

DAS MAGAZIN

NUTZEN

DER DRUCK- UND MEDIENVERBÄNDE

WIE PRINT UNS GENUSSVOLL ENTSPANNEN LÄSST

Leidenschaft verpackt
Keine Angst vor schwierigen Produktionen
Veredelung sorgt für Kaufimpulse



Der vielseitige Maßstab für eine kreative Druckproduktion

Acuity Select

Vielseitige UV-Flachbettdrucker

Weltweit sind seit mehreren Jahren über 1.000 Installationen dieser speziellen Flachbettdrucker bei unterschiedlichsten Druckdienstleistern im Einsatz. Die jüngsten Modelle verfügen über neue Inkjet-Technologien und andere Weiterentwicklungen und bieten deshalb eine noch höhere konstante Qualität und Zuverlässigkeit.

So produzieren Sie eine erstaunliche Vielfalt von Druckprodukten auf starren oder flexiblen Materialien, z. B. Displays, industrielle Grafiken, Schilder, Spezialdrucke oder Dekorartikel. Zusätzliche helle Farben sowie Weiß und Lack bieten eine weitreichende Flexibilität bei der Fertigung hochwertiger und kreativer Drucke.

Erfahren Sie mehr unter
www.fujifilm.eu/print
grafische_systeme@fujifilm.de



Acuity Select auf einen Blick

- Spezielles Flachbettdesign
- Graustufen-Druckköpfe mit hoher Auflösung
- Vakuuntisch mit mehreren Zonen
- Optionen für weiße und helle Tinten sowie Lack
- Registerstifte
- Rollenoption
- Doppelte Druckbettgröße möglich

Acuity Select

FUJIFILM
Value from Innovation

EDITORIAL



Ein gutes Buch ist die ideale Entspannung – nicht nur zur Weihnachtszeit. Bild: Alexander Rath – stock.adobe.com

Liebe Leserin, Lieber Leser,

die bevorstehenden Festtage sind eine Hochzeit für Print – und vor allem Printgenuss. Sei es ein gedrucktes Buch – nach wie vor das beliebteste Weihnachtsgeschenk –, ein Fotobuch oder eine ansprechend verpackte Flasche Wein. Wie Print dazu beiträgt, tatsächlich genießen zu können und wie Gedrucktes uns zu Entspannung und Muße verhilft, zeigen wir in der Titelgeschichte dieser NUTZEN-Ausgabe.

„Wir treiben den Abbau von Bürokratie weiter voran und stärken damit die Wirtschaft.“ So lautete der Anspruch von CDU, CSU und SPD, den sie vor nicht einmal einem Jahr im Koalitionsvertrag festgehalten haben. Bereits jetzt ist klar, dass die Große Koalition dieses Ziel des Bürokratieabbaus einmal mehr verfehlt und die Wirtschaft mit immer neuen Regelungen überzieht – zuletzt mit der Reform des Teilzeit-

rechts. Wie die Verbände Druck und Medien dazu Stellung bezogen haben, lesen Sie auf Seite 32.

Dort finden Sie auch Informationen zur zweiten Auflage unserer Roadshow infoKompakt, mit der die Verbände in ganz Deutschland einen Überblick über die Neuregelungen in Sachen Teilzeitrecht bieten. Melden Sie sich am besten gleich für eine Veranstaltung in Ihrer Nähe an. Wie gut unsere erste infoKompakt-Roadshow zum Verpackungsgesetz bei den Teilnehmern ankam, erfahren Sie auf Seite 30.

Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre, erholsame Weihnachtsfeiertage und einen guten Start in das Jahr 2019.

Herzlichst, Ihre Geschäftsführer der
Druck- und Medienverbände



IN HA LT

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



TITELTHEMA: GENUSS

8 — PRINT MACHT MEHR DRAUS

Wie Gedrucktes uns zu Entspannung und Muße verhilft

10 — VERPACKUNGSDRUCK

Premium trifft Premium

12 — KUNSTGENUSS GEDRUCKT

Print wirkt – auch durch Haptik

32 — DRUCK AUF BERLIN UND BRÜSSEL

*Noch mehr Bürokratie
dank Teilzeitreform*



IMPRESSUM

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

VERANTWORTLICH: Bettina Knappe, Wolf Witte

REDAKTIONSTEAM: Melanie Erlwein, 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 2552) 920 02, Fax: (0 2552) 920 160

03 — EDITORIAL

*Herzlich willkommen zum
neuen NUTZEN*

06 — PRINT KOMMT AN

Umsatz, Einschaltquoten, Käufer

16 — TREFFPUNKT INNOVATION 2018

*Wettbewerbsvorteile im digitalen
Wandel*

18 — DIE FIRMA

*Multisensorische Veredelung sorgt für
Kaufimpulse*

Seite **26**



Seite **28**

21 — NÜTZLICH

Wissenswertes für die Betriebsführung

24 — TARIFRUNDE 2018

*„Große Tarif-Schlacht“ in der
Druckindustrie?*

26 — DIE PROFIS

Leidenschaft verpackt

28 — DER NUTZEN

*Keine Angst vor schwierigen
Produktionen*

30 — UNTERWEGS MIT ...

Verpackungsgesetz: Bestens informiert

35 — KURZMELDUNGEN

Informationen aus den Verbänden

38 — VERANSTALTUNGSTERMINE

*Bundesweite Verbandstermine +
weitere branchenrelevante Events*



Seite **30**

ROADSHOW INFOKOMPAKT

*Viele Fragen und Antworten zum
Verpackungsgesetz 2019*

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

Schreiben Sie uns an
nutzen@bvdm-online.de

Wir freuen uns auf Ihre Rückmeldungen!



Print kommt an

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



In Deutschland werden pro Jahr allein über

1,5

MILLIARDEN

Publikumszeitschriften verkauft.

Zeitung

72 PROZENT

der Leserinnen und Leser empfinden Anzeigen und Werbung in den Wochenblättern als nützlich, weil man sie noch einmal nachlesen kann.

Suche

Der Anteil der Kunden, die vor einem Kauf in einer Suchmaschine recherchiert haben, ist 2017 von

25,9 auf 23,3 %

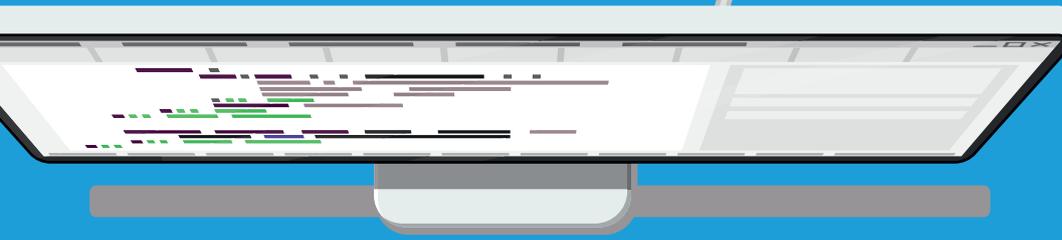
zurückgegangen.

2017 erwarben Buchkäufer im Schnitt **12,4 TITEL.**

2013: 11,0

22 %

der **16- BIS 29-JÄHRIGEN** wollen zukünftig mehr Geld für gedruckte Bücher ausgeben als bisher.



8 von 10
Menschen in
Deutschland sehen
ihr Wochenblatt als
feste Größe in der
Region an.

VHS
Allein das Gesamtprogramm
der Münchner Volkshochschule
(MVHS) umfasst rund
880 SEITEN
und erscheint zweimal pro Jahr
in einer Auflage von
17.000 EXEMPLAREN

ÜBER DIE HÄLFTE DER
ENTSCHEIDER IN
WIRTSCHAFT UND
VERWALTUNG LIEST
LÄNGERE TEXTE LIEBER
AUF PAPIER ALS AM
BILDSCHIRM.

NUR **7%**
BEVORZUGEN DEN
BILDSCHIRM.



Wie Print uns gen entspannen lässt

”

Kein Genuss ist vorübergehend; denn der Eindruck, den er zurücklässt, ist bleibend.“

Johann Wolfgang von Goethe

Einfach mal nichts tun. Keine Hektik, keine Pflichten, kein Zeitdruck. Ausspannen, es sich rundum gut gehen lassen. Den Schalter umlegen von funktionieren, effizient arbeiten, Ergebnisse abliefern auf loslassen, Muße und Genuss. Vielen gelingt das heute kaum mehr, einer Studie zufolge waren 81 Prozent aller Befragten sogar der Meinung, sie müssten sich Genuss durch zuvor erbrachte Leistungen verdienen. Als wäre es nicht in Ordnung, es sich einfach mal gut gehen zu lassen.

Die nächste Gelegenheit dafür sind Weihnachten und die Tage „zwischen den Jahren“. Gemütliches Essen mit Freunden, Familientreffen, auf die man sich das ganze Jahr schon freut, entspannte Zeit mit den Kindern, lange Spaziergänge und Freiräume für das, was man am liebsten tut und dann richtig genießt. Für viele gehört dazu ein gedrucktes Buch. Allein zu Weihnachten planen rund 46 Prozent der Deutschen, eines zu verschenken (noch beliebter waren nur Gutscheine).

Überhaupt sind die Festtage eine Hochzeit für Gedrucktes. Ob Weihnachtskarten, Geschenkpapier, Schaufensterdekorationen, ganze Stapel von festlichen Servietten, die vielen, vielen Weihnachtsmännern und natürlich Christbaumkugeln. Print macht Weihnachten sichtbar, versetzt uns in feierliche Stimmung. Und bei nahezu jedem Geschenk spielt Print eine ganz wichtige Rolle, nämlich: bei der Verpackung. »

ussvoll

VERPACKUNGSDRUCK

Premium trifft Premium

Apple war Vorreiter in der Disziplin, nicht nur Premiumprodukte, sondern auch Premiumverpackungen zu entwickeln. Daran arbeiten dort ganze Abteilungen. Die Boxen unterstreichen die Wertigkeit des Produktes optisch und haptisch in kaum erreichter Perfektion und führen die stolzen neuen Besitzer geradezu ehrfurchtsvoll an ihre Produkte heran. Diese aufwendige Verpackungskultur, die bislang überwiegend in Japan gepflegt wurde, hat zum Kult der Marke erheblich beigetragen, wird von den Apple-Jüngern hoch goutiert und von Wettbewerbern scharf beobachtet.

So hat sich Samsung vor einigen Jahren von seinen beigebraunen Schachteln verabschiedet und produziert nun nahezu ebenso edel wie sein US-Konkurrent. Heute

wissen zunehmend mehr Unternehmen, wie wichtig es ist, dem Kunden ein ganz besonderes Gefühl beim Auspacken zu bescheren. Das gilt auch für Hersteller von Konsumgütern: So zeigen die Flaschenetiketten für die Kampagne „Flow Your Way“ von Aqua d’Or einzigartige Designs des dänischen Künstlers Emil Kozak, die Natur und Individualität zum Ausdruck bringen sollen. Die Etiketten sind nicht nur ein eindrucksvolles Beispiel für individualisierten Digitaldruck, sondern folgen auch dem Trend, Genuss von Produkt und Verpackung zu verbinden: Die Wasserflaschen wurden zur Präsentation der Kampagne in einer Kunstgalerie ausgestellt und dort vom Künstler signiert.



Mit der Etikettenkampagne „Flow Your Way“ von Aqua d’Or wurden 3,2 Millionen individuell etikettierte Wasserflaschen verkauft.

Bild: Danone

BUCHGENUSS BEIM LESEN UND BETRACHTEN

Genüsslich blättern statt hektisch wischen

Der durchschnittliche Smartphone-Nutzer schaut am Tag 88-mal auf sein mobiles Endgerät, erhält 46 Benachrichtigungen von Apps, sozialen Medien und Algorithmen. Die Erschöpfung, die sich am Ende des Tages einstellt, ist real. Davon zeugt die „Digital Detox“-Bewegung, die sich dem virtuellen Dauerfeuer bewusst zu entziehen versucht.

Nicht nur zu Weihnachten sind Bücher daher beliebt, auch im Urlaub wird mehr gelesen als sonst. Denn je größer der Stress durch Termindruck, permanente Erreichbarkeit, soziale Medien und Smartphones wird, desto mehr wächst die Sehnsucht nach Ruhe, selbstbestimmter Gestaltung und freier Zeit und das heißt auch einfach mal in Zeitschriften schmökern, in Feuilletons blättern, Kataloge wälzen oder Rezepte studieren.

Bereits vor einigen Jahren hatten Forscher der Universität Sussex in einer Untersuchung festgestellt, wie stark das Lesen eines Buches sich auf das Stress-Level des Lesers auswirken kann. Ein Forscherteam um den Neuropsychologen Dr. David Lewis hatte versucht, die Auswirkung von verschiedenen Entspannungsarten zu messen. Dabei ging es um typische Tätigkeiten, die Menschen zur Entspannung und zur Stressbewältigung machen und auch das hat sehr viel mit Genuss zu tun: zum Beispiel Musik hören, Tee trinken, Spazierengehen oder das Lesen eines Buches.

Das Ergebnis war beeindruckend: Beim Musikhören sank das Stress-Level um 61 Prozent, beim Tee- oder Kaffeetrinken um 54 Prozent, beim Spazierengehen um 42 Prozent. Den besten Wert erlangte das Lesen mit einem 68 Prozent niedrigerem Stress-Level. Viele Menschen scheinen diesen Effekt auch ohne die Wis-

senschaft zu kennen und genießen ihn ungebrochen. Rund 30 Millionen Deutsche lesen zehn und mehr Bücher im Jahr, weiß Alexander Skipis vom Börsenverein des deutschen Buchhandels und meint: „Das Buch ist tief und fest in der Gesellschaft verankert. Es ist offensichtlich seit mehr als 500 Jahren die perfekte Antwort auf ein menschliches Bedürfnis. Nämlich etwas zu erfahren von anderen Menschen, ihren Erlebnissen, ihren Meinungen und Visionen.“

Es gibt wohl kaum jemanden, der nicht noch ein Fotoalbum besitzt. Mindestens von den Eltern und Großeltern, meist aber auch aus der eigenen Kindheit. Dann kam die digitale Fotografie und das Bildmaterial aus den Ferien oder von Familienfeiern landete auf Festplatten und Handyspeichern und später auch in den sozialen Medien. So wurden im Jahr 2017 rund 1,2 Milliarden Fotos auf den diversen Plattformen – von Instagram über Google bis Facebook – hochgeladen. Die Dienste locken mit immer mehr Speicherplatz, Bearbeitungsfunktionen und Features. Allein: Wenn es darum geht, sich noch einmal in die tolle Urlaubsstimmung zurückzusetzen, die schönsten Momente der Hochzeit noch mal zu erleben, das erste Jahr einer Partnerschaft darzustellen, dann setzen immer mehr Menschen wieder auf ein gedrucktes Produkt – das Fotobuch.

Die moderne Variante des Fotoalbums ist seit Jahren ein Wachstumsmarkt: Für 2017 bezifferte der Photoindustrie-Verband (PIV) den Verkauf auf 9,4 Millionen Fotobücher im Wert von über 290 Millionen Euro. Schon jetzt seien Fotobücher eng gekoppelt an das Weihnachtsfest und sind beliebte und angesagte Geschenke innerhalb der Familie, aber auch an Freunde, so der PIV Geschäftsführer Christian Müller-Rieker. „Fotobücher zu verschenken wird zunehmend zur beliebten Tradition. Denn: Wurden in den zurückliegenden Jahren Fotobücher an Familie und enge Freunde verschenkt, so ist die Erwartungshaltung groß, auch in diesem Jahr wieder ein persönliches Exemplar an Weihnachten zu erhalten.“



Bild: ulza – stock.adobe.com

Fotobücher gelten inzwischen als traditionelles Weihnachtsgeschenk.

KUNSTGENUSS GEDRUCKT

Dauerhaft schön und schön exklusiv

Gedruckte Fotografie hält auch in anderer Form Einzug in die Wohnzimmer von immer mehr Menschen, nämlich als Kunstdruck. So ist Fotografie nach der Einschätzung deutscher Galeristen die ökonomisch dritt-wichtigste Kunstgattung nach Malerei und Skulptur.

