fester Farbfilm auf dem Bedruckstoff.

Zu den bedeutendsten Anwendungsgebieten des UV-Druckes gehört der Verpackungsdruck. Aufgrund des hochwertigen Erscheinungsbildes und der breiten Variationsmöglichkeiten der einstellbaren optischen Eigenschaften UV-vernetzbarer Systeme stehen dabei vor allem Verpackungsmaterialien für hochpreisige Konsumgüter und Lebensmittel im Vordergrund.

Durch die Entwicklung bzw. Verfügbarkeit leistungsfähiger LED-UV-Lampen hat sich das Interesse der Druckereien gegenüber dem UV-Druck nochmals erhöht. Gegenüber der vorher genutzten Technologie haben sich die Ausgaben für die Technik selbst nicht verringert. Jedoch benötigen LED-UV-Lampen wesentlich weniger Energie beim Betrieb. Damit wird die Technologie auch für kleinere Druckereien mit geringeren finanziellen Möglichkeiten attraktiv.

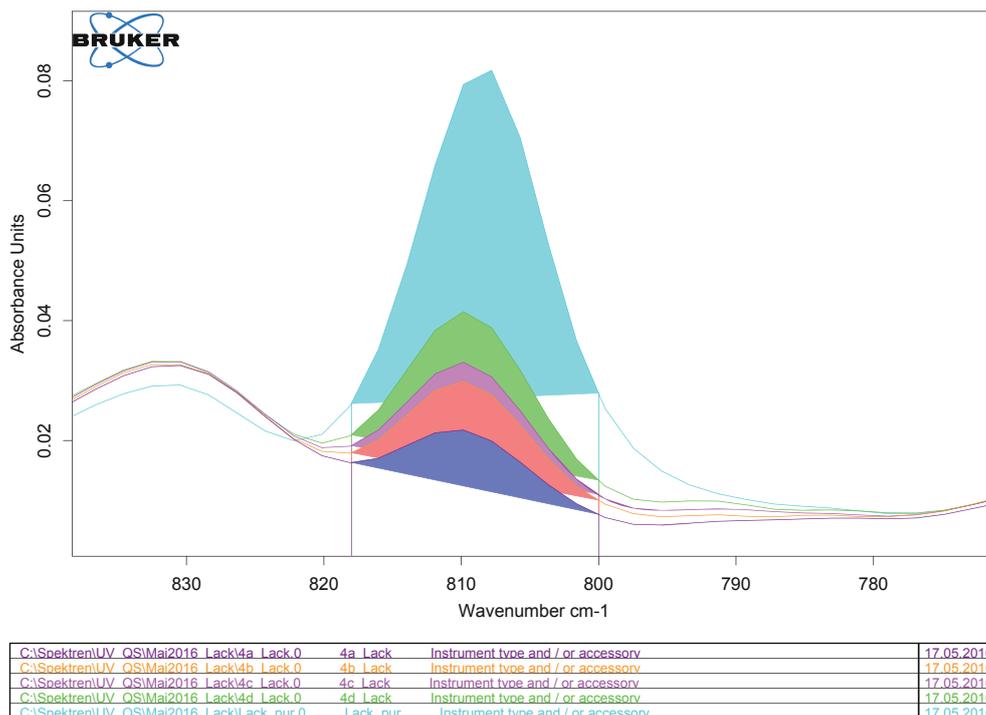
Allerdings ist die Einführung einer solchen Technologie weiterhin mit Anstrengungen verbunden. Dabei geht es nicht mehr so sehr um die Technik, als um die korrekte Anwendung.

Bei der „älteren“ Technologie werden Quecksilberdampflampen eingesetzt, die über ein sehr breites Lichtspektrum verfügen. Die „neuen“ LED-UV-Lampen emittieren dagegen nur in wesentlich kleineren Ausschnitten des Spektrums. Für die vollumfängliche Anregung der Vernetzungsreaktion ist es sehr wichtig, dass die chemischen Substanzen in der Druckfarbe genau auf die von den Lampen ausgestrahlten Wellenlängen abgestimmt sind. Anderenfalls wird die

Farbe nicht vollständig durchgehärtet.

Die unausgehärteten Druckfarben und Lacke sind zwar keine Gefahrstoffe oder Gefahrgüter im Sinne der entsprechenden Vorschriften, aber es sind kennzeichnungspflichtige Produkte im Sinne der Gefahrstoffverordnung. Eine Kennzeichnung mit Xi: reizend und teilweise mit N: umweltgefährdend ist erforderlich. Nur das ausgehärtete Endprodukt ist kennzeichnungsfrei. Die in den Farben und Lacken enthaltenen Acrylate wirken sensibilisierend und können Allergien auslösen. Beim Umgang mit der ungehärteten Farbe und auch bei Makulatur, die mit ungehärteten Farben bedruckt ist, muss deshalb der Hautkontakt vermieden werden. Da nicht jeder Kunde und Nutzer der Druckerzeugnisse entsprechend informiert ist, dass UV-härtende Stoffe eingesetzt wurden, muss die Druckerei sicherstellen, dass nur Produkte mit ausgehärteten Druckfarben, Tinten und Lacken ausgeliefert werden.

Hinzu kommt, dass beim Offsetdruck Farben übereinander gedruckt werden. Damit erhält zwar die oberste Farbschicht genügend Lichtenergie, doch ob die darunterliegenden Farbschichten richtig durchhärten können, ist skeptisch zu sehen. Bei einem Lackauftrag ist zu befürchten, dass bei schlechter Abstimmung von Strahler und Druckfarbe und/oder bei unzulänglicher Strahlerleistung,



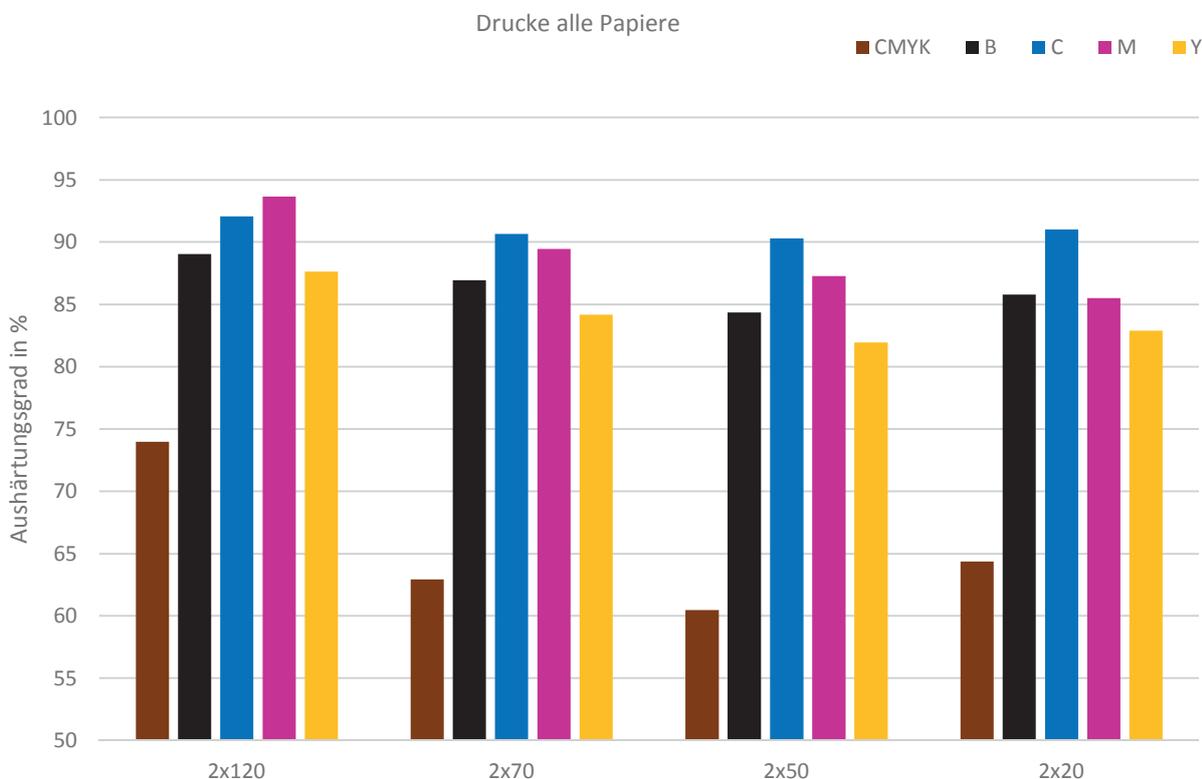
die Farbschichten, die sich unter dem Lack befinden, ebenfalls nicht ausgehärtet werden. Damit steigt die Gefahr, dass die Photoinitiatoren in den Bedruckstoff migrieren oder vielleicht, gerade bei Verpackungen, in das Gut. Der schlimmste Fall wäre die Migration dieser Stoffe in Lebensmittel. Es sei in diesem Zusammenhang an den „ITX-Skandal“ vor ca. 10 Jahren erinnert, bei dem der Photoinitiator Isopropylthioxanthon (ITX) in Milch gefunden wurde.

Problematisch erweist sich hier, dass es den Druckereien nicht möglich ist, hinreichend sichere Aussagen über die Vollständigkeit der Aushärtung zu treffen. Dies ist vor allem an der Druckmaschine direkt nicht möglich, sondern nur eingeschränkt im Labor. Für die Druckereien ergibt sich damit das Problem, dass sie mangels geeigneter Messmethode gar nicht erkennen können, ob sie „alles richtig machen“. Erschwerend kommt hinzu, dass die besser funktionierenden Labormethoden mitunter nur für Einzelfarben und nicht für den Über-einanderdruck funktionieren. Somit sind auch diese nur bedingt für komplette Druckerzeugnisse im Vierfarbendruck aussagekräftig.

Ein weiteres Thema bei der Verwendung von UV-Druckfarben ist die nur mangelhafte Deinkbarkeit der UV-Farben. Im Recyclingprozess in den Papierfabriken können die UV-Farbpartikel nicht gänzlich von den Papierfasern entfernt bzw. abgelöst werden. Sie verbleiben zum großen Teil im aufbereiteten Faserstoff. Der Anteil der mit UV-Farben bedruckten Erzeugnisse im Haushaltsbereich, aus dem die höchsten Mengen in den Papierfabriken angeliefert werden, beträgt zurzeit nur ca. 2%. Dieser geringe Anteil ist für die Papierfabriken handhabbar und führt (noch) nicht zu Schwierigkeiten bei der Fertigung der Recyclingpapiere. Wenn jedoch ein bestimmter Anteil an mit UV-Farben bedruckten Fasern im Papierstoff überschritten wird, ist ein wirt-

schaftliches Aufbereiten nicht mehr möglich. Bisher ist das Verdrucken von UV-Farben auf Anwendungen beschränkt, die noch keinen großen Anteil an der Gesamtproduktion besitzen. Sobald jedoch z. B. die Heat-set Offsetdruckfarben von UV-Farben ersetzt würden, verschiebt sich der Anteil innerhalb des Altpapiers und es muss dann unbedingt eine Lösung für das Problem der mangelnden Deinkbarkeit gefunden werden.

