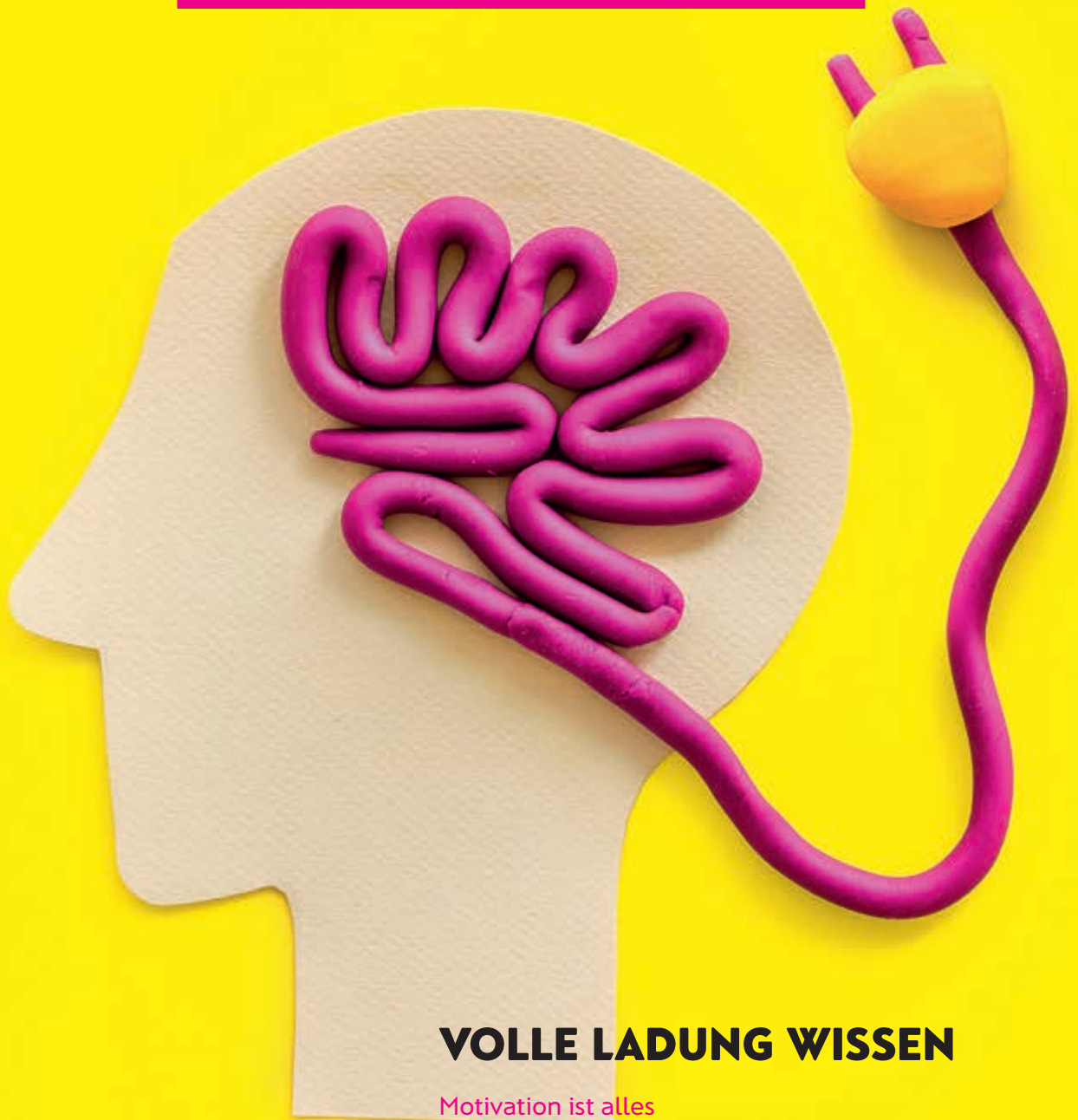


DAS MAGAZIN

NUTZEN

DER DRUCK- UND MEDIENVERBÄNDE



VOLLE LADUNG WISSEN

Motivation ist alles

Lieferengpässe und Kostenexplosionen

Online lernen für alle

Das ist neu beim Verbraucherschutz

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

.....


