

DAS MAGAZIN

# NUTZEN

DER DRUCK- UND MEDIENVERBÄNDE

**WO PRINT  
ZU HAUSE IST**

**Weitere Themen:**

TÜV-Siegel für die Klimainitiative  
EUDR-Reform: Positives Signal  
So bilden Sie erfolgreich aus!





Unsere  
Währung für  
Mehrwerte

In mehr als 160 Jahren haben wir Wandel nicht nur mehrfach erlebt, sondern immer wieder aktiv mitgestaltet – und uns jedes Mal neu erfunden, ohne unsere Werte dabei aus den Augen zu verlieren. Jetzt ist es wieder so weit: Eine neue Generation rückt mit frischen Ideen und Impulsen in die erste Reihe. Offen für Neues, gleichzeitig fest verwurzelt in dem, was uns stark macht: Unsere Begeisterung für Papier. Das Ergebnis nennen wir die BERBERICH PAPIER Dividende: gelebte Partnerschaft und geballte Papierkompetenz als echte Mehrwerte für Sie.

# EDITORIAL



Bild: Margarita Kosareva / Shutterstock.com

Kirsten Hommelhoff,  
Hauptgeschäftsführerin  
Bundesverband Druck  
und Medien

*Liebe Leserin, Lieber Leser,*

das Jahr 2026 beginnt für mich mit viel Vorfreude. Nach einem Jahr Elternzeit kehre ich als Hauptgeschäftsführerin des Bundesverbandes Druck und Medien zurück. Ich freue mich, gemeinsam mit dem Team des BVDM und den Landesverbänden die kommenden Aufgaben anzugehen.

Und davon gibt es reichlich. Auf der politischen Ebene verschiebt sich der Fokus spürbar von immer neuen Ankündigungen hin zur Umsetzung. Die Unklarheiten und Rechtsunsicherheiten um die EU-Entwaldungsverordnung im letzten Jahr hat viele Betriebe stark beansprucht. Auch die ausstehende Umsetzung der EU-Richtlinie zur Entgelttransparenz sowie die Umstellung zum neuen Verpackungsrechtsgesetz wird die Betriebe vor große Herausforderungen stellen. Deshalb müssen politische Entscheidungen nun in praktikable Lösungen übersetzt und zusätzliche Belastungen in Zeiten erheblichen wirtschaftlichen Drucks abgewendet werden. Genau hier setzen wir mit unserer Arbeit an. Mit klarer Positionierung, konkreter Begleitung und dem nötigen Nachdruck dort, wo Regelwerke an der betrieblichen Realität vorbeigehen.

Unser Ziel ist es, die Zukunftsfähigkeit der Betriebe zu sichern. Dafür setzen wir uns auf nationaler und europäischer Ebene bei allen politischen Akteuren ein – sachlich, beharrlich und im engen Schulterschluss mit unseren Landesverbänden und deren Mitgliedern.

2026 ist kein Jahr der großen Ankündigungen, sondern eines der konkreten Arbeit. Und vielleicht liegt genau darin die Chance zu zeigen, was unsere Branche leistet – für Wertschöpfung, Nachhaltigkeit und Gesellschaft. Ich freue mich darauf, diesen Weg gemeinsam mit Ihnen zu gehen und auch darauf, Ihnen beim Deutschen Druck- und Medientag in Berlin persönlich zu begegnen. Melden Sie sich schon jetzt an oder werden Sie Partner des wichtigsten Branchenevents des Jahres.

Herzlichst,  
Ihre Kirsten Hommelhoff

*Kirsten Hommelhoff*





# 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: PRINT ZU HAUSE

### ► 03 — EDITORIAL

Herzlich willkommen zum neuen NUTZEN

### 06 — PRINT KOMMT AN

Käufer, Nutzer, Leser

### 08 — WO PRINT ZU HAUSE IST

- » Print als Teil moderner Wohnkultur
- » Gedruckte Technik für zu Hause
- » Printed Electronics im Wachstum
- » Gedruckte Sensorik im Wohnumfeld
- » Druckprodukte prägen jedes Heim
- » Deutschland führend bei Tapetenproduktion
- » Ordnung und Information für zu Hause
- » Print ist zu Hause allgegenwärtig

## IMPRESSUM

HERAUSGEBER: Bundesverband Druck und Medien e.V. (Wolfgang Poppen)  
Markgrafenstraße 15, 10969 Berlin, Tel: (0 30) 20 91 390, Fax: (0 30) 20 91 39 113,  
E-Mail: [info@bvdm-online.de](mailto:info@bvdm-online.de)

VERANTWORTLICH: Silke Leicht-Sobbe

REDAKTIONSTEAM UND TEXTE: Lilian Aly, Michaela Deckelmann, Kathrin Duschek,  
Melanie Erlewein, Cordula Hofacker, Silke Leicht-Sobbe, Kerstin Rosenkranz,  
Antje Steinmetz, Ronny Willfahrt

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

DRUCK: Schleunungdruck GmbH

Eltertstraße 27, 97828 Marktheidenfeld, Tel: (09391) 6005 0, Fax: (09391) 6005 90

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

ANZEIGEN: Bundesverband Druck und Medien e. V.



## 14 — WIRTSCHAFT

Der Abschwung verliert an Tempo

## 16 — NACHHALTIGKEIT

Geprüft und glaubwürdig: TÜV-Siegel für die Klimainitiative

## 18 — BILDUNG

- » So bilden Sie erfolgreich aus!
- » Bundesbeste Auszubildende geehrt!
- » Gestaltungswettbewerb 2026

## 24 — DER NUTZEN

Print für Wohnen und Lifestyle

## 26 — DRUCK AUF BERLIN UND BRÜSSEL

EUDR-Reform: Positives Signal an den Mittelstand

## 28 — DIE FIRMA

Printerior Design aus Wolfenbüttel

## 30 — VERANSTALTUNGEN

Nachhaltigkeit im Fokus beim DDMT 2026

## 32 — KURZMELDUNGEN

- » BVDM-Umfrage zur Finanzierung und zu Investitionen
- » FESPA 2026: Jetzt anmelden und Innovationen erleben

Seite

34



Seite

24

## 34 — DIE PROFIS

Die Produktionsstätte für Printprofis

## 36 — VDM BERATUNG

Zwischen Effizienz- und Transformationsdruck

## 40 — RECHT

Gleiches Entgelt für gleiche Arbeit

## 42 — TERMINE

Regionale, nationale und internationale Branchenveranstaltungen

Wir hoffen, dass Ihnen die fünfunddreißigste 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](mailto:nutzen@bvdm-online.de)

Wir freuen uns auf Ihre Rückmeldungen!



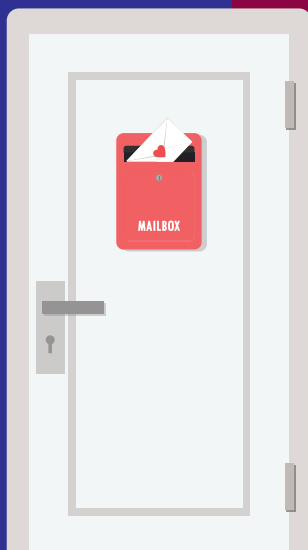
# Print kommt an

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.



## 96 %

der Deutschen lesen laut Prospektmonitor die Werbeprospekte aus ihrem Briefkasten – Print wirkt also schon an der Haustür!



Mit

## 5,76 Mio. USD

hat Deutschland weltweit das drittgrößte Marktvolumen für personalisierte Wandkalender.



## 72 %

der Deutschen legen beim Kauf von Textilien großen Wert auf das Etikett, das wichtige Informationen für die tägliche Pflege enthält.





Mit rund

# 71.000 Tonnen

Tapetenproduktion im Jahr 2024 stellte Deutschland nahezu die Hälfte der gesamten Tapeten in der Europäischen Union her.

# 720

Textildruckereien in Deutschland versorgen uns mit bedruckten Stoffen, auch für zu Hause – vom Küchenhandtuch bis zum Vorhang.

# 9,88 Mrd. Euro

betrug der Gesamtumsatz der deutschen Buchbranche im Jahr 2024. Die vorwiegend gedruckten Titel sorgen für gut gefüllte Bücherregale.

Knapp

# 400 Mio. Euro

werden jährlich mit Brettspielen in Deutschland umgesetzt, einem der wichtigsten Absatzmärkte weltweit – Tendenz steigend. Von unschätzbarem Wert: die vielen Stunden, die Familien und Freunde gemeinsam knobeln.

Ein Umsatzplus von **14 %** wird für die deutsche Printed Electronics Branche in 2026 prognostiziert.



**WO PRINT  
ZU HAUSE IST**





**D**er Schriftsteller Hermann Hesse schrieb einmal sinngemäß, dass ein Haus erst dann ein Zuhause wird, wenn es Geschichten erzählt. Genau diese Geschichten werden häufig gedruckt erzählt – sichtbar, greifbar, dauerhaft und auch smart. Printprodukte sind aus dem privaten Umfeld nicht wegzudenken, finden sich in jedem Raum und selbst auf elektronischen Geräten. Oft sind Printprodukte für uns zu Hause so selbstverständlich, dass ihre Präsenz kaum noch bewusst oder, wie im Bereich Printed Electronics, nicht als Druckerzeugnis wahrgenommen wird. Doch gerade in den eigenen vier Wänden zeigt sich, wie vielseitig Print heute als Informationsmedium, Gestaltungselement, Organisationshilfe, emotionaler Begleiter oder smartes Elektrogerät eingesetzt wird.

Print prägt den Wohnraum auf eine Weise, die digital nicht ersetzbar ist. Ob Fotos an der Wand, die Tapete im Wohnzimmer oder bedruckte Touch-Bedienfelder auf Herdplatten: Gedruckte Produkte strukturieren den Alltag, schaffen Atmosphäre und bewahren Erinnerungen.

## Print als Teil moderner Wohnkultur

Ob Tapeten, Fototapeten, Poster, Kunstdrucke oder gerahmte Fotografien – Druckprodukte prägen die Atmosphäre von Wohnräumen entscheidend mit. Der Trend zu Individualisierung und Personalisierung hat dem Segment zusätzlich Schwung verliehen. Maßgeschneiderte Wandmotive, personalisierte Bilddrucke oder bedruckte Textilien wie Kissen, Tischläufer oder Vorhänge zeigen, wie stark sich Print in Richtung Lifestyle-Produkt entwickelt. Und unser Leben zu Hause wird immer smarter.

Was heute als Smart Home selbstverständlich erscheint, hat sich über Jahrzehnte entwickelt. Von ersten programmierbaren Heizthermostaten und einfachen Zeitschaltuhren hin zu vernetzten, lernfähigen Systemen für Licht, Klima, Sicherheit und Energie. Mit der zunehmenden Digitalisierung des Wohnens wuchs auch der Anspruch an Bedienkomfort, Design und Integration in den Wohnraum. Moderne Smart-Home-Lösungen setzen daher immer stärker auf flächige, intuitive und nahezu unsichtbare Bedienelemente, sogenannte Gedruckte Elektronik oder Printed Electronics. Gedruckte Sensoren, Antennen und Touchflächen ermöglichen es, Steuerung und Sensorik direkt in Wände, Tapeten, Möbel oder Leuchten zu integrieren. Damit wird Smart Home weniger „Technik im Raum“ und mehr „Technik im Raumdesign“. Ein Wandel, der Print zu einem funktionalen Bestandteil der vernetzten Wohnwelt macht.

## Gedruckte Technik für zu Hause

Printed Electronics verbindet klassische Druckkompetenz mit innovativer Technik und findet sich heute direkt in den Wohnungen von Millionen Menschen wieder. Dabei geht es nicht um klassische Medien, sondern um die Integration von elektronischen Funktionen direkt durch Druckprozesse auf Sensoren, Leiterbahnen oder Interaktionsflächen. Printed Electronics nutzt Druckverfahren wie Sieb- oder Inkjet-Druck, um elektronische Komponenten direkt auf flexible Materialien wie Papier, Folien oder Textilien zu erzeugen. Das Ergebnis sind leichte, dünne, flexible elektronische Strukturen – etwa für Sensoren, Displays, RFID-Antennen oder Berührungsfelder. Diese Technologie schafft eine Brücke zwischen klassischem Print und funktionaler Elektronik, die in vielen Lebensbereichen Anwendung findet.



## Printed Electronics im Wachstum

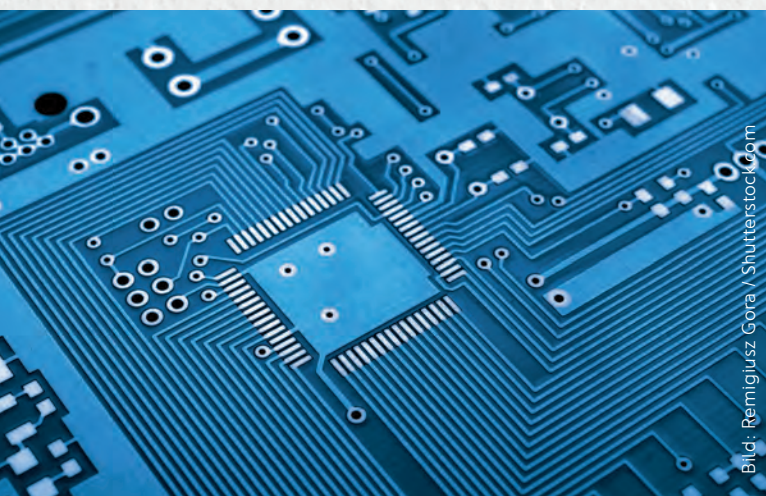
Auch wenn globale Prognosen oft im Mittelpunkt stehen, zeigt sich: Der Markt für gedruckte Elektronik wächst auch in Deutschland spürbar. Lokale Maschinenhersteller, Materialanbieter und Integrationspartner bauen ihre Kompetenzen aus, und deutsche Forschungseinrichtungen treiben praxisnahe Entwicklungen voran. Insbesondere im Bereich Smart Home, Interior und vernetzte Alltagsprodukte entstehen Produkte, die ohne gedruckte Elektronik nicht denkbar wären. Zudem sind deutsche Haushalte aufgeschlossen für Technologien, die Komfort, Design und Funktion vereinen – sei es bei Geräten, Möbeln oder Wandgestaltungen.

Fast die Hälfte aller deutschen Haushalte nutzt heute mindestens eine smarte Anwendung – Tendenz steigend. Eine repräsentative Befragung unter 1156 Personen ab 16 Jahren in Deutschland im Auftrag des Digitalverbands Bitkom ergab Ende 2025, dass knapp die Hälfte der Deutschen Smart-Home-Geräte nutzt. 48 Prozent der Deutschen haben Smart-Home-Anwendungen im eigenen Zuhause, etwa Sensoren, intelligente Thermostate oder vernetzte Lampen. Von diesen Haushalten haben 59 Prozent mehr als fünf smarte Lösungen im Einsatz – ein deutlicher Anstieg gegenüber früheren Jahren. Statista beziffert die Zahl von Smart-Home-Haushalten in Deutschland auf 18,5 Millionen im Jahr 2025.

Und der Markt für gedruckte Elektronik wächst auch in den kommenden Jahren. Zahlreiche Marktforschungsinstitute prognostizieren der Gedruckten Elektronik ein kontinuierliches Wachstum mit dem Poten-



Vom Interface zur Funktion: Moderne Steuergeräte vereinen Design, Printed Electronics und präzise Hardware.



Gedruckte Präzision: Feinste Leiterbahnen und Kontaktpunkte zeigen, wie Printed Electronics komplexe Schaltungen platzsparend, effizient und skalierbar realisieren.

zial, bis 2032 ein Volumen von 65 bis 75 Milliarden US-Dollar zu erreichen. Und Deutschland zählt zu den weltweit führenden Märkten für Printed Electronics. Für 2025 schätzt das Marktforschungsinstitut Grand View Research den Umsatz im deutschen Markt auf rund 1,74 Mrd. USD, mit einem erwarteten durchschnittlichen jährlichen Wachstum (CAGR) von über 23 Prozent bis 2033. Damit entwickelt sich Deutschland zum größten regionalen Markt in Europa. Diese positiven Zahlen belegt auch die OE-A, eine internationale Arbeitsgruppe innerhalb des Verbands Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e.V. (VDMA), in ihrer halbjährlichen Umfrage. Für 2026 prognostiziert die Branche ein Umsatzplus von 14 Prozent im Bereich Printed Electronics.