Darauf setzt zum Beispiel die Xing-Mitgründerin Daniela Hinrichs. 2013 gründete sie die Plattform DEAR Photography, wo Werke von deutschen Fotokünstlern, angewandte Arbeiten von Modefotografen, aber auch freie künstlerische Arbei-

ten, zum Beispiel von Pepa Hristova oder Julian Röder, angeboten werden. Kleine Auflagen garantieren die Exklusivität der Werke, mit Preisen ab 1.300 Euro sind sie auch für Einsteiger interessant.

Ähnlich positioniert sich das Start-up Junique, das sich auf „bezahlbare, urbane Kunst“ spezialisiert hat und online kuratierte Kunstdrucke sowie Drucksachen wie Wandbilder, Poster, Kissen und Handtücher, Wandkalender oder auch Notizbü-



Bild: Stanislav Vladimir – stock.adobe.com

cher vertreibt. Das Unternehmen wirbt mit Druck in Galeriequalität und die durchweg positiven Nutzerbewertungen sprechen dafür, dass dieser Anspruch gehalten wird. 2017 verzeichnete Junique bereits mehr als 600 Künstler, 100 Mitarbeiter und achtstellige Umsatzzahlen.

Aber auch auf Wandkalendern ist Kunst ungebrochen gefragt. Und mitunter so schön, dass im Dezember immer noch das Blatt vom Juni das Zimmer schmückt.

Die Lust, etwas anzufassen

Was bei Verpackungen im Besonderen und bei Druckerzeugnissen im Allgemeinen zum Tragen kommt, ist eine Eigenschaft die so nur Printprodukte aufweisen können: Haptik. Mit diesem Begriff werden Textur, Konsistenz, Masse, Temperatur und Form eines Gegen-

standes beschrieben. „Man kann über Haptik das aufbauen, was heute am meisten verloren geht: Verbindlichkeit in Beziehungen“, beschreibt etwa Alfred König, Gründer der Kommunikations- und Produktionsagentur König Konzept in München, die Bedeutung von Haptik.

Angesichts von immer mehr Text- und Tonnachrichten, die um unsere Aufmerksamkeit ringen, schalten wir oft einfach ab. „Zielgerichtet eingesetzte haptische Signale lösen dagegen einen Sucheﬀekt aus“, so König weiter. „Der haptische Sinn ist immer noch neugierig.“

Und Print wirkt – auch durch Haptik: Fällt ein Produkt durch angenehme haptische Eigenschaften auf, animiert es den Kunden zum Berühren – und zum Kaufen: Hochwertiges Papier und gezielter Einsatz von Prägungen und anderen Veredelungen steigern die Wertigkeit von Drucksachen und Broschüren – und steigern den Genuss.



Bild: goldencow_images – stock.adobe.com

NACHHALTIGKEIT

Mit gutem Gewissen genießen

Für immer mehr Menschen ist Genuss mit dem starken Wunsch nach einem guten Gewissen verknüpft. Das gilt zum Beispiel für Fleisch, das aus artgerechter Tierhaltung stammen soll. Oder Obst und Gemüse, möglichst aus biologisch sauberem Anbau, oder auch die eigene Figur: Zu viel Zucker oder Fett soll es – bei allem Genuss – dann doch nicht sein. Allein die gedruckten Hinweise über Herkunft und Eigenschaften von Produkten bieten uns zuverlässige und oft kaufentscheidende Informationen. Aber auch gegenüber unserer Umwelt und unserem Klima nimmt das Bewusstsein für nachhaltige, ökologisch unbedenkliche Produktionen zu. Das kann die Druckindustrie durchaus bieten. Denn gerade die deutschen Druckunternehmen gehören seit Jahren zu den besonders transparent produzierenden, umweltengagierten Vorreitern in unserer Wirtschaft. Davon zeugt zum Beispiel die Klimainitiative der Verbände Druck und Medien. Sie unterstützt Unternehmen dabei, maximal energieeffizient zu arbeiten, ermöglicht die Ermittlung der Emissionen durch eine Druckproduktion und bietet zertifizierte Wege an, um die entsprechende Menge zu kompensieren.

Zudem forstet die europäische Papierindustrie mehr Wald auf, als sie verbraucht. Jedes Jahr. Die Waldfläche in Europa wuchs so von 2005 bis 2010 um 512.000 Hektar. Das entspricht einer Fläche von 1,5 Millionen Fußballfeldern. Die Wälder sind heute über 30 Prozent größer als in den 1950ern.

Dieses erfolgreiche, nachhaltige Engagement der Branche wird seit Jahren vom Bundesumweltministeri-



um offiziell gewürdigt und unterstützt, denn damit trägt sie sehr aktiv zu den Zielen im Klimaschutz bei. Das können viele Wirtschaftszweige – auch die energieintensive digitale Medienwelt – nicht von sich behaupten.

Wenn sich nun also die Feiertage nähern: Einfach mal alle fünf gerade sein lassen. Um genießen zu können, brauchen wir keinen Tagesplan, sondern wir müssen im Moment leben und ihn mit allen Sinnen auskosten. Print kann dazu sehr viel beitragen. ■

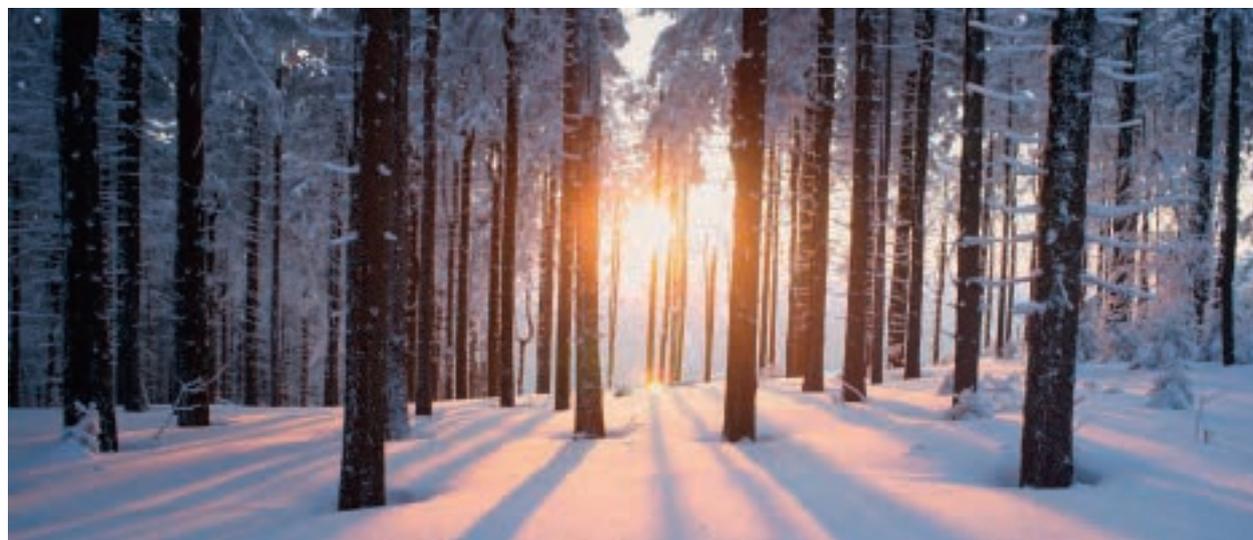


Bild: psynovec – stock.adobe.com

Zwei starke Partner auf Augenhöhe



Produktempfehlung von Koenig & Bauer für den konventionellen Bogenoffset: Druckfarben der hubergroup.

Service und Produktqualität im Komplettpaket: Koenig & Bauer und die hubergroup machen bei Bogenoffset-Druckfarben gemeinsame Sache

Hier arbeitet zusammen, was zusammengehört: Zwei traditionsreiche, familiengeführte Unternehmen, deren Marke und Expertise im Druckmarkt Gewicht hat, wollen mit ihrer neuen Kooperation Druckereien noch erfolgreicher machen. Das Ziel der globalen strategischen Partnerschaft ist es, den gemeinsamen Anwendern das optimale Service- und Qualitäts-Komplettpaket anzubieten. „Recommended by Koenig & Bauer“ lautet das Qualitätssiegel der Farben, die über das Vertriebsnetz der hubergroup vertrieben werden. Rapida-Anwender, die Druckfarben aus dem Gesamtportfolio der hubergroup für den konventionellen Bogenoffset einsetzen, profitieren von der Erfahrung mit diesen Farbsystemen bei Koenig & Bauer. Das Ergebnis sind geprüfte Farbqualitäten für konstante, wiederholbare und hochqualitative Druckprodukte. Und: Die Prozessstandardisierung erreicht eine neue Qualität.



Das Zusammenspiel von Druckfarbe und Bogenoffsetmaschine wird bei Koenig & Bauer getestet.

Service auf neuem Level

„Besondere Stärken sehe ich in der optimalen Anlaufperformance und der stabilen Farb-Wasser-Balance“, sagt Dirk Winkler, Bereichsleiter Drucktechnik bei Koenig & Bauer Sheetfed. „Außerdem zeichnet sich die Kombination Maschine/Farbe in einer sehr guten Farbbrillanz und einem hohen Druckkontrast, im ruhigen Ausdruck und im Flächendruck aus.“

Fit für die Zukunft

Ein weiterer Vorteil ist die Zusammenarbeit auf globaler Ebene in den Bereichen Vertrieb, Kundens Schulung und Produktentwicklung. Fachleute beider Unternehmen tauschen sich regelmäßig persönlich aus. „Unsere Zusammenarbeit erstreckt sich auf die Entwicklung neuer Farbsysteme und deren Standardisierung sowie die gemeinsame Unterstützung der Anwender, gerade bei Lebensmittelverpackungen“, erläutert Dirk Winkler.

Fokus Prozessstabilität

Thomas Kleps, Leiter Vertrieb Europa bei hubergroup, sieht in der Partnerschaft das Potenzial, Druckereien bei Anwendungstechnik und Prozessoptimierung zu unterstützen: „Dieses Know-how wird durch die enge Kooperation mit Koenig & Bauer noch erweitert und kommt direkt den gemeinsamen Kunden im Bereich Business Development zugute. Weltweit ist in allen Segmenten des Bogenoffsetdrucks – ob Akzidenz, Verpackung, Lebensmittelverpackung oder Etiketten – die gleich hohe Qualität der Standard- und Sonderfarben-Serien garantiert.“

www.hubergroup.com



ddk Digitaldruck-Kongress Düsseldorf 2019

6. Februar 2019 · CCD Congress Center Düsseldorf

www.ddk2019.de

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

bvdm.

drupa



Treffpunkt Innovation zeigt Innovationskraft der Branche auf



Matthias Tietz (Vorsitzender des bvdm-Ausschusses Technik + Forschung) eröffnete den Treffpunkt Innovation und stellte das Umweltmanagement-Netzwerk Ökoprofit vor.

Ob in Sachen Umwelt, Digitalisierung, Finanzierung oder Produktentwicklung: Die Druckindustrie ist hochinnovativ. Das zeigte der Treffpunkt Innovation des Bundesverbandes Druck und Medien, der am 27. und 28. September mit rund 120 Teilnehmern in Berlin stattfand. Der Kongress zeigte vielfältige Erfolgsstrategien auf, um in Zeiten des digitalen Wandels Wettbewerbsvorteile zu erzielen.

So machten die Referenten Thorsten Winterheimer (Wolf-Gruppe, Ingelheim) und Stefan Meißner (Flyeralarm, Würzburg) am Vormittag des ersten Veranstaltungstages deutlich, dass sich mit der Einbeziehung von Kunden in die eigenen digitalen Netzwerke viele Prozesse erheblich vereinfachen lassen.

Doch bei aller Digitalisierung ist der Nutzen persönlicher Netzwerke ungebrochen, wie Matthias Tietz (Rheinisch-Bergische Druckerei, Düsseldorf) in seinem Einführungsvortrag am Beispiel des Umweltmanagement-Netzwerkes Ökoprofit zeigte: „Das bringt abseits gesetzlicher Umweltauflagen lehrreichen Input und wertvolle Kontakte – auch und gerade zu den lokalen Behörden.“

„Die Druckindustrie muss sich nicht verstecken, wenn es um Innovationskraft und Risikofreude geht“, unterstreicht Harry Belz, Referent für Technik + Forschung beim bvdm und Organisator der Veranstaltung. „Der Treffpunkt Innovation ist ein wesentlicher Treiber dieser Entwicklungen – nicht zuletzt dank der Themenpanels am zweiten Veranstaltungstag zu Themen vom Verpackungsgesetz bis zum UV-Druck.“

2019 wird der Treffpunkt Innovation am 7. und 8. November stattfinden – wie immer in Berlin.



Harry Belz vom bvdm präsentiert Beispiele für erfolgreiche Crowdfunding-Kampagnen in der Druckindustrie.



Angeregte Pausengespräche beim Treffpunkt Innovation.



„Erfolgsfaktor Innovation“ war das Thema einer von insgesamt vier Podiumsdiskussionen im Rahmen des Treffpunkt Innovation. V.l.n.r.: Prof. Dr. Shahram Hauck, Beuth Hochschule für Technik Berlin; Stefan Klinksiek, Kolbe-Coloco Spezialdruck GmbH; Prof. Dr.-Ing. Michael Schaffner, BIOS Doktor-Ing. Schaffner Beratungsgesellschaft mbH und FOM Hochschule Berlin; Dr. Martin Hud, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung, Dr. Ulrich Vetter, GDM GlasDruckManufaktur GmbH.



Am zweiten Veranstaltungstag fanden insgesamt acht Themenpanels statt. Die Gelegenheit, Wünsche und Anregungen unmittelbar in die Verbandsarbeit einzubringen.



Diskussion steht beim Treffpunkt Innovation im Vordergrund. Ein Grund, weshalb er von den Teilnehmern so geschätzt wird.



Demonstration der Roboterdame Gisela. Im eigenen Kiosk fertigt und verkauft sie Spielzeugroboter aus Wellpappe.



Abendprogramm – Der bvdm lud die Teilnehmer des Treffpunkt Innovation zum Abendessen im Funkturm-Restaurant ein.

Multisensorische Veredelung sorgt für Kaufimpulse

GRÄFE Druckveredelung verleiht Druckerzeugnissen den entscheidenden Schliff. Verpackungen, Etiketten, Prospekte und Geschäftspapiere erhalten hier die Akzente, die sie von der Masse abheben und zum haptischen Erlebnis machen.

Wer eine Marke erlebbar machen will, muss mehrere Sinne ansprechen. Wenn ein Produkt über den Tastsinn spürbar wird, dann zündet es! Und genau das ist es, was wir machen“, so beschreiben Frank und Christian Denninghoff ihre Arbeit. Als eines der ersten Unternehmen hat GRÄFE Ende der 1960er Jahre auf das neue Verfahren Prägefoliendruck gesetzt. Zunächst nur für einen großen Kunden, dann wuchsen die Nachfrage und auch der Maschinenpark. Vom ehemaligen Buchdrucker und späteren Faltschachtelbetrieb entwickelte GRÄFE sich zum Spezialisten für Veredelung und das hat sich gelohnt – heute ist der Prägefoliendruck aus dem Druckbereich nicht mehr wegzudenken. Von der Verpackung über Geschäftsberichte oder Etiketten, Veredelungen sind überall zu sehen und zu spüren. „2008 kam der Kaltfolientransfer als neues Inline-Verfahren hinzu. Da haben wir uns entschieden, ausschließlich auf Veredelung zu setzen“, erzählt Christian Denninghoff. Heute bietet die Firma eine Fülle an Möglichkeiten an: Prägefoliendruck, Kaltfolientransfer, Blind- und Reliefprägung, Holografie, Folienkaschierung und Sonderlackierungen in allen Varianten und fast jeder Kombination.