QUALITÄT,
DIE IHRE
BOTSCHAFT
TRÄGT. ■

 Kostenloser
Standardversand

 Kompetenter
Service

 **ONLINEPRINTERS**

 1 Millionen
zufriedene Kunden

 35 Jahre
Erfahrung im Druck

EDITORIAL

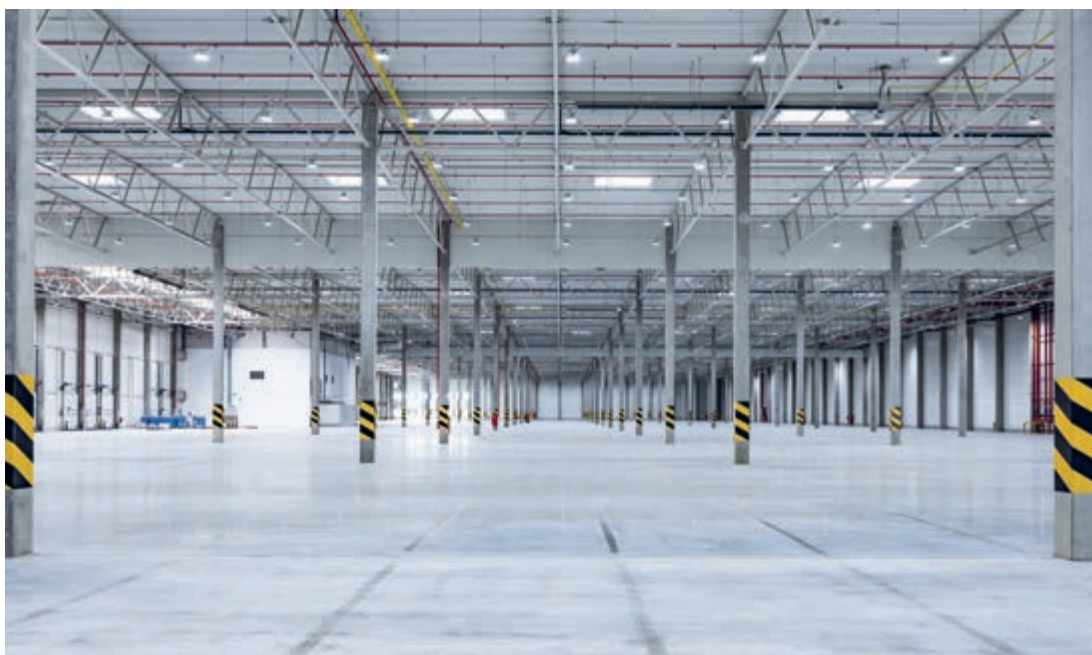


Foto: Watch_Media_House - shutterstock.com

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

Liebe Leserin, Lieber Leser,

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

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

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

Ich wünsche Ihnen eine angenehme Lektüre.

Herzlichst, Ihr Dr. Paul Albert Deimel,
Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes
Druck und Medien e.V., und Ihre Geschäftsführer
der Druck- und Medienverbände



IN HA LT

Die **Druck- und Medienverbände** vertreten die Interessen der deutschen Druck- und Medienwirtschaft auf allen politischen und technischen Ebenen. **Regional, national, international.**

Und sie unterstützen die Betriebe auf sämtlichen Feldern ihrer Geschäftstätigkeit. **Praxisnah, persönlich, kompetent.**

TITELTHEMA: BILDUNG

08 — VOLLE LADUNG WISSEN

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

30 — DRUCK AUF BERLIN UND BRÜSSEL

Quecksilber-UV-Strahler
ohne Alternative



IMPRESSUM

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

VERANTWORTLICH: Bettina Knappe

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

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

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

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

ANZEIGEN: Bundesverband Druck und Medien e. V.