Diese Wachstumsdynamik spiegelt sich nicht nur in hohen Wachstumsraten wider, sondern auch in der breiten Anwendungspalette von Gedruckter Elektronik. Vor allem die Automobilindustrie nutzt Printed Electronics mit gedruckten Sensoren, Heizfolien oder flexiblen Anzeigen. Im häuslichen Bereich halten aber immer mehr gedruckte elektronische Geräte Einzug. Vor allem im Bereich Internet der Dinge (IoT) und Smart Home gibt es eine rasante Entwicklung und Herstellung flexibler Bedienfelder und Sensortechnik. Print wird dabei nicht durch Digitales abgelöst. Print erweitert vielmehr seine Leistungsfähigkeit, denn gedruckte Elektronik macht aus Print interaktive, steuerbare oder sensierende Elemente.



## Gedruckte Sensorik im Wohnumfeld

Gedruckte Sensorik gewinnt im Wohnumfeld überall dort, wo Menschen mit Technik intuitiv und komfortabel interagieren, zunehmend an Bedeutung. In modernen Küchen kommen gedruckte Touch- und Sensormodule etwa auf Kochfeldern, Backöfen, Kaffeemaschinen oder Dunstabzugshauben zum Einsatz. Flache Bedienoberflächen auf Basis gedruckter Leiterbahnen und kapazitiver Sensoren ersetzen mechanische Schalter und ermöglichen langlebige, leicht zu reinigende Designs.

Auch Möbel und Innenausstattungsgegenstände werden zunehmend smart oder intelligent. Gedruckte Touch-Steuerungen auf Tischplatten, Schrankfronten oder Wandpaneelen regeln Licht, Musik oder Raumklima. Ergänzt werden diese Anwendungen durch gedruckte Temperatur-, Feuchte- oder CO<sub>2</sub>-Sensoren, die unauffällig in Wände, Decken oder Möbel integriert werden und zur Energieeffizienz und zum Wohnkomfort beitragen.



Fußböden, Möbelfronten, Arbeitsplatten – oft im Tiefdruck hergestellte Dekordrucke in Holzoptik

## Druckprodukte prägen jedes Heim

So digital und vernetzt das Wohnen auch zukünftig wird, unser Zuhause bleibt ein zutiefst haptischer und gestalterischer Lebensraum. Während Smart-Home-Technologien für Komfort, Effizienz und Steuerbarkeit sorgen, prägen klassische Druckprodukte weiterhin das individuelle Erscheinungsbild unserer Wohnungen. Anfängen von Türschildern in jeglicher Größe über Fußbodenbeläge oder auch Wandverkleidungen spiegelt sich in unseren eigenen vier Wänden die Persönlichkeit der Bewohner wider. Egal, ob bunt, eher klassisch, modern oder verspielt: Druckprodukte helfen dabei, Wohnungen individuell zu gestalten und mit Persönlichkeit auszufüllen.



Bild: World Techno / Shutterstock.com

Gedruckte Elektronik im Alltag: Selbst in modernen Kaffeemaschinen ermöglichen gedruckte Sensoren und Schaltungen smarte Funktionen, eine präzise Steuerung und eine effiziente Energienutzung.

## Deutschland führend bei Tapetenproduktion

In und vor allem auf den eigenen vier Wänden sind der Fantasie bei der Gestaltung keine Grenzen gesetzt. Mit Hilfe von Tapeten findet man sich statt im Kinderzimmer im Zoo oder auf einer Ritterburg wieder, statt im Wohnzimmer auf einer Blumenwiese oder an einem tropischen Strand, oder statt in der Küche in einem Café in



Paris. Bedruckte Tapeten schaffen eine besondere Atmosphäre in Wohnräumen und versetzen uns manchmal auch in andere Welten. Und auch im Tapetensegment ist Deutschlands Industrie weit vorne mit dabei.

Im Segment der gedruckten Tapeten zeigt die deutsche Druckindustrie laut Angaben des auf Datenanalyse, Marktforschung und Business Intelligence für Unternehmen spezialisierten Unternehmens IndexBox ihre Stärke. Mit rund 71.000 Tonnen Tapetenproduktion im Jahr 2024 stellte Deutschland nahezu die Hälfte der gesamten Tapeten in der Europäischen Union her und steht damit deutlich vor anderen Produktionsländern wie Italien oder Belgien.

Der deutsche Tapetenmarkt stemmt sich zudem gegen die Erwartung eines rein stagnierenden Wandbelagssegments. Mit einem Marktvolumen von über 100 Millionen USD im Jahr 2025 und nachhaltigen Wachstumsimpulsen durch eine steigende Nachfrage nach Premium-, Individual- und Digitaldruck-Tapeten wächst das Interesse an hochwertigen, designorientierten Produkten bei den Verbrauchern weiter, so IndexBox.

Insbesondere der Bereich digital bedruckter Tapeten gewinnt an Bedeutung. Individualisierte Designs, eine kundenbezogene Produktion und eine hohe gestalterische Flexibilität treiben diesen Markt stark voran. Für Druckereien und Mediendienstleister eröffnen sich hier attraktive Wachstumsfelder jenseits klassischer Printprodukte, die sowohl Kreativität als auch technische Kompetenzen erfordern und in einem wachsenden Marktumfeld etablierte Kompetenzen der Branche nutzen.



Mit rund 71.000 Tonnen Tapetenproduktion im Jahr 2024 stellte Deutschland nahezu die Hälfte der gesamten Tapeten in der Europäischen Union her.

## Ordnung und Information für zu Hause

Neben dem Ausdruck von Individualität erfüllen Druckprodukte im Wohnalltag häufig eine zentrale organisatorische Funktion. Kalender, Wandplaner, Einkaufslisten, Familien-Wochenpläne oder Home-Kataloge strukturieren das Leben vieler Haushalte und sind wichtige Einkaufshelfer. Wand- und Jahreskalender bleiben trotz Digitalisierung ein starkes physisches Printprodukt, das im Werbe- und Geschenksegment, für Endverbraucher und Unternehmen relevant ist. Kaum eine Wohnung kommt ohne einen Wandkalender aus, in den Geburtstage oder wichtige Termine eingetragen werden.

Wer auf der Suche nach einem neuen Sofa, einer neuen Küche ist, oder sich von neuesten Wohntrends inspirieren lassen möchte, wirft gerne einen Blick in den neuesten Prospekt eines Möbelhauses oder einen Home-Katalog. Gerade Möbelhäuser und Einrichtungshersteller setzen weiterhin auf gedruckte Prospekte und Kataloge, um ihre Produkte gezielt zu vermarkten.

Prominente Beispiele sind Kataloge von XXXLutz, Möbel Höffner, Poco Möbel, SB Möbel Boss Kataloge, oder seit Ende 2025 auch erstmals wieder ein Home-Katalog von Walmart. Walmart veröffentlichte im November 2025 seinen ersten Katalog für Möbel und Wohnaccessoires, um vor der Weihnachtszeit die Nach-





frage zu steigern. Die Maßnahme unterstreiche die anhaltende Relevanz von Print als Marketinginstrument und Walmarts Strategie, sowohl Low- als auch High-Income-Kunden anzusprechen, heißt es in einem Interview. Der Katalog wurde an neue, bestehende und inaktive Kunden versendet, und erste Engagement-Zahlen übertreffen bereits die Erwartungen, verkündete Walmart. Das Unternehmen betont, dass Print-Kataloge im Mix mit digitalen Kanälen weiterhin wichtig sind. Sie ermöglichen es, Produkte umfassender zu präsentieren und Kunden inspirierende Einrichtungsideen zu liefern, so Walmart.

Printprodukte sind aber nicht nur Hilfen im Alltag. Oftmals geben sie Orientierung oder Sicherheit in Form von Bedienungsanleitungen, Garantieunterlagen oder Produktinformationen. Hier bieten gedruckte Informationen nach wie vor Verlässlichkeit und Übersicht, auch wenn es einen Stromausfall gibt oder gerade der Internetzugang streikt.

## Print ist zu Hause allgegenwärtig

Gedrucktes ist aus unserem Alltag nicht wegzudenken. Printprodukte begleiten uns überall im Wohnraum. In der Küche zeigen sich ihre vielfältigen Einsatzmöglichkeiten von klassischen Kochbüchern über Rezeptkarten bis hin zu Lebensmitteletiketten, Menüplänen oder beschrifteten Vorratsgläsern. Selbst moderne Smart-Home-Geräte profitieren von Print, etwa durch aufgedruckte Symbole, Bedienungshinweise oder QR-Codes, die zusätzliche Informationen auf das Smartphone übertragen.

Auch im Bad und Schlafzimmer spielt Print eine zentrale Rolle. Verpackungen, Beipackzettel, Anwendungshinweise oder dekorative Wandprints liefern Orientierung, Informationen und gestalterische Akzente. Im Kinderzimmer wird die Bedeutung von Print besonders sichtbar. Bücher, Lernmaterialien, Spiele, Bastelbögen, Sticker oder Malvorlagen fördern Lesekompetenz, Kreativität und Konzentration – pädagogisch wertvoll und gerade in einer zunehmend digitalen Welt unverzichtbar.

Darüber hinaus ist Print ein starkes Mittel, Emotionen auszudrücken und Erinnerungen zu bewahren. Fotoalben, Grußkarten, Einladungskarten sowie individuell gestaltete Poster oder Fotos der Liebsten tragen emotionale Werte, die weit über ihren rein materiellen Nutzen hinausgehen. Ob gestaltend, funktional oder emotionalisierend – Print bleibt ein fest verankerter Bestandteil des Zuhauses, der Menschen jeden Alters erreicht und Räume lebendig macht. ■





# Der Abschwung verliert an Tempo

**Nach zwei Rezessionsjahren in Folge zeigte die deutsche Wirtschaft 2025 erstmals wieder ein leichtes Wachstum – wenn auch auf niedrigem Niveau. Für die Druckindustrie war das Jahr dennoch herausfordernd, da der erhoffte Turnaround in der Wirtschaftspolitik und das damit einhergehende Wachstum ausblieb. Zudem kämpft die Branche weiterhin mit den Nachwirkungen der Energiekrise und einer schwachen Binnennachfrage.**

Im Jahr 2025 ging der vom statistischen Bundesamt berechnete kalender- und saisonbereinigte Produktionsindex um 4,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr zurück. Damit liegt der Index 2025 im Schnitt rund 28 Prozent unter dem Wert des Produktionsindex von 2021. Zwar blieb auch 2025 jeder Monat unter dem jeweiligen Vorjahreswert, gleichzeitig zeigt sich aber ein klarer Trend: Der Abschwung verliert an Dynamik. 2024 lag der Produktionsrückgang noch bei 5,4 Prozent, während er in den Jahren 2023 bei 13,2 Prozent bzw. 2022 bei 7,4 Prozent lag (jeweils im Vergleich zum Vorjahr).

## Leichter Konjunkturaufschwung

Als stark konjunkturabhängige Branche wird sich die Druckindustrie erst dann nachhaltig erholen, wenn auch die gesamtwirtschaftliche Lage wieder anzieht. Zwar war 2025 ein konjunkturell schwaches Jahr mit gerade mal 0,3 Prozent kalenderbereinigtem BIP-Wachstum, aber vor dem Hintergrund von zwei Rezessionsjahren in Folge doch auch ein erster Lichtblick. In den Stimmungsindikatoren des Jahres 2025 zeigte sich ebenfalls ein eher durchwachsenes Bild. Der vom BVDM berechnete Geschäftslageindex lag mit 2,3 Prozent etwas über dem Niveau des Vorjahres, die Geschäftserwartungen für die nächsten 6 Monate fielen hingegen mit -3,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr pessimistischer aus. Dies resultierte in einem leicht schlechteren Geschäftsklima wie noch 2024 (-0,6 Prozent).

## Konsolidierung bleibt prägend

Weitere Kennzahlen bestätigen den anhaltenden Konsolidierungsprozess in der Branche. Die durchschnittliche Kapazitätsauslastung in den Druckbetrieben lag 2025 bei 74,9 Prozent und damit etwas unter dem Niveau von 2024 (-0,3 Prozent). Das Jahr 2025 lag damit 5,9 Prozentpunkte unter der durchschnittlichen Auslastung der letzten 10 Jahre (2014-2024). In der Folge dürfte es zu einem weiteren Abbau von Angebotskapazitäten im Markt kommen.

Im Rahmen der fortschreitenden Marktbereinigung ist daher bis zur Etablierung eines neuen Marktgleichgewichts mit einem verstärkten Rückgang der Betriebs- und Beschäftigtenzahlen sowie mit einem Anstieg der Unternehmensinsolvenzen innerhalb der Branche zu rechnen. Die Bundesagentur für Arbeit verzeichnete 2025 in ihrer Beschäftigungsstatistik einen Rückgang der Betriebszahlen von 4,7 Prozent und der Beschäftigtenzahlen von 4,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die Anzahl an Arbeitslosen in Druckberufen erhöhte sich 2025 minimal um 0,3 Prozent, jedoch sanken die offenen Stellen um 8,4 Prozent.

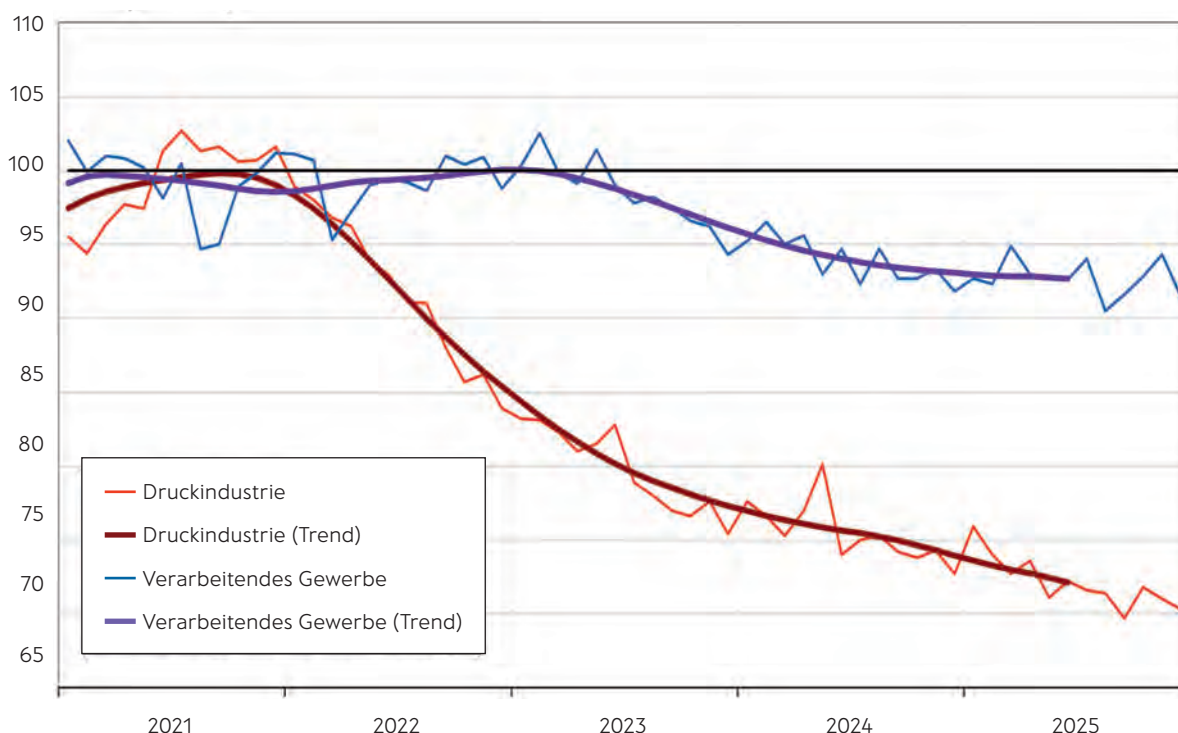
## Vorsichtiger Optimismus für 2026

Für das erste Halbjahr 2026 gibt es vorsichtig optimistische Tendenzen. Die Wachstumsvorhersagen, (Stand Januar 2026) im Median mit 0,95 Prozent, fallen erstmals seit einigen Jahren wieder positiv aus. Auch die Geschäftserwartungen der Druck-



## Produktionsentwicklung in der Druckindustrie, Jan. 2015 bis Dez. 2025

Indexwerte (2021=100)



Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: Februar 2026; Berichtskreis: Betriebe ab 20 Beschäftigten; Berechnungen: BVDM

betriebe hellen sich leicht auf. Der Saldo liegt zwar weiterhin bei minus 23 Prozentpunkten, verbessert sich jedoch gegenüber dem Jahresanfang 2025 deutlich (minus 29 Prozentpunkte).

Flankiert wird diese Entwicklung von einer etwas freundlicheren Verbraucherstimmung als noch vor zwölf Monaten. Das HDE-Konsumbarometer erreicht im Januar 2026 einen Wert von 95,54 Punkten und damit einen Zuwachs von 0,3 Punkten. Zudem liegt die Verbraucherstimmung leicht über dem Vorjahresniveau: Das aktuelle Konsumbarometer übertrifft den Wert vom Januar 2025 um 0,55 Punkte, was Hoffnung auf eine erstarkende Konsumnachfrage gibt.