Veredelung muss zur Marke passen

Anspruchsvolle Markenkommunikation ist heute ohne Veredelung kaum denkbar. Manchmal genügt dafür ein einziger geprägter Schriftzug oder ein wohl-

sierter metallischer Effekt. „Der Mensch ist ein multisensorisches Wesen. Jeder kennt den Reflex, Produkte in die Hand nehmen zu wollen. Deshalb ist eine tolle Haptik der Verpackung so wichtig. Sie trägt viel zur Kaufentscheidung bei. Wir bieten unseren Kunden eine Toolbox an, mit deren Hilfe sie Produkte oder Produktverpackungen optimal auf die Zielgruppen ihrer Produkte ausrichten können“, so Frank Denninghoff. Dabei geht es den beiden Brüdern auch um die Unverwechselbarkeit von Marken. Durch seine gezielt ausgewählte Veredelung soll das Produkt eine „Stopping Power“ erreichen, also so attraktiv sein, dass es im prall gefüllten Regal auch inmitten der immensen Produktvielfalt auffällt. Zum anderen muss die Verpackung stimmig widerspiegeln, was das Produkt ausmacht. Nicht weniger, aber auch nicht mehr. „Unsere Aufgabe ist es, den Kunden so zu beraten, dass am Ende keine Mogelpackung herauskommt. Dafür muss man die technischen Prozesse im Griff haben, aber auch ein Gespür dafür entwickeln, die richtige Veredelung zu finden. Denn der perfekte Produkt- und Markenauftritt und damit der Geschäftserfolg unserer Kunden ist auch unser Ziel“, so die Überzeugung und das Erfolgsrezept der Brüder. ■



Faszination Veredelung

Durch vollflächigen Kaltfolientransfer entstehen glanzvolle Bilder, die Druckwerken einen besonderen Wert verleihen. In Verbindung mit fotografischen Details verstärkt sich diese Wirkung noch. Für dieses Projekt wurde im Bereich der Fotografien Kaltfolientransfer verwendet. Eine 4-Farb-Überdruckung erlaubt einen wärmeren Ton für die Schattierungen. Feine Schriften in metallisierter Anmutung sind dabei ohne Markierung auf der Gegenseite möglich. Blindprägungen vervollständigen das Produkt.

Das 1928 gegründete Familienunternehmen GRÄFE Druckveredelung hat sich über drei Generationen von der klassischen Buchdruckerei zu einem der bundesweit führenden Fachbetriebe für Veredelungstechnologie entwickelt. Heute leiten die Enkel des Gründers, Frank und Christian Denninghoff, das Bielefelder Unternehmen mit 35 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und sorgen dafür, dass Printprodukte zu Hinguckern und Handschmeichlern werden.

In der Metaanalyse The Power of Print wurden über 300 internationale Studien zur Werbewirkung von Print und Printveredelung analysiert: creatura.de/metaanalyse



Hält auf.

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

Hält fest.



Rückenleime

Fugitiveleime

Planamelt

Blockleime

Reiniger



SPRINTIS

www.sprintis.de

Gestochen scharf – Perfekt veredelt

Sie brauchen mehr Bewerbungen auf Ihrem Schreibtisch –
und dringend Nachwuchskräfte, die Sie immer seltener auf dem
Arbeitsmarkt finden und deshalb selbst ausbilden wollen?

Nutzen Sie die Kampagne „Gestochen scharf – Perfekt veredelt“
des bvdm – und holen sich wertvolle Infos, wie Sie erfolgreich
Nachwuchs gewinnen.



www.druckindustrie.de/fuer-arbeitgeber/

Leitfaden Azubimarketing – jetzt anfordern!
Bei Ihrem Landesverband Druck und Medien.

MITTELMASS NEIN DANKE!

DAS MANAGEMENTPROGRAMM

WEITERE
INFORMATIONEN
UND ANMELDUNG:

Celina Sievers
02306. 20 262 56
sievers@vdmnw.de

NÄCHSTER
START:
21.03.2019

VDMNW.DE

Vorausdenken. Vorangehen.



 vdm
 mitteldeutschland


INHALT

II – VERPACKUNG

*Anforderungen an
Verpackungen im
Lebensmittelbereich*

IV – AUS DEM VERBAND

InnoPRINT Nachlese

V – VERPACKUNGSGESETZ

*Roadshow lieferte
Informationen*

VI – GENUSS ZUM ANBEISSEN

Personalisierte Schokolade

XIII – DIE BESTEN DER BESTEN

Weissraum erhält AWARD

X – KURZPORTRÄT KAMA

XI – GANZ SPEZIELL

*Spiralwürfel der Firma Lotos
Druck*

XII – BILDUNG

azubi- und studentage Leipzig

XIV – NACHRUF

*Nachruf Wolfgang Koch
Koch-Druck Halberstadt
Bei Google in der ersten Reihe*

XV – RECHT: RECHT NÜTZLICH

XVI – TERMINE



Antje Steinmetz

Geschäftsführerin
Verband Druck und Medien
Mitteldeutschland e. V.

Liebe Leserinnen und Leser,

das Jahr ist, wie immer, im Fluge vergangen. Gerade in dieser Zeit des Jahres blicken wir zurück auf das, was im vergangenen Jahr gut oder auch weniger gut war und fragen uns inwieweit wir dazu beigetragen haben. Wir alle empfinden Dankbarkeit und Zufriedenheit für viele Dinge, gleichzeitig aber auch Ungeduld und Spannung, wenn wir in die Zukunft blicken.

Mir persönlich bedeutet die konstruktive und vertrauensvolle Arbeit mit unseren Mitgliedsunternehmen sehr viel und ich möchte mich an dieser Stelle, auch im Namen meiner Mitarbeiter/innen dafür bei Ihnen bedanken. Es macht uns immer noch Spaß, vor allem wenn Sie uns mit Ihren Anregungen kritisch wie lobend begleiten.

Aus unzähligen Rückmeldungen und Erfahrungsberichten wissen wir, dass unsere Arbeit es vielen Mitgliedsunternehmen ermöglicht hat, auf unterschiedlichste Weise von den Angeboten des Verbandes zu profitieren. Natürlich wollen wir dies auch in 2019 so fortsetzen. Wir freuen uns schon darauf!

In diesem Sinne wünschen wir, das gesamte Team des Verbandes Druck und Medien Mitteldeutschland, zum Weihnachtsfest fröhliche, heitere und besinnliche Stunden im Kreise Ihrer Lieben – viel Glück, Gesundheit und Energie für 2019!

Herzlichst Ihre

IMPRESSUM

HERAUSGEBER Verband Druck und Medien Mitteldeutschland e.V.,

„Haus des Buches“, Gerichtsweg 28, 04103 Leipzig

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

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



GASTBEITRAG SID LEIPZIG GMBH, LEBENSMITTEL UND DER DRUCK

Genuss – und das Drumrum

Genuss ist eine positive Sinnesempfindung, die mit körperlichem und/oder geistigem Wohlbehagen verbunden ist. Am häufigsten wird der Begriff im Zusammenhang mit Essen und Trinken verwendet.

Allgemein gelten Kaffee, Tee, Schokolade, Kakao, Tabakwaren und alkoholische Getränke als Genussmittel, bei denen psychotrope Substanzen mehr oder weniger stark am Zustandekommen des Genusserlebnisses beteiligt sind. Eine psychotrope Substanz ist eine Mischung aus einem oder mehreren Wirkstoffen, die die menschliche Psyche beeinflussen. Was als Genuss empfunden wird, ist subjektiv und damit individuell unterschiedlich. Voraussetzungen sind Genussfähigkeit und Hingabe. Soweit die Auskunft bei Wikipedia.

So ist die Motivation zum Genuss inzwischen fester Bestandteil der Angebote in der Druckindustrie. Veredlungstechnologien begannen mit Lackierungen von Druckbogen über Glanzfolienkaschierungen, Blind- und Kaltfolienprägungen die Wertigkeit wie Glanz oder Edelmetalleffekte in vielfältiger gestalterischer Form zu suggerieren. Ergänzt von Stumpflacken, Stanzungen und Beflockungen werden die haptischen Verführungen bei Berührung ausgelöst. Dem noch nicht genug, entwickeln Duftstoffe in den Druckfarben ihre zusätzlichen sinnlichen Reize. Angewendet findet man diese

„Der Hersteller des Endprodukts trägt hier die rechtliche Verantwortung“

Veredlungen nicht nur am Verlagsprodukt, sondern besonders wirkungsvoll eingesetzt auch in der Verpackung von Lebens- und Genussmitteln.

Diese angenehmen Produkteigenschaften unterliegen aus gutem Grund auch der Verantwortung der Hersteller und Befüller von Lebensmittelverpackungen. Dabei gilt der Einhaltung rechtlicher Vorschriften die volle Aufmerksamkeit.

„Hierbei kann es sich um eine bedruckte primäre oder innere Umhüllung oder eine Verpackung mit einer funktionellen Barriere handeln, mit deren Hilfe die Migration von Bestandteilen aus gleich welcher Schicht auf der vom Lebensmittel abgewandten Seite der Barriere in das

Lebensmittel auf „annehbare“ Menge (spezifischer Migrationsgrenzwert oder „Migration limit of no concern“) gesenkt wird.“ So im Pkt.: 3.2.2 des Merkblatts: Druckfarben für Lebensmittelverpackungen.

Ein erhöhtes Risiko zur Migration in das Lebensmittel besteht, wenn Druckfarben, Schutz- oder Heißsiegellacke bestimmungsgemäß bei Lebensmittelkontakt verwendet werden. Hierfür bestehen keine gesetzlichen Bestimmungen. Deshalb kommen ausschließlich Rohstoffe aus den Positivlisten anerkannter Expertengremien zum Einsatz. Die Auswahl von Rohstoffen erfolgt in Einklang mit dem „Auswahlschema für Rohstoffe für Verpackungsdruckfarben“ der EuPIA-Leitlinie.

Der abschließende Nachweis der Einhaltung der rechtlichen Vorschriften kann jedoch nur am fertigen Endprodukt, der bedruckten und/oder überlackierten Lebensmittelverpackung erfolgen. Der Hersteller des Endprodukts trägt hier die rechtliche Verantwortung

und muss gewährleisten, dass das Endprodukt „Verpackung“ für seinen bestimmungsgemäßen Verwendungszweck als Lebensmittelverpackung geeignet ist. Jedem Drucker und Druckveredler sollte seine Verantwortung beim Einsatz der Rohstoffe kennen, damit aus dem Genuss kein Verdruss wird. ■

Unter Benützung des Merkblattes: Druckfarben für Lebensmittelverpackungen der Fachgruppe Druckfarben im Verband der deutschen Lack- und Druckfarbenindustrie

- **Die gute Herstellerpraxis orientiert sich bei der Herstellung von Verpackungen an der Betrachtung der Gesamtkomponenten, wie:**
- » Auswahl der Rohstoffe (Lacke, Farben, Leim ...)
 - » Auswahl des Bedruckstoffes
 - » Zusammensetzung von Laminaten
 - » Druck- und Weiterverarbeitung
 - » Auswahl der Herstellungstechnik

VDM INTERN

innoPRINT Leipzig 2018 am 10.11.18

Rund 120 Besucher, die den großen Hörsaal im Nieper-Bau der HTWK Leipzig füllten, haben bewiesen, dass die innoPRINT-Auftaktveranstaltung im vergangenen Jahr ein Erfolg war, an den in diesem Jahr angeknüpft wird.

Die Veranstaltung wurde wieder souverän und mit einem ausgezeichneten Zeitmanagement von Frau Beatrix Genest, vom Sächsischen Institut für die Druckindustrie (SID), moderiert.

Der Fokus der Veranstaltung lag auf der Fachkräftesituation in der Branche und der Generation, die unsere zukünftigen Fachkräfte stellen wird. Diese Altersgruppe – die Generation Z – stellte Frank Müller, Haus E in Chemnitz, in den Mittelpunkt seiner Ausführungen. Nach 1991 geboren, stehen diese jungen Leute heute auf der Schwelle zum Berufsleben oder haben sie gerade überschritten. Sie haben ihre Werte und Lebensvorstellungen, die sich von denen der älteren Kollegen und Mitmenschen unterscheiden.

Auch für die Hochschule heißt es, die veränderten Bewerber zu berücksichtigen, ihren Vorstellungen von einem Ingenieursstudium gerecht zu werden und dabei gleichzeitig die Erwartungen der Industrie zu erfüllen, in die Absolventen entlassen werden. Diese Ausgangssituation sowie Veränderungen in der Druckbranche haben zu einer Reformierung sowohl des Studiengangs Drucktechnik als auch Verpackungstechnik geführt, die Prof. Holger Zellmer vorstellt.

„Fachkraft gesucht“ lautete das Motto der nachfolgenden Podiumsdiskussion, moderiert von Prof. Lutz Engisch. Seit über drei Jahren beschäftigen sich die Kollegen an der Fakultät Medien mit dem Thema der Nachwuchssicherung in der akademischen Ausbildung und mit der Generation Z. Experten aus Industrie und Wissenschaft diskutierten über Möglichkeiten, eine der größten Branchen wieder in den Fokus junger Leute zu bringen.



Beatrix Genest (SID), Marie Olschowsky (Studentin HTWK), Nadin Wittenberg (Studentin HTWK), Lars-Hendrik Dircksen (Campus Inform e.V.) Ulrike Käppeler (Studentin HTWK), Holger Fröbel (Fröbel Medientechnik) Frank Müller (Haus E) fehlt auf dem Bild.

Holger Fröbels Vortrag setzte sich mit der digitalen Transformation auseinander. Fluch oder Segen, so seine Fragestellung. Die Digitalisierung verändert alles, sie schreitet exponentiell voran. Das Internet gilt heute als normale Versorgungsleitung wie Strom und Wasser. Per Smartphone sind wir jederzeit mit jedem Ort der Welt verbunden. Wir wollen alles jetzt und sofort. Just in time erhalten wir jede denkbare Information. Heute bereits nehmen Roboter den Menschen Arbeit ab. Mit Künstlicher Intelligenz ausgestattet, könnten sie eines Tages über die Menschheit bestimmen – auf lange Sicht wird der Optimist Fröbel hier pessimistisch.

Erfreulich, dass im abschließenden Programmpunkt Studentinnen und Studenten die Ergebnisse ihrer Arbeiten vorstellten.

„Das Auge kauft mit“. Marie Olschowsky und Nadine Wittenberg untersuchten mittels Eye-Tracking die Wahrnehmung visueller Elemente auf Verpackungen, konkret am Beispiel von Prägungen und Warnbildern auf Zigarettenschachteln.

Ulrike Käppeler analysierte in ihrer Bachelorarbeit mit Hilfe der ATR-IR-Spektroskopie Komponenten der Druckfarbe, deren prozentuale Anteile sowie deren Eindringen in den Bedruckstoff.

Lars-Hendrik Dircksen ist Teammitglied der studentischen Unternehmensberatung CampusInform, die Leipziger Unternehmen und soziale Vereine unterstützt und Studenten eine Plattform für Weiterbildung und Projektarbeit bietet. Auch die Fakultät Medien hat bereits von der Tätigkeit der jungen Unternehmensberater profitiert.

Herzlicher Dank geht an alle Sponsoren:

FDI e. V., vdm Mitteldeutschland, Salzland Druck, Förderverein der HTWK Leipzig

Wir freuen uns, Sie auch im nächsten Jahr zu innoPRINT Leipzig 2019 zu begrüßen: am 09.11.2019. ■



Ulrike Käppeler (Studentin HTWK), Prof. Dr. Holger Zellmer (HTWK), Uwe König (Bundespolizei), Frank Müller (Haus E), Christian Heinrich (Salzlanddruck), Moderation Prof. Dr. Lutz Engisch.

VDM INTERN

Das Verpackungsgesetz – Sind Sie vorbereitet?

Am 1. Januar 2019 tritt das Verpackungsgesetz in Kraft. Es löst damit die bisherige Verpackungsverordnung ab. Hauptziele des Verpackungsgesetzes (VerpackG) sind die Stärkung des Recyclings und des Wettbewerbs. Es bekennt sich folglich klar zu hohen ökologischen Standards in den Bereichen der Erfassung und des Recyclings und einem funktionierenden Wettbewerb zwischen den dualen Systemen. Die Regelungen sollen ein gesetzeskonformes Verhalten aller Marktteilnehmer sicherstellen. Damit werden nicht nur die dualen Systeme sondern auch die Inverkehrbringer angesprochen, um dafür zu sorgen, dass alle zu lizenzierenden Mengen tatsächlich an einem dualen System beteiligt werden. An neun Terminen und Standorten informierten die Verbände in einer Roadshow ihre Mitgliedsunternehmen darüber, welche Pflichten ab Januar auf sie zukommen, darunter auch eine Veranstaltung in Leipzig.