03 — EDITORIAL

Herzlich willkommen zum neuen NUTZEN

06 — PRINT KOMMT AN

Wähler, Nutzer, Leser

14 — WIRTSCHAFT

Lieferengpässe und Kostenexplosionen

16 — DER NUTZEN

Die ganze Erde in einem Buch

18 — DIE FIRMA

Top-Ausbildung sichert Unternehmenserfolg

21 — NUR FÜR AZUBIS!

Gestaltungswettbewerb der Druck- und Medienverbände



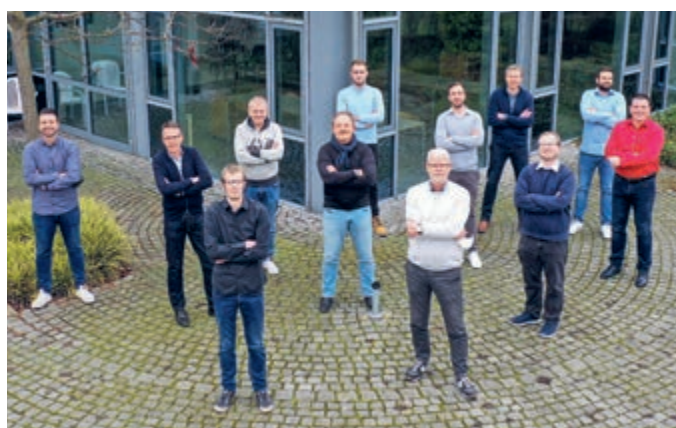
Seite **16**

22 — NÜTZLICH

Wissenswertes für die Betriebsführung

24 — DIE PROFIS

Vertrauen ist die Grundvoraussetzung



Seite **24**

26 — ONLINE LERNEN FÜR ALLE

Die neue Print Academy

28 — UNTERWEGS MIT ...

Der nächste Karriereschritt

33 — TARIFVERHANDLUNGEN 2022

34 — EINKAUF

Jetzt besser aufstellen im Papiereinkauf!

36 — RECHT

Das ist neu beim Verbraucherschutz

38 — TERMINE

Regionale, nationale und internationale Branchenveranstaltungen



Seite **28**

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

Schreiben Sie uns an nutzen@bvdm-online.de

Wir freuen uns auf Ihre Rückmeldungen!



Print kommt an

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

4 Mrd.

Bierdeckel produzieren die beiden deutschen Weltmarktführer pro Jahr.



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

TAG

ZAHLEN & FAKTEN



96%

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

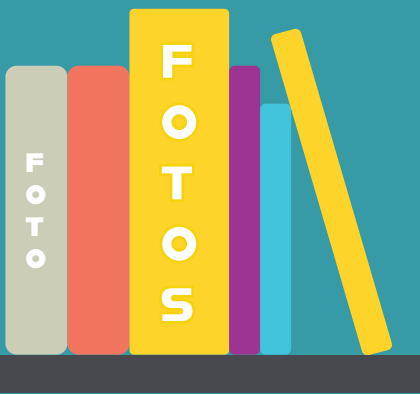


342

Tageszeitungen gibt es allein in Deutschland.

120 Millionen

Postkarten haben die Deutschen 2020 verschickt.



9,3 MILLIONEN

Fotobücher wurden 2020
produziert.

ESZEITUNG

HÄNDLER

600 Millionen €

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



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

Volle Ladung Wissen





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

Benjamin Franklin

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

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



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

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

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

Motivation ist alles

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

Was Hänschen nicht lernt, lernt Hans nimmermehr?