Gleichzeitig bleibt das Umfeld fragil. Geopolitische Unsicherheiten, etwa durch eine erratische Zollpolitik der USA, sowie ungelöste strukturelle Herausforderungen in Deutschland, insbesondere bei Energiepreisen und Sozialsystemen, bergen weiterhin Risiken. Für die Druckindustrie bedeutet das: 2026 könnte ein Jahr der Stabilisierung werden. Eine echte Trendwende hängt jedoch maßgeblich von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung ab. ■



# Geprüft und glaubwürdig: TÜV-Siegel für die Klimainitiative

**Transparenz und Verlässlichkeit sind zentrale Voraussetzungen für glaubwürdiges Klimamanagement. Mit der erfolgreichen Zertifizierung der verschiedenen CO<sub>2</sub>-Rechner der Klimainitiative der Verbände Druck und Medien durch den TÜV AUSTRIA erreicht der BVDM einen wichtigen Meilenstein.**

**D**ie unabhängige Prüfung durch den TÜV AUSTRIA bestätigt, dass die Klimarechner höchste Anforderungen an Methodik, Datenqualität und Nachvollziehbarkeit erreichen. Die TÜV-Zertifizierung stärkt die CO<sub>2</sub>-Rechner der Klimainitiative und bedeutet ein klares Plus an Sicherheit. Die Klimarechner ermöglichen es, den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck von Produkten oder ganzen Betrieben belastbar zu ermitteln und die Ergebnisse gegenüber Kunden, Partnern und Behörden mit hoher Glaubwürdigkeit zu kommunizieren.

## **Ein Werkzeug, das Vertrauen schafft**

Der erste Klimarechner der Verbände Druck und Medien wurde bereits vor knapp 20 Jahren entwickelt, um der Branche ein praxisnahes, normenkonformes und speziell auf Druckprozesse zugeschnittenes Instrument zur Berechnung ihrer Treibhausgasemissionen an die Hand zu geben. Von Beginn an orientierte sich der BVDM bei der Entwicklung an anerkannten Standards und wurde regelmäßig mit externen Gutachten geprüft. „Da sich der CO<sub>2</sub>-Rechner stetig weiterentwickelt,

war die umfassende Zertifizierung ein konsequenter nächster Schritt“, erläutert Julia Rohmann, die Projektverantwortliche der Klimainitiative und Referentin Umwelt und Arbeitsschutz beim BVDM. Und weiter: „Uns war wichtig, sicherzustellen, dass alle Berechnungen weiterhin den aktuellen Anforderungen entsprechen.“ Die TÜV AUSTRIA-Zertifizierung bestätigt nun offiziell die Belastbarkeit und Konformität der zugrunde liegenden Berechnungslogiken.

## **Orientierung in Zeiten wachsender Regulierung**

Angesichts neuer EU-Berichtspflichten, der wachsenden Bedeutung von Scope-3-Emissionen und der steigenden rechtlichen Anforderungen der kommenden EU-Verordnung EmpCo an die Umweltkommunikation benötigen Unternehmen ein Werkzeug, das sowohl wissenschaftlich belastbar als auch praxisnah einsetzbar ist. Genau hier setzen die CO<sub>2</sub>-Rechner der Verbände Druck und Medien an. Die Klimarechner unterstützen Betriebe dabei, ihre Emissionen strukturiert zu erfassen, relevante Hotspots zu identifizieren und wirksame Reduktionsmaßnahmen abzuleiten.

**Über die Klimainitiative der Druck und Medienverbände wurden 2025 insgesamt 28.500 Tonnen CO<sub>2</sub> kompensiert.**

**Damit bleibt das Klimaschutzengagement der teilnehmenden Unternehmen auf konstant hohem Niveau.**



Klimainitiative  
der Druck- und  
Medienverbände





”

Da sich der CO<sub>2</sub>-Rechner stetig weiterentwickelt, war die umfassende Zertifizierung ein konsequenter nächster Schritt.“

Julia Rohmann

Freude über die erfolgreiche Zertifizierung: Kirsten Hommelhoff, Hauptgeschäftsführerin BVDM, und Julia Rohmann, Projektverantwortliche der Klimainitiative, nehmen das TÜV-Zertifikat entgegen (v.l.n.r.).

Die Zertifizierung durch den TÜV AUSTRIA ist dabei weit mehr als ein reines Qualitätssiegel. Sie schafft Orientierung in einer Zeit, in der Nachhaltigkeitsanforderungen zunehmend komplex werden und die Erwartungen an transparente und nachvollziehbare Daten stetig steigen. Für viele Unternehmen ist sie ein entscheidender Baustein, um interne Prozesse zu professionalisieren und externe Anforderungen souverän zu erfüllen.

### Maßgeschneidert für die Druckindustrie

Ein besonderer Vorteil der Klimarechner liegt in ihrer branchenspezifischen Ausrichtung rein für Druck- und Medienunternehmen. Die Emissionsfaktoren, Prozessschritte und Materialkategorien sind exakt auf die Anforderungen der Druckproduktion ausgerichtet und spiegeln wesentliche Einflussfaktoren wider. So lassen sich individuelle Produktionsbedingungen realistisch abbilden – von Papier und Farben bis hin zu Energieeinsatz und Weiterverarbeitung.

### Starkes Signal

Mit der TÜV AUSTRIA-Zertifizierung sendet der BVDM ein klares Signal: Die Branche nimmt ihre Verantwortung ernst und setzt auf geprüfte, transparente und praxisgerechte Lösungen. Unternehmen erhalten damit nicht nur Zahlen, sondern belastbare Entscheidungsgrundlagen für ihren Weg zu mehr Klimaschutz und Transparenz. Für Kunden und Auftraggeber schafft das Vertrauen und für die Unternehmen selbst einen Wettbewerbsvorteil in einem Markt, in dem Nachhaltigkeit zunehmend kaufentscheidend ist. 

Alle Informationen  
zur TÜV-Zertifizierung  
unter [klima-druck.de](https://klima-druck.de)





# So bilden Sie erfolgreich aus!

**Der Ausbildungsmarkt hat sich gedreht, inzwischen bewerben sich die Unternehmen bei den Jugendlichen. Und da die Nachwuchskräftegewinnung zeit- und kostenintensiver geworden ist, ist es umso wichtiger, dass die Ausbildung zu einem erfolgreichen Abschluss geführt wird. Die Verbände Druck und Medien stehen Ihnen dabei zur Seite.**

**M**it gut ausgebildetem Nachwuchs die Zukunft der Branche sichern – das ist eines der Kernthemen der Verbände Druck und Medien. Unsere Unterstützung beginnt schon bei der Nachwuchskräftegewinnung: Neben dem individuellen Beratungsangebot für Mitgliedsunternehmen stärken wir die Betriebe unter anderem mit überregionalen Kampagnen wie dem Projekt hochDRUCK, das Jugendliche für eine Ausbildung in der Druck- und Medienindustrie begeistern soll. Für den erfolgreichen Verlauf der Ausbildung bieten wir Arbeitgebern kostenfreie Vorlagen für Ausbildungspläne und Verträge, hilfreiche Checklisten sowie weitere Leitfäden und umfassende Informationen – auf unserer Website bündeln wir dieses Wissen zentral, damit Sie Ausbildung professionell und rechtssicher gestalten können. Und auch nach außen treten wir als starke Stimme der Branche auf: Im Zentral-Fachausschuss Druck und Medien (ZFA), den der BVDM gemeinsam mit der Gewerkschaft ver.di verantwortet, werden bundeseinheitliche Prüfungsaufgaben erstellt und die Qualität der Ausbildung gewährleistet.

## **Ausbildungsplätze smart platzieren**

Sie suchen noch Auszubildende? Dann ist jetzt der richtige Moment, aktiv zu werden – die Verbände Druck und Medien unterstützen Sie dabei. Jugendliche recherchieren bei der Ausbildungswahl fast ausschließlich über ihr Smartphone. Begriffe wie „Ausbildung“, der gewünschte Beruf oder der Wohnort führen sie schnell zu den ersten Treffern auf Ausbildung.de. Genau dort ist der BVDM seit April 2025 mit einer eigenen Verbandspräsenz vertreten. Mitgliedsunternehmen können hier ihre Ausbildungsplätze zu sehr günstigen Konditionen platzieren – Schülerpraktika sogar kostenfrei.

**Der Vorteil:** Ihre individuelle Unternehmensdarstellung profitiert vom gebündelten, professionellen Branchenauftritt des Verbandes und gewinnt so deutlich an Attraktivität für potenzielle Auszubildende.

Dass sich diese Sichtbarkeit auszahlt, belegen die Zahlen: Die 17 über die Verbandspräsenz ausgeschriebenen Ausbildungsstellen wurden von April bis September 2025 insgesamt 7243-mal aufgerufen. 847 Jugendliche klickten auf den Bewerbungslink, 314 bewarben sich direkt bei den Unternehmen. Alle neun beteiligten Betriebe erhielten Bewerbungen.

**Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, dann melden Sie sich unverbindlich hier an:**

[www.umfrageonline.com/c/ausbildung-de](http://www.umfrageonline.com/c/ausbildung-de)



## **Willkommen an Bord: Der 3-Phasen-Plan für erfolgreiches Onboarding**

Heißen Sie Ihre neuen Auszubildenden willkommen und begleiten Sie sie von Anfang an gut in den Betrieb. Ein gelungenes Onboarding ist entscheidend, um Ausbildungsabbrüche – vor oder kurz nach dem Start – zu vermeiden. Das Kompetenzzentrum Fachkräfte-sicherung (KOFA) empfiehlt dafür einen bewährten 3-Phasen-Plan.

In Phase eins geht es darum, Vorfreude zu wecken und Bindung aufzubauen. Laden Sie Ihre künftigen Azubis schon vor Ausbildungsbeginn zu Festen oder Azubi-Events ein, versenden Sie den Firmen-Newsletter oder stellen Sie eine digitale Infomappe mit Ansprechpartnern, Infos zur Berufsschule und hilfreichen Tipps zum Berufsstart bereit.

Phase zwei umfasst die ersten Tage im Betrieb. Ein herzlicher Empfang, feste Ansprechpartner und eine strukturierte Einführung erleichtern die Orientierung und sorgen für einen guten Start.



In Phase drei steht die Stabilisierung während der Probezeit im Fokus. Regelmäßige Feedbackgespräche helfen, Probleme frühzeitig zu erkennen. Zeigen sich Förderbedarfe, etwa sprachlich oder schulisch, stehen Unterstützungsangebote wie die Assistierte Ausbildung (AsA) oder die Initiative zur „Verhinderung von Ausbildungsabbrüchen“ (VerA) zur Verfügung.

Weitere Informationen finden  
Sie auf der Seite des KOFA unter  
[www.kofa.de](http://www.kofa.de)



Die Checkliste für den  
Ausbildungsstart:



Prüfungsvorbereitungskurse zur Zwischen- und Abschlussprüfung behandeln alle wichtigen theoretischen und praktischen Prüfungsinhalte, damit Ihre Auszubildenden optimal vorbereitet sind.

Für Ausbildungsbetriebe, die nicht alle Ausbildungsinhalte in der geforderten Tiefe vermitteln können, bietet die üba die Möglichkeit, diese Lücken zu schließen.

#### Ihre Vorteile mit der üba:

- » hochwertige Theorie- und Praxiskurse für Ihre Auszubildenden
- » modernste Technik und Fachwissen für beste Prüfungsergebnisse
- » individuelle Beratung und Unterstützung für Ausbildungsbetriebe
- » eine starke Plattform für die Aus- und Weiterbildung in der Druck- und Medienbranche

#### Passgenaue üba-Kurse für Ihre Azubis

Im Rahmen der überbetrieblichen Ausbildung bieten die Akademien der Verbände Druck und Medien passgenaue Angebote, damit Ihre Auszubildenden erfolgreich die Ausbildung absolvieren. Kursangebote zum Ausbildungsstart vermitteln den Berufsanfängern Grundlagen der Druckbranche oder bereits erste Schritte mit Programmen zur Gestaltung von Medien. So fördern und motivieren Sie von Beginn an Ihre zukünftigen Fachkräfte. Spezielle Programmkurse vertiefen das Wissen vom ersten bis zum letzten Ausbildungsjahr.

Die Weiterbildungsangebote der  
Verbände Druck und Medien finden  
Sie unter [www.bvdm-online.de](http://www.bvdm-online.de)



## Bundesbeste Auszubildende geehrt!

Großer Applaus für herausragende Leistungen: Am 8. Dezember 2025 ehrte der DIHK im Berliner ECC Estrel Congress Center die besten Auszubildenden Deutschlands. Rund tausend Gäste feierten bei der 20. DIHK-Bestenehrung die Spitzen-Absolventinnen und -Absolventen sowie die Ausbildungsbetriebe, die sie auf diesem Weg begleitet haben. Bundesbildungsministerin Karin Prien und DIHK-Präsident Peter Adrian würdigten die Erfolge in feierlichem Rahmen.

Insgesamt wurden 2025 bundesweit 211 Absolventinnen und Absolventen aus 201 Berufen ausgezeichnet – darunter auch Medientechnologen-Absolventen aus Mitgliedsunternehmen des VDM NordOst, VDM Nord-West und dmpi. Im Folgenden erzählen **Christian Banaszewski** (Medientechnologe bei Goldschmidt GmbH Druck und Medien), **Jonas Hemberger** (Medientechnologe Siebdruck) und **Lukas Preatorius** (Medientechnologe Druckweiterverarbeitung bei Wiegmannn-Dialog GmbH), wie sie auf ihren Beruf aufmerksam wurden, was sie an der Ausbildung begeistert und welche Tipps sie für einen erfolgreichen Abschluss geben.



## Bundesbester MT Siebdruck

Jonas Hemberger hat seine Ausbildung als Medientechnologe Siebdruck bei der Hoffmann + Krippner GmbH & Co. KG in Buchen (Odenwald) als Bundesbester abgeschlossen. Mittlerweile nutzt er seine Erfahrungen in einer Weiterbildung zum Industriemeister Druck an der Johannes-Gutenberg-Schule in Stuttgart.

Herzlichen Glückwunsch zur Auszeichnung als bester Auszubildender des DIHK im Ausbildungsberuf Medientechnologe Siebdruck. Was steckt hinter diesem Erfolg – und wie gelingt es Ihnen, Ihre Erfahrungen so überzeugend umzusetzen?

So langweilig es klingt, für den Großteil braucht man lediglich im Betrieb und der Berufsschule anwesend sein und aktiv mitarbeiten. Mit ein wenig Prüfungsvorbereitung sollte ein gutes Ergebnis auch drin sein.

**Ein Blick zurück: Wie haben Sie Ihren Ausbildungsberuf entdeckt und wie fiel die Entscheidung für Ihr Ausbildungsunternehmen?**

Während meines (abgebrochenen) Studiums hat mich ein Werkstattmitarbeiter auf die Firma aufmerksam gemacht, deren Website ich dann über Google Maps gefunden habe. Nach einem kurzen Praktikum wurde der Vertrag dann abgeschlossen.



”

Die Vielseitigkeit und die Omnipräsenz des Siebdrucks schätze ich besonders an meinem Beruf.“

**Was schätzen Sie besonders an Ihrem Beruf – und was begeistert Sie bis heute daran?**

Die Vielseitigkeit und die Omnipräsenz des Siebdrucks, ob es jetzt ein bedruckter Pullover, eine Fernbedienung im Krankenhaus oder die gedruckte Elektronik im Siebdruck ist. Jeder läuft täglich an Siebdruckprodukten vorbei, ohne es wahrzunehmen.

**Gab es während Ihrer Ausbildung prägende Momente oder Erfahrungen, die Sie besonders weitergebracht haben?**

Nicht eine einzelne Erfahrung, eher ein konstantes Eingewöhnen auf Dinge wie sehr frühes Aufstehen, was mir beim Pendeln zu meiner Fortbildung noch nützlich ist. Selbstverständlich wurden auch Dinge wie handwerkliche Geschicklichkeit sehr ausgeprägt.

**Welche Tipps würden Sie jungen Menschen geben, die eine Ausbildung im Beruf Medientechnologe Siebdruck anstreben?**

Versucht Begeisterung für euren Beruf zu finden, dann fällt euch alles viel leichter. Bringt euch im Unternehmen ein, stellt Fragen zu allem, was ihr nicht versteht.