Vor 35 Teilnehmern stellte der Referent Frank Leonhardt der Firma Interseroh Dienstleistungs GmbH Neuerungen rund um das Gesetz vor und erläuterte praxisnah anhand von Beispielen, wie Unternehmen ihre Pflicht erfüllen müssen. Betroffen sind Unternehmen, von kleinen Firmen bis zum Großkonzern und erstmals müssen sich alle Marktteilnehmer, die verpackte Ware für den privaten Endverbraucher oder vergleichbare Anlaufstellen in Verkehr bringen, bei der Stiftung Zentrale Stelle Verpackungsregister registrieren lassen. Wer nichts tut, riskierte Vertriebsverbote. ▣



► DIE VERANSTALTUNG LIEFERTE WERTVOLLE INFORMATIONEN ZU FOLGENDEN SCHWERPUNKTEN:

- » Was sind die Inhalte bzw. die Neuerungen des Verpackungsgesetzes gegenüber der bisher geltenden Verpackungsverordnung
- » Welche Pflichten gelten für welche Verpackungen?
- » Welche Verpackungen sind systembeteiligungspflichtig?
- » Wie erfolgt die Registrierung und welche Angaben müssen im Rahmen der Registrierung gemacht werden?

Noch Fragen?

Rufen Sie uns an, wir helfen Ihnen gern.

INNOVATIONSTREFFEN 2018

Ganz schön innovativ! – Gedruckte Elektronik aus Sachsen

Zu recht konnte sich das Treffen am 2. November 2018 an der TU Chemnitz „Innovationstreffen“ nennen, denn viele spannende Einblicke in die Entwicklung gedruckter Elektronik konnten die Teilnehmer dieser Veranstaltung erhalten.

„Da hat sich in den letzten Jahren sicher einiges getan“, so die Geschäftsführerin des Verbandes Druck und Medien Mitteldeutschland e. V. bei der Begrüßung, denn Spitzenforschung ist an der TU Chemnitz zu Hause. Und was sich getan hat, präsentierte mit Prof. Hübler als einer der Spitzen-Köpfe innovativer Entwicklungen in einem ersten Vortrag.

Das Beispiel „T-Book“ – ein bunt bedrucktes Buch, dessen Seiten sprechen und Sound abspielen können faszinierte die Teilnehmer. Die Buchseiten sind aus hochinnovativem Lautsprecherpapier (kurz: T-Paper). Dieses Spezialpapier wurde vom Team um Prof. Dr. Arved Hübler entwickelt. „Dabei werden ganz normales Papier oder Folien mit zwei Schichten eines leitfähigen organischen Polymers als Elektroden bedruckt“, erläutert der Inhaber der Professur Printmedientechnik der TU Chemnitz.

Dazwischen komme eine piezoelektrische Schicht als aktives Element, was das Papier oder die Folie in Schwingungen versetze. Laut und deutlich wird durch die Luftverdrängung der Sound erzeugt. Die beiden Seiten des Lautsprecherpapiers lassen sich farbig bedrucken und anschließend zu einem normalen Buch binden. Die notwendige Elektronik wird im Buchdeckel versteckt. Die gedruckten Lautsprecher können für verschiedene Zwecke verwendet werden, zum Beispiel für Fotoalben aber auch Bedienungsanleitungen. Diese Innovation erhielt sogar im Rahmen der FESPA einen Preis.

Steve Paschky, CMO der Firma Saralon GmbH, hinterließ bei den Anwesenden einen bleibenden Eindruck. Das Chemnitzer Unternehmen Saralon ist eine Ausgründung aus dem Institut für Print- und Medientechnik der Technischen Universität Chemnitz (pmTUC) und entwickelt und fertigt funktionale Tinten sowie Integrationstechnologien für die Herstellung von gedruckter

Elektronik, welche in so genannten Smart Packaging eingesetzt wird. Entwicklungen in diesem Zusammenhang sind u.a. gedruckte Batterien, Schaltkreise, Sensoren und Displays, welche direkt in Papier-, Plastik- und Glasverpackungen integriert werden können. Die von Saralon entwickelten Tinten lassen sich auf konventionalen Druckmaschinen verarbeiten, und ermöglichen Druckereien und Verpackungsherstellern, die Herstellung dieser neuen Innovationen Anwendungen auf deren existierenden Fertigungsstrecken. Herr Paschky begeisterte die Teilnehmer mit Anwendungsmöglichkeiten der hieraus entwickelten Smart Packaging Lösungen für integrierten Fälschungsschutz (SaraSecurity) als auch Anwendungen für die Aufmerksamkeitssteigerung am Point-of-Sale für Premium- und Markenprodukte.

Prof. Dr. Lutz Englisch der HTWK Leipzig ging in seinem Kurzvortrag zu den taktilen und haptischen Funktionen ein. Auch Dr. Tino Zillger von der TU Chemnitz konnte mit seinem Vortrag überzeugen: Wo sind Anwendungen und stellte das Netzwerk Paperonics vor.

Ein Besuch der in guter Nachbarschaft befindlichen Firma 3D Micromac AG zeigte den Teilnehmern eindrucksvoll die Entwicklung von Maschinentech-

nik in diesem Bereich - Druck und Laser für Funktionen auf flexiblen Substraten.

Lasermicrobearbeitung ist die Kernkompetenz der 3D Micromac AG, die aus einem 4-Mann-Unternehmen in den zurückliegenden Jahren zu einer 280-Mann starken AG aufgestiegen ist.

Sie entwickelt und produziert Maschinen für den Einsatz in der Produktion von Halbleiterfertigung aber auch in der digitalen Rolle-zu-Rolle-Herstellung von gedruckten Funktionalitäten.

So übernehmen Maschinen von 3D Micromac etwa die Strukturierung der Anoden-Schicht von OLED's oder auch die Strukturierung organischer Solarzellen.

Beim anschließenden Rundgang durch die Labore des Instituts für Print und Medientechnik fand der interessante Nachmittag mit kulinarischen Köstlichkeiten und Gedankenaustausch spät abends seinen Ausklang. ■



GENUSS AUS WILKAU-HASSLAU, ZSCHIESCHE GMBH

Auf Kundenwunsch zum Anbeißen: personalisierte Schokolade

Bei der Druckerei Zschiesche aus dem sächsischen Wilkau-Haßlau stehen die Kunden mit ihren Wünschen im Mittelpunkt. Nicht nur, was die Komponenten Zuverlässigkeit, Qualität und Schnelligkeit betrifft, sondern auch beim Thema Individualität. Das zeigt sich besonders deutlich beim jüngsten, innovativen Firmen-Angebot, der personalisierten Schokolade. Einfach zum Anbeißen ...

Das Procederé läuft dabei wie folgt ab: Das Design wird mit dem Kunden im Vorfeld abgestimmt. Beispielhaft ein Autohaus, welches wiederum seinen Kunden eine besondere Überraschung bei der Abholung eines neuen Fahrzeuges machen möchte – eine Tafel personalisierte Schokolade.

Der Kunde Autohaus schickt der Druckerei Informationen zum Fahrzeugkauf, u.a. das Modell, die Farbe, das Kfz-Kennzeichen. Parallel nimmt entweder der Verkäufer oder der Geschäftsführer des Auftraggebers einen kurzen Gratulationsgruß für seinen Kunden auf und lädt diesen auf das Portal hoch.

Die Druckerei Zschiesche druckt die personalisierte Schachtel mit den Firmenlogo, einem Bild des zu erwerbenden Fahrzeugs und einem QR-Code. Die fertige Schachtel wird mit der von einer Manufaktur gelieferten Schokolade bestückt und an das Autohaus ausgeliefert.



Am Tag der Fahrzeugauslieferung wird auch die personalisierte Schokolade überreicht und zusätzlich ein Foto geschossen, das für den späteren Download auf das Portal hochgeladen wird. Der Kunde kann nach der Fahrzeugübernahme direkt im Netz oder mit seinem Smartphone mittels eingescanntem QR-Code sich die Audio-Botschaft anhören und gleichzeitig sein Foto herunterladen.

Die Zschiesche GmbH blickt auf eine lange Geschichte zurück. Im Jahre 1901 erwarb Friedrich Karl Zschiesche den Druckerei-Handwerksbetrieb in Wilkau. Seither ist die Firma im Familienbesitz, inzwischen in der vierten Generation. Im Sommer 1990 wurde die Buchdruckerei F. Karl Zschiesche in eine GmbH umgewandelt, der Buchdruck wich dem Offsetdruckverfahren. Weitere Meilensteine waren der Neubau 2000, die Akquisition der Druckwerke Reichenbach im Oktober 2015 und die Übernahme des Geschäfts des Schwarz Medien Centers im Januar 2018.

Heute beschäftigt die Firma 65 Mitarbeiter an zwei Standorten. Ein Fokus besteht in der Fertigung hochwertiger Kalender für führende Verlage und der zweite Fokus auf einem kompletten Service-Dienstleistung – von der Beratung, der Produktinnovation bis zur Personalisierung und der entsprechenden Logistik - für mittelständige Kunden der Region. □



Zschiesche GmbH
Schulstraße 6
08112 Wilkau-Haßlau
Tel.: 03 75 / 69 210-0

Fax: 03 75 / 69 210 55
e-Mail: mail@zdruck.de
www.druckerei-zschiesche.de

NUTZEN

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

AUSGEZEICHNET

Waisraum Druck- und Veredelungsmanufaktur gewinnt Druck und Medien Award 2018

Dieser Erfolg ist Familiensache: Die Waisraum Druck- und Veredelungsmanufaktur aus dem thüringischen Steinbach-Halenberg hat bei den Druck und Medien Awards 2018 in der Kategorie „Familienunternehmen des Jahres“ den Sieg und damit den „Papier Union Award“ gewonnen. Laut Jury-Begründung verbinde das Unternehmen eine starke Zukunftsfähigkeit mit einem ausgeprägten Familienbewusstsein. Aktuell arbeiten in dem Unternehmen vier Familienangehörige aus drei Generationen zusammen mit ihren sechs Mitarbeitern. Der Jury hat die Entwicklung des Unternehmens ganz besonders beeindruckt.

Im Gegensatz zum Massenmarkt in der Druckbranche, der durch den Preiskampf, Verdrängungswettbewerb, hohen Automatisierungsgrad und vereinheitlichte Druckprodukte in Produktionsart und Material geprägt ist, geht es im Kundenbereich der Waisraum Druck-

und Veredelungsmanufaktur deutlich kleiner und viel anspruchsvoller zu. „Unsere Arbeit ist geprägt durch einen hohen Kommunikationsaufwand zu den Themen Umsetzbarkeit und Termintreue“, so Geschäftsführer Ralf Beckmann. Premiumprodukte bedürften einer



längeren Vorbereitungszeit und Beratung. Die Kunden würden einen hohen Wissensstand benötigen, den die Manufaktur unter Umständen täglich neu vermitteln müsse. Ralf Beckmann: „Unsere Unterscheidungsmerkmale sind ein hoher Service, Beratung und Qualität.“

Das traditionsreiche Unternehmen – gegründet 1938 – ist Spezialist dafür, wenn es um Druck und Veredlung geht; einfach für all das, was man mit Papier, Pappe und Echtholz furnieren machen kann. Angefangen von edlen Geschäftsausstattungen, Mailings, mehrlagigen Visitenkarten bis hin zu hochwertigen Imagebroschüren und kleinsten Verpackungen.

Waisraum verzeichnet in den letzten Jahren einen wachsenden Kundenzulauf. Inzwischen wird für ganz Deutschland, Österreich und der Schweiz produziert, vereinzelt auch weltweit. Die Kunden wüssten, so der Geschäftsführer, dass immer im Sinne des Produkts agiert würde: „Unsere Kunden möchten echte Materialien, emotionale Produkte, authentische Produkte. Wir bedienen damit eine Sehnsucht der Menschen – es muss greifbar, fühlbar, riechbar sein und Emotionen und Erinnerungen auslösen.“

Die Gründe dafür sieht Ralf Beckmann auch darin, dass in den letzten Jahren nach der zunehmenden Digitalisierung, nach der Geiz-ist-Geil-Phase und der Überschwemmung des Marktes mit billigen Einheitsprodukten eine neue und große Sehnsucht nach handwerklicher Qualität entstanden sei, nach dem Erleben des Echten. Ein weiterer Punkt seiner Meinung nach: „Immer mehr Kunden wollen Transparenz und möchten wissen, wo und wie ihre Produkte entstehen.“ Wer möchte, dem bietet Waisraum die Möglichkeit Einblicke in die Produktion zu neh-



Ralf und Sandra Beckmann

men. Diese wird zunehmend angenommen, weil nur das Wissen um die Entstehung der Produkte diese zu etwas Besonderem erhebt.

Basis des Firmen-Marketings waren anfangs der Spezialisierung die fühlbaren und erlebbaren Drucksachen. Es wurden Adressen recherchiert, veredelte Mailings verschickt, Newsletter entwickelt, unsere Internetseite modernisiert etc. Waisraum rief Online-Preisaus-

„Unsere Unterscheidungsmerkmale sind ein hoher Service, Beratung und Qualität“

schreiben ins Leben und verschickte Veredelungs-Gutschein-Booklets. „Wir haben alles getan, damit sich der Kunde bei uns wohlfühlt und sich traut, bei uns anzurufen und Fragen zu stellen“, so Geschäftsführer Beckmann. Natürlich wurden auch die Kanäle des Social Networks genutzt. „Wir nehmen uns auch für den kleinsten Auftrag die nötige Zeit, um ein tolles Ergebnis zu erzielen“, so Beckmann.

Auf der anderen Seite hat die kleine, aber feine Manufaktur für Druckveredelung im Grünen Herzen Deutschlands aber immer noch Kunden, die seit über 15 Jahren mit dem Unternehmen zusammenarbeiten. Ralf Beckmann: „Diese nehmen voller Ungeduld und Spannung immer wieder unsere neuen Möglichkeiten auf und wollen diese anwenden. Und die haben uns animiert, uns immer weiter zu entwickeln und zu spezialisieren.“

WAISSRAUM
Druck- und Veredelungsmanufaktur
Oberhofer Str. 36
98587 Steinbach-Hallenberg
Tel.: 036847 / 518-0
Fax: 036847 / 518-19
e-Mail: info@waisraum.de
www.waisraum.de

NUTZEN

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

KURZPORTRÄT

Upgrade für Visitenkarte und Faltschachtel

KAMA Lösungen machen das Postpress flexibel: für mehr Wertschöpfung und den Einstieg in die Verpackung



Neuester Coup ist die weltweit erste Faltschachtelklebemaschine für Kleinauflagen: die KAMA FF 52i ist hoch automatisiert und stellt sich motorisch in wenigen Minuten auf das Format des Folgeauftrags ein. Damit sind Jobwechsel in Rekordzeit möglich - ideal für die steigende Nachfrage nach versionierten oder individualisierten Faltschachteln und regionalen Auflagen.

Erstklassig und effizient Weiterverarbeiten und Veredeln im Akzidenz- und im Verpackungsdruck - dafür entwickelt die Dresdner KAMA GmbH als einer der führenden Maschinenhersteller im Postpress innovative Lösungen. Mit bald 125 Jahren Erfahrung und einem ideenreichen Entwicklungsteam.

Die funktionsreichen Stanz- und Prägemaschinen und modular aufgebauten falt- und Klebmaschinen bieten eine enorme Einsatzpalette. Alle Lösungen zeichnen sich durch minimale Rüstzeiten aus, das Umrüsten geht einfach und schnell. Die ProCut Veredelungsstanzen beispielsweise decken neben Stanzen, Rillen, Perforieren und Blindprägen auch das Veredeln mit Heißfolie und Hologramm ab. Der Wechsel vom Heißfolienprägen zum Stanzen dauert dank der mobilen Heizplatte gerade mal fünf Minuten.

Als Trendsetter im Digitaldruck-Finishing haben die Dresdner das AutoRegister für passergenaues Veredeln entwickelt und einen werkzeuglosen Ausbrecher auf den Markt gebracht.