Bisher ist über die gesamte Prozesskette der Verwendung der UV-Druckfarben hinsichtlich der umwelt- und Verbraucherschutzrelevanten Gesichtspunkten noch relativ wenig bekannt. Dementsprechend fehlen letzt-



Erreichte Aushärtungsgrade von UV-Farben bei verschiedenen Strahlerleistungen (Messung an Vollton- bzw. Zusammendruckfeldern)

lich überzeugende Argumente, um die vorhandenen Bedenken im Hinblick auf das Deinking und die Aushärtung von Druckfarben zu zerstreuen. Die ungelöste Aushärtungsproblematik könnte für die Branche weit tiefgreifendere Folgen haben als das Thema des Deinkens. Es ist noch viel Arbeit zu tun. Der Bundesverband Druck und Medien e. V. hat dazu einen Runden Tisch einberufen, der sich intensiv zu diesen Themen auseinandersetzt. Die Teilnehmer kommen aus allen Bereichen der grafischen Industrie, auch das Sächsische Institut für die Druckindustrie arbeitet mit. Dieser wird sich dazu in unterschiedlichen Abständen zusammensetzen und die aktuellen Forschungsergebnisse und deren Umsetzung in die Praxis diskutieren.

www.sidleipzig.de



Nachhaltigkeitsabkommen Thüringen

Seit März 2004 existiert das Nachhaltigkeitsabkommen Thüringen (NAT) als freiwillige Vereinbarung zwischen der Thüringer Wirtschaft und der Landesregierung des Freistaates. Das NAT, dessen Mitunterzeichner der Verband der Wirtschaft Thüringens e. V. (VWT) ist, führt Politik, Verwaltung und Wirtschaft insbesondere zu den Themen Klima- und Umweltschutz, Ressourcenschonung, Energieeffizienz und soziale Nachhaltigkeit zusammen.

Rund 600 nachhaltig wirtschaftende Unternehmen, Institutionen, Vereine und Einrichtungen engagieren sich derzeit im NAT. Aus den Reihen des Verbandes Druck und Medien Mitteldeutschland e. V. (VDM) sind u. a. die Druckerei Wittnebert aus Erfurt, die Gutenberg Druckerei GmbH Weimar und Tischendorf - Die Medienpartner aus Greiz langjährig im NAT dabei. Alle NAT-Teilnehmer haben seit 2004 in Summe mehr als 1.800 Einzelleistungen umgesetzt. Das NAT spiegelt damit eindrucksvoll, welche Lösungen im Bereich des nachhaltigen Wirtschaftens im Freistaat möglich sind und wie sich die Unternehmen immer stärker dem Gedanken der Nachhaltigkeit verpflichtet fühlen.

Teilnehmen können Unternehmen mit einem Standort in Thüringen. Die Teilnahme ist kostenlos und gilt jeweils für 30 Monate. Es muss mindestens eine freiwillige nachhaltige Leistung erbracht worden sein, die nicht länger als zwei Jahre zurückliegt. Zum Beispiel können Produktzertifizierungen für nachhaltige Waldbewirtschaftung wie PEFC oder FSC ein Zugangskriterium sein. Ziel ist es, einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess im Unternehmen aufrechtzuerhalten und die Teilnehmer zur Fortsetzung ihres eingeschlagenen Weges des nachhaltigen Wirtschaftens zu motivieren.

Ihr Unternehmen ist in Thüringen ansässig, engagiert sich nachhaltig und ist noch nicht im NAT aktiv?

Nehmen Sie Kontakt auf!

www.nachhaltigkeitsabkommen.de



Umweltallianz Sachsen: Natürlich wirtschaftlich!

Die Umweltallianz hat sich seit ihrer Gründung im Jahr 1998 zu einer anerkannten Kooperation zwischen dem Freistaat Sachsen, der sächsischen Wirtschaft und der sächsischen Land- und Forstwirtschaft entwickelt. Sie ist Ausdruck der Verantwortung von Staat und Wirtschaft für die Erhaltung der natürlichen Lebensgrundlagen, trägt zu einem vertrauensvollen Dialog zwischen der Sächsischen Staatsregierung und der sächsischen Wirtschaft bei, beruht auf Freiwilligkeit, Eigenverantwortung und Kooperation und ist Impulsgeber für neue Themenfelder, Wege und Methoden.

Unternehmen können sich um die Auszeichnung der Umweltallianz Sachsen bewerben, wenn Sie eine oder mehrere freiwillige aktuelle Leistungen zum Schutz der Umwelt nachweisen können. Das sind z. B. Zertifizierungen oder Validierung eines Umweltmanagementsystems, der Bau einer Solaranlage oder die Umstellung auf ein effizienteres Heizungs- und Beleuchtungssystem.

Die Auszuzeichnenden erhalten eine Anerkennungsurkunde des Sächsischen Staatsministers für Umwelt und Landwirtschaft. Sie sind berechtigt, das mit der Jahreszahl gekennzeichnete Auszeichnungslogo der Umweltallianz Sachsen zu nutzen, indem die Maßnahme für die Umweltleistung erbracht wurde.

Unternehmen der Druckbranche sind auch dabei, so u. a. Druckerei Vettters GmbH & Co. KG in Radeburg und Riedel Verlag & Druck KG, Lichtenau. Machen Sie mit und informieren Sie sich!

www.umweltallianz-sachsen.den



JUNIORENKREIS

Juniorenarbeitskreis: Das Jahrestreffen 2018 und der Rückblick auf ereignisreiche 20 Jahre



Seit 20 Jahren – und immer mindestens einmal jährlich – treffen sich die Jungunternehmer des Verbandes. In dieser Zeit wurden viele Jungunternehmer zu gestandenen Geschäftsleuten mit der Folge, dass deren Nachwuchs nun fester Bestandteil dieser Gruppe ist.

Ins Leben gerufen wurde der Juniorenarbeitskreis einst von Dieter Neumann, dem ehemaligen Geschäftsführer des Verbandes, und Karl-Heinz Engelhardt von Heidelberger Druckmaschinen AG. Ziel damals und heute war und ist es, den Nachwuchs in der Druck- und Medienindustrie zusammenzubringen. Die Jungunternehmer können so bereits frühzeitig ein Netzwerk aufbauen und sich über die typischen Probleme einer Nachwuchs- bzw. Nachfolgesituation austauschen. Parallel zu den Jungunternehmertreffen des Verbandes gab es immer das Jungunternehmerforum des bvdM und Juniorenveranstaltungen der Heidelberger Druckmaschinen AG.

Jahrestreffen 2018 in Oberwiesenthal

Am 26. und 27. Januar 2018 fand in Oberwiesenthal das jüngste Treffen des Juniorenarbeitskreises statt. 17 Jungunternehmer des Verbandes kamen zusammen, um gemeinsam über das Thema „Kosten – Lust oder Frust / Wie bekommen wir die Kosten in den Griff?“ zu diskutieren. Der Fokus dieses Seminars lag dabei auf der Führungskraft bzw. dem Inhaber eines Unternehmers. Im Seminar wurde zum Beispiel gemeinsam untersucht, welche Kosten die Führungskraft bzw. der Inhaber eines Unternehmens verursacht. Darüber hinaus wurde die Frage erörtert, inwieweit die Produktivität von

Mitarbeitern durch Führungsarbeit gesteigert werden kann. Auch die Themen „Verantwortung an Mitarbeiter abgeben durch klare Befugniserteilung“, „Klares Informieren der Mitarbeiter“ und „Wie kann man Störungen im Arbeitsablauf beseitigen (z.B. häufige Nutzung von Mobiltelefonen)“ kamen im Seminar zur Sprache.

Im weiteren Verlauf der Veranstaltung wurde über Rabatte gesprochen und wie Rabattgespräche mit Kunden gut geführt werden können. An dieser Stelle wurden auch Verkaufsargumente von Druckprodukten durchgesprochen. Besonders erörtert wurde dabei, was der Basisnutzen, der funktionale Zusatznutzen und der emotionale Nutzen des konkreten Druckproduktes darstellen. Leider stand krankheitsbedingt Dr. Heike Scharff, Leiterin der bsw GmbH, nicht zur Verfügung. Dafür sprang kurzfristig Heiko Weit, Geschäftsführer der Weit Führung GmbH, ein, der durch seine direkte und kurzweilige Vortragsweise die Teilnehmer begeisterte.



Zipfelbob und Skihang

Nach dem Seminar hieß es „Jeder gegen Jeden“. Bewaffnet mit einem „Zipfelbob“ ging es zum Rodelhang. Unter fachkundiger Einweisung und mit der Rodelzeit im Nacken bezwangen die Teilnehmer den Rodelhang. Der Abend klang beim Bowling und bei einem gemeinsamen Abendessen mit vielen Gesprächen aus. Bei herrlichem Wetter in einer schönen Winterlandschaft ging es am nächsten Morgen für die Jungunternehmer auf die Skipisten des Fichtelberges zum Kurvenschwingen. ■

NUTZEN

Herzlich willkommen beim Verband Druck und Medien M...

20 Jahre Juniorenarbeitskreis Ein Rückblick



2018

26./27. Januar 2018, Oberwiesenthal
Workshop:

Kosten – Lust oder Frust
Wie bekommen wir die Kosten in den Griff?
Zipfelbobmeisterschaft, Bowling, Skifahren

2016

28./19. Oktober 2016, Zeulenroda

Workshop:
Projektmanagement
Theorie, Praxis, Simulation
Bowling, Geocaching

2015

12./13. Januar 2015, Oberwiesenthal

Workshop:
Führen nach betriebswirtschaftlichen
Kennzahlen
Zipfelbobmeisterschaft
Skifahren

2./3. Oktober 2015, Grimma

Workshop:
Betriebswirtschaftliches Planspiel
Go-Kart-Rennen, Schlauchboottour auf der Mulde

2013

17./18. Januar 2013, Oberwiesenthal

Workshop:
Antragsmanagement + Angebotsverfolgung
Bowling
Skifahren
Schneeschuhwanderung

28./29. November 2013, Erfurt

Workshop:
Preisverhandlungskompetenz für Verkäufer
Weihnachtsmarkt, Besuch von ARD und ZDF

2011

9./10. September 2011, Oberhof

Workshop:
Akquisitionsmanagement
Hochseilgarten, Biathlonwettkampf,

1998

23. Juni 1998, Leipzig
Konstituierende Sitzung:
Aufgaben und Strukturen des Verbandes

AGB der Druckindustrie
09./10. Oktober 1998, Dresden

Vortrag:
Computer to plate
Digitaldruck

1999

05. Februar 1999, Leipzig

Vorstellung:
Studiengänge der HTWK Leipzig
Sächsisches Institut für die Druckindustrie GmbH
28./29. Mai 1999, Radeburg

Besuch KBA Planeta
03. Dezember 1999, Leipzig

Vortrag:
Qualitätssicherung im Offsetdruck auf
Basis des Standardisierungskonzepts FOGRA/BVDM



2010

24./25. September 2010, Naumburg

Workshop:
Reklamation als Chance nutzen
Besuch:
Rotkäppchen Sektkellerei
Bootstour auf der Saale/Unstrut