# Bundesbester MT Druckverarbeitung

**Lukas Praetorius, 32 Jahre, hat die Ausbildung als Medientechnologe Druckverarbeitung bei der Wiegmann-Dialog GmbH in Petershagen als Bundesbester abgeschlossen. Seine persönliche Herausforderung: Familie, Ausbildung und Arbeitsalltag unter einen Hut zu bringen.**

**Sie wurden als bundesbester Auszubildender ausgezeichnet – was steckt Ihrer Meinung nach hinter diesem Erfolg und was hat Ihnen geholfen, Ihr Können so gut zu zeigen?**

Ein großer Rückhalt war für mich die Unterstützung meiner Frau. Sie hat immer an mich geglaubt und mir gerade in Phasen mit hohem Arbeitsaufkommen den Rücken freigehalten. Sehr geholfen hat mir auch mein Ausbilder, der mich während der gesamten Ausbildung fachlich und persönlich begleitet hat und jederzeit ansprechbar war. Glücklicherweise sind mir die theoretischen Inhalte leichtgefallen, sodass ich vieles schnell umsetzen konnte. Das offene Arbeitsumfeld bei Wiegmann-Dialog, in dem Fragen ausdrücklich erwünscht sind, hat meine Entwicklung zusätzlich gefördert.

**Wie sind Sie auf den Ausbildungsberuf Medientechnologe Druckverarbeitung aufmerksam geworden – und warum haben Sie sich für Wiegmann-Dialog als Ausbildungsunternehmen entschieden?**

Auf den Ausbildungsberuf bin ich eher zufällig gestoßen, als ich über eine Stellensuche auf die Wiegmann-Dialog GmbH aufmerksam wurde. Ein großer Pluspunkt war die Nähe zu meinem Wohnort – ich kann mit dem Fahrrad zur Arbeit fahren. Besonders attraktiv war für mich auch die Möglichkeit, die Ausbildung zu verkürzen, was mir als Familienvater sehr entgegenkam. Die geregelten Arbeitszeiten ohne Schichtbetrieb passen zusätzlich gut zu meiner Lebenssituation.

**Was macht Ihren Beruf für Sie besonders spannend und abwechslungsreich? Was begeistert Sie an Ihrem Beruf?**

Mich begeistert die Mischung aus Technik und Handwerk. Man arbeitet mit modernen Maschinen und sieht am Ende des Tages genau, was man geschafft hat. Dieses sichtbare Ergebnis motiviert mich sehr. Außerdem gefällt mir, dass ich oft selbstständig und eigenverantwortlich arbeiten kann – das macht den Job abwechslungsreich und spannend.



**Gab es während Ihrer Ausbildung besondere Momente oder Herausforderungen, an denen Sie viel gelernt haben?**

Eine große Herausforderung war der Umgang mit Zeitdruck und hohen Qualitätsanforderungen. Dabei habe ich gelernt, auch unter Terminvorgaben ruhig und strukturiert zu arbeiten. Besonders anspruchsvolle Aufträge mit speziellem Material oder komplexen Maschineneinstellungen haben mich fachlich weitergebracht. Insgesamt haben diese Erfahrungen meine Selbstständigkeit und mein Verantwortungsbewusstsein gestärkt.

**Welche Tipps würden Sie Jugendlichen geben, die sich für eine Ausbildung in der Druckverarbeitung interessieren?**

Mein wichtigster Tipp ist: eine Ausbildung durchziehen, auch wenn man am Anfang noch unsicher ist oder andere Optionen im Kopf hat. Ein Abschluss ist eine starke Grundlage für die Zukunft – gerade, wenn man Familie hat oder plant. Außerdem sollte man sich Zeit geben, Schritt für Schritt besser zu werden. Und an die Arbeitgeber gerichtet: Auch ältere Bewerber mit Potenzial sollten eine Chance bekommen, denn Erfahrung und Reife sind echte Stärken.



## Bundesbester MT Druck

**Christian Banaszewski ist über ein Praktikum in der Druckbranche gelandet und hat seine Ausbildung bei Goldschmidt GmbH Druck und Medien in Werlte absolviert. Was ihn auszeichnet: eine klare Haltung zum Beruf, eine hohe Lernbereitschaft und der Wille, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln – bis hin zum Meister.**

**Herzlichen Glückwunsch zur Auszeichnung als bester Auszubildender des DIHK im Ausbildungsberuf Medientechnologie Druck. Was steckt hinter diesem Erfolg – und wie gelingt es Ihnen, Ihre Erfahrungen so überzeugend umzusetzen?**

Hinter dem Erfolg stehen viel Eigeninitiative, eine intensive Vorbereitung auf die Abschlussprüfung und vor allem ein starkes Team. Ohne die Unterstützung meines Ausbilders und der Kolleginnen und Kollegen wäre das nicht möglich gewesen. Mir hilft außerdem, dass mir der Beruf großen Spaß macht – die Abwechslung und die täglichen Herausforderungen motivieren mich, immer mein Bestes zu geben.

**Ein Blick zurück: Wie haben Sie Ihren Ausbildungsberuf entdeckt und wie fiel die Entscheidung für Ihr Ausbildungsunternehmen?**

Während der Schulzeit habe ich zwei Praktika gemacht. Das erste war mir zu statisch, das zweite bei der Goldschmidt GmbH hat mich sofort begeistert. Die zwei Wochen vergingen wie im Flug. Eigentlich wollte ich Mediengestalter werden, bekam dann aber die Möglichkeit, die Ausbildung zum Medientechnologen Druck zu beginnen. Nach kurzer Probezeit war klar: Das passt. Heute bin ich froh über diesen Weg, weil der Beruf eine spannende Mischung aus PC-Arbeit und Maschinenpraxis bietet. Goldschmidt ist in der Region die erste Adresse für Druck und Medien – deshalb war der Betrieb von Anfang an meine erste Wahl.

**Vera Goldschmidt:** Wir hatten sofort einen sehr positiven Eindruck von Christian. Obwohl der Ausbildungsplatz zum Mediengestalter bereits vergeben war, wollten wir ihn unbedingt bei uns haben – und haben uns bewusst für den Ausbildungsberuf Medientechnologie Druck entschieden. Christian ist unser erster Azubi Medientechnologie Digitaldruck. Es hätte nicht besser klappen können.

**Was schätzen Sie besonders an Ihrem Beruf – und was begeistert Sie bis heute daran?**

Die Abwechslung und die Eigenverantwortung. Kein Auftrag ist wie der andere, man lernt ständig dazu und



trägt Verantwortung für das Ergebnis. Besonders stolz macht es mich, gedruckte Produkte später im Alltag wiederzusehen – und erklären zu können, wie sie entstehen.

**Gab es während Ihrer Ausbildung prägende Momente oder Erfahrungen, die Sie besonders weitergebracht haben?**

Sehr prägend war die enge Zusammenarbeit im Team. Besonders mein Kollege Hubert, der viele Jahrzehnte im Betrieb gearbeitet hat, hat mir wertvolle Tipps und viel Praxiswissen vermittelt. Zusammen mit meinem Ausbilder war das ein starkes Team, das meine fachliche Entwicklung sehr gefördert hat.

**Welche Tipps würden Sie jungen Menschen geben, die eine Ausbildung im Beruf Medientechnologie Druck anstreben?**

Wenn der erste Plan nicht aufgeht: offen für Alternativen bleiben. Wichtig ist, die Ausbildung ernst zu nehmen. Und von Vorurteilen gegenüber Print sollte man sich nicht beeinflussen lassen. Es ist ein Beruf, der unterschätzt wird! Denn wer Interesse, Engagement und Spaß mitbringt, hat hier sehr gute Perspektiven.



# Verband Druck+Medien

MITTELDEUTSCHLAND

## INHALT

### II — NEU IM VERBAND: MUGLER MASTERPACK GMBH

„Geht nicht“ gibt es nicht:  
Mit Macher-Mentalität zur  
perfekten Faltschachtel

### V — DDMT 2026 & MITGLIEDERVERSAMMLUNG

Jetzt anmelden und vom 24.-  
26. Juni in Berlin dabei sei!

### VI — INTERVIEW MIT FRAU DR. LUYKEN

Zukunft braucht Herkunft  
– und die Druckkunst zeigt,  
wie sexy Papier sein kann

### VIII — INFOKOMPAKT

Nützliche Infos und wichtige  
Termine auf einen Blick

## EDITORIAL

*Liebe Leserinnen und Leser,*

die Druck- und Medienwirtschaft erlebt derzeit eine Phase tiefgreifender Umbrüche. Technologien entwickeln sich in rasantem Tempo, Geschäftsmodelle müssen neu gedacht werden, und globale Veränderungen wirken unmittelbarer denn je auf unsere Märkte. Gerade in dieser Dynamik zeigt sich, wie wichtig Räume für Austausch, verantwortungsbewusstes Handeln und strategische Weitsicht geworden sind.

Die Branche befindet sich in einem Transformationsprozess, der nicht nur technologische Innovationen erfordert, sondern auch ein neues Verständnis von Zusammenarbeit. Wer heute bestehen will, kann sich nicht allein auf bewährte Strukturen verlassen. Es braucht starke Netzwerke, gemeinsame Positionen und die Fähigkeit, Herausforderungen kollektiv anzugehen.

Genau hier zeigt sich die Bedeutung einer aktiven Verbandsarbeit. Verbände bündeln Wissen, schaffen Orientierung und geben der Branche eine Stimme. Wie wirkungsvoll dieses gemeinsame Handeln sein kann, hat zuletzt die Auseinandersetzung rund um die EUDR gezeigt. Sie hat verdeutlicht, dass die Branche dann am stärksten ist, wenn sie geschlossen auftritt und Verantwortung übernimmt.

Doch ein Verband ist immer nur so stark wie seine Basis. Jede neue Mitgliedschaft erweitert nicht nur das Netzwerk, sondern stärkt auch die Fähigkeit, Herausforderungen gemeinsam zu meistern. Umso mehr freuen wir uns, die Mugler Masterpack GmbH als neues Mitglied in unserer Verbandsgemeinschaft begrüßen zu dürfen. Ihr Beitritt ist ein wichtiges Signal für Zusammenhalt und Zukunftsorientierung. In einer Zeit, in der Wandel zur Konstante geworden ist, bleibt eines unverändert: Nur miteinander kommen wir weiter – lassen sie uns gemeinsam Kurs halten in bewegten Zeiten.

Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre.

Herzlichst Ihre



**Antje Steinmetz**  
Geschäftsführerin  
Verband Druck und Medien  
Mitteldeutschland e. V.

## IMPRESSUM

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

„Haus des Buches“, Gerichtsweg 28, 04103 Leipzig

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

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







## NEU IM VERBAND

## „Geht nicht“ gibt es nicht: Mit Macher-Mentalität zur perfekten Faltschachtel

In einer Welt, in der die Verpackung oft der erste Berührungspunkt zwischen Marke und Konsument ist, hat sich die Mugler Masterpack GmbH als führender Spezialist für hochwertige Faltschachtellösungen etabliert. Das inhabergeführte Familienunternehmen aus Westsachsen vereint über 160 Jahre Erfahrung mit modernster Technologie und einem kompromisslosen Fokus auf Nachhaltigkeit.

### Ein starkes Fundament in Sachsen

Tief verwurzelt in der sächsischen Industrietradition agiert Mugler Masterpack heute als moderner Akteur auf dem europäischen Markt. Mit Hauptsitz in Hohenstein-Ernstthal (OT Wüstenbrand) und einem weiteren Produktionsstandort in Crimmitschau beschäftigt das Unternehmen rund 235 qualifizierte Mitarbeitende. Die Wurzeln reichen bis ins Jahr 1867 zurück – heute führt die fünfte Generation der Familie Mugler das Erbe fort und kombiniert gewachsene Expertise mit der Agilität eines modernen Industriebetriebs.

*„Wir verstehen uns nicht nur als Produzent, sondern als echter Dienstleister und Partner – persönlich und greifbar für die Kunden. Unser Anspruch ist es dabei, die Prozesse unserer Kunden bestmöglich zu unterstützen und dabei höchste Produktqualität mit extremer Flexibilität zu vereinen“,* erklärt Geschäftsführer Ulli Mugler die Philosophie des Hauses.

### Die Faltschachtel: Ein Multitalent der Nachhaltigkeit

Mugler Masterpack hat sich konsequent auf hochwertige Faltschachteln spezialisiert – größtenteils für Unternehmen aus den Branchen Food, Pharma und Kosmetik.

Jährlich verlassen mehr als 1,2 Milliarden Artikel die sächsischen Produktionsstätten. Das Materialspektrum reicht von 45 bis 500 g/m<sup>2</sup>, wobei sowohl Frischfaser als auch Recyclingkarton zum Einsatz kommen. Zertifiziert ist das Unternehmen u.a. nach FSC®, PEFC und ISO 50001. In Zeiten des ökologischen Wandels punktet die Faltschachtel mehr denn je: Mit einer Recyclingquote von über 85 % im EU-Durchschnitt und der Fähigkeit, die Fasern praktisch bis zu 25-mal wiederzuverwerten, ist sie ein Musterbeispiel für die Kreislaufwirtschaft. Mugler Masterpack geht hier noch einen Schritt weiter und setzt auf nachhaltige Barriere-Lösungen wie FOODBOARD™, die Plastikverpackungen effektiv ersetzen können.

### Präzision für sensible Branchen

Das Portfolio deckt die strengen Anforderungen der Lebensmittel-, Pharma- und Kosmetikindustrie ab. Dabei geht das Angebot weit über den Standard hinaus. Veredelungen wie Heißfolienprägungen, komplexe Lackierungen oder Blindenschrift (Braille) machen die Verpackung am Point of Sale erlebbar. Gleichzeitig sorgen Lösungen für Fälschungsschutz und Serialisierung für die nötige Sicherheit in sensiblen Märkten.

Die Unabhängigkeit des Unternehmens ist dabei ein strategischer Vorteil. *„Wir sind dabei aber auch immer offen für Kooperationen mit Firmen aus der Branche, wenn sich Synergien anbieten“,* so der Geschäftsführer.

Als finanziell unabhängiges Familienunternehmen investiert Mugler Masterpack kontinuierlich in ressourcenschonende Technologien und eine schlanke, effiziente Organisation. Gegenwärtig ist man dabei,



# Mugler Masterpack GmbH

Gewerbering 8  
09337 Hohenstein-Ernstthal

T 3723 4991-0  
www.@mugler-masterpack.de  
info@mugler-masterpack.de



Christoph Sanen (GF Mugler Masterpack), Antje Steinmetz (GF Verband Druck- und Medien) & Ulli Mugler (GF Mugler Masterpack) (v.l.n.r.)

verstärkt in Robotik-Anlagen zu investieren und diese aufzubauen. „Einerseits wollen wir damit für unsere Leute monotone und stupide Arbeiten beseitigen“, sagt Ulli Mugler. *„Auf der anderen Seite schaffen wir so attraktive Arbeitsplätze für die Zukunft.“*

Denn auch das sächsische Unternehmen kämpft mit dem Fachkräftemangel. Und ist willens, neue Wege zu gehen, um dem zu begegnen. So kommen beispielsweise zwei der derzeit sechs Auszubildenden aus Vietnam und wurden zielgerichtet angeworben. Darüber hinaus hat Mugler Masterpack einen „*Westsächsischen Verpackungspreis*“ ins Leben gerufen, mit dem an Schulen im Umkreis Werbung für die Branche gemacht wird.

Ulli Mugler möchte auch das Einstellen von ausländischen Fachkräften stärker in die unternehmerische Personalpolitik einbinden, stößt da aber noch zu oft an bürokratische und koordinative Grenzen: *„Möglicherweise kann ja auch unser Verband-Netzwerk dabei helfen, Fachkräfte im Ausland zu gewinnen“*, so Mugler.

Eine weitere Herausforderung sieht der Firmenchef darin, geeignete Umschulungen für Quereinsteigende speziell für das Berufsbild von Offset-Druckern zu generieren.

## Lösungen finden, wo andere aufgeben

Was Mugler Masterpack besonders auszeichnet, ist die gelebte Macher-Mentalität. Der zentrale Firmen-Leitgedanke prägt den Arbeitsalltag an beiden Standorten:

*„Wir sagen und denken nicht, wie etwas nicht geht, sondern setzen alle unsere Möglichkeiten und Fähigkeiten ein, einen Weg zu finden, dass es geht!“*

Dieses Bekenntnis zur Problemlösung schätzen regionale Betriebe ebenso wie globale Markenartikelhersteller. Mit einem Jahresumsatz von rund 57 Mio. EUR und einer 100-prozentigen Produktion in Deutschland beweist Mugler Masterpack, dass der Standort Sachsen im internationalen Wettbewerb durch Qualität, Termintreue und Innovationskraft überzeugt. ■



# MITGLIEDER VERSAMMLUNG

Verband  
Druck + Medien

MITTELDEUTSCHLAND

**MITTWOCH, 24. JUNI 2026:**

**18:00 Uhr —  
Get-together Dinner**

Gemeinsames Get-together und Abendessen der Verbände Druck und Medien Mitteldeutschland und NordOst im Restaurant & Eventlocation RIVO Spreeterassen.