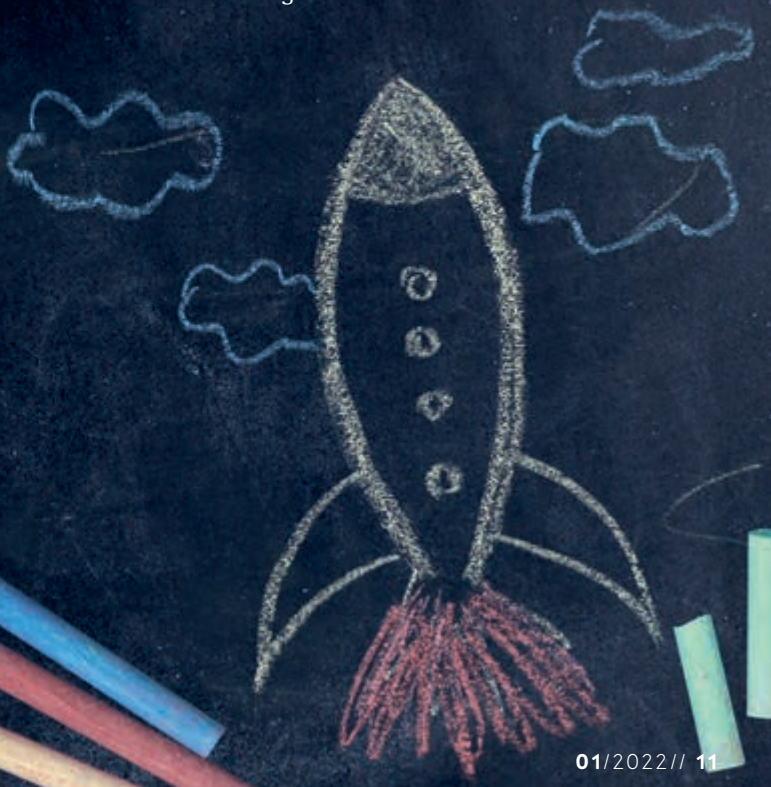
Dass man mit zunehmendem Alter nur noch sehr schwer Neues lernt, ist zwar eine verbreitete Ansicht. Aber sie entspricht nicht der Wirklichkeit. Denn grundsätzlich entwickelt sich das Gehirn während des ganzen Lebens weiter.

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

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

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

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





Bildungsurlaub – im Idealfall eine Win-win-Situation

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

Dafür machen sich die Verbände stark

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

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

Forderungen des bvd m

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



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

von Thomas Hagenhofer, ZFA

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

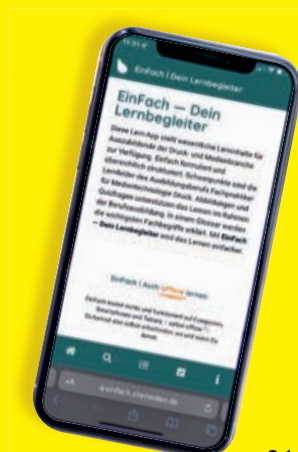
Ein Highlight im Bereich Drucktechnik und Druckverarbeitung ist die Anwendung von Social Augmented und Social Virtual Learning. Sechs Lernmodule stehen zur Nutzung auf Tablets, PCs und VR-Brille zur Verfügung. Der inhaltliche Schwerpunkt liegt im Bereich Bogenoffsetdruck. Azubis können hier Wirkzusammenhänge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