22. - 24. Fe

Besichtigu
tschewis
Worksho
Produkt
Rentab
Die Re
schaf
Stadt

2009

17. April 2009, Leipzig

Workshop:
Der geeignete Führungsstil
Go-Kart-Fahren
27. November 2009, Leipzig
Workshop:
Erfolgsfaktoren der Teamarbeit
Weihnachtsmarktbesuch,
Bowling



2000

April 2000, Chemnitz
Zentrum Freie Presse
Druckzentrum Polygrafie
Technik im Offsetdruck
01. Juli 2000, Heidelberg
Media Academy
Berg Solution Center
Nachlese
Oktober 2000, Bergisch Gladbach
Fabrik Zanders Feinpapier AG



2008
Februar 2008, Prag
ang:
che Druckereien
p:
ivität, Wirtschaftlichkeit und
ilität einer Druckerei:
gion Ost im Fokus der betriebswirt-
tlichen Beratung
ralley durch Prag



2001

16. Februar 2001, Leipzig
Workshop:
Das Gewissen des Druckunternehmens
Betriebswirtschaft im Klein- und Mittelbetrieb
24.-26. Juni 2001, Assmannshausen
Besuch:
Polar Mohr
Vortrag:
Ergonomie am Arbeitsplatz Schneiden
Weinprobe
26. Oktober 2001, Leipzig
Besuch:
Museum für Druckkunst
Vortrag:
Von den Wurzeln der schwarzen Kunst zur
modernsten Drucktechnik und Technologie



2002

05./06. April 2002, Lenningen
Besuch:
Papierfabrik Scheufelen
Baumann GmbH & Co. KG (Rollenoffsetdruckerei)
15.-17. Juni 2002, Kiel
Vorführung:
NexPress
Segeltörn mit 47 m langem Dreimaster Swaensborgh
29. November 2002, Leipzig
Workshop:
Marketing/Verkauf/Vertrieb



2003

Mai 2003, Hohenossig
Besuch:
Werkstatt für künstlerischen Steindruck
Oktober 2003, Osterode
Besuch:
KODAK Polychrome

2005
29. April 2005, Leipzig
Workshop:
Mitarbeiterführung
15. - 17. September 2005, Straßbourg



2004
31. Oktober - 01. November 2004, Plauen
Besuch:
MAN
IBS-PLAMAG Maschinenbau GmbH
sachsendruck GmbH



2007

6. Juli 2007, Leipzig
Workshop:
Führungspersönlichkeit
Besuch:
Panometer Leipzig
20. September 2007, Radebeul
Besuch:
König und Bauer AG
Vortrag:
Drive Tronic - Plattenzylinderdirektantrieb
Schnupperkurs Golf, Dampferfahrt

2006

09. Juni 2006, Leipzig
Workshop:
Konflikte in Führungssituationen
produktiv und lösungsorientiert bewältigen
27.-29. Oktober 2006, Dresden
Besuch:
KAMA Stanzmaschinen
Gläseren Manufaktur
Workshop:
Betriebswirtschaft
Tropical Island, Helikopterflüge

BILDUNG

Monitore versus Lehrer?

Präsentation „Digitales Trendbook 2017“ von WorldSkills Germany mit Podiumsgespräch: Zukunft der beruflichen Bildung

Digital, vernetzt, individuell – so sieht die Zukunft der beruflichen Bildung aus. WorldSkills Germany, die Förderinitiative für nationale und internationale Berufswettbewerbe, hatte Experten und junge Fachkräfte gebeten, ihre Einschätzung zur zukünftigen Veränderung der beruflichen Bildung durch die Digitalisierung zu geben.

Daraus entstand das „Digitale Trendbook 2017“, welches im Dezember 2017 in der Gutenbergschule Leipzig vor rund 70 Azubis und Gästen aus Politik, Wirtschaft und Bildung vorgestellt wurde.

„Unser Anliegen ist es, explizit auch jungen Menschen eine Stimme zu geben“, so Hubert Romer, Geschäftsführer von WorldSkills Germany. „Wir müssen bereit sein, unseren Auszubildenden über die Schulter zu schauen und ihren Umgang mit den Medien zu erfassen und davon zu lernen.“

So zeigt sich auch im „Digitalen Trendbook“: der Mensch und seine individuellen Kompetenzen stehen künftig im Mittelpunkt.

Über die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung in der beruflichen Bildung sprachen im Rahmen der Präsentation des „Digitalen Trendbooks“ Schüler der Gutenbergschule, WorldSkills-Champions und Ralf Berger, Direktor der Sächsischen Bildungsagentur. „Sind wirklich immer alle technischen Neuerungen sinnvoll für den Einsatz in der Schule?“, stellte Ralf Berger als Frage in den Raum. „Natürlich muss eine entsprechende technische Ausstattung vorhanden sein. Und hier stecken wir tatsächlich noch in den Kinderschuhen.“

Maria Bero, Kauffrau für Büromanagement, fasst ihre Berufsausbildung kurz zusammen: „Bei uns ist bereits fast alles digital. Wir verfassen Dokumente z.B. in Google Drive, die werden in digitalen Ordnern archiviert und auch die Kommunikation verläuft fast ausschließlich digital. Für mich, die gern klassische Postkarten schreibt, ist das schon fast zu digital.“ „Die technische Ausstattung ist wichtig, aber es braucht auch Lehrer, die diese bedienen wollen und können. Eine permanente Weiterbildung und der Wille dazu ist hierfür sehr wichtig“ sagte Jonas Wanke.

Jonas Turtschan bekräftigte vor allem die individuelle Förderung von Schülern: „Man darf nicht davon ausgehen, dass automatisch alle jungen Leute auch die gleichen Fähigkeiten z.B. im Umgang mit neuen Medien haben.“ „Es kann nicht sein, dass die Schulen weniger gut ausgestattet sind, als die Betriebe. Andererseits müssen die Schulen auch die unterschiedlichen Arbeitsweisen in den Unternehmen berücksichtigen“, machte Isabell Kaiser, Mediengestalterin Digital und Print, deutlich. „Schulen und Betriebe sollten auch im Rahmen der Digitalisierung viel enger zusammenarbeiten.“

Am Ende der Gesprächsrunde mahnte Robert Walther, Mediengestalter Digital und Print, an: „Das Zwischenmenschliche darf in der Ausbildung nicht verloren gehen. Ich möchte eine Respektsperson vor mir haben, die mir Inhalte vermittelt. Digitalisierung darf eben nicht bedeuten, dass Lehrer von Videos auf Monitoren ersetzt werden.“

Die Gutenbergschule in Leipzig als Veranstaltungsort der Präsentation des „Digitalen Trendbooks 2017“ hat für WorldSkills Germany eine besondere Bedeutung. Im Rahmen der Veranstaltung unterzeichneten WorldSkills Germany-Geschäftsführer Hubert Romer und Oberstudiendirektor Christoph Zehler, Schulleiter der Gutenbergschule, einen Letter of Intent. Hiermit erklärten beide, dass sich die Schule als assoziierter Partner in der Vorstufe zum von WorldSkills Germany zertifizierten Leistungszentrum für den Skill Grafikdesign befindet. „Wir sind 2011 erstmals mit WorldSkills – damals für die WM in London – in Kontakt gekommen und konnten die Zusammenarbeit über die Jahre immer weiter ausbauen. Wir würden künftig sehr gern weiterhin Wettbewerbe im Beruf Mediengestalter Digital und Print – der WorldSkills Disziplin Grafikdesign – durchführen“, freute sich Zehler über die Unterzeichnung.



Oberstudiendirektor Christoph Zehler (Schulleiter Gutenbergschule Leipzig) und Hubert Romer (Geschäftsführer WorldSkills Germany) unterzeichnen einen Letter of Intent, in dem beide erklären, dass sich die Gutenbergschule als assoziierter Partner in der Vorstufe zum von WorldSkills Germany zertifizierten Leistungszentrum für den Skill Grafikdesign befindet.

Das Digitale Trendbook 2017

Das Digitale Trendbook 2017 gibt Einblicke in aktuelle Entwicklungen bezüglich der Transformation von Ausbildung und Berufen durch die Digitalisierung. Die Beiträge der Experten und jungen Fachkräfte zeigen, dass bereits heute viel in diesen Bereichen getan wird, um zukunftsfähig zu bleiben, Deutschland jedoch in einigen Bereichen, vor allem auch in der Weiterbildung von Lehrkräften, der Ausstattung sowie der Vernetzung von Schulen und Unternehmen Nachholbedarf hat.

Mehr Informationen unter: <https://www.worldskills-germany.com/shop/produkt/digitales-trendbook/>

Über WorldSkills Germany

WorldSkills Germany fördert und unterstützt nationale und internationale Wettbewerbe nichtakademischer Berufe. Die Wettbewerbe sind Impulsgeber für die Berufsbildung, wirtschaftliche Kontakte und Plattform zur Präsentation neuer Entwicklungen. Sie zeigen jungen Menschen frühzeitig Chancen auf und motivieren zu Bestleistungen in der Ausbildung. ■



... in der KITA und in der Druckerei Thieme

Zum 14. Mal haben die ZEIT, die Stiftung Lesen und die Deutsche Bahn Stiftung zum bundesweiten Vorlesestag aufgerufen. Aus Kinderbüchern wie „Jetzt bestimme ich“, „Die kleine Maus sucht einen Freund“, „Ich lass niemanden rein“ und „Steinsuppe“ hat die Kinderpolitikerin Susann Rührich in der KITA Kinderland in der Gemeinde Klipphausen sowie in Einrichtungen der Volkssolidarität vorgelesen.

Völlig neu – aber ganz sicher im Sinne der Initiatoren – war die Idee, den Vorlesestag mit einem Besuch in einer Druckerei zu verbinden und sich anzuschauen, wie ein Buch überhaupt entsteht.

Vor 28 Schülerinnen und Schülern einer fünften Klasse des Franziskanerum hat Susann Rührich im Veranstaltungsraum der Druckerei Thieme in Meißen aus dem Kinderbuch „Rico, Oskar und das Herzgebrehen“ vorgelesen.

Gemeinsam mit der Klassenlehrerin und zwei begleitenden Elternvertretern haben die Kinder anschließend in kleinen Gruppen einen Rundgang durch die Druckerei erlebt. Dabei erfuhren sie wie schwer Papier ist und wie eine Druckplatte aussieht. Sie beobachteten eine Druckmaschine in Aktion, schauten zu, wie Papier zugeschnitten wird und wie anschließend der

Druckbogen gefalzt und weiterverarbeitet wird. Nach dem Rundgang durch die Produktion in der Druckerei gab es Fassbrause aus der Meißner Schwerterbrauerei.

Die Mannschaft rund um Geschäftsführer Ulrich Thieme hatte sich vor dem Besuch der Schulklasse noch was Tolles einfallen lassen: jedes Kind erhielt einen dicken Notizblock, bedruckt mit dem eigenen Namen und dem Logo der Aktion „Vorlesestag“. Am Ende waren alle begeistert von dem gelungenen Tag, der auch im Jahr 2018 gern wieder veranstaltet wird, so Ulrich Thieme. ■



AUS DEM VERBAND

Neue Richtung für Traditionsunternehmen

Das Unternehmen Schwarz Druck aus Meerane befindet sich im Wandel und gibt die Produktion an die Druckerei Zschiesche GmbH ab

Nach 115 Jahren kann sich die Firmengruppe Schwarz aus Meerane zu Recht als Traditionsunternehmen bezeichnen. Vom Buchdruck zum Offsetdruck, vom digitalen Drucken zur Kreativagentur – Schwarz Druck – seit 4 Generationen im Dienste der Kunden, hat sich immer den Marktveränderungen angepasst und die ständig wechselnden Kundenansprüche bedient. Das soll auch so bleiben, nur eben anders...