KAMA Lösungen sind in über 70 Ländern erfolgreich im Einsatz. In Deutschland vertreibt der traditionsreiche Hersteller seit einem Jahr direkt. ■

KAMA GmbH
Kurt-Beyer-Straße
01238 Dresden

Tel: 0351-270360
info@kama.info
www.kama.info



LOTOS DRUCK GMBH

Klein, aber fein

Druck'n Roll in Dippoldiswalde

Ein Familienunternehmen in Sachsen überzeugt seit fast 25 Jahren Kunden in ganz Deutschland: die Lotos Druck GmbH in Reichstädt, einem Ortsteil von Dippoldiswalde.

Zur klassischen Kombination Grafik, Offsetdruck und Weiterverarbeitung kamen im Laufe der Zeit Druckveredelung, Digitaldruck, Textildruck, Folienbeschriftung und Sortimentsbuchbinderei hinzu, so dass inzwischen ein Großteil des Printbereichs im eigenen Haus abgedeckt werden kann. Auch Buchdruck wird nach wie vor angeboten, der ist allerdings Chefsache. Drei Offsetdrucker*innen und eine Buchbinderin wurden seit 1994 im Unternehmen ausgebildet, alle Auszubildenden waren, trotz Ein-Farben-Maschine, unter den jeweils Besten ihrer Jahrgänge. Eine Druckerin kann sich inzwischen sogar mit einem Meistertitel schmücken, nimmt mittlerweile selbst Prüfungen ab und ist, genau wie die Buchbinderin, dem familiär geführten Unternehmen bis heute treu geblieben.

Die Liebe zum Detail und auch eine gehörige Portion Leidenschaft für Produkte abseits der Massenware, überzeugt auch die Kunden, die immer öfter Sonderwünsche oder ganz spezielle Vorstellungen haben. Gemeinsam findet das eingespielte Team meist eine Lösung. „Individuelle Beratung ist hier das Zauberwort. Der Trend zu persönlichem Kontakt und Vertrauen in lokale Dienstleister ist zunehmend wieder zu bemerken. Viele unserer Kunden möchten einen kompetenten Ansprechpartner vor Ort und lokal hergestellte Produkte, die nicht erst durch halb Deutschland transportiert werden müssen“, sagt der Geschäftsführer Lothar Herrmann. Ob groß oder klein, jeder Auftrag wird mit der gleichen Sorgfalt bearbeitet. Ein großer Vorteil ist das

flexible Personal. So steht die Grafikerin schon mal in der Buchbinderei, wenn Not am Mann ist, und auch umgekehrt. „Solche Mitarbeiter muss man hegen und pflegen, gutes Personal ist schwer zu finden“, so Lothar Herrmann.



Ein ganz besonderes Produkt holte die Firma im Jahr 2012 aus der „Versetzung“. Fast jeder gelernte Buchbinder kennt die Fingerübung, bei der ein kleiner quadratischer Stapel ohne abzusetzen oder zu verrutschen um die eigene Achse gedreht wird. Klingt recht einfach, erfordert aber doch einiges an Geschick. So entstand, mit neuem Namen, Website und eigens entwickeltem Onlinekonfigurator versehen, ein innovatives Produkt: Der Spiralwürfel. >



NUTZEN

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

Zunehmend fertigt die Lotos Druck GmbH diese auch für Kollegen aus der Werbemittelbranche, die ausgefallene Marketingartikel für Ihre anspruchsvolle Kundenschaft suchen. Denn die hübschen bunten Notizklötze können nicht nur farblich individuell, z.B. in den Firmenfarben, zusammengestellt werden. Zusätzlich sind

Bedruckung, beispielsweise mit einem Logo, und die Drehung bis 180° wählbar. Auf diese Weise sind tausende Kombinationen möglich. Doch ein Spiralwürfel ist definitiv kein Massenprodukt; jeder einzelne wird immer noch mit viel Fingerfertigkeit in Handarbeit hergestellt. ■

LOTOS DRUCK GMBH
Ruppendorfer Straße 25
01744 Dippoldiswalde OT Reichstädt

Tel.: 03504-6441-0
Fax: 03504-6441-20
e-Mail: info@lotos-druck.de

JAHRESTAGUNG 2019 17./18. MAI 2018 LUTHERSTADT WITTENBERG



Ausbildung wichtiger denn je – Messebesucher informierten sich über die Berufe der Druck- und Medienindustrie



Wie an jedem Novemberwochenende des Jahres konnten sich Schülerinnen und Schüler aber auch sonstig Interessierte zu den azubi- und studientagen in Leipzig u. a. am Stand des Verbandes Druck und Medien Mitteldeutschland e. V. über die Kernberufe der Druck- und Medienindustrie informieren. In diesem Jahr war die Messe die perfekte Begegnungsplattform, um potentielle Nachwuchskräfte zu finden.

Die Messe bot die Möglichkeit, sich über interessante Angebote zur Aus- und Weiterbildung aber auch zu verschiedenen Qualifizierungsmöglichkeiten zu informieren und direkt mit Unternehmen, Schulen und Hochschulen in Kontakt treten. Im Fokus der Veranstaltung standen vor allem die persönlichen Beratungsgespräche zwischen den Besuchern und den Ausstellern.

Denn Unternehmen müssen sich darauf einstellen, dass Schulabgänger nicht selbst vor der Tür stehen und nach einem Ausbildungsplatz fragen. Ein aktives Zugehen auf potentielle Bewerber ist daher nötig und wer ausbildet, fördert den Nachwuchs und sichert sich somit die Fachkräfte von morgen.

Der Verband Druck und Medien Mitteldeutschland e. V. präsentierte auf einen Gemeinschaftsstand mit der Firma Giesecke + Devrient Currency Technology GmbH und der Gutenbergschule Leipzig die Berufe der Druck und Medienindustrie und informierte zu den Berufsinhalten. Die Nachwuchswerbekampagne „Gestochen scharf – Perfekt veredelt“ fiel auch in diesem Jahr den Be-

suchern besonders ins Auge. Mit dem Verweis auf die Internetseite www.druckindustrie.de zeigten sich Schüler gut informiert.

Benötigen Sie Unterstützung vor und während der Ausbildung? Fragen zum Ausbildungsvertrag oder Beratung zum Ausbildungsplan?

Wir beraten Sie gern. ▣



Ansprechpartner:
Antje Steinmetz
Telefon: 0341 / 86 85 90



RECHT - RECHT NÜTZLICH!

Beschäftigung von Altersrentnern – Was hat der Arbeitgeber zu beachten?

Häufig enden Arbeitsverhältnisse aufgrund tariflicher oder arbeitsvertraglicher Vereinbarungen mit Erreichen der Regelaltersgrenze. Viele Unternehmen haben jedoch mangels qualifizierter Nachwuchskräfte ein Interesse daran, erfahrenen Arbeitnehmer nach deren Renteneintritt für einen vorübergehenden Zeitraum zu beschäftigen.



aufgrund des Alters eines Arbeitnehmers grundsätzlich unzulässig ist.

a) sachgrundlose Befristung

Will man diese Problematik vermeiden, kommt zunächst eine sachgrundlose Befristung nach § 14 Abs. 2 TzBfG in Betracht. Hierfür bedarf es zwar keines Grund, jedoch ist die Befristung auf maximal 2 Jahre begrenzt. Wird

1. Die arbeitsrechtlichen Rahmenbedingungen

Die Beschäftigung von Altersrentnern ist dabei ohne weiteres zulässig und weist im Rahmen eines Arbeitsverhältnisses keine Besonderheiten auf. Deshalb finden auch für Altersrentner sämtliche arbeitsrechtliche Regelungen wie z.B. das Bundesurlaubsgesetz, Teilzeit- und Befristungsgesetz, das Entgeltfortzahlungsgesetz, die Regelungen des Mindestlohngesetzes und auch das Kündigungsschutzgesetz uneingeschränkt Anwendung.

2. Befristung von Arbeitsverhältnissen mit Altersrentnern

In der Praxis sind Unternehmen regelmäßig bestrebt, mit Altersrentnern einen wirksam befristeten Arbeitsvertrag zu vereinbaren, da in diesem Fall das Arbeitsverhältnis sicher und planbar außerhalb des Kündigungsschutzgesetzes durch Befristungsablauf endet. Den einfachsten Weg, einen beschäftigten Arbeitnehmer, der demnächst die Regelaltersgrenze erreicht, auch über diesen Zeitpunkt hinaus weiter zu beschäftigen, sieht § 41 S. 3 SGB VI vor. Danach kann der durch Arbeits- oder Tarifvertrag vorgesehenen Beendigungszeitpunkt mit Erreichen der Regelaltersgrenze durch eine schriftliche Vereinbarung (auch mehrfach) hinausgeschoben werden. Das Arbeitsverhältnis besteht damit befristet zu unveränderten Bedingungen fort. Neben dieser Möglichkeit besteht aber vielfach auch das Bedürfnis nach Rentenbeginn ein neues Arbeitsverhältnis zu begründen. Werden dabei aber die Vorgaben des Teilzeit- u. Befristungsgesetzes missachtet, begründet man im Zweifel ein zeitlich unbegrenztes Arbeitsverhältnis, dessen einseitige Beendigung rein

eine kürzere Zeit vereinbart, kann diese zumindest bis zum Erreichen der Höchstgrenze bis zu 3 Mal verlängert werden. Die Möglichkeit der sachgrundlosen Befristung scheidet jedoch immer dann aus, wenn zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer bereits zuvor ein Arbeitsverhältnis bestanden hat.

b) Befristung wegen sachlicher Gründe

Somit stellt sich die Frage, ob eine Befristung mit Sachgrund gemäß § 14 Abs. 1 TzBfG in Betracht kommt. Voraussetzung hierfür ist immer, dass ein geeigneter sachlicher Grund für die Befristung gegeben ist. Denkbar wäre zum Beispiel, dass der betriebliche Bedarf an der Arbeitsleistung nur vorübergehend besteht. Solche Fälle können vorliegen, wenn die Mitarbeit in einem befristeten Projekt notwendig ist oder es sich um Saisonarbeit handelt. Auch kann es sich bei dem Befristungsgrund um die Vertretung eines krankheits-, schwangerschafts-, elternzeitbedingt oder anderweitig ausgefallenen Arbeitnehmers handeln. Daneben kommen auch in der Person des Arbeitnehmers liegende Gründe in Frage, wobei allein das Erreichen des Rentenalters noch keinen Sachgrund für eine Befristung darstellt. Anerkannt wurde jedoch, wenn es sich um eine Befristung auf ausdrücklichen und sachlich gerechtfertigten Wunsch des Arbeitnehmers handelt oder eine Befristungsvereinbarung geschlossen wird, damit zunächst ein Nachfolger eingearbeitet werden kann. Voraussetzung des letzt genannten Grundes sei neben dem Anspruch auf Altersrente aus der gesetzlichen Rentenversicherung, dass die befristete Fortsetzung des Arbeitsverhältnisses einer konkreten, im Zeitpunkt der Befristungsabrede bestehenden Personalplanung des Arbeitgebers diene. >

NUTZEN

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

Fazit

Die Beschäftigung von Altersrentnern kann ein sinnvolles Instrument für Unternehmen sein, Personallücken zu schließen, da dadurch häufig die Möglichkeit besteht, auf gut ausgebildete und mit den betrieblichen Abläufen bestens vertraute Arbeitnehmer zurückzugreifen. Allerdings ist auf die Ausgestaltung des Arbeitsvertrags ein besonderes Augenmerk zu legen. Wir beraten Sie in diesen Fragestellungen gern. ■



Herr Kirsten steht Ihnen unter
Rufnummer 0341/86859-27 oder per mail
kirsten@vdm-mitteldeutschland.de zur
Verfügung.

TERMINE

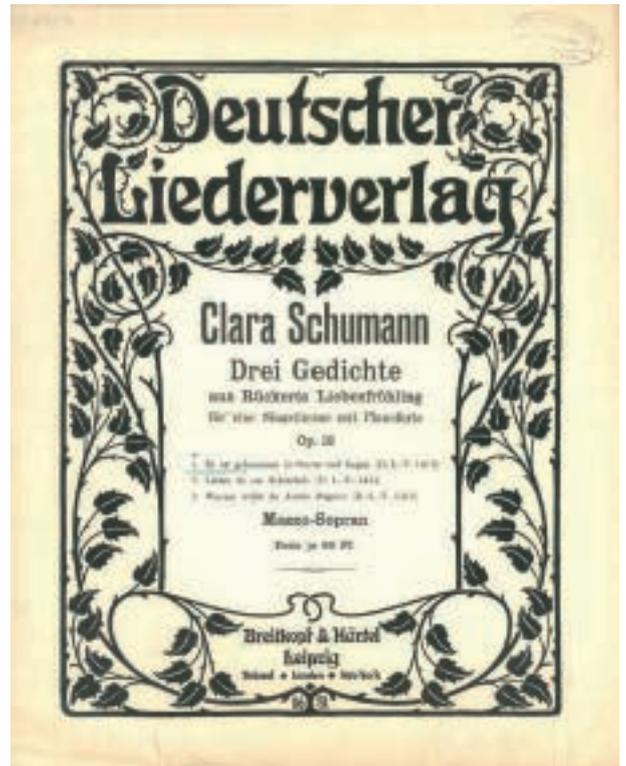
MUSEUM FÜR DRUCKKUNST LEIPZIG

AUSSTELLUNG BIS 27.1.2019

35. Leipziger Grafikbörse „Paradox“
Führungen am 13.+27.1. (12 Uhr) und 15.1. (15 Uhr)
Workshop Linolschnitt, 20.1., 14-16 Uhr

AUSSTELLUNG 3.3. BIS 23.6.2019

Der Musikverlag Breitkopf & Härtel und Clara Schumann. Eine Liaison voller Musik



Clara Schumann, Drei Gedichte aus Rückerts Liebesfrühling, Breitkopf und Härtel, Deutscher Liederverlag 1415, 1897 (c) Archiv Breitkopf und Härtel

31.1., 18 UHR

TYPOTABLE #1

Neue Vortragsreihe zu Schrift, Typografie und Grafikdesign im Museum für Druckkunst

15.3.2019

Tag der Druckkunst
Aktionen und Führungen

Vorschau:

11. MAI 2019

25. Leipziger Typotage „Typografie und Zeitgeist“
www.typotage.de

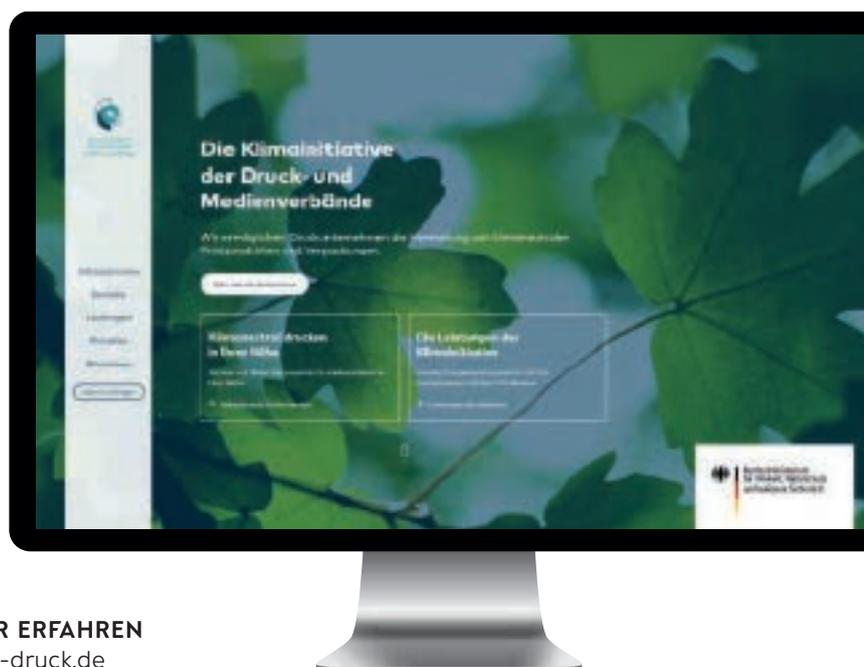
www.druckkunst-museum.de
info@druckkunst-museum.de
Tel. 0341/231620



KLIMAINITIATIVE ERHÄLT UNTERSTÜTZUNG DES UMWELTMINISTERIUMS

Das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit stellt hohe Anforderungen an wirksame Klimaneutralität. Nur wenige Initiativen, die sich dem Klimaschutz verschrieben haben, erhalten daher die ideelle Unterstützung des Ministeriums. Die Klimainitiative der Druck- und Medienverbände ist eine davon.