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

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

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

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



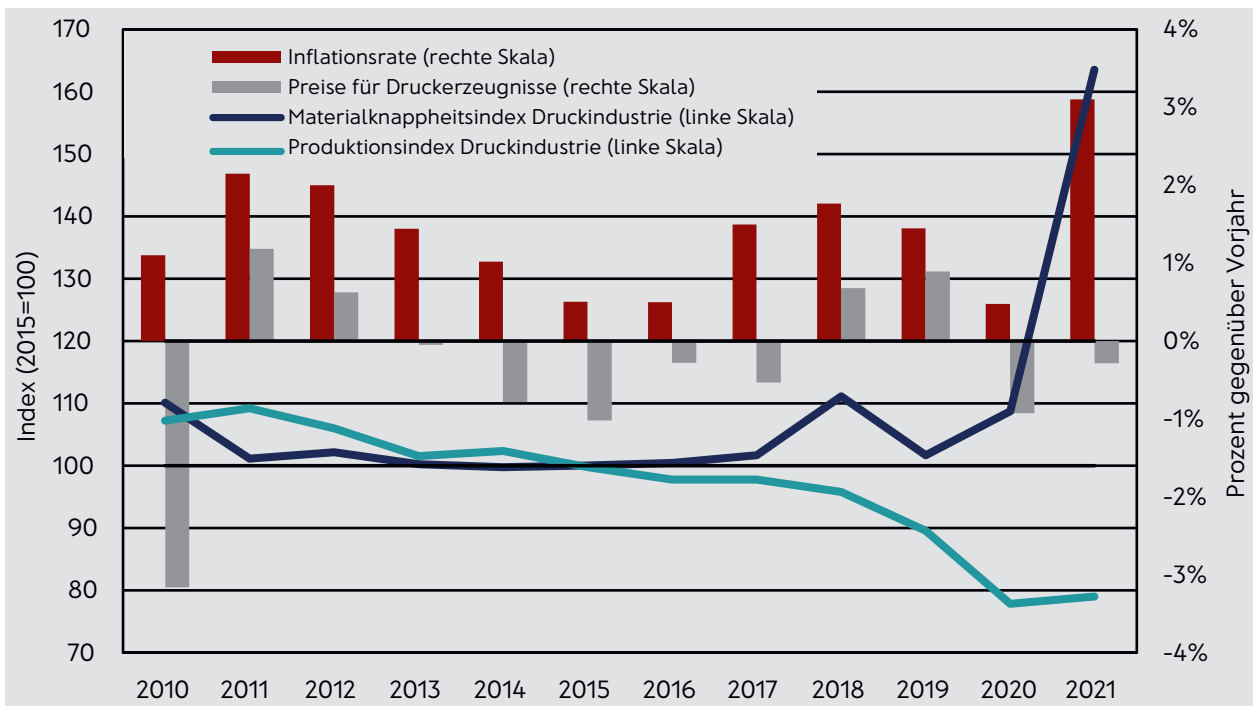
Lieferengpässe und Kostenexplosionen verhindern Branchenerholung