Die derzeitigen Entwicklungen in einem zunehmend digitalen Zeitalter erfordern neue Ideen. „Jetzt vollziehen wir einen kompletten Paradigmenwechsel“ so der Geschäftsführer Dr. Klaus Schwarz. Weg von Farbe hin zur Akademie, so lautet das Motto ab Januar 2018, wo mit den drei Themen Forschung, Trainings und Bildung und der 5. Schwarzgeneration ganz neue Wege beschritten werden. Weg von Farbe heißt aber nicht, dass der Kunde mit seinen Wünschen nun auf der Strecke bleibt. Das Ge-



FIRMENGRUPPE
SCHWARZ

schäft der Schwarz Medien Center GmbH wurde seit Januar 2018 in bewährte Hände gelegt – einem Partner, dem das Vertrauen seit Generationen gehört – der Firma Zschiesche GmbH aus Wilkau-Haßlau. Und da das Team des Schwarz Medien-Centers zu Zschiesche gewechselt hat, bleibt sogar der vertraute Ansprechpartner für den Kunden erhalten. Für eine erfolgreiche Migration der Kundenbeziehungen sorgt zusätzlich der Geschäftsführer, Dr. Klaus Schwarz, der seit der Übernahme beratend für die Firma Zschiesche tätig ist.

Mit dieser Übernahme – die zweite nach der bereits 2015 übernommenen Firma Druckwerke Reichenbach – wächst die Zschiesche GmbH weiter. Mit den Zukäufen verstärkt sich das Unternehmen als vollintegrierter Servicedienstleister am Markt



**DRUCKEREI
ZSCHIESCHE**
wir verleihen AusDRUCK

gleich mehrfach: Hinzu kommen neue Kompetenzen in der Veredlung von Druckprodukten und deren Weiterverarbeitung (Wire-O) – die Druckwerke Reichenbach haben hier langjährige Erfahrungen und sind technologisch sehr gut aufgestellt, eine Stärkung der Innovationsfähigkeit – das Schwarz Medien Center hatte in den letzten Jahren ein Team mit genau dem Ziel Medien-In-

novationen zu forcieren aufgebaut sowie neue Kunden bzw. -segmente – es gab bei den Übernahmen fast keinerlei Kunden Überschneidungen. Mit neuer Energie neue Fähigkeiten entfalten, so will man dem Wandel in der Druckbranche begegnen und sich richtig für den langfristigen Erfolg in diesem sich schnell verändernden Markt positionieren.

Von dieser Entwicklung profitieren letztendlich die Kunden, die Mitarbeiter und natürlich die Unternehmen selbst. Die Akademie Dr. Schwarz kann in den neuen Themenfeldern voll durchstarten und Zschiesche sich in der Branche weiterhin behaupten.

2018 steht im Zeichen von Partnerschaft und Erfolg. ■



Von (v.l.n.r.) Prokuristin Dipl.-Kffr. Tina Schwarz, Geschäftsführerin Dipl.-Päd. Petra Schwarz, Geschäftsführer Dr. Klaus Schwarz (Schwarz Medien-Center GmbH), (3.v.li.) Geschäftsführer Dr. Marcus Schwarz (AKADEMIE Dr. Schwarz) werden an die Geschäftsführer Dr. Steffen Leistner und Dipl.-Ing. Jens Leistner (Zschiesche GmbH) mit einem symbolischen Händedruck die klassischen Geschäftsfelder weitergegeben.



NEU AM MARKT

Zukunftssicherung für den Mittelstand

Die Firmengruppe Schwarz erweitert sich und gründet ein Forschungsinstitut für den Mittelstand mit dem Leitsatz: **WISSENSWERTE MENSCHEN**

Die AKADEMIE Dr. Schwarz GmbH & Co. KG ist das im Januar 2018 neu gegründete Forschungsinstitut für den Mittelstand. Die Mission ist es, Unternehmen mittels eines breiten Wissensschatzes zukunftssicher aufzustellen – denn Wissen ist Markt. Dafür ist ein praxiserfahrenes Team aus Wissenschaftlern und Unternehmern tätig.

Nach dem Leitsatz: **WISSENSWERTE MENSCHEN** richtet sich das Angebotsspektrum primär an Geschäftsführer und Inhaber kleinerer und mittelständischer Unternehmen. Durch projektbasiertes Zusammenführen hochspezialisierter Experten aus Wissenschaft und Wirtschaft können die Kunden in den drei Bereichen Forschung, Trainings und Bildung verschiedene Dienstleistungsangebote nutzen. Dadurch werden die Unternehmen bei der Entwicklung wertvoller Marktvorteile unterstützt und in ihrer unternehmerischen Zukunftssicherheit gestärkt.

Die Kompetenzen der AKADEMIE Dr. Schwarz reichen



**AKADEMIE
DR. SCHWARZ**

dabei von forschungsbezogenen Befragungen, Analysen und Testverfahren über trainingsbasierten Führungskräfteausbildungen

gen bis hin zu Wissensvermittlungsansätzen, wie Vorträge, Seminare, Symposien, Webinare oder e-books mit wertvollen Impulsen für den Mittelstand.

Mithilfe der Koordination, der Organisation und Netzwerkarbeit der Akademie Dr. Schwarz können zahlreiche Schnittstellen zu exzellenten fachlichen Kompetenzen nutzen, die sich gerade für kleinere Unternehmen häufig als schwer finanzierbar oder kaum zugänglich darstellen.

Weitere Informationen zur AKADEMIE Dr. Schwarz und zum Auftakt-Event am 13. März 2018 in Meerane mit Top-Speakern unter:

www.akademie-drschwarz.de .



AUS DEM VERBAND

Premiere für Druckerei Thieme: Die pXm nimmt neue Druckmaschine ab

Unabhängige Maschinenabnahme durch die Print-X-Media für die erste XL-106 mit einer Bedruckstoffstärkenerweiterung

Ja es stimmt, Heidelberg baut als Option die XL-106 mit der Möglichkeit, ausgewählte Materialien bis zu einer Stärke von 1,6 mm zu bedrucken.

Deshalb war es auch besonders spannend, ob die an diese Materialdicke angepasste Maschine den technischen Richtlinien des BVDM entspricht.

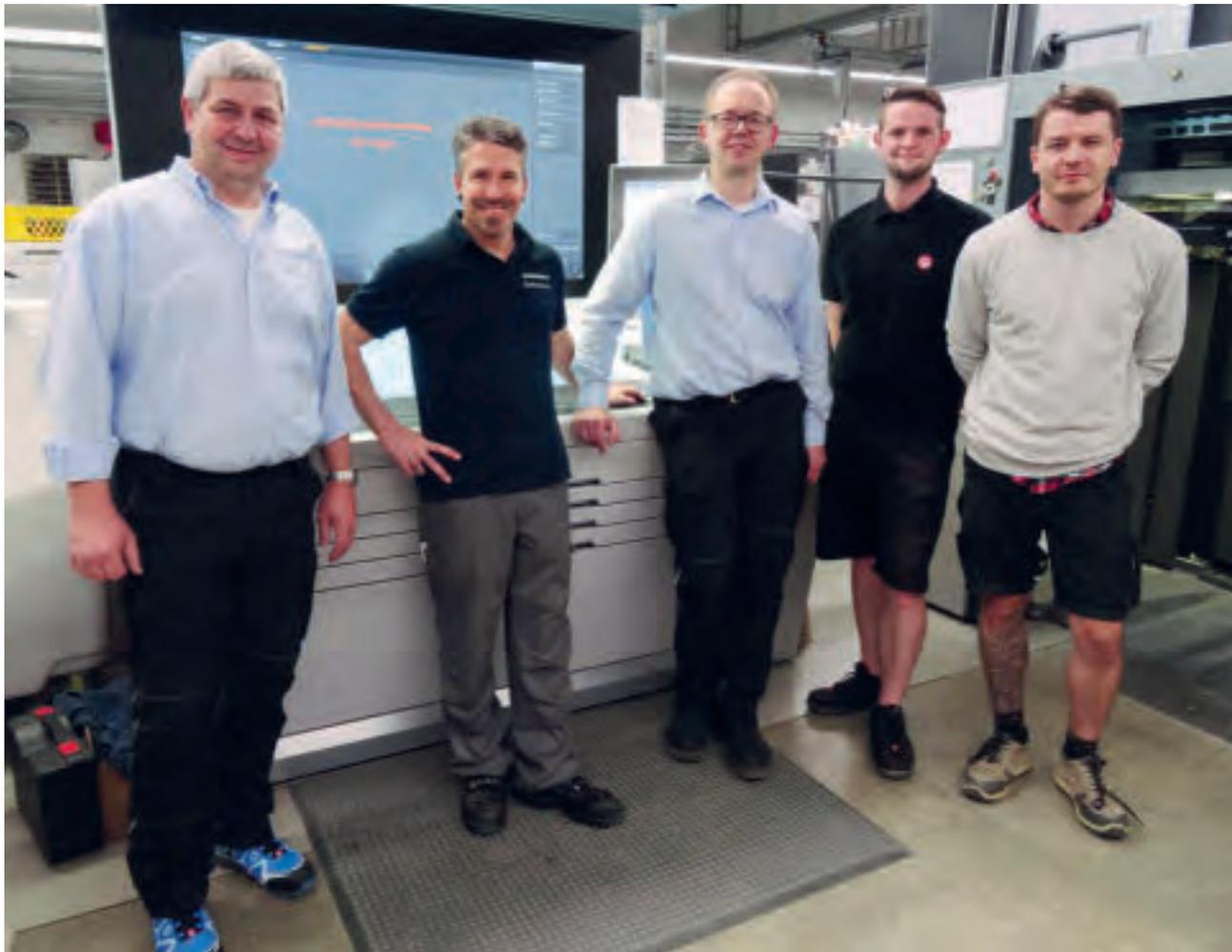
Ich nehme es vorweg, die Parameter Tonwertzunahme, Spreizung, Schieben/Dublieren, Farbabfall, Schablonieren, Streifenbildung sowie Anlage-, Sektions- und Maschinenpasser waren besser als bei manch anderer Maschine.

Künftig produziert die Druckerei Thieme in Meißen auf dieser Maschine Produkte auf Holzschliffpappe und Wellpappe. In den letzten Jahren ist die Nachfrage danach rasant gestiegen. Seit 2014 wird in Meißen auf Holzschliffpappe gedruckt. Im Jahr 2017 wurden davon schon über 300 Tonnen verarbeitet, Tendenz weiter steigend. Deshalb wurde inzwischen auch eine ältere XL-105-6 umgerüstet und ist nun auch in der Lage 1,6 mm Materialstärke zu verarbeiten und das dann bis zu 6 Farben. Kunden nutzen das vor allem die Möglichkeit Metallic- und/oder Pantonefarbtöne zusätzlich auf das Papier zu bringen

Eine herstellerunabhängige Maschinenabnahme war für die Druckerei Thieme Premi-

re, wird aber in Zukunft eine Selbstverständlichkeit sein und ist ein ganz wesentliches Element für die Investitionssicherheit des Käufers.