Das zeugt von der Vorreiterrolle der Druckindustrie in Sachen Klimaschutz. Und es zeigt, dass für die Teilnehmer der Klimainitiative klimaneutrales Produzieren mehr ist als eine kurzfristig verkaufsfördernde Maßnahme. Sie beweisen glaubwürdiges, konsequentes Engagement und erfüllen damit den Anspruch ihrer Kunden, sich gemeinsam verantwortungsbewusst zu verhalten. Die Klimainitiative wirbt ab sofort mit dem Logo des Bundesumweltministeriums, unter anderem auf ihrer neuen Homepage. Dort können sich interessierte Druckereien ein klares Bild von den Leistungen und Vorteilen der Klimainitiative verschaffen: Der CO₂-Rechner, mit dem es möglich ist, differenziert und gewissenhaft die mit einem Druckauftrag verbundenen CO₂-Emissionen zu bestimmen, wird praxisnah erläutert. Kunden bietet die Homepage die Möglichkeit, über Ort oder Postleitzahl Druckereien in ihrer Nähe zu finden, die mit der Klimainitiative CO₂-neutral drucken, und diese direkt zu kontaktieren.



MEHR ERFAHREN
klima-druck.de

Urlaubsentgelt nach Verringerung der Arbeitszeit



Das Bundesarbeitsgericht (BAG) hat am 20. März 2018 (Az.: 9 AZR 486/17) eine Grundsatzentscheidung zur Berechnung des Urlaubsentgelts bei Reduzierung der Arbeitszeit gefällt. Entscheidend sei, zu welchem Zeitpunkt der Urlaub entstanden ist. Jeden Monat entstehe 1/12 des Urlaubsanspruchs (d.h. bei 30 Urlaubstagen 2,5 Tage pro Monat). Diese Urlaubstage müssen künftig, auch wenn sie erst später genom-

men werden, mit der höheren Stundenzahl vergütet werden, die in dem Zeitraum galt, in dem sie entstanden sind.

Regelungen, wonach für Urlaubstage das aktuelle Entgelt bzw. das Durchschnittsentgelt eines bestimmten Zeitraumes weitergezahlt wird, sind daher nach Ansicht des BAG insoweit unwirksam, wie sie Teilzeitbeschäftigte benachteiligen. Betroffen sind sowohl gesetzliche (§ 11 Abs. 1 S. 1 BUrlG) wie tarifliche Regelungen des Urlaubsentgelts, etwa in der Druckindustrie.

Eine Verringerung der Arbeitszeit darf nach dem BAG nicht dazu führen, dass der vor der Verringerung erworbene Urlaub mit einem reduzierten Urlaubsentgelt vergütet wird. Grundlage der Bemessung des Urlaubsentgelts müsse der höhere Beschäftigungsumfang des Arbeitnehmers zu der Zeit sein, in welchem der Urlaubsanspruch entsteht.

PRAXISTIPP:

Zur Vermeidung von Abrechnungsproblemen sollte künftig bereits entstandener anteiliger Urlaub vor der Reduzierung der Arbeitszeit komplett abgebaut werden.

FRAGEN?
NUTZEN@BVDM-ONLINE.DE

Jetzt auch online möglich: Eignungstests für Bewerber

Ab sofort können die Eignungstests für alle Ausbildungsberufe der Druckindustrie online durchgeführt werden. In Zusammenarbeit mit der Firma U-Form Testsysteme hat der bvdm den Test jetzt auch für die Medientechnologen Druck und Druckverarbeitung sowie für die Packmitteltechnologien onlinefähig gemacht.



Bild: adiruch na Chiangmai - stock.adobe.com

Die Eignungstests dienen der Erfassung von berufsbezogenen Kenntnissen und Fähigkeiten für die Druck- und Medienberufe und liefern für alle Bewerber gleiche und vergleichbare Informationen. Sie erfreuen sich bei den Bewerbern einer sehr hohen Akzeptanz. Die Jugendlichen haben mit ihnen die Möglichkeit, ihr Können zu zeigen, ohne dass ausschließlich die Schulnoten eine Rolle spielen. Die Tests sind speziell auf die verschiedenen Berufe zugeschnitten: So ist für Mediengestalter das Niveau im Bereich der Deutschkenntnisse höher als bei den Medientechnologen. Der Test für die Packmitteltechnologien enthält wiederum Aufgaben zum räumlichen Vorstellungsvermögen. Das Online-Format ermöglicht es, dass die Tests sowohl im Betrieb als auch von den Jugendlichen zuhause absolviert werden können. Erforderlich ist lediglich ein Rechner oder Tablet mit Internetzugang. Die Auswertungen stehen sofort nach der Beendigung des Tests bereit und sind übersichtlich für die einzelnen Testbereiche zusammengestellt.

Mitgliedsunternehmen erhalten die Tests bei den Verbänden Druck und Medien zu Sonderkonditionen und ohne Mindestabnahmemenge.

Verpackungsgesetz: bvdm aktualisiert den Leitfaden für Druckereien

Kurz vor Inkrafttreten des neuen Verpackungsgesetzes am 1. Januar 2019 bedurften einzelne Fragen zur Auslegung durch die Zentrale Stelle Verpackungsregister der Klarstellung. Der bvdm bietet daher seinen Leitfaden zum Verpackungsgesetz in einer aktualisierten Fassung an. Das neue Verpackungsgesetz bringt einige neue Herausforderungen für all diejenigen mit sich, die Verpackungen in Verkehr bringen – auch Druckereien sind davon nicht ausgenommen.

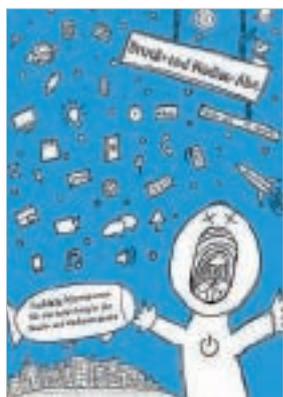
Hauptziel des Verpackungsgesetzes ist es, wesentlich mehr Abfälle aus privaten Haushalten zu recyceln. Verpackungshersteller sollen stärker dazu angehalten werden, die Recyclingfähigkeit ihrer Verpackungen zu berücksichtigen. Laut Gesetz muss jeder Hersteller eines verpackten Produkts die dafür verwendete Verpackung bei einem dualen System lizenzieren und sich in einem neu eingerichteten Register bei der „Zentralen Stelle“ anmelden. Die neue Zentrale Stelle kontrolliert, ob die Hersteller ihre Verpackungsmengen gesetzeskonform angemeldet haben und so das Recycling tatsächlich finanzieren. Verbraucher können das Register einsehen. Damit soll das Rücknahmesystem insgesamt transparenter sein und der Missbrauch beim Verpackungsrecycling reduziert werden.

Die künftigen Beteiligungsentgelte (Lizenzentgelte), mit denen die Entsorgung vorab finanziert wird, sollen sich nicht mehr – wie derzeit in der Verpackungsverordnung geregelt – überwiegend an der Masse orientieren, sondern an der späteren Verwertbarkeit. Ganz nach dem Motto, dass diejenigen Hersteller belohnt werden, die bei der Entwicklung, Gestaltung bzw. Produktion der Verpackungen deren gute Recyclingfähigkeit nach Gebrauch berücksichtigt haben. Der aktualisierte Leitfaden ist für Mitglieder der Verbände Druck und Medien kostenlos erhältlich.



Bild: fotomek - stock.adobe.com

**MEHR INFORMATIONEN
UND BESTELLMÖGLICHKEIT UNTER**
bvdm-online.de/verpackungsgesetz



Druck- und Medien-Abc 2018 erschieden

Die neueste Ausgabe der Ausbildungszeitschrift „Druck- und Medien-Abc“ des Zentral-Fachausschusses Berufsbildung Druck und Medien (ZFA) behandelt aktuelle Themen rund um die Aus- und Weiterbildung der Druck- und Medienwirtschaft. Auszubildende erhalten die Zeitschrift kostenlos über ihre Berufsschulen. Ausbilder bzw. Ausbildungsbetriebe erhalten die Zeitschrift bei Anfrage kostenlos bei ihrer Verbandsgeschäftsstelle.

„Große Tarif-Schlacht“ in der Druckindustrie?



”

Auch ver.di selbst stimmt in Haustarifverträgen der Absenkung von Standards oft zu.“

FOTO: DOMINIK BUTZMANN

Schon immer ging es in der gewerkschaftlichen Selbstvergewisserung um die Unterscheidung von Gut und Böse, von unten und oben, von schwarz und weiß. Klassenkampf eben. Dabei sieht sich die Gewerkschaft immer auf der moralisch richtigen Seite, die Unternehmer sind die Bösewichte. Offenbar hat man auch in der Druckindustrie das Bild Zigarre rauchender Bosse vor Augen und pflegt es nur zu gern. Erstaunlich und frustrierend in einer Branche, in der kleine und mittelständische Unternehmen in der Regel von Familien geführt werden, die in der Nachbarschaft ihrer Mitarbeiter leben, deren Kinder in dieselben Kindergärten und Sportvereine gehen, in der also statt Klassenkampf viel mehr Miteinander gelebt wird.

Von Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes Druck und Medien e. V.

Ein solches Selbstverständnis von Klassenkampf legt auch der Verhandlungsführer der Gewerkschaft ver.di, Frank Werneke, an den Tag, wenn er in der vierten Runde der diesjährigen Tarifverhandlungen davon sprach, dann müsse „die große Schlacht eben losgehen“, weil der bvdm mit der Verknüpfung von Lohn und Mantel ein „vergiftetes Angebot“ gemacht habe.

Aufgeregt fragt man sich angesichts solch martialischen Kampfgeschreis, wie die Arbeitgeber den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern durch ihre Forderung nach einer Reform des Manteltarifvertrages unsozial begegnet sein sollen:

Indem man die strikte 35-Stunden-Woche für diese Branche im digitalen Wandel nicht mehr für angemessen hält? Indem man die veralteten Besetzungsregeln für Rotationsmaschinen für die Maschinen von heute nicht mehr erforderlich findet, um Schutz vor Überforderung und Arbeitsschutz zu gewährleisten? Indem man Zuschläge von 115 Prozent für Sonntagsarbeit plus „Antrittsgebühren“ für überzogen hält, wo gleichzeitig der Gesetzgeber zur Orientierung nur 50 Prozent als steuerfrei zulässt? Oder weil man meint, Nachtzu-

schläge sollten nicht bereits am frühen Abend, sondern erst ab 20 Uhr gezahlt werden müssen?

Immer mehr Betriebe wenden sich von solchen existenzbedrohenden Bevormundungen ab, oftmals übrigens in völligem Einvernehmen mit ihren Belegschaften und Betriebsräten, die meist ein gutes Gespür für die Möglichkeiten eines mittelständischen Betriebes haben. Es gibt Betriebsräte, die sich heftiger Angriffe der Gewerkschaft erwehren müssen, weil sie von der ideologischen Linie abgewichen sind. Auch ver.di selbst stimmt in Haustarifverträgen der Absenkung von Standards oft zu, hält aber in der Fläche an dem verlogenen Bild fest, die Tarifverträge gälten für die ganze Branche.

Da möchte eine Gewerkschaft, die kaum noch für die Arbeitnehmer der Industrie sprechen kann, weil nur ein Bruchteil der mehr als 130.000 Beschäftigten überhaupt Mitglied ist und weil für weniger als 20 Prozent von ihnen ein Tarifvertrag gilt, der Öffentlichkeit weismachen, hier stünde immer noch eine der erfolgreichen Vorläuferorganisationen IG Druck und Papier und IG Medien. Das waren jedoch andere Zeiten. Mit dieser Haltung kann man sich am 1. Mai selbst feiern, aber nicht verantwortlich für eine Branche in schwierigem Fahrwasser handeln. Allen muss klar sein, dass es anderer Arbeitsstandards für kommende Arbeitnehmer bedarf, wenn es auch in Zukunft eine erfolgreiche Druckindustrie und damit Arbeitsplätze geben soll.

Zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses für diese Ausgabe des NUTZEN stand die nächste Verhandlungsrunde am 22. November noch aus. Es wird spannend. Denn die Zukunft der Tarifautonomie für die Druckindustrie entscheidet sich in diesem Winter. Das wissen auch die Landesverbände und der Bundesverband Druck und Medien. Unideologisch, pragmatisch, sozial verantwortlich, aber auch konsequent stehen sie in dieser Auseinandersetzung. Sie wollen keine Schlacht, sondern vernünftige und verantwortbare Standards im Interesse von Arbeitsplätzen und Betrieben. ■

DAS ANGEBOT DER ARBEITGEBER

- 200 € im November 2018
- 2,4 Prozent Lohnerhöhung zum 1. April 2019
- 1,4 Prozent Lohnerhöhung zum 1. April 2020
- 200 € im Februar 2021

Beim Manteltarifvertrag:

- Für bestehende Arbeitsverhältnisse wird der Manteltarif wieder in Kraft gesetzt.
- Regelungen zur Beschäftigungssicherung und zum altersgerechten Arbeiten.

IHR VERTRAG BLEIBT IHR VERTRAG



Der Manteltarifvertrag stammt aus Zeiten, als es weder pdfs, Internet noch Digitaldruck gab. Er regelt Tätigkeiten, die es gar nicht mehr gibt. Trotzdem lehnt verdi eine Reform ab. Deshalb haben die Arbeitgeber den MTV gekündigt. Bis etwas anderes vereinbart wird gelten seine Regeln natürlich weiter – ebenso wie Haustarife und die Arbeitsverträge.

Jetzt bieten die Arbeitgeber an:

- ✓ Für bestehende Arbeitsverhältnisse wird der Manteltarif wieder in Kraft gesetzt.
- ✓ Regelungen zur Beschäftigungssicherung und zum altersgerechten Arbeiten.

Für alle geltenden Arbeitsverhältnisse ändert sich also nichts.

IST DAS EIN GRUND ZU STREIKEN?

ZUSAMMEN
ZUKUNFT
GESTALTEN

Für unsere Druckindustrie

bvdm. Ihre Arbeitgeber.

DAS WÄRE FÜR SIE DRIN GEWESEN

Das Angebot für die Beschäftigten

Trotz schwieriger Lage haben die Arbeitgeber ein gutes Angebot gemacht.

November 2018:	Ab April 2019:
200 €	+ 2,4 %
Februar 2021:	Ab April 2020:
200 €	+ 1,4 %



Die Lage der Branche 2017/2018



Von ver.di im Stich gelassen

Die Gewerkschaft hat unser Lohn-Angebot am 30.10.2018 abgelehnt und Ihnen damit einen attraktiven finanziellen Zugewinn verwehrt.

Wir wären bereit gewesen, weiter zu verhandeln, aber ver.di hat die Gespräche abgebrochen.

Wir bedauern, dass keine Einigung zustande gekommen ist.

ZUSAMMEN
ZUKUNFT
GESTALTEN

Für unsere Druckindustrie

bvdm. Ihre Arbeitgeber.

INFOS ZU DEN TARIFVERHANDLUNGEN
ERHALTEN SIE UNTER

bvdm-online.de/tarif



Leidenschaft verpackt

Die Verpackung des Rhodter Rosengartens macht den Wein zur Skulptur.