**Dinner-Speech:**

Dr. Severin Fischer, Staatssekretär für Wirtschaft, Energie und Betriebe des Landes Berlin.

**DONNERSTAG, 25. JUNI 2026:**

**10:00 bis 12:00 Uhr —  
Mitgliederversammlung des  
VDM Mitteldeutschland**

Vorstand und Geschäftsführung geben Einblick und Orientierung, Mitglieder entscheiden über die zentralen Themen des Verbandes. Die Einladung zur Versammlung erfolgt separat an unsere Mitglieder.

**DONNERSTAG, 25. JUNI 2026 —  
FREITAG, 26. JUNI 2026:**

DEUTSCHER  
DRUCK- &  
MEDIENTAG

2026

Info & Anmeldung  
[vdm-mitteldeutschland.de/  
mitgliederversammlung](https://vdm-mitteldeutschland.de/mitgliederversammlung)







## INTERVIEW

# Zukunft braucht Herkunft – und die Druckkunst zeigt, wie sexy Papier sein kann

Antje Steinmetz im Gespräch mit der neuen Direktorin des Museums für Druckkunst, Frau Dr. Luyken

Der Verband Druck und Medien Mitteldeutschland verbindet seit vielen Jahren eine enge Partnerschaft mit dem Museum für Druckkunst. Beide Institutionen engagieren sich für die Druckindustrie und ihre Bedeutung in einer zunehmend digitalen Welt. Zum Amtsantritt von Frau Dr. Luyken als neue Direktorin des Museums traf sich Antje Steinmetz mit ihr zu einem Gespräch über Tradition, Innovation und die Zukunft eines besonderen Kulturerbes.

**Steinmetz: Frau Dr. Luyken, was hat Sie persönlich an der Leitung des Museums gereizt und welche Erfahrungen prägen Ihren Blick auf das Haus?**

Luyken: Ich habe 15 Jahre die Graphische Sammlung des Kunstpalasts Düsseldorf geleitet und mich mit Arbeiten auf Papier beschäftigt. Dort habe ich die enorme Bandbreite kennengelernt – von mittelalterlichen Handschriften bis zu zeitgenössischen Animationen. Diese Vielfalt hat meinen Blick geschärft und mir gezeigt, wie lebendig und relevant Kunst auf Papier ist.

**Steinmetz: Gibt es dabei etwas, das Sie besonders fasziniert?**

Luyken: Mich beeindruckt, wie Künstlerinnen und Künstler mit einfachen analogen Mitteln neue ästhetische Effekte schaffen. Ein schönes Beispiel ist der niederländische Künstler Roy Scholten, der 50 verschiedene Vögel ausschließlich mit Legosteinen gedruckt hat. Solche überraschenden Ansätze zeigen, wie kreativ Druckkunst sein kann.

**Steinmetz: Welche Schwerpunkte möchten Sie für die Zukunft setzen?**

Luyken: Leipzig ist eine Stadt der Druckgrafik und Buchkunst. Diese Tradition möchte ich in den Ausstellungen sichtbar machen – ebenso wie die Gegenwart. Junge Künstlerinnen und Künstler einzubeziehen ist mir besonders wichtig. Kunst auf Papier gilt oft als Nische, fast wie Kammermusik. Ich möchte zeigen, dass sie cool, sexy und absolut zeitgemäß sein kann.

An dieser Stelle lohnt sich ein Blick auf die Ausstellung: **Die Welt der Musik auf Banknoten – ein visuelles Konzert**

Die Verbindung von Geld, Musik und Kunst wirkt auf den ersten Blick ungewöhnlich, doch sie eröffnet eine faszinierende Welt: Über Ländergrenzen und Epochen hinweg begegnet uns auf Banknoten Musik als zentrales Motiv. Die Ausstellung zeigt ausgewählte Beispiele und wird von Fotografien





von Pete Jones und Siebdrucken von Heidi Specker begleitet. Die Sammlung von der Giesecke+Devrient Stiftung präsentiert rund 50 Banknoten, die zu einer Entdeckungsreise durch Klänge, kulturelles Erbe und nationale Identität einladen.

**Steinmetz: Wie positionieren Sie das Museum in der Leipziger Kulturlandschaft?**

Luyken: Wir sind ein Werkstattmuseum, das Produktion und Produkte zeigt, in dem Besucher aber auch selbst etwas herstellen können. Außerdem haben wir Kooperationen mit anderen Häusern, z. B. mit dem Museum der bildenden Künste zur Goya-Ausstellung „Los Caprichos“, erst Ausstellungsbesuch, dann Aquatinta-Kurs – erst Führung im MdbK, dann praktische Arbeit bei uns. Theorie dort, Praxis hier – eine echte Win-win-Situation.

**Steinmetz: Welche Rolle spielt für Sie das Museum in einer digitalen Welt?**

Luyken: Je digitaler unser Alltag wird, desto wichtiger sind analoge Erfahrungen. Setzen und Drucken erfordern

Vorausdenken, Sorgfalt und handwerkliches Geschick. Man sieht, was passiert – anders als am Bildschirm. Es ist wichtig zu wissen, dass man Probleme auch mit Kopf und Hand lösen kann.

**Steinmetz: Wie möchten Sie jüngere Zielgruppen erreichen?**

Luyken: Wir arbeiten eng mit Schulen zusammen. Mit der Rudi-Glückner-Oberschule werden von Jugendlichen eigene Vermittlungsformate wie Rallyes oder Escape-Room-Ideen entwickelt. Außerdem haben wir mit der Samuel-Heinicke-Schule ein Fingeralphabet gedruckt, das wir auf der Buchmesse zeigen werden. Bei jungen Erwachsenen stehen die Workshops zur Technik des Buchbindens und „Druck Dich aus“ hoch im Kurs.

**Steinmetz: Welche Rolle spielt das Museum für die Bewahrung handwerklicher Drucktechniken?**

Luyken: Eine sehr große – wir u. a. waren Antragsteller für die Aufnahme der Drucktechnik als immaterielles Kulturerbe. Zudem vergeben wir jährlich Stipendien der Giesecke+Devrient Stiftung, bei

denen junge Künstlerinnen und Künstler einen Monat lang an unseren Maschinen arbeiten.

**Steinmetz: Was möchten Sie im ersten Jahr erreichen?**

Luyken: Ich möchte das Haus, das Team und unsere Partner gut kennenlernen und der analogen Druckkunst eine starke Bühne geben. Besonders reizvoll finde ich Kooperationen, die Analoges und Digitales verbinden, denn Zukunft braucht Herkunft.

**Steinmetz: Woran möchten Sie sich messen lassen?**

Luyken: Ich wünsche mir, dass man ins Museum für Druckkunst kommt, weil man weiß: Dort gibt es immer etwas Überraschendes zu Papier, Typografie und Druckkunst zu erleben. Man kann dort selbst tätig werden, Techniken erlernen, Maschinen in Aktion erleben und es riecht nach Farbe. Wenn es gelingt diesen Ansatz fest zu verankern, haben wir viel erreicht. ■



# INFO KOMPAKT

## Kurzmeldungen

**Verband auf LinkedIn folgen** – Ab jetzt teilen wir auch auf LinkedIn Neuigkeiten, Impulse und Themen rund um Druck, Medien und unsere Region. Vernetzen Sie sich gern mit uns!

[linkedin.com/company/vdmmd](https://linkedin.com/company/vdmmd)

**Wie fit ist ihre Druckmaschine wirklich?** – VDM Beratung bietet Quick Check von Funktionsfähigkeit, Performance und Produktionssicherheit der eigenen Druckmaschinen an.

[vdm-beratung.de](https://vdm-beratung.de)

**bsw unterstützt bei Gewinnung von Auszubildenden und Fachkräften** – Das Bildungswerk der Sächsischen Wirktschaft (bsw) bietet Unterstützung bei der Gewinnung von ausländischen Auszubildenden und Fachkräften.

[bsw-sachsen.de](https://bsw-sachsen.de)

## Termine

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

**Mitgliederversammlung + DDMT26**

24.-26. Juni 2026, Berlin

**Museum für Druckkunst Leipzig**

**Ausstellungen:**

**Die Welt der Musik auf Banknoten – ein visuelles Konzert**

12. Februar – 10. Mai 2026,

ausgewählte Beispiele sowie Makrofotografien von Pete Jones und Siebdrucken von Heidi Specker

**Zeit zu Drucken 6 – Ergebnisausstellung des Artist-in-Residence-Programms**

6. März – 31. Mai 2026,

Präsentation von druckgrafischen Ideen an historischen Pressen und Druckmaschinen

**Veranstaltungen und Workshops:**

**30. Leipziger Typotage**

17. – 19. April 2026,

„The Sound of Type - Schrift und Klang“ – wie Typografie klingt, schwingt und interpretiert werden kann

Für aktuelle Informationen können Sie auch in den Kalender des Museum für Druckkunst

Leipzig schauen: [www.druckkunst-museum.de](https://www.druckkunst-museum.de)

# FRAGEN?

[VDM-MITTELDEUTSCHLAND.DE](https://vdm-mitteldeutschland.de)



# Bühne frei für den Branchennachwuchs!

**Kreative Gestaltung gehört zum Kern der Druck- und Medienbranche. Im Ausbildungsalltag bleibt jedoch oft wenig Raum, um Ideen frei zu entwickeln und ein Projekt ganzheitlich umzusetzen. Genau hier setzt der Gestaltungswettbewerb der Druck- und Medienverbände an: Er gibt dem Branchennachwuchs die Möglichkeit, sein Können zu zeigen.**

**B**ereits zum 35. Mal zeichnet der bundesweite Wettbewerb engagierte Auszubildende, Umschülerinnen und Umschüler der Druck- und Medienbranche aus. Im Jahr 2026 steht er unter dem Motto „Cover me up!“. Gesucht wird das überzeugendste Buchcover für einen Young-Adult-Fantasy-Roman.

## Cover mit Konzept

Ein Buchcover ist weit mehr als eine hübsche Verpackung. Es entscheidet mit darüber, ob ein Buch Aufmerksamkeit erhält, in die Hand genommen oder online angeklickt wird. Auf einen Blick vermittelt es Genre, Stimmung und Zielgruppe – und weckt im besten Fall Neugier. Diese anspruchsvolle Aufgabe bildet den Kern des Wettbewerbs 2026.

Gestaltet werden soll das Cover für den fiktiven Roman „Flüstern zwischen den Welten“. Vorgesehen ist ein Softcover mit Klappenumschlag, der 4/1-farbig produziert wird. Alle notwendigen Textmaterialien – von Titel und Autorinnenname über Klappentext und Biografie bis hin zum Autorinnenfoto – werden den Teilnehmenden zur Verfügung gestellt. In der gestalterischen Umsetzung, der Typografie sowie der Bild- oder Grafikwahl sind der Kreativität bewusst keine Grenzen gesetzt.

Für Ausbildungsbetriebe bietet der Gestaltungswettbewerb eine ideale Gelegenheit, gestalterische Kompetenz gezielt zu fördern. Die Teilnehmenden arbeiten an einer realitätsnahen Aufgabenstellung, entwickeln eigenständige Lösungen und erhalten Feedback von einer fachkundigen Jury aus namhaften Profis der Branche. So wird Ausbildung praxisnah ergänzt und Motivation geschaffen.



## Gewinne und Einsendeschluss

Die besten Entwürfe werden prämiert: Der erste Platz ist mit 750 Euro dotiert, der zweite mit 500 Euro, der dritte mit 250 Euro. Die Plätze vier bis zehn erhalten ein digitales Jahresabo der Fachzeitschrift Page. Zusätzlich bekommen alle Teilnehmenden ein Abo des Magazins NUTZEN sowie eine Teilnahmeurkunde.

Einsendeschluss für die Entwürfe ist der 14. Juni 2026.

**Machen Sie den Gestaltungswettbewerb 2026 zum festen Bestandteil Ihrer Ausbildung und geben Sie Ihrem Nachwuchs die Bühne, die er verdient. Kreativität sichtbar zu machen lohnt sich. Für die Auszubildenden – und für die Branche.**

Alle Informationen rund um den  
Gestaltungswettbewerb finden  
Sie unter [www.bvdm-online.de](http://www.bvdm-online.de)





# Print für Wohnen und Lifestyle

**Wenn Print Teil des eigenen Zuhauses wird, steigen die Ansprüche: Es geht um Erinnerungen, Atmosphäre, Wertigkeit – und Vertrauen. An dieser Schnittstelle zwischen persönlichem Anspruch und professioneller Umsetzung positioniert sich die Graphic Group Mensch & Medien GmbH aus Bielefeld mit ihrem Online-Angebot [direktdruckowl.de](https://www.direktdruckowl.de).**

**S**eit 1925 steht die Graphic Group mit rund 65 Mitarbeitenden für effiziente, medienübergreifende Markenkommunikation. Das Leistungsspektrum reicht von Visual Content Creation – CGI, Animation, Fotografie – über Packaging Design und PrePress bis hin zu Large Format Printing (LFP). Nationale und internationale Kunden aus Möbel-, Küchen- und Sanitärbranchen, Industrie, Energie, Technologie sowie Food, Genuss und Lifestyle schätzen die Kombination aus Kreativität, technologischer Expertise und kompromisslosem Qualitätsanspruch.

„Unsere Stärke liegt in der Verbindung von Kreativität, Technologie und Handwerk“, erklärt Geschäftsführer Thorsten Klocker. „Mit KI-gestützten Workflows steigern wir die Markenwirkung – immer mit dem Ziel, nachhaltigen Mehrwert zu schaffen.“

## **Vom klassischen Druckbetrieb zum digitalen Angebot**

Der Einstieg in den Online-Vertrieb war eine logische Weiterentwicklung: B-to-B-Kunden hatten bereits individuelle Shop-Zugänge für wiederkehrende Bestellungen. Daraus entstand die Idee, das Modell auf den B-to-C-Bereich zu erweitern.

Direktdruckowl.de bietet ein breites Sortiment individuell gestaltbarer Produkte: von stilvollen Eingangsschildern über dekorative Küchenrückwände und Wandbilder bis hin zu personalisierten Geschenkideen oder Heizkörperverkleidungen aus Magnetfolie. Gedruckt wird auf Materialien wie Aluverbund, Acrylglas, Hart- und Weichschaum oder Echtglas – präzise, langlebig und mit hohem Anspruch an Farbwirkung und Haptik.

## **Intuitiv gestalten, hochwertig produzieren**

Besonderer Fokus beim Webshop lag auf einfacher, intuitiver Bedienung: Materialien, Formate und Personalisierungsoptionen sollten ebenso leicht wählbar sein wie Upload-, Vorschau- und Gestaltungsfunktionen – auf Desktop wie auf mobilen Endgeräten.

„Viele unserer Produkte sind hochindividuell“, so Thomas Schelp, Leiter des Bereichs Messeservice/LFP. „Die Herausforderung war, diese Vielfalt technisch abzubilden, ohne den Bestellprozess zu verkomplizieren. Der Shop soll Gestaltung ermöglichen – nicht erklären müssen.“

So entstand eine Plattform, die Individualisierung erlaubt, ohne zu überfordern. Besonders Privatpersonen, Hobbyfotografen, Künstler, Arztpraxen, Restaurants oder kleine Unternehmen finden hier unkomplizierten Zugang zu professionellen Druckprodukten.

## **Nähe trotz digitaler Distanz**

Während viele Online-Druckshops anonym bleiben, setzt [direktdruckowl.de](https://www.direktdruckowl.de) auf Transparenz und persönliche Nähe. Hinter dem Shop steht ein Team, das Druck als Handwerk versteht.



Thorsten Klocker, Geschäftsführer der Graphic Group (links), und Thomas Schelp, Leiter des Bereichs Messeservice/LFP (rechts)

”

Print ist für uns nie nur ein Produkt. Gerade im privaten Umfeld wird er Teil des Lebensraums.“

Thorsten Klocker

„Viele Kunden bringen persönliche Motive oder Erinnerungen ein. Das behandeln wir nicht als Bestellnummer, sondern als etwas Wertvolles“, betont Schelp.

Selbst bei überregionaler Reichweite bleiben die Wurzeln sichtbar: „Direktdruck“ steht für kurze Wege und unmittelbare Umsetzung, „OWL“ für die Verankerung in Ostwestfalen-Lippe. Die Möglichkeit zur persönlichen Abholung ist für viele ein wichtiger Vorteil – praktisch, preislich attraktiv und Ausdruck regionaler Nähe.