Ein weiterer wichtiger technischer Aspekt ist für das Druckunternehmen, dass die Anwendungstechnik und die maschinenbaulich relevanten Prüfparameter durch ein spezielles Verfahren möglichst getrennt betrachtet und geprüft werden. Das bringt Klarheit über den korrekten Aufbau der Anlage, aber auch wichtige Erkenntnisse über anwendungstechnische Einflussfaktoren, die man dann gezielt steuern kann. Geprüft wurden die Druckmaschine von der Print-X-media Süd nach den technischen Richtlinien des Bundesverbandes Druck und Medien. ▣



v.l.nr. Jochen Klett, PrintXmedia Süd GmbH, Christoph Thissen, Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH, Heinz Klos, PrintXmedia, Florian Wolf, Druckerei Thieme Meißen GmbH, Eric Jakobowski, Druckerei Thieme Meißen GmbH

RECHT - RECHT NÜTZLICH!

Betriebsratswahl



Die regelmäßigen Wahlen zum Betriebsrat finden alle vier Jahre in Zeit vom 01.03. bis 31.5. statt, die rechtlichen und tatsächlichen Fragen rund um die Durchführung der Betriebsratswahl rücken damit alle vier Jahre in den Fokus der Arbeitgeber, Betriebsräte und der Wahlvorstände. Da dieses Jahr die regulären Betriebsratswahlen stattfinden, habe wir für Sie ausgewählte Fragestellungen beantwortet.

Findet die Arbeit des Wahlvorstandes in der Freizeit statt?

Nein, grundsätzlich soll die Arbeit des Wahlvorstandes während der Arbeitszeit stattfinden. Das Gesetz verpflichtet den Arbeitgeber, die Mitglieder des Wahlvorstandes für die erforderlichen und notwendigen Arbeiten des Wahlvorstandes von der normalen Arbeit zu entbinden.

Muss der Arbeitgeber die Kosten der Wahl der tragen?

Ja. Gemäß § 20 Abs. 3 BetrVG ist der Arbeitgeber verpflichtet, die Kosten der Wahl zu tragen. Diese werden in die persönlichen Kosten der Wahlvorstandsmitglieder und die Sachkosten unterteilt. Zu den Sachkosten gehören beispielsweise: Kosten für Räumlichkeiten, Büroeinrichtung, Porto, Literatur, Gesetzestexte, Telefon-

kosten, Kosten für Wahlurnen, Stimmzettel, Umschläge, Wahlkabinen, Wahlsoftware. Zu den persönlichen Kosten zählen z.B. Schulungskosten. Bei den genannten Kosten muss es sich um notwendige Kosten handeln, die zur ordnungsgemäßen Amtsausübung und Wahldurchführung erforderlich sind.

Welchen Kündigungsschutz haben Wahlvorstand und die Kandidaten?

Die Mitglieder des Wahlvorstandes sowie die Wahlkandidaten genießen einen besonderen Kündigungsschutz, gem. § 15 Abs. 3 KSchG. Der Gesetzgeber wollte verhindern, dass der Arbeitgeber durch eine Kündigung der Mitglieder des Wahlvorstandes oder der Wahlkandidaten die Betriebsratswahl verhindern kann.

Was ist bei Leiharbeitnehmern beachten?

Es müssen drei Dinge berücksichtigt werden. Leiharbeiter sind gem. § 7 Abs. 2 BetrVG aktiv wahlberechtigt, wenn sie länger als drei Monate im Betrieb eingesetzt werden. Nicht Voraussetzung ist dabei, dass sie zum Zeitpunkt der Stimmabgabe bereits drei Monate eingesetzt sind, es reicht aus, dass der Einsatz länger als drei Monate andauern wird.

Leiharbeiter sind in dem Betrieb, in welchem sie überlassen werden, nicht zum Betriebsrat wählbar

NUTZEN

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

(passives Wahlrecht). Die Wählerliste ist daher so gestalten, dass erkennbar ist, dass hier das aktive und passive Wahlrecht auseinander fallen.

Leiharbeitnehmer sind in Betrieben mit mehr als 100 Arbeitnehmern bei der Berechnung der Größe des Gremiums zu berücksichtigen.

Ist ein Mitarbeiter in Altersteilzeit wahlberechtigt?

In der aktiven Phase der Altersteilzeit ist der Mitarbeiter wahlberechtigt, in der passiven Phase nicht. Nimmt ein Arbeitnehmer Altersteilzeit in Form des Blockmodells in Anspruch, verliert dieser Arbeitnehmer mit Beginn der Freistellungsphase sein aktives und passives Wahlrecht. Ebenso ist dieser Mitarbeiter bei der Bestimmung der Gremiumsgröße gem. § 9 BetrVG nicht mit zu berücksichtigen.

Was passiert, wenn bis zum Ablauf der Amtszeit des jetzigen Betriebsrates kein neuer Betriebsrat gewählt wurde?

Auf keinen Fall verlängert sich die Amtszeit des jetzigen Betriebsrates; vielmehr droht in einem solchen Fall eine betriebsratslose Zeit. Ein kollektiver Rücktritt des im Amt befindlichen Betriebsrates wäre eine Option um eine betriebsratslose Zeit zu vermeiden, denn dieser führt dazu, dass der bestehende Betriebsrat die Amtsgeschäfte kommissarisch solange weiterführt, bis der neue Betriebsrat gewählt ist.

Wer wird über die endgültige Wahl informiert?

Von dem endgültigen Wahlergebnis sind die Mitarbeiter durch Aushang zu informieren, ebenso der Arbeitgeber und eine im Betrieb vertretene Gewerkschaft. Der Aushang muss zwei Wochen lang an geeigneten Stellen im Betrieb veröffentlicht werden

Foto: Museum für Druckkunst Leipzig: „Auf nach Finnland.“ Finische Plakate seit 1853



TERMINE MUSEUM FÜR DRUCKKUNST LEIPZIG

Ausstellungen

„Auf nach Finnland.“

Finnische Plakate seit 1853
Noch bis zum 15.04.2018

„Pangramme :

learning type design“

29.04. – 15.07.2018

18. März 2018

12.00 Uhr

Führung

„Auf nach Finnland“

21. März 2018

18.00 Uhr

Lichtdruck-Vorführung

25. März 2018

12.00 - 16.00 Uhr

Druckworkshop Handsatz
und Radierung

11. April 2018

19.00 Uhr

Lesung

Frans Eemil Sillanpää

„Jung entschlafen“

15. April 2018

12.00 Uhr

Führung

„Auf nach Finnland“

27. April 2018

19.00 Uhr

Ausstellungseröffnung

„Pangramme : learning type
design“

28. April 2018

10.00 - 18.00 Uhr

Leipziger Typotage

„Learning Type Design“

typotage.de

05. Mai 2018, 18.00 - 0.00 Uhr

Museumsnacht „KULT“

13. Mai 2018

11.00 - 17.00 Uhr

Tag der offenen Tür

Museum für Druckkunst
Leipzig

Nonnenstraße 38

04229 Leipzig

www.druckkunst-museum.de

info@druckkunst-museum.de

Tel. 0341/231620

Datenschutz geht jeden an

Frau Blank, am 25. Mai wird die Datenschutz-Grundverordnung in Kraft treten. Das sind nur noch rund dreizehn Wochen. Ist das in den Unternehmen angekommen?

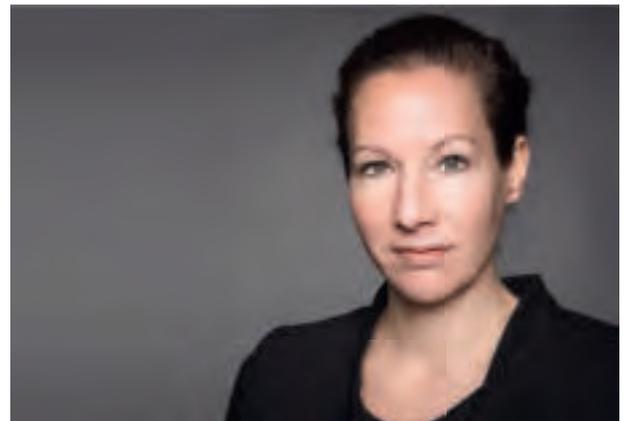
Wir stellen deutlich fest, dass das Thema bei den Betrieben angekommen ist. Das merken wir an der Nachfrage nach unseren Checklisten, an den Beratungsanfragen, die uns von den Mitgliedern erreichen und an den Teilnehmerzahlen der Schulungen und Workshops, die die Verbände Druck und Medien anbieten. Die Unternehmen sind sensibilisiert und wissen: Datenschutz geht jeden an.

Was müssen Unternehmen genau tun?

Das lässt sich kaum in ein paar Sätzen abhandeln. Aber in Kürze: Es sollte zunächst eine Bestandsaufnahme über sämtliche Datenverarbeitungsprozesse im Unternehmen erfolgen. Jedes Unternehmen muss jederzeit Rechenschaft darüber ablegen können, dass die im Unternehmen stattfindenden Datenverarbeitungsprozesse im Einklang mit dem geltenden Datenschutzrecht stehen. Aus diesem Grund ist es ratsam, diese zu dokumentieren, um im Bedarfsfall den Nachweis auch innerhalb kurzer Frist erbringen zu können.

Das klingt nach immensem Aufwand. Was raten Sie Unternehmen, insbesondere kleineren, die sich bislang noch nicht darum gekümmert haben?

Ich glaube, bis auf wenige Ausnahmen sind die Unternehmen inzwischen an dem Thema dran. Den datenschutzrechtlichen Pflichten unterliegt jedes Unternehmen, das personenbezogene Daten verarbeitet – unabhängig von dessen Größe. Lediglich einzelne



Pauline Blank, Referentin für Wirtschaftsrecht beim Bundesverband Druck und Medien.

Bestimmungen, wie beispielsweise die Verpflichtung zur Bestellung eines Datenschutzbeauftragten, können in kleineren Unternehmen mitunter entfallen. Um die Arbeit zu erleichtern, haben wir für die Mitgliedsunternehmen der Verbände Druck und Medien Checklisten mit Erläuterungen erarbeitet, die anschaulich durch das komplexe Thema führen und zugleich auch der Dokumentation der Datenverarbeitungsprozesse im Unternehmen dienen können. Sie sind bestmöglich auf die Umsetzung in der betrieblichen Praxis zugeschnitten. Bei weiteren Fragen stehen natürlich die Juristen der Verbände mit Rat und Tat zur Seite. ■



Das leisten die Verbände:

- Schnelle Erstberatung persönlich oder am Telefon
- Vermittlung von Datenschutzexperten und Datenschutzbeauftragten
- Kooperation mit professionellen Datenschutzexperten
- Informationsveranstaltungen
- Datenschutz-Checklisten zur Unterstützung bei der Feststellung möglichen Anpassungs- und Handlungsbedarfs

Nachhaltig dank kurzer Wege

Der Blick über den eigenen Tellerrand, eine hohe Flexibilität und nachhaltiges Handeln zeichnen das mittelständische Familienunternehmen Kuthal Print in Mainaschaff aus.