Die 4 ist eine ganz besondere Zahl beim gemeinsamen Projekt von Xaver Egger und Marc Clormann. Es geht um einen exquisiten Wein vom ältesten Weinberg der Welt, auf dem die Rebstöcke nun seit 4 Jahrhunderten wachsen, immer bestimmt durch die 4 Elemente des Weinbaus: Pflanze, Boden, Wasser, Sonne. Die Flasche ist auf einem Sockel aus Eichenholz platziert. Durch einen ausgestanzten Rebstock auf der Box ist sie bereits von außen zu erahnen. Und beim Öffnen der – man kann es kaum Verpackung nennen – entsteht eine Skulptur aus Papier, Holz und Weinflasche. „Es braucht viel Leidenschaft, um solch einem erlesenen Produkt mit einer Verpackung gerecht zu werden. Und ich muss eine gute Geschichte dazu erzählen“, so Marc Clormann, Inhaber und kreativer Kopf von Clormann Design. Und man spürt die Passion für feines Design, für das Beson-

dere. Genau das verbindet ihn mit Xaver Egger, dem Geschäftsführer von EGGER Druck + Medien im beschaulichen Landsberg am Lech. „Premium-Veredelung gepaart mit Verpackungs-Know-how, das zeichnet uns aus. Firmen, die gut veredeln können, oder reine Packaging-Unternehmen gibt es viele. Aber hochkomplexe Projekte für anspruchsvolle Kunden umsetzen, das können wir besonders gut“, betont Egger.

Natürlich drängt sich bei aller Komplexität und dem mitunter enormen Aufwand die Frage auf, ob die Kosten bei diesen Produkten nicht jeden Rahmen sprengen und selbst zahlungskräftige Kunden verschrecken. „Wenn Design wirklich gut ist, dann packt es den Kunden emotional und er muss es haben. Die Kaufentscheidung in diesem Premium-Segment trifft der Bauch und nicht der Kopf oder der Geldbeutel“, bringt es Clormann auf den Punkt. In den Gesprächen

mit seinen Kunden kann er argumentieren, dass sich jeder Euro mehr für eine begeisterte Verpackung positiv auf die Marge auswirkt.

Diesen Zusammenhang erkennen immer mehr Kunden, das zeigt der unternehmerische Erfolg von EGGGER Druck + Medien. Das Unternehmen westlich von München ist in den vergangenen Jahren mit zunehmender Fokussierung auf komplexe und hochwertige Verpackungslösungen stetig gewachsen auf mittlerweile fast 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. „Immer mehr Kunden legen Wert auf Schönes. Wer nur Mittelmaß anbietet, darf sich nicht beschweren, wenn der Kunde irgendwann zu jemand geht, der es besser macht“, spitzt Egger zu. Und dabei verschieben sich auch die Schwerpunkte im Unternehmen: Im Mittelpunkt stehen mehr denn je die Gespräche mit Kunden und Agentur, bei denen Egger oft in die Rolle des Beraters schlüpft und aufzeigt, was technisch möglich ist, aber auch, wo die Grenzen liegen. „Doch mit Kreativität, Fachwissen und dem nötigen Willen geht oft mehr, als man zunächst denkt!“

Allen Unkenrufen zum Trotz erlebt ausgezeichneter Druck eine Renaissance, gerade auch wegen der fortschreitenden Digitalisierung und der günstigen Verfügbarkeit von Onlineprint, meint Clormann: „Je mehr Gedrucktes günstig produziert wird, desto größer ist der Wunsch nach Premium. Viele Kunden stellen fest, dass sie sich noch besser im Markt behaupten können, wenn sie hochwertige Produkte an-

”

Mit Kreativität, Fachwissen und dem nötigen Willen geht oft mehr, als man zunächst denkt!“

Xaver Egger



Xaver Egger (r.) und Marc Clormann im Gespräch mit NUTZEN.



Gewürzkalender für den Onlineshop MEIN GENUSS.

bieten.“ Auch Egger kennt den Preisdruck, sagt aber selbstbewusst: „In unserm Kernkompetenzbereich Verpackung und Veredelung stehen wir gut da. Sowohl bei der Qualität als auch beim Preis.“

Und ein weiteres ganz wichtiges Verkaufsargument haben Clormann und Egger für ihre ausgeklügelten Verpackungen. Es sind die Geschichten, die jede einzelne Verpackung erzählt. Denn der Mensch liebt Geschichten. Und als wäre der Erfolg im Markt nicht schon genug, erreichte Egger und Clormann Mitte Oktober auch noch die Nachricht, dass „ihr“ Wein den renommierten Designpreis „Red Dot“ gewonnen hat. Aber das ist dann einfach nur eine weitere Geschichte. ■



Tätigkeitsbericht mit Farbeimer-Henkel, Malerkrepp statt Buchbinderleinen und Farbkleckschen auf der Titelseite. Damit zeigt die GEWOBA AG, Bremens größtes Wohnungsunternehmen, dass sie auch vom Malerhandwerk etwas versteht.

Keine Angst vor schwierigen Produktionen

Es ist spät geworden. Niclas Stürken räumt den Besprechungsraum auf. Kaffeebecher, Colaflaschen, Pizzakartons – wie immer, wenn die Kreativen da waren. Und dabei ging es eigentlich nur um einen Geschäftsbericht für ein Wohnungsunternehmen. Routine, hatte Stürken nach dem Anruf der Agentur gedacht und voll danebengelegt.

Bereits das Briefing las sich spannender als sonst: Das gestalterische Leitthema des Berichts sollte sichtbar und fühlbar das Malerhandwerk präsentieren, denn das steht am Schluss eines jeden Neubauprojektes. Gleich mitgeliefert wurden kreative Wünsche: „Der Buchblock soll mit Kreppband gefälzelt werden, Lackeffekte haben und es sollen speziell passende Papiere zum Einsatz kommen.“ Kein Standard, aber auch kein Hexenwerk, dachte Stürken, bis auf die Sache mit dem Kreppband vielleicht.

Dann las er weiter: „Wir möchten, dass der Bericht einen echten Henkel hat – wie ein Farbeimer.“ Das klang dann doch recht durchgedreht. Deshalb das lange Meeting. Solche Ideen bespricht man nicht zwischen Tür und Angel. Und ein „Nein“ von vornherein gibt's bei Stürken Albrecht grundsätzlich nicht. Stürken besprach sich nach dem Meeting mit seinem Team und die Entscheidung hieß: Wir machen es. Gedruckt wurden die 76 Seiten des Innenteils 4-farbig plus Glanzlack.

Auf neun Seiten wurden die Bilder zusätzlich mit extradickem UV-Relief-Glanzlack überzogen. Sie wirken dadurch wie mit einem groben Lackpinsel gemalt. Der Innenteil wurde für höchste Haltbarkeit fadengeheftet.

Kreppband statt Buchbinderleinen

Statt jedoch – wie üblich beim Fälzeln – Buchbinderleinen auf den Buchblockrücken zu kleben, kam da der Malerkrepp drauf. Knifflige Sache, denn Kreppband ist sehr flexibel und es sollte nicht geschnitten, sondern leicht gerissen werden. Den stabilen Umschlag des Berichts druckte Stürken auf Paperbord und bezog ihn außen mit einer Softtouchfolie. Dadurch ist der Bericht angenehm weich im Griff. Im Gestaltungsentwurf war zudem vorgesehen, dass weiße Farbe vom Rücken der Broschur auf die Titelseite laufen sollte. Um diesen „Kleckereffekt“ zu erzielen, wurde milchig-weißer UV-Relieflack in zwei Schichten mit unterschiedlicher Struktur aufgetragen.

Und wenn Du denkst es geht nicht mehr ...

Schließlich galt es, Inhaltsblock, Umschlag und den gewünschten Eimerhenkel miteinander zu verbinden. eine weitere Runde Handarbeit. Der Clou: Als Halterung für den Henkel wurde eine separat gedruckte und gestanzte Mechanik in den Umschlag geklebt und der Buchblock passgenau davorgesetzt. Als Sahnehäubchen knoteten die Mitarbeiter dann noch kleine Farbschnipsel „mit freundlichen Grüßen“ an den Henkel und schon war der erste Bericht fertig. Das Ganze wurde dann „nur“ noch 799 Mal wiederholt und die Auflage war komplett. Pünktlich und im Rahmen des Budgets. „Natürlich produzieren wir auch weniger spektakuläre Produkte“, räumt Niclas Stürken ein. „Aber es gehörte schon immer zu unserer Kultur, dass wir uns grenzüberschreitenden, eigentlich unmöglichen Kundenanforderungen stellen. Das macht den Job ja so einmalig schön.“



Von Anfang an anders

Mit zwei Buchdruckmaschinen in den Schweineställen von Johann Stürken gründeten Stürken (Steuerrevisor und Landwirt) und Lier Jacobs (Buchdrucker) 1949 die Firma Stürken & Co. 1950 trennten die beiden sich, Stürken führte die Firma alleine weiter. In den 70ern traten die Stürken-Söhne Günther und Manfred in das Unternehmen ein, Mitte der 90er kam Niclas Stürken dazu. 2010, nach dem Zusammenschluss mit der C. Albrecht Druckerei aus Bremen, zog das neue Unternehmen als Stürken Albrecht Druckgesellschaft in einen alten Hafenschuppen der Bremer Überseestadt.



UV-Relief-Glanzlack lässt die Buchstaben wie grob gepinselt wirken.



Milchig-weißer UV-Relieflack in zwei Schichten erzeugt den Kleckereffekt.



Ein Geschäftsbericht, der mal ganz anders daherkommt.

Verpackungsgesetz: bestens informiert

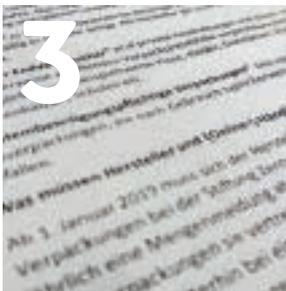
EIN TAG AUS DER ROADSHOW INFOKOMPAKT: DAS VERPACKUNGSGESETZ 2019

Ab dem 1. Januar 2019 gilt: Druckereien, die ihre Produkte verpackt und gewerbsmäßig an private Endverbraucher in den Verkehr bringen, müssen sich offiziell registrieren. Wer das nicht tut, riskiert Vertriebsverbote. Die Verbände Druck und Medien haben daher vom 24. Oktober bis zum 6. November neun branchenspezifische Informationsveranstaltungen in ganz Deutschland angeboten. Aus erster Hand – von den Experten der Verbände sowie des Systembetreibers interseroh – erhielten Druck- und Mediendienstleister umfassende Informationen über die neuen Regelungen des Verpackungsgesetzes 2019.

Henning Marcard vom Verband Druck & Medien NordOst begrüßt die fast 30 Teilnehmer der Veranstaltung in der Berliner Geschäftsstelle.



Der bvdm-Leitfaden informiert ausführlich über die Pflichten und Aufgaben von Druckereien. Die Experten des Verbandes und von interseroh helfen bei juristischen Fragestellungen, präsentieren Praxisbeispiele und beantworten die Teilnehmerfragen.



Henning Marcard stellt den Referenten Frank Leonhardt von interseroh vor. Weitere Veranstaltungen fanden in Hamburg, Hannover, Oldenburg, Leipzig, Frankfurt, Düsseldorf, Stuttgart und Aschheim bei München statt. Das Interesse der Unternehmen am Thema Verpackungsgesetz ist gut begründet. Denn bereits die Versandverpackung für Flyer, Visitenkarten oder Broschüren ist in der Regel lizenzierungspflichtig.





Man bleibt in Kontakt. Auch um sich über die noch offenen Fragen und die ausstehenden Antworten der „Zentralen Stelle“ auszutauschen.

Drei Stunden volle Konzentration, die sich lohnen.



Intensive Diskussionen zu einem trockenen Thema: Die Teilnehmer haben sich eine Stärkung mehr als verdient.



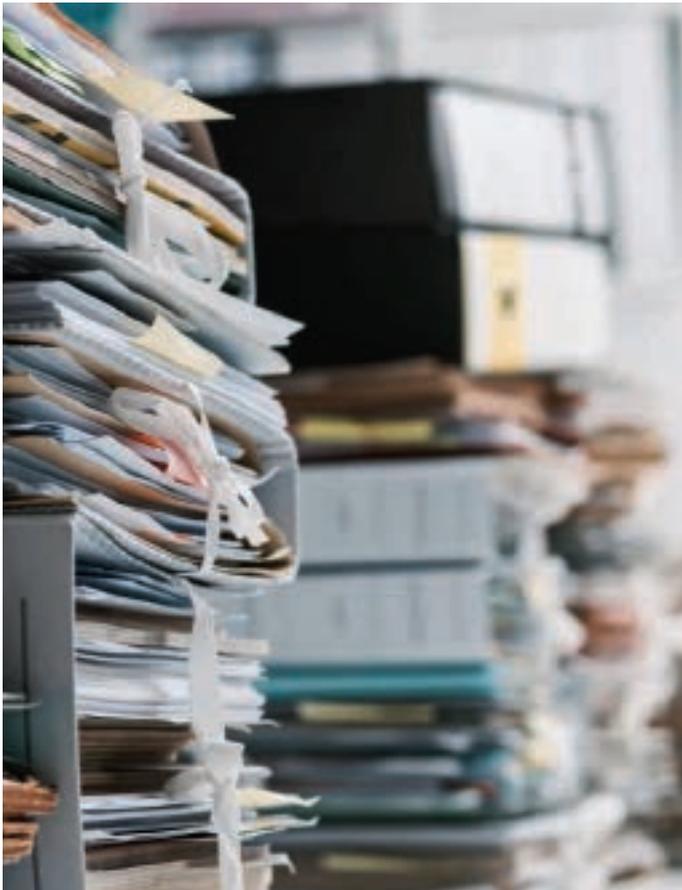
Auch für Fragen und Diskussion bleibt natürlich Raum. Und an Fragen mangelt es nicht, zumal das Verpackungsgesetz viel Raum für Interpretation lässt.



Das Verpackungsgesetz bringt zahlreiche Neuerungen: von der Erhöhung der Recyclingquoten bis zur Einrichtung der „Zentrale Stelle Verpackungsregister“ als unabhängige Kontrollstelle. Aber auch zu grundlegenden Fragen wie der, was eine Verpackung laut Gesetz eigentlich ist – oder nicht ist –, liefert Frank Leonhardt einen praxisnahen und kompetenten Input.



Noch mehr Bürokratie dank Teilzeitreform



”

Teilzeit ist keine Falle,
in die Arbeitgeber
Mitarbeiter hineinlocken
und sie nicht wieder
herauslassen.“

Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des
Bundesverbandes Druck und Medien e.V.

Im Koalitionsvertrag bekannte sich die Große Koalition noch zum Abbau von Bürokratie. Ein halbes Jahr später ist von diesem Versprechen an die Wirtschaft noch nichts zu spüren. Im Gegenteil, derzeit nehmen die bürokratischen Belastungen für Unternehmen weiter zu. Einen nicht unwesentlichen Teil trägt die im Oktober beschlossene Reform des Teilzeitrechts dazu bei.

**Zusätzlich zu den schon vorhandenen Teilzeitan-
sprüchen schafft** das neu gefasste Gesetz in Unter-
nehmen ab 46 Arbeitnehmern einen Anspruch auf
„Brückenteilzeit“ für ein bis fünf Jahre. Hinzukommt
eine Verschiebung der Beweislast auf den Arbeitgeber,
wenn er den Wunsch eines Arbeitnehmers nach Ver-
längerung seiner Arbeitszeit nicht umsetzen kann. Es
steht zu befürchten, dass die neuen Regelungen dazu
einladen, häufiger zwischen Voll- und Teilzeit hin- und
herzuwechseln. Das kann gerade kleinere Betriebe vor
erhebliche Probleme stellen. Zudem wurden ein formalisiertes „Erörterungsrecht“ zu Arbeitszeitfragen
geschaffen und die eigentlich flexiblen Abrufarbeits-
verhältnisse reglementiert.

**Die unter dem Slogan „one in, one out“ selbst ver-
ordnete Bürokratiebremse ignoriert** die Bundesregie-
rung mit der Reform des Teilzeitrechts komplett. Und
Besserung ist leider nicht in Sicht: Die im Koalitions-
vertrag vereinbarte starke Beschränkung befristeter
Arbeitsverhältnisse soll voraussichtlich im Laufe des
nächsten Jahres beschlossen werden.

**Anlässlich der Anhörung im Bundestagsausschuss
für Arbeit und Soziales hat der Bundesverband Druck
und Medien zu den Neuregelungen Stellung genom-
men.** Der bvdm kritisierte insbesondere, dass die Politik
Arbeitnehmern immer neue Möglichkeiten einräumt,
ihre Arbeit nach ihren Vorstellungen zu gestalten,
während sie Arbeitgeber gleichzeitig daran hindert,
entsprechende Arbeitsausfälle flexibel, etwa durch Zeit-
arbeit, Arbeit auf Abruf oder befristete Arbeitsverhält-
nisse aufzufangen.