### Print im Wohnumfeld – mehr als ein Trend

Veränderte Arbeits- und Lebensgewohnheiten, insbesondere Homeoffice und mobile Arbeit, haben den Blick auf das Zuhause verändert. Räume erfüllen heute mehrere Funktionen und werden bewusster gestaltet. Entsprechend steigen die Ansprüche an Printprodukte: Es geht um Erinnerungen, Persönlichkeit und das gute Gefühl, sich mit Motiven und Materialien dauerhaft wohlfühlen. Farben sollen natürlich wirken, Oberflächen hochwertig sein und das Ergebnis langfristig überzeugen. Print im Zuhause ist kein kurzlebiger Konsumartikel, sondern Teil des Lebensraums – und erfordert Qualität, Materialkompetenz und verlässliche Beratung. Diese Ansprüche prägen die Arbeitsweise der Graphic Group.

### Blick nach vorn

Direktdruckowl.de wird sich auch in Zukunft weiterhin an den Bedürfnissen der Nutzerinnen und Nutzer orientieren: individuelle Gestaltungsmöglichkeiten und einfache Abläufe – bei persönlicher Betreuung. „Für uns steht immer der Mensch hinter dem Druckprodukt im Mittelpunkt“, sagt Geschäftsführer Thorsten Klocker, „so entstehen Produkte, die Erinnerungen bewahren und Persönlichkeit zeigen – getragen von einem Team, das regional verwurzelt, digital erreichbar und nah am Menschen arbeitet.“





# EUDR-Reform: Positives Signal an den Mittelstand

Kurz vor Weihnachten 2025 kam die erlösende Nachricht aus Brüssel, dass die EU-Entwaldungsverordnung (EUDR) zeitlich verschoben und in zentralen Pflichten vereinfacht wurde. Für die Druckindustrie ist das ein wichtiger Erfolg. Nach intensiven Gesprächen, Stellungnahmen und politischer Überzeugungsarbeit konnten spürbare Entlastungen für viele Betriebe erreicht werden. Doch der politische Prozess ist noch nicht gänzlich abgeschlossen.

**B**is April 2026 muss die EU-Kommission weitere Vereinfachungsvorschläge vorlegen, die erneut entscheidend für die Praxis der Unternehmen sein können. Und auch auf längere Sicht bleibt Bewegung im Thema: Das geplante Mercosur-Abkommen könnte zusätzliche Auswirkungen haben.

## EUDR auf einen Blick: Was ändert sich?

- » viele Druckprodukte sind nicht mehr von der EUDR erfasst
- » Umsetzung um ein weiteres Jahr verschoben
- » Sorgfaltspflichten künftig nur am Beginn der Lieferkette
- » deutliche Entlastung der nachgelagerten Lieferkette
- » EU prüft weitere Entbürokratisierung bis Ende April 2026



Druckprodukte wie Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, Kalender oder Werbeprospekte fallen nicht mehr unter die EUDR. Damit entfällt für viele Druckereien auch der nach der Reform noch verbliebene Rest an EUDR-Verpflichtungen. Papier und Pappe und Druckerzeugnisse des HS-Codes 48 bleiben jedoch im Anwendungsbereich der EUDR. Wer in der EU druckt, kann sich also darauf verlassen, dass das verwendete Papier EUDR-konform ist – das gilt bei importierten Druckprodukten aus Nicht-EU-Ländern nicht mehr unbedingt.

Druckereien, die von der EUDR weiterhin erfasste Produkte wie Verpackungen oder Etiketten herstellen, werden nahezu gänzlich von dem ursprünglich geplanten bürokratischen Aufwand durch Sorgfaltserklärungen, Risikobewertungen und Dokumentationspflichten befreit – ein Ergebnis der intensiven Kritik aus Industrie und Verbänden, die der BVDM gemeinsam mit seinen deutschen und europäischen Partnern adressiert hat.

## Verschobene Fristen: Mehr Zeit für Vorbereitung

Dank intensiver Lobbyarbeit ist es dem BVDM gelungen, erhebliche Entlastungen sowie eine Fristverschiebung um ein Jahr zu erreichen. Diese zusätzliche Zeit schafft Luft, um in Ruhe die nun ganz neuen Prozesse aufzusetzen oder begonnene Entwicklungen an die neuen Vorgaben anzupassen.

- » 30. Dezember 2026: EUDR-Start für große und mittlere Erstinverkehrbringer sowie die gesamte nachgelagerte Lieferkette
- » 30. Juni 2027: EUDR-Start für kleine Erstinverkehrbringer

## Paradigmenwechsel: Nur Erstinverkehrbringer müssen vollständige Sorgfaltspflicht erfüllen

Statt einer komplexen Mehrfachbelastung entlang der gesamten Lieferkette gilt künftig die Regelung, dass nur Unternehmen, die von der EUDR erfasste Rohstoffe oder Produkte erstmals in der EU auf den Markt bringen, eine vollständige Sorgfaltserklärung einreichen müssen. Das kann Druckereien betreffen, wenn sie selbst etwa Papier in die EU importieren.

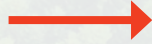


### Beispiel: So funktioniert das neue Erstinverkehrbringer-Modell für Lieferketten:



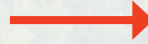
#### Waldbesitzer in der EU

- » erfasst Geo-Daten, erstellt Sorgfaltserklärung und erhält Referenznummer
- » gibt Referenznummern an seine Kunden weiter



#### Papierhersteller in der EU

- » speichert Referenznummern und weitere Informationen zu Lieferanten und Kunden
- » keine Sorgfaltserklärung, keine Weitergabe von Referenznummern



#### Druckerei produziert Waren aus HS-Code 48 in der EU

- » speichert Informationen zu Lieferanten und Kunden
- » keine Sorgfaltserklärung, keine Weitergabe von Referenznummern

Alle Unternehmen, die von Lieferanten in der EU bereits EUDR-konforme Produkte beziehen, sind davon ausgenommen. Sie müssen nur noch Informationen speichern, sofern sie erstes nachgelagertes Unternehmen sind. Für weiterhin betroffene Druckereien, die Papier und Vorprodukte aus Quellen innerhalb der EU beziehen, ist das ein positives Signal, denn sie müssen keine eigene Sorgfaltserklärung mehr erstellen.

#### Klärungsbedarf: Was tun bei Verdachtsmomenten?

Unternehmen sollen dann, wenn sie über Verstöße in ihrer Lieferkette informiert werden, Behörden und Kunden informieren sowie Sorgfaltsprüfungen durchführen. Diese neue Sorgfaltspflicht bei Verdachtsmomenten ist aus Sicht des BVDM bisher noch sehr unklar und widerspricht der eigentlich geplanten Entlastung der nachgelagerten Lieferkette. Der BVDM wird sich daher aktiv gegenüber den nationalen sowie europäischen Akteuren im Revisionsprozess dafür einsetzen, dass diese Regelung noch einmal auf den Prüfstand gestellt und möglichst gestrichen wird.

#### Nächster Schritt: EU plant weitere Vereinfachungen

Die EU-Kommission muss bis April 2026 prüfen, ob weitere Vereinfachungen möglich sind. Dabei geht es vor allem um weiteren Bürokratieabbau. Der BVDM hat sich im Sinne der Mitgliedsbetriebe in die politischen Prozesse für weitere Vereinfachungen eingesetzt.

#### Was Unternehmen jetzt tun sollten

- » Lieferketten strukturieren und Rolle im neuen Modell klären
- » Dokumentationsprozesse mit Kunden und Lieferanten abstimmen
- » bereits getroffene Vereinbarungen zu Sorgfaltspflichten prüfen
- » weitere Entwicklungen im Blick behalten



#### Weiteres Potenzial für Entlastungen

Mit der Ausnahme für einen Großteil der Druckprodukte, dem neuen Erstinverkehrbringer-Modell und dem weiteren Aufschub um ein Jahr hat sich für die Druckindustrie viel zum Positiven gewendet. Diese Verbesserungen wären ohne den gemeinsamen Einsatz von Intergraf, BVDM, Landesverbänden, Partnerverbänden anderer Branchen und Mitgliedsunternehmen auf politischer Ebene nicht erreichbar gewesen. Das noch weitere Vereinfachungspotenzial hat der BVDM im Januar 2026 mit einem Positionspapier vorgelegt und wird die Interessen der Branche weiterhin konsequent vertreten. ■

Immer aktuelle Informationen zu den Entwicklungen rund um die EUDR finden Sie unter [www.bvdm-online.de/eudr](http://www.bvdm-online.de/eudr)





# Printerior Design aus Wolfenbüttel

ROCO Druck zeigt, wie viel strategische Kraft in einem mittelständischen Betrieb stecken kann, wenn Größe nicht als Limit, sondern als Chance verstanden wird. Der Wolfenbütteler Betrieb präsentiert sich hochprofessionell, modern und beweglich – mit Produktionsmitteln, die vieles möglich machen, und einer Individualität, die in großen Strukturen häufig verloren geht. ROCO entwickelt Ideen dort, wo sie Sinn ergeben, und spielt seine Stärken konsequent aus. So entstehen Angebote, die am Markt bestehen und zeigen, wie Print jenseits von Standardisierung Zukunft hat.

**W**enn Kunden zu ROCO Druck nach Wolfenbüttel kommen, bringen sie selten Standardaufträge mit. Gefragt sind Lösungen, die funktionieren – technisch, gestalterisch und im täglichen Einsatz. ROCO Druck arbeitet gerne dort weiter, wo das klassische Druckerei-Portfolio aufhört, und bewegt sich dabei bewusst in einem Spannungsfeld, das viele Betriebe dieser Größe kennen: zu groß für reine Manufakturromantik, zu klein für industrielle Massenproduktion. Der Betrieb hat sich früh auf den Weg gemacht, das eigene Profil zu schärfen und Print neu zu denken. Ausgehend von klassischen Geschäftsfeldern wie dem Offsetdruck wurden gezielt Angebote entwickelt, die Qualität, Funktion und Gestaltung verbinden und langfristig tragfähig sind. Print wird dabei im Zusam-

”

Das beste Druckprodukt erkennt man daran, dass es benutzt wird.“

Anja Behne

menspiel von Individualität, Material und Nutzung gedacht. So wird bei ROCO nicht nur bedrucktes Papier vom Hof gefahren, hier entstehen auch bedruckte Möbel, Akustikelemente oder großformatig bedruckte Flächen auf verschiedensten Materialien aus konkreten Kundenanforderungen heraus.

## Druck, der Räume prägt

Gerade bei Möbeln zeigt sich dieser Ansatz besonders deutlich. ROCO arbeitet hier bewusst mit lokalen Handwerkspartnern zusammen, etwa mit Tischlern aus der Region. Während Konstruktion, Material und Verarbeitung dort liegen, bringt ROCO seine Kompetenz in Druck, Farbe und Oberfläche ein. So entstehen individuelle Möbelstücke, bei denen Gestaltung und Funktion ineinandergreifen – hochwertig umgesetzt und für den täglichen Einsatz gedacht.

Noch klarer wird dieses Verständnis bei High-End-Akustikbildern. Sie stehen exemplarisch für die Art von Produkten, mit denen sich ROCO Druck strategisch positioniert. Akustikbilder sind kein dekoratives Beiwerk, sondern lösen ein konkretes Problem: Sie verbessern die Raumakustik und prägen gleichzeitig den Charakter eines Raumes. Hinter dem bedruckten Motiv

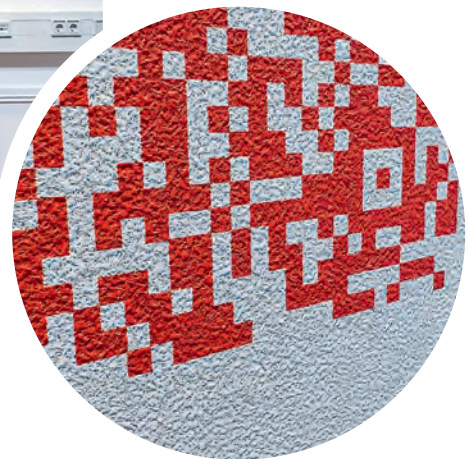


Anja Behne übersetzt bei ROCO Kundenideen in starke Printlösungen.





Glatte Wände reflektieren Schall und lassen Räume hallig wirken. Die Akustikbilder setzen hier einen bewussten Gegenpol: Ihre poröse Struktur absorbiert Schall und verbessert die Akustik unauffällig und wirkungsvoll.



verbirgt sich ein schallabsorbierender Kern aus offporösen Materialien, der Schall aufnimmt statt reflektiert. Gespräche klingen klarer, Räume wirken ruhiger und insgesamt angenehmer. So entstehen bedruckte Produkte mit einer klaren Funktion – und zugleich mit einer gestalterischen und emotionalen Ebene. Sie sind Ausdruck von Geschmack und Identität und prägen Arbeits- und Lebensräume, in denen Menschen sich begegnen, konzentrieren oder austauschen. Genau deshalb sind es dekorative, designorientierte Produkte und zugleich funktionale Werkzeuge. Der Preis spielt eine Rolle, doch Qualität und Individualität sind entscheidender. Wer solche Druckprodukte im Portfolio hat, positioniert Print jenseits von Standardisierung – nah am Menschen, klar im Anspruch und fest im Alltag verankert.

### Neue Produkte, gleicher Anspruch

Geschäftsführer Nael el Nahawi hat ein feines Gespür dafür, wann es Zeit ist, gewohnte Pfade zu verlassen. Er weiß: Erfolgreiche Produkte tragen ein Unternehmen – aber niemals für immer. Die Entwicklung neuer Produkte folgt bei ROCO einer klaren Logik: Sie müssen sich sinnvoll in das bestehende Profil einfügen. Vor diesem Hintergrund erweitert der Betrieb sein Sortiment nun auch um hochwertig produzierte Kalender. Mit dem Aufbau einer neuen Produktionsstraße schafft ROCO die Voraussetzungen, Kalender in hoher Qualität, mit brillanten Farben und großer Flexibilität zu fertigen – von kleinen Auflagen bis hin zu größeren Stückzahlen. Was am Ende zählt, ist für Anja Behne klar. „Das beste Druckprodukt erkennt man daran, dass es benutzt wird.“



# Nachhaltigkeit im Fokus beim DDMT 2026

„Berlin schmeckt nach Zukunft“, wusste schon der Schriftsteller Carl Zuckmayer. Ganz in diesem Sinne steht beim Deutschen Druck- und Medientag 2026 mehr auf dem Programm als nur ein Wiedersehen in der Hauptstadt. Wenn sich am 25. und 26. Juni die Entscheider:innen der deutschen Druck- und Medienwirtschaft treffen, rücken die großen Zukunftsfragen einer Branche ins Zentrum, die mitten im Wandel steht: Nachhaltigkeit, wirtschaftliche Resilienz und politische Rahmenbedingungen prägen in diesem Jahr die Agenda.

Unter dem Motto „Nachhaltig. Wirtschaftlich. Gedruckt.“ lädt der Bundesverband Druck und Medien e. V. (BVDM) in das Titanic Chaussee Berlin ein – eine zentrale Location im Herzen Berlins. Hier beginnt am Donnerstagnachmittag der offizielle Teil der Veranstaltung mit einem Netzwerk-Lunch, bevor das traditionelle Unternehmerforum mit hochkarätigen Referierenden aus Politik, Wirtschaft und Verbänden startet. Das Forum bleibt damit seiner Rolle treu: als zentrale Austauschplattform, Impulsgeber und Ort, an dem strategische Weichenstellungen für die Branche diskutiert werden.

## Schwerpunkt Nachhaltigkeit – Anforderungen und Chancen

Die Frage, wie sich ökologische Verantwortung und unternehmerische Rentabilität verbinden lassen, zieht sich wie ein roter Faden durch das diesjährige Pro-

Für Mitglieder der Druck- und Medienverbände sowie die Fachpresse ist die Teilnahme am Deutschen Druck- und Medientag kostenfrei. Andere Teilnehmende entrichten eine Gebühr von 450 Euro zzgl. MwSt. Auch Hotels stehen mit einem Abrufkontingent unter dem Stichwort „BVDM“ bereit.

**Melden Sie sich jetzt an und  
sichern Sie sich eines der  
reservierten Hotelangebote!**



Auch der Abend der Druck- und Medienwirtschaft wird grün.

gramm. Themen wie ressourcenschonende Produktion, nachhaltige Lieferketten oder regulatorische Entwicklungen gewinnen zunehmend an Bedeutung. Der DDMT26 möchte konkrete Antworten geben: Wo steht die Branche heute? Welche Chancen ergeben sich – und wo liegen die Herausforderungen? Welche politischen Entscheidungen braucht es, um nachhaltiges Wirtschaften zu ermöglichen, ohne die Wettbewerbsfähigkeit zu gefährden?

## Networking, Austausch und Verbandsarbeit

Neben dem inhaltlichen Programm setzt der DDMT bewusst auf kollegialen Austausch. Das Unternehmerforum schafft dafür Raum, ebenso wie die abendliche Veranstaltung: Der „Abend der Druck- und Medienwirtschaft“ steht alljährlich für gute Gespräche und einen stimmungsvollen Ausklang des Tages. In diesem Jahr führt er die Teilnehmer:innen in die atmosphärische Alte Turnhalle Berlin, wo auch Tanzfreudige und Fußballbegeisterte – per Übertragung des WM-Gruppenspiels Deutschland gegen Ecuador – auf ihre Kosten kommen werden.