Die Maschinen laufen auf Hochtouren. Im Akzidenz-Bogenoffset spielt Kuthal Print seit vielen Jahren vorne mit – darauf sind die Geschäftsführer Helmut Kraft und Stefan Glaab stolz. Und der Erfolg gibt ihnen recht. Was 1910 als Franz Kuthal Kunst- und Handelsdruckerei mit fünf Beschäftigten begann, ist heute ein industrielles Druckunternehmen mit mehr als 80 Mitarbeitern. Als Schlüssel zum Erfolg sehen die beiden die Verbindung aus höchster Flexibilität mit der Qualität in der Beratung. „Wir drucken zwar industriell, aber ein fester Ansprechpartner und die Möglichkeit, auch extrem kurzfristig zu reagieren – das ist unseren Kunden wichtig“, erklärt Stefan Glaab. Er weiß: „Neben der Schnelligkeit und der Qualität der Drucksachen ist natürlich auch die Nachhaltigkeit ein wichtiges Entscheidungskriterium für unsere Kunden.“

Zum größten Teil sind es bei Kuthal Stammkunden aus der Region. Laut Helmut Kraft ist die Nähe nach wie vor ein wichtiger Faktor: „Es heißt zwar immer, dass der Standort keine große Rolle mehr spielt. Trotzdem kommen rund 90 Prozent unseres Umsatzes aus dem Rhein-Main-Gebiet.“ Diese prosperierende Wirtschaftsregion bietet dem Unternehmen seit jeher wichtige Kunden,



vor allem aus der Finanz- und Immobilienwirtschaft. Und dennoch bereitet die mittel- und langfristige Entwicklung im Bereich Akzidenzdruck den beiden Unternehmern auch Sorgen. Grund hierfür sind rückläufige Auflagen und die Unplanbarkeit der Aufträge. Hier wird dem Unternehmen eine enorme Flexibilität abverlangt.

Zweites Standbein Logistik

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



Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein sind für Kuthal Print eine Selbstverständlichkeit und längst in die Arbeitsabläufe integriert.

Kurze Wege

Zwischen der Druckmaschine und dem Lagerregal liegen 25 bis maximal 150 Meter. Frachtwege und -kosten zwischen Print und Logistiker entfallen und somit auch die Umweltbelastung durch CO₂-Emissionen.

Nachhaltige Materialien

Es kommen ökologische Druckfarben auf FSC- oder PEFC-zertifizierten, besonders umweltfreundlichen Papieren zum Einsatz.

Gutes Raumklima

Verwendung von unbedenklichem Druckpulver ohne Feinstaubbelastung. Die alkoholbasierten Lösungsmittel IPA wurden im Druckprozess um 80 Prozent reduziert.

Energieeffizienz

Ein eigenes Block-Heizkraftwerk erzeugt energiesparend Wärme und Strom. Mit der Kompressor-Abwärme aus der Produktion werden die Lagerräume geheizt. Effizienz auch im Verbrauch: In der gesamten Weiterverarbeitung wurde auf energiesparende LED-Beleuchtung umgestellt.

Aufbereitetes Wasser

Sowohl bei der Luftbefeuchtung der Halle als auch bei der Feuchtwasserversorgung der Maschinen kommt aufbereitetes Wasser zum Einsatz.

Kleinere Abfallmengen

Durch einen verringerten Ausschuss in der Anlaufmakulatur und das Recycling von Einwegpaletten wird die Müllmenge reduziert.

Ressourcenschonende Technik

Maschinen der neuesten Generation sparen Ressourcen.

Klimaneutrales Drucken

Der verbleibende, unvermeidliche CO₂-Ausstoß kann durch die Option „klimaneutrales Drucken“ ausgeglichen werden.

350 Mitarbeiter an zwei modernen Standorten mit insgesamt 150.000 Paletten- und Artikelstellplätzen und versenden jährlich mehr als 1.000.000 Pakete an nationale und internationale Empfänger.

Das ist auch ein Mehrwert für die Kunden der Druckerei. Sie können schnell und unkompliziert auf dieses breite Leistungsangebot zugreifen. Zum Beispiel beim Einlagern, Konfektionieren oder Versenden von Printprodukten nach Verteiler und Abrufliste.

Nachhaltigkeit ist kein Modetrend

Die enge Verzahnung von Druckbetrieb und Logistikdienstleister wissen viele Kunden zu schätzen. „Wir arbeiten nach dem Prinzip der kurzen Wege. Den Materialtransport haben wir auf ein Minimum reduziert. Das bedeutet, dass zwischen Druckmaschine und Lagerregal gerade einmal ein paar Meter liegen. Das beschleunigt nicht nur Prozesse, sondern vermeidet auch unnötige Emissionen“, so Stefan Glaab und ergänzt: „Zudem sind wir sowohl FSC- als auch PEFC-zertifiziert – Zertifikate, die wir aber durchaus auch kritisch sehen. Unser hauseigenes Blockheizkraftwerk ist ein wichtiger Baustein unserer Effizienz-Strategie. Auch im Verbrauch werden wir immer effizienter, beispielsweise mit dem flächendeckenden Einsatz von energiesparender LED-Beleuchtung.“

Man merkt sofort: Nachhaltig zu handeln ist für die Unternehmer kein Modetrend, sondern gelebte unternehmerische Verantwortung. „Das kennen wir nicht anders, denn langfristiges Denken ist seit Jahrzehnten fester Bestandteil unserer Unternehmensführung. Und weil wir viel bewegen, ist diese Art zu denken auch in unserem Produktionsalltag vielfältig verankert“, ist sich Helmut Kraft sicher. Und Stefan Glaab ergänzt: „Nachhaltig zu wirtschaften heißt für uns, eine Win-win-win-Situation herzustellen: Für unsere Kunden, für uns und vor allem auch für unser aller Zukunft.“



Die Geschäftsführer von Kuthal Print, Helmut Kraft (l.) und Stefan Glaab (r.), im Gespräch mit Marian Rappl (VDMB).



Mit über 200 Teilnehmern, spannenden Vorträgen und interessanten Diskussionen war auch der dritte Digitaldruck-Kongress (ddk) am 15. Februar in Düsseldorf ein Erfolg. Präsentiert wurden Geschäftsmodelle und Produkte, die es ohne den Digitaldruck nicht gäbe, Transformationsprozesse vom Offset- zum Digitaldruck sowie Leistungen, mit denen sich Druck- und Medienleister erfolgreich im Markt positionieren.

Bereits der traditionelle Vorabend des Kongresses bot beste Gelegenheiten zum fachlichen Austausch zwischen Profis, die im stark wachsenden Segment Digitaldruck aktiv sind. Dazu gehören Traditionsunternehmen ebenso wie Start-ups, Anwender genauso wie deren Kunden. Wie auch in den früheren Veranstaltungen hat sich das Veranstaltungskonzept „Anwender präsentieren für Anwender“ bewährt. Denn auf dieser Ebene werden Themen, Herausforderungen, Chancen, Probleme und Lösungsansätze – unabhängig vom Angebot einzelner Hersteller oder Zulieferer – diskutiert.

Und natürlich bieten die Verbände Druck und Medien Unternehmen eine große Palette an Werkzeugen an, um sich erfolgreich dem digitalen Wandel zu stellen und neue Technologien optimal zu nutzen. Diese reichen von der Prüfung und Zertifizierung der technischen Voraussetzungen im Betrieb über Investitionsplanungen bis hin zur umfassenden Qualifizierung von Mitarbeitern. Dazu gehören das fundierte Fortbildungsformat „Geprüfter Digitaldruck Professional“ oder die Zertifizierung „QualitätsSiegel Digitaldruck“.

Mitveranstalter war wie auch in den vorherigen Jahren die drupa.

Unterstützt wurde der ddk von den Firmen Canon, CloudLab, RICOH, Steuber, efi, x-doc-solution, FKS, Heidelberg, Konica Minolta, der Medienversicherung, Obility, PapierUnion, technotrans und Xerox. ▣

ddk Digitaldruck-Kongress
Düsseldorf 2018

Der ddk2019 findet im bewährten Format am 6. Februar 2019 in Düsseldorf statt.

Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvd/m, und Sabine Geldermann, Director drupa, eröffnen den dritten Digitaldruck-Kongress in Düsseldorf.



Guido Wiegand, Studiosus Reisen München GmbH, bricht eine Lanze für die Klima-initiative der Druck- und Medienverbände.



Die ddk-Partner Canon und CloudLab im Gespräch mit den Moderatoren Udo Eickelpasch (links) und Jens Meyer (rechts).

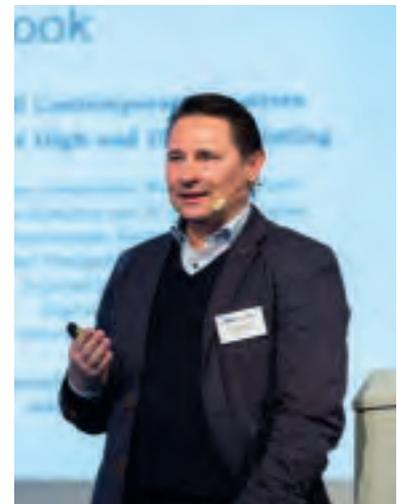


Volles Haus. Mehr als 200 Teilnehmer folgten den Präsentationen und Diskussionen auf dem ddk2018.

Berufsbilder und Qualifikationen werden von den Verbänden kontinuierlich den Anforderungen der Unternehmen angepasst, erläutert Dr. Paul Albert Deimel, bvdmi.



Dirk Hentschler, Geschäftsführer der Buch- und Offsetdruckerei Heenemann, hat den Umsatz im Digitaldruck seit 2014 verdoppelt.



„Was können wir von anderen Branchen lernen?“ Jens Beckmann (links), copy-druck Gesellschaft für Digital- und Offsetdruck, und Udo Eickelpasch (rechts) im Gespräch.



Fachlicher Austausch auch in den Pausen mit Oliver Curdt, Geschäftsführer des Verbandes Druck + Medien Nord-West (Mitte).

Johannes Petrasch präsentiert die Erfolgsstory des Kinderbuches „Lost My Name“. Bis zu 4.000 personalisierte Bücher produziert Schätzl Druck & Medien am Tag.



Dominik Romer, CEO und Gründer der Firma adnemics, weiß, wie man mit intelligenten Paketbeilagen den Umsatz beflügelt.



Berlin, Brüssel, Bayern im Dialog. Bettina Knappe (Pressesprecherin bvdM), Beatrice Klose (Geschäftsführerin Intergraf), Holger Busch (Geschäftsführer des Verbandes Druck und Medien Bayern).



„Wir bringen Funktion auf Papier“, erklärte Carola Gather die innovative, erfolgreiche Neuausrichtung des Traditionsunternehmens Gather Mönchengladbach.



Robert Höllein, CPI buch bücher.de, beschreibt, wie Druckereien mit guter Beratung und der Erfüllung von Sonderwünschen zu wettbewerbsstarken Dienstleistern werden.