**Zudem betonte der bvdm, dass die meisten Teil-
zeitbeschäftigten mit ihrer Arbeitszeit zufrieden sind.**
Wenn Arbeitnehmer unfreiwillig in Teilzeit arbeiten,
liegt das häufig an fehlenden Betreuungsmöglichkeiten
für Kinder. Daher muss die Politik ihre dortigen Ver-
säumnisse beheben, statt Arbeitgebern immer neue
bürokratische Belastungen aufzuerlegen. ■

KOSTENFREI FÜR VDM-MITGLIEDER

infoKompakt: Roadshow zur Reform des Teilzeit- und Befristungsgesetzes

Teilzeitarbeitsverhältnisse und befristete Arbeitsverträge sind feste Bestandteile der Arbeitswelt. Zum 1. Januar 2019 treten neue Regelungen zum Wechsel zwischen Teilzeit und Vollzeit sowie zur Arbeit auf Abruf in Kraft, die sich auf die tägliche Personalarbeit auswirken werden.

Die nächste Stufe der Reform des Teilzeit- und Befristungsgesetzes wird voraussichtlich im Laufe des Jahres folgen: Die geplante Regulierung befristeter Arbeitsverhältnisse wird erhebliche Herausforderungen für Unternehmen mit sich bringen. Die Verbände Druck und Medien bieten daher branchenspezifische Informationsveranstaltungen in ganz Deutschland an. Hier erhalten Sie einen Überblick über alle

Neuregelungen und Tipps für die optimale Nutzung der Gestaltungsspielräume.

JETZT ANMELDEN UNTER bvdm-online.de/infokompakt



29. Januar 2019	München	Verband Druck und Medien Bayern e.V., Einsteinring 1 a, 85609 Aschheim bei München
30. Januar 2019	Freiburg	Verband der Bauwirtschaft Südbaden e.V., Holbeinstr. 16, 79100 Freiburg
31. Januar 2019	Frankfurt	Verband Druck und Medien Hessen e.V., Flughafenstraße 4, 60528 Frankfurt am Main
5. Februar 2019	Hannover	Verband Druck & Medien NordOst e.V., Bödekerstraße 10, 30161 Hannover
7. Februar 2019	Leipzig	Verband Druck und Medien Mitteldeutschland e.V., „Haus des Buches“, Gerichtsweg 28, 04103 Leipzig
7. Februar 2019	Düsseldorf	Verband Druck + Medien Nord-West, Volmerswerther Str. 79, 40221 Düsseldorf
12. Februar 2019	Berlin	Verband Druck & Medien NordOst e.V., Am Schillertheater 2, 10625 Berlin
14. Februar 2019	NRW	Ort wird noch bekannt gegeben
21. Februar 2019	Stuttgart	Haus der Druckindustrie, Zeppelinstraße 39, 73760 Ostfildern
28. Februar 2019	Oldenburg	Überbetriebliche Ausbildung, Druck & Medien NordOst, Ehernstraße 132, 26121 Oldenburg
Ende Januar/ Anfang Februar 2019	Hamburg	Verband Druck + Medien Nord-West, Kattrepel 2 / Montanhof, 20095 Hamburg

Für Nicht-Mitglieder kann eine Teilnahmegebühr anfallen.

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



KURZ MEL DUN GEN

► FLYERALARM ist bester Ausbildungs- betrieb des Jahres

Am 25. Oktober 2018 überreichte Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes Druck und Medien, in Berlin den Award für den besten Ausbildungsbetrieb der Branche an das Unternehmen FLYERALARM im Rahmen der Druck & Medien Awards 2018. Die Fachjury begründete ihre Entscheidung damit, dass bei FLYERALARM eine Ausbildung weit über das normale Maß der IHK-Ausbildungsstandards hinausgeht.

Auszubildende nehmen zu Beginn an einem Onboarding-Programm teil, bei dem sie das Unternehmen und alle anderen Auszubildenden kennenlernen. Während der Ausbildung gibt es die Möglichkeit, im Rahmen der Ausbildungsprogramme azubi@FLY und ausbilder@FLY sowie durch Beteiligung an sozialen Projekten zusätzliche Fachkompetenz sowie Teamfähigkeit, Networking, Sozialkompetenz und persönliche Skills zu erwerben. Gemeinsame Events fördern eine Vernetzung der Auszubildenden untereinander. Bei FLYERALARM schließen 99 Prozent ihre Ausbildung erfolgreich ab, die Übernahmequote liegt bei knapp 84 Prozent.



V.l.n.r.: Hartmut Kappes (CFO FLYERALARM Gruppe), Carolin Mandler (Leiterin HR Development), Thomas Broßmann (HR Development), Dr. Paul Albert Deimel (bvdM) und die Moderatorin Esther Sedlaczek.

Studie belegt die Werbewirksamkeit hochwertiger Printprodukte

Ist die Qualität von Printprodukten entscheidend für die Wirksamkeit von Marketingkampagnen? In einer neurowissenschaftlichen Studie haben der Verband Druck und Medien Bayern und das Marktforschungsinstitut The Neuromarketing Labs die Wirksamkeit hochwertiger Druckerzeugnisse im Marketing analysiert.

Die Ergebnisse sprechen eine deutliche Sprache: Hochwertige Printprodukte führen im Vergleich zu einfachen Low-Cost-Varianten beim Konsumenten zu einer höheren Aufmerksamkeit, längeren Betrachtungsdauer und verbessern die Call-to-Action-Rate bzw. die Kaufmotivation:



Die wichtigsten Ergebnisse der Studie:

- » Druckveredelung erhöht signifikant die Aufmerksamkeit der Konsumenten.
- » Druckveredelung erhöht die Betrachtungsdauer bei Printprodukten. Hochwertige Papiersorten können den Effekt weiter steigern.
- » Die höchstveredelten Werbe-Mailings gefallen subjektiv am besten.
- » Veredelung erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Texte gelesen werden und komplexe Inhalte erfasst werden.
- » Eine hochwertige Präsentation der Werbebotschaft weckt deutlich positivere Emotionen als die zum Vergleich gezeigte Einfachlösung.
- » Veredelung und hochwertiges Papier erhöhen daher die Kaufmotivation sehr wirkungsvoll.

JETZT DIE STUDIE ANFORDERN

s.kofler@vdmb.de

Geehrt für ein Jahrzehnt Klimaschutz-Engagement

Seit zehn Jahren bereits unterstützen die Verbände Druck und Medien Druckereien bei der umweltfreundlichen Produktion. Betriebe, die seit Gründung der Klimainitiative Mitglied sind, werden für ihr vorbildliches ökologisches Engagement ausgezeichnet.

Für die zehnjährige Teilnahme der Frankfurter Societäts-Druckerei GmbH an der Klimainitiative nahm der Umweltbeauftragte Rainer Stockbauer die Urkunde von Gerald Walther, printXmedia Süd GmbH, entgegen.



FRAGEN?

NUTZEN@BVDM-ONLINE.DE



Jetzt Beiträge für die **FESPA Awards 2019** einreichen

Ab sofort können Beiträge für die FESPA Awards 2019 eingesandt werden. Der zum 28. Mal stattfindende Wettbewerb bietet Druckdienstleistern und Werbetechnikern eine exzellente Gelegenheit, ihr fachliches Können unter Beweis zu stellen. Einsendeschluss ist der 25. Januar 2019.

Alle für eine Auszeichnung nominierten Einsendungen werden bei der FESPA Global Print Expo 2019 ausgestellt, die vom 14. bis 17. Mai in München ausgerichtet wird. Das bietet den nominierten Unternehmen eine ausgezeichnete Möglichkeit, ihre Leistungen einem breiten deutschen und internationalen Publikum zu präsentieren.

Mit den FESPA Awards werden außergewöhnliche Talente aus der weltweiten Spezialdruckbranche in 14 Kategorien ausgezeichnet:

- » Display- und Verpackungsdruck auf Papier und Karton
- » Display- und Verpackungsdruck auf Kunststoff – Point of Purchase
- » Poster
- » Serigrafien und Kunstdruck
- » Aufkleber und gedruckte Etiketten
- » Kreative Spezialeffekte – Papier, Karton und Kunststoff
- » Spezialeffekte auf T-Shirts, Kleidungsstücken und anderen Textilien
- » Bedruckte Textilien
- » Rollendruck für bedruckte Textilien
- » Glas-, Keramik-, Metall- und Holzprodukte
- » Direktdruck auf dreidimensionale Produkte
- » Nicht gedruckte Beschilderung
- » Funktionaler Druck – Armaturenbretter, Ziffernblätter, Namens-/Typenschilder

Jede Print-Kategorie hat die vier Unterkategorien „Digital Printing“ (Digitaldruck), „Screen Printing“ (Siebdruck), „Mixed Techniques“ (Mischtechniken) und „Non-Printed“ (nicht gedruckt), für die Beiträge eingesandt werden können.

WEITERE INFORMATIONEN
fespaawards.com

Branchenbefragung zur wirtschaftlichen Lage 2019 ist startklar

Für jedes Druck- und Medienunternehmen ist ein verlässliches, zeitnahes und aussagestarkes Stimmungsbild der Branche wichtig. Daher haben die Verbände Druck und Medien im Januar dieses Jahres zur Teilnahme an der ersten jährlich stattfindenden Befragung zur wirtschaftlichen Lage der Branche aufgerufen.

Nach dem erfolgreichen Start der Befragung 2018 mit über 440 Teilnehmern steht die zweite Befragung kurz vor der Feldphase. Die 10 bis 15 Minuten dauernde Online-Befragung beginnt am 17. Januar 2019 und endet zwei Wochen später am 31. Januar 2019. Die Unternehmen werden von den Landesverbänden Druck und Medien direkt kontaktiert und vom bvdM über die Fachpresse zur Teilnahme aufgerufen. Die Befragungsergebnisse werden nach mehreren struk-

turellen Aspekten differenziert und ausgewertet. Sie bieten somit einen realistischen Einblick in die aktuelle Verfassung der gesamten Druck- und Medienindustrie und informieren über die Trends des unternehmensindividuellen Geschäftsumfeldes. Weil beide Betrachtungsebenen eine bedeutende Rolle bei strategischen Entscheidungen von Druck- und Medienunternehmen spielen, bieten die Befragungsergebnisse den Entscheidungsträgern einen enormen Mehrwert. Den Teilnehmern mit Unternehmensangaben wird ein ausführlicher Befragungsbericht übersandt.

ÜBER DIE ERGEBNISSE INFORMIERT DER BVDM UNTER
bvdM-online.de/branchenbefragung



TERMINE

2019 ◀

08.-10.01.2019
viscom 2019, Düsseldorf

06.02.2019
Digitaldruck-Kongress, Düsseldorf

25.-28.02.2019
Hunkeler Innovationdays 2019, Luzern

21.-24.03.2019
Leipziger Buchmesse, Leipzig

03.-04.04.2019
Online Print Symposium, München

07.-08.05.2019
Print & Digital Convention, Düsseldorf

08.-09.05.2019
Empack, Dortmund

14.-17.05.2019
Fespa, München

16.-18.05.2019
Österreichischer Druck & Medienkongress,
Salzburg

17.-18.05.2019
**vdm NordOst + Mitteldeutschland
Jahrestagung**, Lutherstadt Wittenberg

23.-25.05.2019
vdm Nord-West Jahrestagung, Hamburg

24.05.2019
**vdm Rheinland-Pfalz und Saarland
Jahrestagung**, Montabaur

03.-05.07.2019
Süddeutscher Druck- und Medientag, Ulm

19.-20.09.2019
Deutscher Druck- und Medientag 2019, Berlin

16.-20.10.2019
Frankfurter Buchmesse, Frankfurt am Main

22.10.2019
Druck & Design, München

05.11.2019
Vertriebskongress 2019, Düsseldorf

07.-08.11.2019
Treffpunkt Innovation, Berlin

12.-14.11.2019
InPrint, München

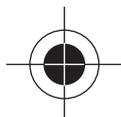
▶ 2020

26.-27.02.2020
Digitaldruck-Kongress, Düsseldorf

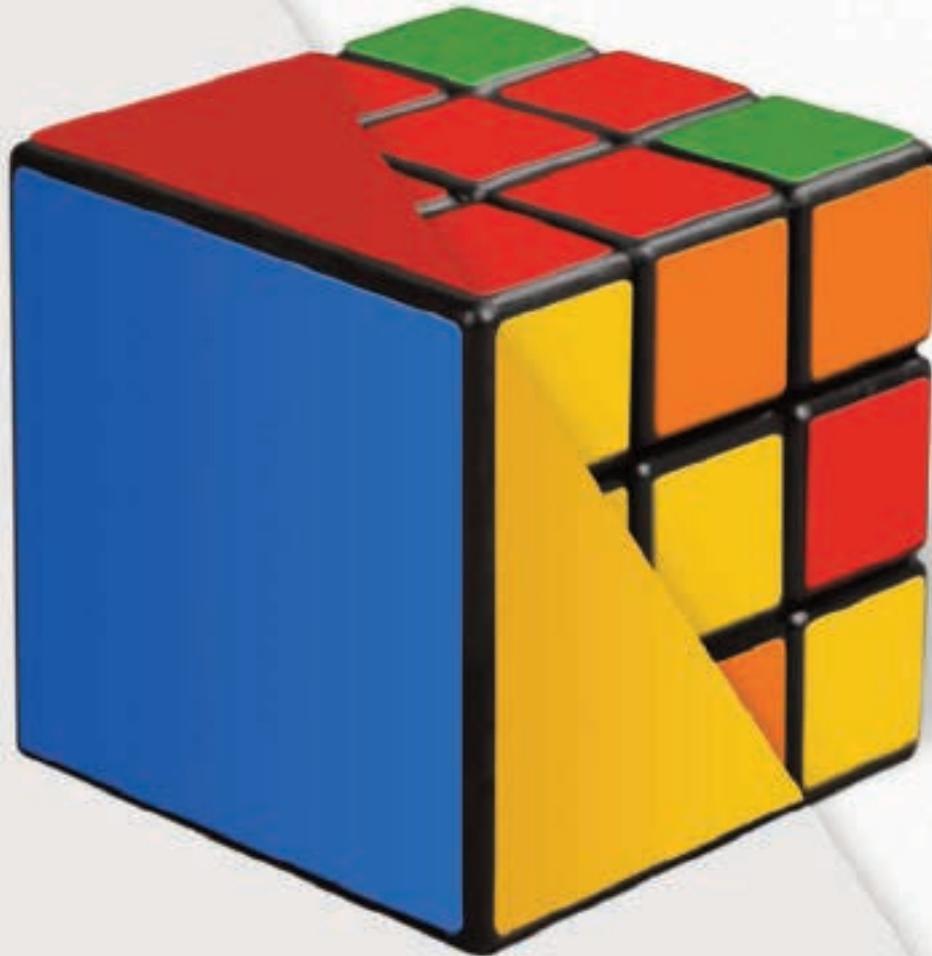
12.-15.03.2020
Leipziger Buchmesse, Leipzig

16.-26.06.2020
drupa 2020, Düsseldorf

14.-18.10.2020
Frankfurter Buchmesse, Frankfurt am Main



WIR MACHEN ES EINFACH.
MIT WENIGEN HANDGRIFFEN
ZUM BESTEN SCHNITT.



 CUTTING DOWN COMPLEXITY

„Bis zu 100% mehr Leistung und verbesserte
Ergonomie – das hat uns überzeugt.“

Druckhaus Tecklenborg

Polar Mohr ist Ihr erfahrener Partner für langlebige und präzise
Lösungen, perfekte Verarbeitung und effektive Maschinenkonzepte
rund um Schneiden und Stanzen.

www.polar-mohr.com
www.mohr-shop.com

distributed by
HEIDELBERG


POLAR
MOHR

#SmartPrintShop



PUSH TO STOP

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

Entdecken Sie
Heidelberg Subscription –
das neue Vertragsmodell.

heidelberg-subscription.com



HEIDELBERG

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