Bild: Joerg Friedrich - blende08.de



Das Unternehmerforum des Deutschen Druck- und Medientags 2025

Traditionell nutzt der Verband das Branchentreffen auch für interne Arbeitstreffen: So finden im Rahmen des DDMT26 die Mitgliederversammlungen der Verbände Druck und Medien Mitteldeutschland und NordOst sowie die Hauptvorstandssitzung des BVDM statt.

### Partnerprogramme: Geschichte verstehen, Zukunft entdecken

Auch am zweiten Veranstaltungstag bietet der DDMT26 ein vielseitiges Programm. Wer sich von Zukunftsfragen inspirieren lassen möchte, kann am Partner-

programm im Futurium teilnehmen: „Zukunft entdecken und gestalten!“ lautet der vielversprechende Titel der Führung. Alternativ lädt die Stiftung Berliner Mauer zu einer thematischen Tour entlang der Bernauer Straße ein – ein eindrucksvoller Blick auf die jüngere deutsche Geschichte.

Parallel kommen die Mitglieder des BVDM-Hauptvorstands im Titanic Chaussee zu ihrer Sitzung zusammen. Zum Abschluss bietet ein weiterer Netzwerk-Lunch Gelegenheit, neue und bestehende Kontakte zu vertiefen und die Eindrücke der beiden Tage zu reflektieren.

### Ein umfassender Blick nach vorn

Der DDMT26 ist weit mehr als ein Branchentreffen – er ist ein strategischer Kompass. In einer Zeit, in der wirtschaftliche Unsicherheit, digitale Transformation und Nachhaltigkeitsanforderungen gleichzeitig auf die Unternehmen einwirken, bietet das Event Orientierung und Inspiration. Mit fundierten Beiträgen, starken Netzwerkmöglichkeiten und einem klaren Fokus auf Zukunftsthemen setzt der Deutsche Druck- und Medientag auch 2026 ein Zeichen: Die Branche gestaltet ihren Wandel aktiv – gemeinsam, kompetent und verantwortungsvoll. ▣



Der DDMT 2026 wird freundlich unterstützt von





# KURZ MEL DUN GEN

## ► BVDM-Umfrage zur Finanzierung und zu Investitionen

Das Thema Finanzierung und die Zusammenarbeit mit Banken sind für Unternehmen von zentraler Bedeutung. Das gilt in der aktuellen Lage mehr denn je. Doch wie wird die Branche bei potenziellen Kreditgebern wahrgenommen? Bekommt ein Druck- und Medienunternehmen derzeit die Kredite, die es benötigt? Planen die Unternehmen der Branche, in den kommenden Monaten größere Investitionsvorhaben durchzuführen?

Antworten darauf soll die Befragung zur Finanzierung und zu Investitionen der Druck- und Medienunternehmen geben, die der BVDM in Zusammenarbeit mit anderen Wirtschaftsverbänden mit der KfW zweijährlich durchführt.

Über die Befragungsergebnisse, die eine wichtige Grundlage für die Interessenvertretung der Verbände Druck und Medien gegenüber Politik und Kreditwirtschaft bilden, informiert der BVDM im Juli dieses Jahres.

Weitere Informationen zur Laufzeit der Umfrage und Teilnahmelinks finden Sie auf der Website des BVDM.



## ► FESPA 2026: Jetzt anmelden und Innovationen erleben

Die FESPA Global Print Expo ist Europas führende Messe für die Druck- und Beschilderungsindustrie und findet vom 19. bis zum 22. Mai 2026 in der Fira Barcelona, Spanien, statt. Mit über 550 Ausstellern und mehr als 14.000 internationalen Besuchern werden auf der Veranstaltung die neuesten Innovationen im Großformat-, Digital-, Sieb- und Textildruck sowie in den Bereichen Beschilderung, Personalisierung und nachhaltige Technologien vorgestellt. Sie findet zusammen mit der European Sign Expo und der Personalisation Experience statt und bietet Produkteinführungen, Live-Demonstrationen, Expertengespräche und Wettbewerbe wie die World Wrap Masters.

Wer Trends frühzeitig erkennen, Investitionsentscheidungen vorbereiten und internationale Kontakte knüpfen möchte, sollte sich diesen Termin sichern und jetzt seine Teilnahme planen.

### Kostenloser Eintritt für VDM-Mitglieder

Mitglieder der Verbände haben mit dem Code DEU26 kostenfreien Zutritt zu der Messe und zum Club FESPA, der exklusiven Lounge mit Bar und Catering. Hier, abgeschirmt vom Messetrubel, können Gespräche geführt werden oder man ruht sich bei einem Drink aus, bevor die nächsten Highlights locken.

Melden Sie sich mit dem Code DEU26 hier an:  
[https://www.badge-registration.com/FESPA\\_Shop/GlobalPrintExpo2026/Register](https://www.badge-registration.com/FESPA_Shop/GlobalPrintExpo2026/Register)





# THE PLACE FOR EXPERTS

CLUB  
**FESPA**

## Jetzt anmelden

Verwenden Sie den Aktionscode **DEU26**



**19 - 22 Mai, Barcelona**

**FESPA**



# Die Produktionsstätte für Printprofis

**Ein Wohnzimmer, in dem die Wand nicht nur gestaltet, sondern auch akustisch optimiert ist. Ein Büro, in dem Markenbotschaften Teil der Architektur werden. Ein Hotel, in dem Materialien Atmosphäre schaffen. Print ist heute mehr als Information. Es ist Oberfläche, Struktur, Raumgefühl. Und zunehmend Teil unseres Alltags. Genau in diesem Spannungsfeld bewegt sich Probo.**

**D**as Unternehmen wurde 2001 im niederländischen Dokkum gegründet. Zunächst begann alles mit einer einfachen Idee: „Drucken für Kolleginnen und Kollegen.“ Heute ist Probo die Produktionsstätte für Printprofis in den Niederlanden, Belgien und Deutschland – und eines der am schnellsten wachsenden Unternehmen Europas. Dahinter stand von Anfang an mehr als ein Geschäftsmodell. Es war der Gedanke, Druckereien zu entlasten, ihnen den Rücken freizuhalten und Produktion neu zu denken. Partnerschaftlich statt anonym.

Bis heute basiert dieses Prinzip auf einem klaren Reseller-Modell: Druck- und Werbetechnikbetriebe können Produkte on demand fertigen lassen, ohne selbst in Maschinen oder zusätzliche Produktionskapazitäten investieren zu müssen. Die Kundenschnittstelle bleibt beim Printprofi – Probo arbeitet im Hintergrund. Unsichtbar für Endkunden, aber verlässlich präsent. Und am wichtigsten: als Partner und nicht als Konkurrent.

## **Lokale Produktion als klares Bekenntnis**

Mit dem neuen Standort in Bad Hersfeld ist Probo den nächsten Schritt gegangen. Auf rund 10.000 Quadratmetern entsteht seit Juni 2025 eine vollwertige Produktionsstätte im Herzen Deutschlands. Von hier aus werden Reseller in Deutschland und Österreich direkt beliefert – näher, schneller und effizienter. Doch es geht um mehr als Logistik. „Unser Modell ermöglicht es etwa Schilddruckern und Messebauern, wirtschaftlich zu arbeiten – ohne hohe Investitionen in Maschinen, die den Großteil des Tages ungenutzt bleiben. Wir sind ihre zuverlässige Produktionsverlängerung – und helfen ihnen, sich gegenüber offenen Online-Plattformen zu behaupten. Mit der Expansion nach Bad Hersfeld stärken wir diese Position und machen unsere Kunden noch wettbewerbsfähiger. Während andere auf Niedriglohnländer setzen, gehen wir bewusst einen anderen Weg: lokale Produktion in Deutschland, nahe bei unseren Resellern“, erklärt dazu Leon van der Meer, CEO von Probo.



Der neue Standort ist damit auch ein Signal: für lokale Wertschöpfung, für nachhaltigere Lieferketten und für ein partnerschaftliches Verständnis von Produktion. Kürzere Transportwege bedeuten weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen. Schnellere Lieferzeiten bedeuten für Reseller mehr Planungssicherheit und die Möglichkeit, Projekte mutiger und flexibler anzugehen. Gerade in einem Markt wie Deutschland, dem größten Printmarkt Europas mit rund 35 Milliarden Euro Volumen, ist das ein entscheidender Faktor.

### Printerieur: Wenn Print Räume verändert

Doch Nähe allein reicht nicht. Entscheidend ist, was produziert wird und welche Rolle Print künftig in unseren Lebens- und Arbeitsräumen spielt. Ein besonders dynamischer Bereich von Probo ist Interior-Print – bei Probo unter dem Begriff „Printerieur“ gebündelt. Hier wird sichtbar, wie stark sich die Branche verändert. Nahtlose Fototapeten ermöglichen großflächige Wandgestaltungen ohne sichtbare Übergänge. Akustische Lösungen wie „AcousticPro“ mit Velours-Toplage können Schall um bis zu 90 Prozent dämpfen. PET-Vilt aus recyceltem Material schafft nachhaltige, strukturierte Oberflächen. Und mit zirkulären Produkten wie dem „Sign Again“-Boden werden Produktionsreste und alte Banner in neue Anwendungen überführt. Für Drucke-



Wirken nachhaltig: Die Sign-Again-Fliesen von Probo werden vollständig aus gebrauchten Bannern und Schneidabfällen hergestellt.

reien eröffnet sich hier ein neues Spielfeld. Statt einzelne Druckprodukte zu liefern, können sie komplette Raumkonzepte entwickeln – beratungsintensiver, strategischer und mit deutlich größerem Projektvolumen.

„Unser Ziel ist es, unsere Reseller nicht als Kundinnen und Kunden zu betrachten, sondern als Kolleginnen und Kollegen. Ihre Kunden sehen uns nicht – aber wir sind da, um sie zu unterstützen. Damit sie mehr Zeit für das haben, was ihnen wirklich Freude bereitet“, sagt Marco den Reijer, Head of Sales Deutschland. Dieses partnerschaftliche Verständnis ist die Grundlage des Whitelabel-Modells: Die Beziehung bleibt bei der Druckerei. Probo sorgt im Hintergrund für Produktionssicherheit, Qualität und Geschwindigkeit.

### Europäische Wurzeln, lokale Präsenz

Mit Dokkum und Bad Hersfeld verbindet Probo heute zwei Produktionsstandorte mit europäischer Ausrichtung. Produziert wird mit hundert Prozent grüner Energie, auf insgesamt mehr als 35.000 Quadratmetern eigener Produktionsfläche. Das Unternehmen versteht sich dabei nicht als klassische Online-Druckplattform, sondern als Produktionspartner exklusiv für Printprofis.

Im Kontext von „Zuhause mit Print“ wird deutlich, wie sehr sich das Berufsbild in der Branche verändert. Print endet nicht mehr beim Produkt – er beginnt im Raum. Vielleicht liegt die Zukunft des Prints nicht mehr nur auf dem Messestand oder in der Anzeige, sondern im Wohnzimmer, im Hotel, im Büro nebenan. Genau dort entsteht das neue Potenzial: Räume mit Funktion, Atmosphäre und Nachhaltigkeit zu verbinden. Produziert ohne Umwege, lokal verankert und partnerschaftlich gedacht. ■



Waldpanorama statt kalte Wand – dank nahtloser Fototapeten von Probo

# Zwischen Effizienz- und Transformationsdruck

**In vielen Druck- und Medienunternehmen stehen derzeit Entscheidungen an, die sich nicht mehr aufschieben lassen. Aufträge verändern sich, Kunden erwarten kürzere Lieferzeiten und mehr Individualisierung, gleichzeitig steigen Kosten und regulatorische Anforderungen. Viele Betriebe spüren: So wie bisher lässt sich das Geschäft nicht einfach fortschreiben.**

**E**s geht nicht mehr nur um bessere Auslastung oder einzelne Kostensenkungen. Es geht um strukturelle Fragen – in den Abläufen, in der Organisation und in der wirtschaftlichen Basis des Unternehmens. Für viele Unternehmen ist diese Transformation keine strategische Option mehr, sondern eine betriebliche Notwendigkeit.

Gleichzeitig wächst der Druck, neue Technologien zu nutzen. Automatisierung, KI-gestützte Prozesse, neue Vertriebsplattformen oder digitale Schnittstellen zum Kunden werden zunehmend zum Erfolgsfaktor. Doch solche Investitionen entfalten ihre Wirkung nur dann, wenn die zugrunde liegenden Prozesse stimmen. Viele Unternehmen stehen deshalb vor einer doppelten Herausforderung: Bestehende Strukturen müssen effizienter werden. Und gleichzeitig müssen neue Technologien gezielt eingesetzt werden, um am Markt konkurrenzfähig zu bleiben.

In der Praxis führt das zu sehr konkreten Fragen: Wo verdienen wir heute eigentlich Geld – und wo nicht? Welche Aufträge verursachen überproportional viel Aufwand? Welche Prozessschritte sind historisch gewachsen, aber nicht mehr sinnvoll? Welche Investition bringt wirklich Produktivität – und welche nur neue Komplexität? Diese Fragen hängen eng zusammen. Wer ineffiziente Prozesse digitalisiert, digitalisiert vor allem seine Ineffizienz. Die wichtigste Investition vor jeder neuen Maschine ist deshalb ein klarer Blick auf die eigenen Abläufe.

## **Strukturierte Beratung ergibt klares Bild**

Genau an diesen Punkten setzt eine strukturierte Beratung an. Sie beginnt nicht mit Konzeptpapieren, sondern mit einer nüchternen Bestandsaufnahme. Im ersten Schritt werden die wirtschaftlichen Grundlagen transparent gemacht. Kostenstrukturen, Deckungsbeiträge, Maschinenstundensätze, Auftragsarten und Prozesskosten werden analysiert. Am Ende steht ein klares Bild: Welche Bereiche tragen das Ergebnis, welche belasten es und wo liegen die größten Hebel. Im zweiten Schritt werden die Abläufe im Betrieb konkret untersucht: Wie läuft ein Auftrag vom Eingang bis zur Auslieferung? Wo entstehen Wartezeiten, Doppelarbeiten oder unnötige Schnittstellen? Welche Tätigkeiten binden Personal, ohne echten Mehrwert zu erzeugen?

## **Das Ergebnis: Ein konkreter Maßnahmenplan**

Auf dieser Basis entsteht kein theoretisches Konzept, sondern ein konkreter Maßnahmenplan. Typische Ergebnisse sind zum Beispiel:

- » vereinfachte Auftragswege und klar definierte Prozessschritte
- » Anpassungen in Organisation oder Aufgabenverteilung
- » klare Regeln für Auftragsarten, Zuschläge oder Mindestmargen
- » priorisierte Investitionsentscheidungen mit klarer Wirtschaftlichkeitsrechnung

### **Ihre Ansprechpartner:**

#### **Jens Meyer**

Geschäftsführer VDM Beratung  
Tel. 0176 / 10 90 10 11  
j.meyer@vdm-beratung.de

#### **Gerald Walther**

Berater Management & Controlling  
Tel. 0170 / 540 93 02  
g.walther@vdm-beratung.de

**www.vdm-beratung.de**

**Verband  
Druck + Medien**

**BERATUNG**





Erst wenn diese Grundlagen geklärt sind, folgt der Blick auf neue Technologien. Dann geht es nicht mehr um Trends oder Versprechen, sondern um konkrete Fragen: Welche Automatisierung spart wirklich Zeit oder Personal? Welche Software reduziert Schnittstellen und Fehlerquellen? Welche Investition verbessert Durchlaufzeit, Qualität oder Flexibilität beim Kunden? So entsteht eine klare Reihenfolge: erst Prozesse stabilisieren und Kostenstrukturen verstehen, dann gezielt investieren, wo es wirtschaftlich Sinn ergibt.

### Externe Perspektive bringt Struktur

Der Nutzen für das Unternehmen ist dabei sehr konkret:

- » transparente Zahlen statt Bauchgefühl
- » ein priorisierter Maßnahmenplan statt vieler offener Baustellen
- » klare Investitionsentscheidungen mit belastbarer Wirtschaftlichkeitsrechnung
- » schnellere Entscheidungen und mehr Handlungsspielraum

Viele Unternehmen holen sich genau in diesen Situationen externe Unterstützung: Wenn Kosten- und Ertragsstrukturen unklar geworden sind, wenn größere Investitionen anstehen oder wenn spürbar ist, dass die Organisation an ihre Grenzen stößt. Die externe Perspektive sorgt dabei vor allem für Struktur und Geschwindigkeit. Themen, die intern über Monate liegen bleiben, werden in einem klar definierten Projekt in wenigen Wochen analysiert, bewertet und entschieden. Die Verbände der Druck- und Medienbranche begleiten ihre Mitgliedsunternehmen seit vielen Jahren in genau solchen Projekten. Ihre Beratung ist auf die Besonderheiten der Branche ausgerichtet und mit den typischen Kostenstrukturen, Prozessen und Investitionsfragen vertraut. Ziel ist es nicht, Strategiepapiere zu produzieren, sondern konkrete Entscheidungen vorzubereiten und umsetzbare Maßnahmen auf den Weg zu bringen – von der Kostenstruktur über Prozessoptimierung bis hin zu gezielten Technologieinvestitionen.