Kein Bock auf braune Boxen. Julian Jost, CEO und Gründer des Start-ups printmate, überzeugt mit einem schlüssigen Konzept für bedruckte Verpackungen in Kleinauflagen.



TREFFPUNKT INNOVATION

bvdm.

Druck- und Mediendienstleister diskutieren mit Experten aus Forschung und Zulieferindustrie Märkte, Strategien und Prozesse.

Das zeigen wir jetzt auch im Namen: Beim Treffpunkt Innovation am **27. und 28. September 2018 in Berlin** treffen sich die Pioniere und Macher, um die Potenziale der Branche zu beleuchten – auch weit jenseits technischer Entwicklungen.

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

Mehr Informationen unter:
www.bvdm-online.de/TreffpunktInnovation

GEPRÜFTER

DIGITALDRUCK PROFESSIONAL

Die Qualifizierung für Ihren Erfolg im Digitaldruck

Nächster Start am
25. Oktober 2018

Ihre Ansprechpartner:

Celina Sievers
02306.20262-56

Ursula Zöllner
0711.45044-32

Christoph Degel
089.33036-215

www.digitaldruck-professional.de



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

VERBAND
DRUCK
+ MEDIEN
BAYERN

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



Hält manchmal.

Jetzt bei **SPRINTIS:**
Exzellente Klebstoffe
für anspruchsvolle
und preisbewusste
Buchbinder!

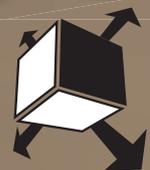
Hält immer.



Hotmelt

Dispersion

Reiniger



SPRINTIS

www.sprintis.de

Öko? Logisch!

EIN TAG IM LEBEN EINES TECHNISCHEN BERATERS

Eine ressourcenschonende Produktion gewinnt für Wirtschaft und Industrie immer mehr an Bedeutung. Auch für die Druck- und Medienindustrie sind der Einsatz von innovativen und modernen Produktionsverfahren und eine möglichst umweltschonende Produktion selbstverständlich. Bei der Herstellung von Printprodukten entstehen wie bei jedem industriellen Prozess Emissionen. Die Verbände Druck und Medien unterstützen deshalb mit ihrer Klimainitiative Druckereien dabei, die Emissionen einzelner Druckerzeugnisse zu quantifizieren, zu optimieren und im letzten Schritt zu kompensieren.

1

Stefan Brunken, technischer Berater des VDM Nord-West, ist heute im Auftrag des Klimaschutzes unterwegs. Und der ist bei schmitz druck & medien Chefsache: Geschäftsführer Marko Schmitz und der kaufmännische Leiter Tobias Kleinehr begrüßen ihn.



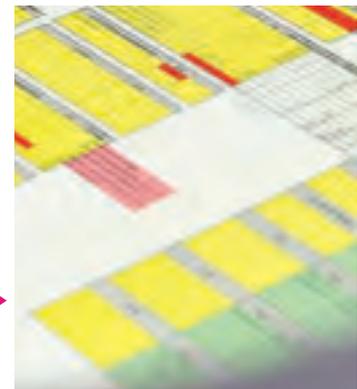
2

Schritt für Schritt zur Klimainitiative. Kleinehr und Brunken nehmen gemeinsam alle notwendigen Betriebsdaten auf und besprechen die Details, um den Klimarechner zu implementieren.



3+4

Energieverbrauch, Fuhrpark, Anzahl der Mitarbeiter – Kleinehr hat schon einige Daten zusammengetragen, um das Unternehmen abzubilden. Die roten Felder zeigen: „Achtung, hier fehlen noch Angaben“. Diese Lücken werden heute gefüllt.



5

Auch die Maschinenausstattung muss erfasst werden. Dafür geht's direkt in die Produktion. Drucker René Olbrich erläutert die technischen Daten.



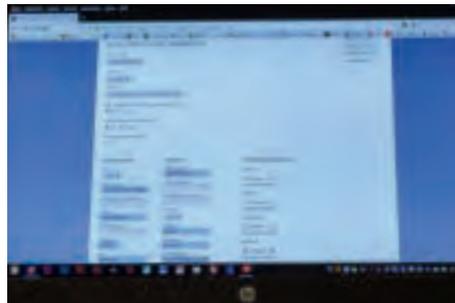
6+7

Wie sieht es mit dem Stromverbrauch aus? In welcher Geschwindigkeit und mit welchen Rüstzeiten wird produziert? Zu dritt besprechen sie, welche Daten für den Klimarechner relevant sind und übertragen sie in die Erfassungsbögen.



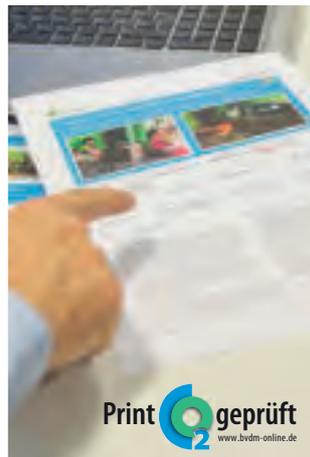
8

Alle Daten sind erfasst. Jetzt kann's losgehen! Brunken schaltet den Zugang zum Klimarechner frei. Hier können nun alle Personen, die im Unternehmen mit dem Klimarechner arbeiten, angemeldet werden.



9

Die Logogenerierung ist ganz einfach. Einmal erklärt, kann online direkt losgelegt werden. Unter klima-druck.de können Kunden aus unterschiedlichen Klimaschutzprojekten auswählen, die alle den Goldstandard erfüllen.



10

Nach der Datenaufnahme und Schulung übergibt Brunken die Urkunde für die Teilnahme an der Klimainitiative der Druck- und Medienverbände. Herzlichen Glückwunsch!



11

„Viel Erfolg bei der Umsetzung!“, wünscht Stefan Brunken zum Abschluss. Ein erfolgreicher Tag im Leben eines technischen Beraters geht zu Ende.



► MedienStandard Druck Update verfügbar

Der MedienStandard Druck ist die Grundlage zur reibungslosen technischen Zusammenarbeit zwischen Auftraggebern, Vorstufendienstleistern und Druckbetrieben und steigert so Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit des Mediums Print in allen Druckverfahren.

Jetzt wurde das kostenlos in deutscher und englischer Sprache verfügbare Standardwerk wichtigen Neuerungen angepasst und ist in einer aktualisierten Version erhältlich. Das Update berücksichtigt unter anderem den neuen ECI-Arbeitsfarbraum bzw. CMYK-Austauschfarbraum „eciCMYK“, was insbesondere für den großformatigen Digitaldruck von Bedeutung ist.

Der MedienStandard Druck steht als PDF zum Download zur Verfügung unter bvdm-online.de/handreichungen

Arbeitsschutz auf einen Blick: Alles, was ein Kleinbetrieb wissen muss

Die Berufsgenossenschaft BG ETEM hat ein Unternehmenshandbuch neu aufgelegt, das die Anforderungen der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes speziell für Betriebe mit bis zu 50 Beschäftigten anschaulich darstellt. Auch Auszubildende können sich damit schnell einen Überblick über die rechtlichen und organisatorischen Fragestellungen der Arbeitssicherheit verschaffen.

Die Broschüre „Unternehmenshandbuch – Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz im Kleinbetrieb“ informiert anschaulich über rechtliche sowie organisatorische Fragen und beleuchtet auch wirtschaftliche Aspekte. Nützliche Hinweise gibt die Broschüre zu einer Reihe von Themen: von Arbeitsmitteln über die Gestaltung des Arbeitsumfeldes bis hin zur Handhabung von Gefahrstoffen und zur Ersten Hilfe. Wer mehr wissen will, findet Verweise auf andere Broschüren, Internetseiten oder Seminare. Außerdem enthält sie zahlreiche Musterdokumente sowie Checklisten.

Die Broschüre kann als gedrucktes Exemplar bestellt (Schutzgebühr: 2 Euro) oder von der Website der BG ETEM heruntergeladen werden.

Ihr Link zur Bestellung
bvdm-online.de/arbeitsschutz



KÜNDIGUNG AUF VERLANGEN DES BETRIEBSRATES

Hat ein Arbeitnehmer den Betriebsfrieden wiederholt ernstlich gestört, so kann der Betriebsrat nach § 104 Satz 1 BetrVG dessen Entlassung verlangen. Setzt der Betriebsrat diesen Entlassungsanspruch gerichtlich durch, so ist die daraufhin erfolgende Kündigung des Arbeitsverhältnisses wirksam. Dies hat das BAG am 28. März 2017 (2 AZR 551/16) entschieden.

Im zugrunde liegenden Fall hatte die Arbeitnehmerin Kollegen körperlich angegriffen. Die Entscheidung des Arbeitsgerichts, die den Arbeitgeber auf Verlangen des Betriebsrates verpflichtete, die Arbeitnehmerin zu entlassen, stellt ein „dringendes betriebliches Erfordernis“ im Sinne des § 1 Abs. 2 Satz 1 KSchG dar, das eine Kündigung rechtfertigt. Zur Vermeidung eines Zwangsgeldes blieb dem Arbeitgeber keine andere zumutbare Reaktionsmöglichkeit, so das BAG.



Verteilung der Betriebsratssitze nach d'Hondt verfassungsgemäß

Erfolgt eine Betriebsratswahl aufgrund von Vorschlagslisten, werden die Betriebsratssitze gemäß § 15 Abs. 1 Satz 1 Wahlordnung (WO) nach dem sogenannten d'Hondtschen Höchstzahlverfahren auf die Listen verteilt. Das BAG hatte kürzlich zu entscheiden, ob dieses Verfahren verfassungsgemäß ist. Die antragstellenden Arbeitnehmer forchten die Wahl nach § 19 BetrVG an. Sie meinten, das Verfahren sei verfassungswidrig, da es kleine Gruppierungen benachteilige. Das BAG hat am 22.11.2017 (7 ABR 35/16) entschieden, dass das Verfahren weder den aus Art. 3 Abs. 1 GG folgenden Grundsatz der Gleichheit der Wahl noch die durch Art. 9 Abs. 3 GG geschützte Koalitionsfreiheit verletzt. Für die in diesem Jahr turnusgemäß stattfindenden Betriebsratswahlen ist somit die notwendige Rechtssicherheit gegeben.



KENNEN SIE IHRE KOSTENSÄTZE?

Kostensätze sind als Grundlage der Kalkulation und der Auftragsabrechnung die Basis von Kunden- und Produktgruppenanalysen. Ohne Kenntnis der tatsächlichen Kostensätze finden zum Teil schwerwiegende Fehleinschätzungen statt, die sich mit den richtigen Kostensätzen durchaus vermeiden lassen. Ermitteln Sie die eigenen Kostensätze und erhalten Sie Transparenz über Ihre Kostenstruktur. So werden Optimierungspotenziale deutlich.

Nutzen Sie die Beratung der Landesverbände für eine transparente Kostenstruktur und eine gewinnbringende Kalkulation.



Der Blaue Engel – eine Erstberatung bietet Ihnen Ihr Landesverband

Der Blaue Engel ist eines der bekanntesten Umweltzeichen. Er garantiert, dass die Produkte hohe Ansprüche an Umwelt-, Gesundheits- und Gebrauchseigenschaften erfüllen. Bei der Beurteilung ist dabei stets der gesamte Lebensweg zu betrachten. Entsprechend hoch sind auch die Anforderungen an die Druckerei, die Druckerzeugnisse mit dem „Blauen Engel für Druckerzeugnisse RAL-UZ 195“ kennzeichnen möchte.



Der umfangreiche Kriterienkatalog ist auf fast alle Druckverfahren anwendbar. Für die einzelnen Verfahren sind jeweils spezifische Höchstwerte festgelegt worden. Gefordert wird insbesondere der Verzicht auf kritische Substanzen in allen verarbeiteten Materialien aus Druckvorstufe, Druck und der Weiterverarbeitung sowie auch die Emissionsbegrenzung flüchtiger organischer Verbindungen (VOC) aus Farben, Lacken, Reinigungs-, Wasch- und Feuchtmitteln. Druckfarben müssen mineralöl- und kobaltfrei sein.

Schon an der Entwicklung der Kriterien haben engagierte Druck- und Medienunternehmen und der bvdm aktiv mitgewirkt. Für kleine und mittelständische Druckereien besteht ein beträchtlicher Aufwand, die Einhaltung der Kriterien nachzuweisen. Der bvdm hat hierzu das Umweltbundesamt kontaktiert, um diese Situation zu verbessern.

Die Verbände unterstützen Betriebe dabei, einen Überblick zu bekommen, wie sich die Zertifizierung umsetzen lässt und welche Umstellungen und Kosten damit verbunden sind.

FRAGEN?
NUTZEN@BVDM-ONLINE.DE

**ONLINE
PRINT
SYMPOSIUM**
München 2018

15.–16. März 2018

Seien Sie dabei und sichern Sie sich
jetzt einen der begehrten Plätze auf
dem 6. Online Print Symposium.

www.online-print-symposium.de

#OPS2018

Leading the competition – Wachstumsstrategien im Onlineprint

**DEUTSCHER
DRUCK- UND
MEDIENTAG**

28.–29. Juni 2018 · Stuttgart

bvdm.

Mehr Informationen
und Anmeldung unter
www.ddmt18.de

vdm

vpdm





KURZ MEL DUN GEN

FRAGEN?

NUTZEN@BVDM-ONLINE.DE

► Engagiert im Klimaschutz: Zehn Jahre Klimainitiative der Verbände

Seit zehn Jahren engagieren sich Druckereien im Rahmen der Klimainitiative des Bundesverbandes Druck und Medien für den Klimaschutz und haben über 131.000 verschiedene Druckprodukte klimaneutral produziert. Dieses Jahr werden die Druckereien, die seit Gründung der Initiative dabei sind, für ihr ökologisches Engagement ausgezeichnet.

Der Bundesverband Druck und Medien und seine Landesverbände unterstützen mit ihrer Klimainitiative Druckereien dabei, die Emissionen einzelner Druckerzeugnisse zu quantifizieren, zu optimieren und im letzten Schritt zu kompensieren, also auszugleichen. Diesen Dreiklang verfolgen sie gemeinsam seit nun schon zehn Jahren.

Und das gemeinsame Engagement kann sich sehen lassen: Seit 2007 wurden über 131.000 verschiedene Druckprodukte klimaneutral produziert und dabei insgesamt 185.000.000 Kilogramm CO₂ durch Investitionen in Klimaschutzprojekte kompensiert. In diesem Jahr werden die Verbände all jene Unternehmen, die der Klimainitiative von Beginn an die Treue halten, für ihr Engagement auszeichnen: Unter anderem erhalten sie eine Urkunde, die persönlich übergeben wird.

► Klimabilanz von Druckerzeugnissen jetzt auch **mit Printplus** ermitteln

Druckereien können ihren Kunden jetzt noch einfacher produktionsbedingte Emissionen aufzeigen und die nicht vermeidbaren Emissionen in Klimaschutzprojekten ausgleichen: mit einer neuen Schnittstelle zu Printplus.

Per Knopfdruck kann schon in der Vorkalkulation der CO₂-Verbrauch eines Druckauftrages prognostiziert und nach Auftragsabwicklung die Kompensation durchgeführt werden. Gleichzeitig können Kunden schon im Vorfeld die Umweltverträglichkeit ihrer Aufträge bzw. die Möglichkeiten der Kompensation über CO₂-Minderungsprojekte und die damit verbundenen Kosten aufgezeigt werden.

„Wir freuen uns über diesen weiteren Schritt zum klimaneutralen Drucken“, kommentiert Julia Rohmann, Referentin für Umweltschutz beim bvdM, die Zusammenarbeit mit der Printplus AG.

Mehrfacher Gewinner des TIPA-Awards

„Das beste Fotolabor der Welt“

Ausgezeichnet von den Chefredakteuren 28 internationaler Fotografie-Magazine



Alle Preise inkl. MwSt., zzgl. Versandkosten. Alle Rechte, Änderungen und Irrtümer vorbehalten. AVENSO GmbH, Ernst-Reuter-Platz 2, 10587 Berlin, Deutschland

© furniture by Vibia

**IHR FOTO HINTER
ACRYLGLAS**

ab **7,90 €**

Ihre schönsten Momente im Großformat. Galerie-Qualität von WhiteWall.

Ihre Fotografie hinter Acrylglas, gerahmt oder als Großabzug. Unsere Produkte sind „Made in Germany“ – profitieren Sie von mehr als 100 Testsiegen und Empfehlungen! Hochladen und Wunschformat festlegen, sogar vom Smartphone aus.

[WhiteWall.de](https://www.white-wall.de)

Stores in Berlin / Düsseldorf / Frankfurt / Hamburg / Köln / München

 **WHITE WALL**

KURZ
MEL
DUN
GEN

Bundesinnungen Siebdruck und Flexografie fusionieren zur BPDH

Flexografie und Siebdruck haben ein neues Zuhause. Seit dem 1. Januar 2018 werden die beiden Handwerkssparten von der Bundesinnung Print- und Digitalmedienhandwerk (BPDH) vertreten. Dem gingen Fusionsbeschlüsse beider Vorgängerinnungen voraus, der Bundesinnung für das Flexografen-Handwerk und der Bundesinnung für das Siebdrucker-Handwerk. Obermeister der neuen Bundesinnung ist Hellmuth Frey aus Hamburg.

Online ist die BPDH unter bpdh.de erreichbar. Die Geschäftsführung der Innung wird – wie schon für die Vorgängerinnungen – durch den Bundesverband Druck und Medien (bvdm) ausgeübt. Am 26. und 27. April wird die BPDH in Halle an der Saale zu ihrer ersten Jahrestagung zusammenkommen.



Die Anmeldung ist möglich unter bpdh.de/tagung2018

FESPA Global Print Expo

Vom 15. bis 18. Mai findet in Berlin mit der FESPA Global Print Expo die internationale Leitmesse der FESPA statt. Mehr als 600 Aussteller präsentieren in zehn Hallen der Messe Berlin Innovationen aus den Bereichen Siebdruck, Textildruck und Large Format.

MEHR INFORMATIONEN: fespaglobalprintexpo.com



Medientechnologie Druckverarbeitung Viele abwechslungsreiche Aufgaben

Anton ist angehender Medientechnologie Druckverarbeitung bei der Firma Gieselmann in Bielefeld – und er ist gehörlos. Für die Nachwuchskampagne „Gestochen Scharf – Perfekt Veredelt“



der Verbände Druck und Medien zeigt er in einem Video, wie ein Flyer hergestellt und weiterverarbeitet – also geschnitten und gefalzt – wird. An seinem Beruf gefallen ihm besonders die vielen abwechslungsreichen Aufgaben. Später will Anton Meister oder Betriebsleiter werden.

MEHR INFORMATIONEN: Das Video mit Anton sowie weitere Porträts von Auszubildenden in der Druckindustrie, Informationen zu den Ausbildungsberufen und eine Ausbildungsplatzbörse finden Sie unter druckindustrie.de



SALZLAND DRUCK 
 specialprint.

Nicht nur
UV-Offset
ist unsere
Stärke!



“ WIR STANZEN IN PERFEKTION ”

SALZLAND DRUCK | Löbnitzer Weg 10 | 39418 Staßfurt | Telefon: 0 39 25 / 96 2 - 0 | www.salzland-druck.de



HILPERT 
PRINTING EQUIPMENT

Ein unschlagbares Duo

**Spitzenpreise und eine
professionelle Abwicklung!**

Wir kaufen jetzt an:

Heidelberg SM 52 & SM 74 & XL 75 - 4 / 5 / 6 / 8 | **Heidelberg** CD 102 & XL 105 - 4 / 5 / 6 / 8

MAN Roland R700 & R900 4 / 5 / 6 / 8 | **KBA Rapida** 106 & 142 & 162a 4 / 5 / 6 / 8

Hilpert Maschinen + Industrie-Anlagen GmbH | Am Hain 20 | 36132 Eiterfeld-Germany
Fon +49 (0) 6672 79 29 | Fax +49 (0) 6672 76 69 | info@hilpert-germany.com | www.hilpert-germany.com

TERMINE

2018

- 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
- 11./12.04.2018
Printed Electronics Europe, Berlin
- 11./12.04.2018
Pure Digital Digitaldruckmesse, Amsterdam
- 20./21.04.2018
Gemeinsame Jahresversammlung der vdm Mitteldeutschland und NordOst, Neuruppin
- 24./25.04.2018
Print Digital! Convention, Düsseldorf
- 26./27.04.2018
Jahresversammlung der Bundesinnung Print- und Digitalmedienhandwerk, Halle
- 15.-18.05.2018
FESPA 2018, Berlin
- 17.05.2018
Fachkongress Offsetdruck, Frankfurt a.M.
- 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

15.-16.06.2018
Jahreshauptversammlung VDM Nord-West, Essen

28.06.2018
Jahreshauptversammlung vdm Baden-Württemberg, Stuttgart

28.06.2018
Jahreshauptversammlung vpdm Südbaden, Stuttgart

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

29.06.2018
Jahreshauptversammlung Bundesverband Druck und Medien, Stuttgart

25.-27.09.2018
FachPack 2018, Nürnberg

27.-28.09.2018
Treffpunkt Technik, Berlin

09.-11.10.2018
WAN-Ifra World Publishing Expo, Berlin

10.-13.10.2018
Druck+Form, Sinsheim

10.-14.10.2018
Frankfurter Buchmesse, Frankfurt a. M.

25.10.2018
Druck&Medien Awards 2018, Berlin

07.11.2018
Vertriebskongress VDM Nord-West, Düsseldorf

10.11.2018
innoPRINT, Leipzig

2019

06.02.2019
Digitaldruck-Kongress, Düsseldorf

25.-28.02.2019
Hunkeler Innovationdays 2019, Luzern

MACHEN SIE KOMMUNIKATION ZUM ERLEBNIS

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

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

Wir bei Canon nennen das:

#UNLEASHPRINT

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



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

Canon



Equipment

Entdecken Sie das Unerwartete. Versafire.

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

➔ heidelberg.com/Versafire

Jetzt gratis
Druckmuster
anfordern!

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