Denn die Wettbewerbsfähigkeit von morgen entsteht nicht allein durch neue Maschinen oder Software. Sie entsteht dort, wo ein Unternehmen seine Prozesse im Griff hat, seine Kosten kennt und Investitionen gezielt einsetzt, um beim Kunden schneller, flexibler und zuverlässiger zu sein. ■



# Wenn Sie die Möglichkeit hätten, all Ihre Mitarbeitenden mit Weiterbildungsmaßnahmen zu versorgen – **wie viel Geld wäre Ihnen das wert?**

## Unsere Beispielrechnung:

50 Mitarbeitende, die je ein Standard-Seminar im Jahr besuchen:

$$50 \text{ MA} \times 600 \text{ €}^*$$

**= ca. 30.000 € / Jahr**

**= ca. 2.500 € / Monat**

\* durchschnittlicher Preis für ein ganztägiges Seminar

Eine Flatrate bei der **Print Academy** für Unternehmen mit bis zu 50 Mitarbeitenden :

- + unbegrenzte Teilnahme
- + über 100 Seminare im Jahr
- + alle Mitarbeitenden inkl.

**= 3.000 € im Jahr**

**= 250 € im Monat**

## Worauf warten Sie?

## Jetzt Flatrate buchen!



[print-academy.de/flatrate](https://print-academy.de/flatrate)



# Sind Sie bei der Altpapierentsorgung richtig aufgestellt?

**Der Altpapiermanager von Paperconnect sagt es Ihnen! Haben Sie gewusst, dass bis zu 30 Prozent Ihrer eingekauften Papiertonnage bei Ihrem Entsorger landet? Und Altpapier ist zudem ein wertvoller Rohstoff mit sehr volatilen Preisstrukturen! Es ist daher betriebswirtschaftlich von enormer Bedeutung, von seinem Altpapierentsorger eine optimale Kosten- und Ertragsstruktur zu erhalten.**

Mit dem Altpapiermanager von Paperconnect finden Sie ohne eigenen Aufwand heraus, wie Sie hier aufgestellt sind, und steuern alle wichtigen Parameter in der Altpapierentsorgung. Sichern Sie sich eine optimale Kostenstruktur und maximale Erlöse aus Ihrem Altpapier!

Lassen Sie Ihr Altpapier künftig für einen ertragreichen Deckungsbeitrag arbeiten, ohne Ihren eingespielten Altpapierentsorger zwanghaft wechseln zu müssen.

Paperconnect bietet interessierten Druckereien aktuell an, dieses Angebot ohne Teilnahmekosten und rein auf Erfolgsbasis zu buchen.

**ALTPAPIERMANAGER**

**Lernen Sie den Altpapiermanager jetzt kennen!**

Fordern Sie noch heute bei unserem Partner den Rückrufservice zum Wunschtermin an.

Weitere Informationen unter [www.paperconnect.de](http://www.paperconnect.de) oder per Telefon unter 06192 / 92 85 00



## Der Paperconnect-Papierpreisindex Januar 2026 – Ein exklusiver Service für die Verbände Druck und Medien

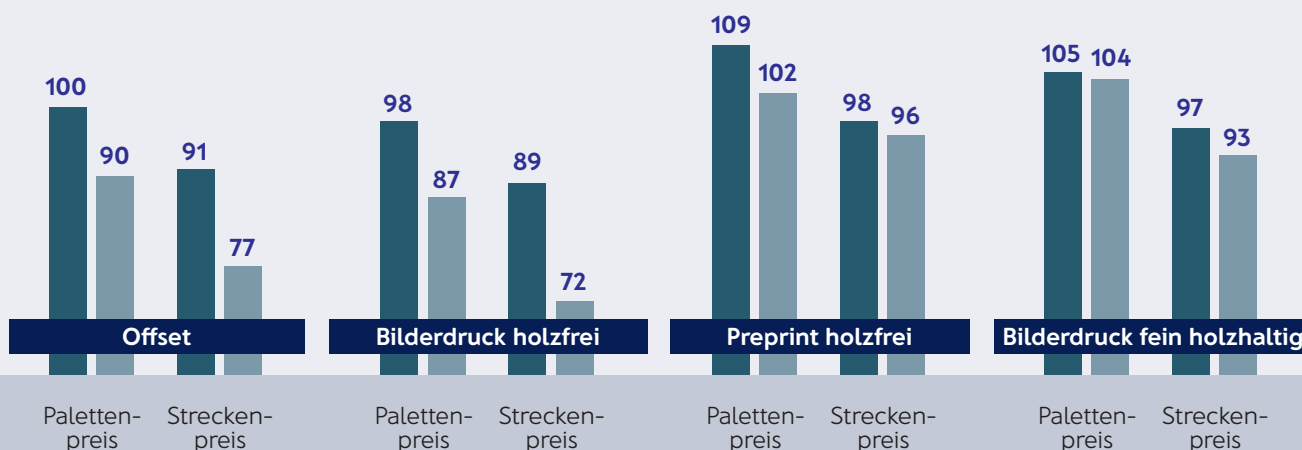
Der Papierpreisindex liefert Ihnen erste verlässliche Eckdaten über die realen Preisentwicklungen der wichtigsten Papiersortenbereiche des Papiermarktes. Er basiert auf dem größten Papiermarkt-Benchmarksystem für alle wichtigen Papiersorten des deutschen Marktes.

Der Papierpreisindex für Januar 2026 zeigt die Preisstaffeln für den Paletten-Bezug (Lagergeschäft) und den 5-Tonnen-Bezug (Strecke) im Vergleich zum Vorjahr für die Papiermarktgruppen

- » Bilderdruck holzfrei
- » Bilderdruck fein holzhaltig
- » Offset holzfrei weiß
- » Preprint holzfrei weiß

Der Basisindex liegt bei 100 und bezieht sich auf die Preisstellung für die Konsumpapier-Marktgruppe Offset holzfrei weiß für den Paletten-Bezug im Januar 2025.

## Preisstaffeln für den Paletten-Lager-Bezug und den 5-Tonnen-Strecken-Bezug vom Januar 2025 im Vergleich zum Januar 2026



# Gleiches Entgelt für gleiche Arbeit

**Wer gleiche oder gleichwertige Arbeit leistet, soll auch gleich bezahlt werden. Dieser Grundsatz ist in vielen Betrieben, insbesondere mit tariflich geregelten Vergütungssystemen, bereits gelebte Praxis. Mit der EU-Richtlinie zur Entgelttransparenz will der europäische Gesetzgeber diesen Anspruch verbindlich stärken. Für Unternehmen geht dies jedoch mit neuen Informations-, Dokumentations- und Berichtspflichten einher.**

**W**ann haben Sie eigentlich zuletzt einen Blick auf das Vergütungssystem Ihres Betriebes geworfen? Oder sich die Frage gestellt, nach welchen Kriterien die Mitarbeiterin in der Produktion oder der Mitarbeiter in der Weiterverarbeitung bezahlt wird? Solche Fragen spielen nach dem Willen der europäischen Gesetzgeber zukünftig eine wichtigere Rolle in den Betrieben als bisher. Bis Mitte 2026 müssen alle europäischen Mitgliedstaaten – und damit auch Deutschland – die Entgelttransparenz-Richtlinie der EU in nationales Recht umsetzen. Ziel ist es, bestehende Entgeltunterschiede, insbesondere zwischen Frauen und Männern, sichtbar zu machen

und schrittweise abzubauen. Vorgesehen sind unter anderem Auskunftsrechte für Beschäftigte, Informationspflichten gegenüber Bewerberinnen und Bewerbern, regelmäßige Berichte an eine staatliche Überwachungsstelle sowie Sanktionen bei Verstößen. Zwar gibt es auch schon jetzt ein deutsches Entgelttransparenzgesetz. Mit Umsetzung der Richtlinie wird sich die Rechtslage aber verschärfen.

## **Neue Handlungspflichten für Arbeitgeber**

Künftig sind gestaffelte Berichtspflichten gegenüber der jeweiligen nationalen Überwachungsbehörde vorgesehen, die sich nach der Größe des Unternehmens richten. Arbeitgeber müssen darin sowohl beim Grundentgelt als auch bei variablen Vergütungsbestandteilen unter anderem das geschlechtsspezifische Entgeltgefälle offenlegen. Noch offen ist aber z.B., ab welcher Unternehmensgröße diese Pflichten in Deutschland gelten werden, auf welcher

Basis der Grundlohn ermittelt wird und ob variable Vergütungsbestandteile zusammengefasst werden können. Zwar sieht die Richtlinie eine Berichtspflicht ab 100 Beschäftigten vor, erlaubt den Mitgliedstaaten allerdings, auch kleinere Betriebe einzubeziehen. Ein erster Gesetzentwurf wird für das erste Quartal 2026 erwartet und lag bis Redaktionsschluss noch nicht vor.





## Gemeinsame Entgeltbewertung

Ergibt die Auswertung der Daten ein Entgeltgefälle von mindestens fünf Prozent, muss der Arbeitgeber aktiv werden, sofern er berichtspflichtig ist. Sollte der Unterschied nicht anhand objektiver Kriterien gerechtfertigt sein und wurde er auch nicht innerhalb von sechs Monaten korrigiert, muss der Arbeitgeber zusammen mit den Arbeitnehmervertretern eine gemeinsame Entgeltbewertung durchführen und etwaige Entgeltunterschiede ggf. korrigieren.

## Kriterien für diskriminierungsfreie Entgeltstrukturen

Kernstück der Richtlinie ist die Verpflichtung, dass Entgeltstrukturen künftig so ausgestaltet sein müssen, dass sie anhand geschlechtsneutraler, objektiver Kriterien nachvollziehbar sind. Dabei sind mindestens die Kriterien Kompetenzen, Belastungen, Verantwortung und Arbeitsbedingungen zu berücksichtigen. Wie diese Kriterien konkret zu definieren, zu gewichten und miteinander zu vergleichen sind, bleibt allerdings bislang offen. Besonders schwierig kann es dann werden, wenn nicht nur gleiche Arbeit miteinander verglichen werden muss, sondern – wie es die Richtlinie vorsieht – auch gleichwertige Arbeit. Konkrete Vorgaben, was darunter zu verstehen ist, macht die Richtlinie nämlich nicht.

## Tarifverträge könnten Erleichterungen schaffen

Natürlich stellt sich in diesem Zusammenhang auch die Frage, inwieweit bestehende Tarifverträge die Kriterien erfüllen oder überhaupt erfüllen müssen. Aktuell ist nämlich noch unklar, inwieweit tarifliche Entgeltstrukturen privilegiert sind.

Aus Arbeitgebersicht ist eine klare Privilegierung von Tarifverträgen erforderlich. Tarifliche Vergütungen beruhen auf objektiven, transparenten Kriterien und sind daher diskriminierungsfrei. Zudem sind Tarifverträge als Ausdruck der Tarifautonomie verfassungsrechtlich geschützt. Eine nachträgliche Überprüfung einzelner Tarifbestandteile würde den Gesamtkompromiss eines Tarifvertrags infrage stellen.

## Was können Arbeitgeber jetzt schon tun?

Auch wenn viele Details noch ungeklärt sind: Die Umsetzung der Richtlinie wird kommen und Arbeitgeber sollten die Zeit bis dahin nutzen. Ein erster,



## Handlungsempfehlungen

1. Bestandsaufnahme – Vergütungen strukturiert erfassen
2. Status quo analysieren – mögliche Probleme erkennen
3. Handlungsbedarf ableiten
4. tiefergehende Analyse und zukünftige Handlungsstrategie entwickeln

aber wichtiger Schritt ist eine Bestandsaufnahme der Entgeltstrukturen.

Dies kann, je nach Unternehmensgröße, durchaus einige Zeit in Anspruch nehmen. Schließlich müssen auch Arbeitsverträge und zusätzliche Vereinbarungen gesichtet werden.

Nur so können mögliche Problemfelder überhaupt erkannt und Handlungsbedarfe abgeleitet werden. Erst wenn diese Grundlagen strukturiert aufgearbeitet vorliegen, sind weitere Schritte sinnvoll. In kleinen Unternehmen kann diese Vorbereitung mit üblichen Tabellenkalkulationsprogrammen erfolgen. Der Rückgriff auf kostenintensive externe Beratung ist in vielen Fällen nicht notwendig.

## Unterstützung durch die Verbände Druck und Medien

Die Verbände Druck und Medien unterstützen ihre Mitgliedsbetriebe bei der Vorbereitung auf die neuen Anforderungen. Für eine schnelle, strukturierte und effiziente Bestandsaufnahme der betrieblichen Entgeltstrukturen erarbeiten sie für ihre Mitglieder ein praktisches Hilfsmittel zur Datenerhebung, das nach Fertigstellung beim jeweiligen Landesverband erhältlich ist. ■



**von Mathias Stanke**  
Referent Sozialpolitik/  
Recht beim BVDM

# 100 % Qualität für Ihren kompletten Druckprozess

## ■ Druckvorstufen-Prüfung



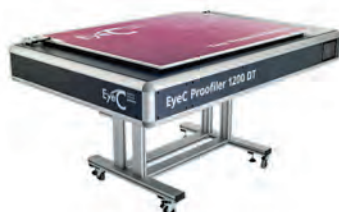
Proofiler Graphic Connect

## ■ 100 % Kontrolle (inline)



ProofRunner

## ■ Druckmuster- & Waren- eingangs-Kontrolle



Proofiler

Druckqualitätskontrolle  
vom Artwork bis zum  
gedruckten Muster -  
aus einer Hand.

# TERMINE 2026

19.-22.05.2026

**FESPA**

Barcelona

16.-17.06.2026

**PRINT DIGITAL CONVENTION,  
inkl. Jahreshauptversammlung  
VDM Nord-West**  
Düsseldorf

18.-20.06.2026

**Bayerischer Druck- und Medientag**  
Lindau am Bodensee

25.-26.06.2026

**Deutscher Druck- und Medientag  
und Mitgliederversammlungen VDM  
Mitteldeutschland und VDM NordOst**  
Berlin

17.07.2026

**Mitgliederversammlung vpdm Südbaden**  
Ortenaukreis

09.-10.10.2026

**Jahrestagung dmpi**  
Stuttgart

07.-11.10.2026

**Frankfurter Buchmesse**  
Frankfurt am Main

28.-29.10.2026

**Symposium UV-Druck**  
München

29.-30.10.2026

**Creative Paper Conference**  
München

13.11.2026

**Vertriebskongress 2026**  
Düsseldorf





## **NEU bei OVOL:**

**myPur Coton** – Klarheit, Authentizität und eine Ästhetik.  
Ein Papier für Ideen mit Anspruch: 4 Färbungen, Flächengewichte zwischen 120–500 g/qm.

myPur Coton Bianco 120 g/m<sup>2</sup>

myPur Coton Candido 120 g/m<sup>2</sup>

myPur Coton Fumo 120 g/m<sup>2</sup>

myPur Coton Nero 120 g/m<sup>2</sup>

# myPur Coton

## ***Papier mit Haltung***

myPur Coton ist ein Imagepapier aus **100% Baumwolle** mit samtiger Oberfläche und natürlicher Haptik. Es verleiht Druckprojekten eine ruhige, hochwertige und zeitlose Anmutung.

Die **Text- und Cover-Qualität** ist ideal für Editorials, Einladungen, hochwertige Broschüren und Cover.

**OVOL**

OVOL.DE

# Hybride Produktion beginnt hier. Mit der Jetfire 50 von HEIDELBERG.



Maximieren Sie Produktivität und Flexibilität mit der Jetfire 50 – dem B3-Inkjet-Drucksystem für die heutigen Anforderungen im kommerziellen Druck. Nahtlos integriert in den intelligenten Prinect Production Workflow ermöglicht die Jetfire 50 müheloses Umschalten zwischen Digital- und Offsetdruck. Hybride Produktion in ihrer besten Form – effizient, dynamisch und zukunftssicher. Entdecken Sie das neue Digital Print Ecosystem von HEIDELBERG. [heidelberg.com/de/jetfire50](https://heidelberg.com/de/jetfire50)

**OFFSET**



**DIGITAL**