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

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

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

Materialknappheits- und Produktionsentwicklung in der Druckindustrie, 2010-2021



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



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

Cihan Mercimek, Referent für Wirtschaftspolitik des bvdm

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

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

Mehrfachbelastung durch hohe Preise

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

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

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

Preise für Druckerzeugnisse rückläufig

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

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

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

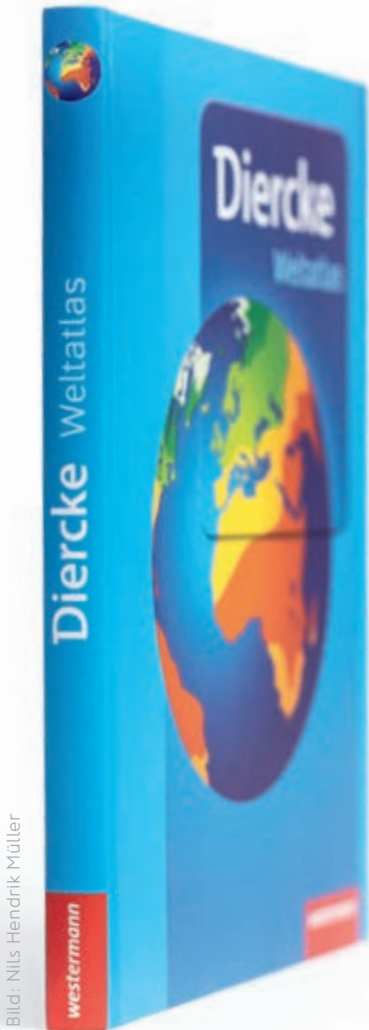


Bild: Nils Hendrik Müller

Die ganze Erde in einem Buch

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

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

Komplett digitalisierter Kartenschatz

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

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

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

Der „Diercke Weltatlas“ als Software

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

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

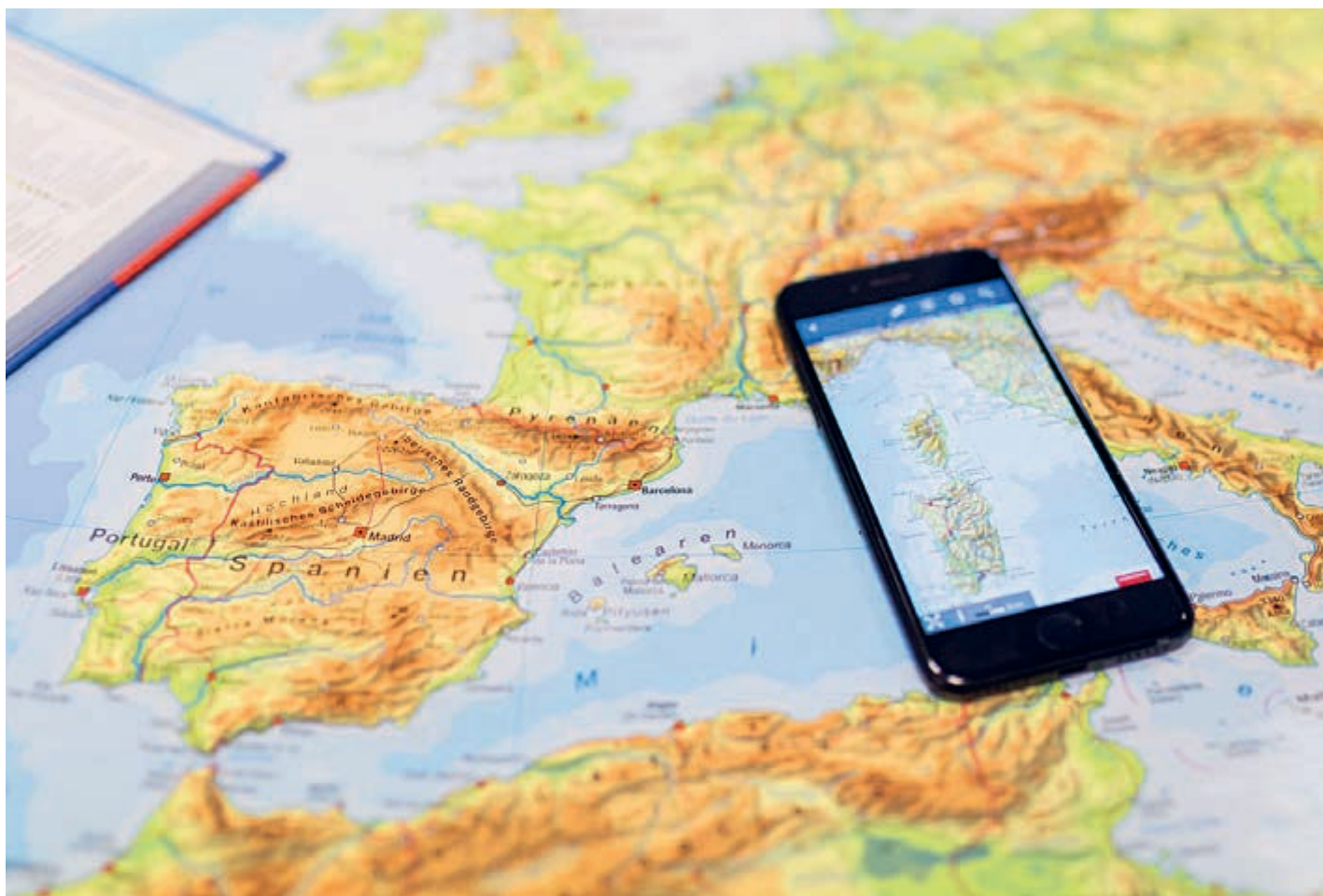


Bild: Max Heise

”

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

Reinhold Schlimm, Atlasredaktion

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

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

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

Kartografie der Trendthemen

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

Top-Ausbildung sichert Unternehmenserfolg

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

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

”

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

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



druckawards.de / Fotograf Andreas Schwarz

Michael Schardt bei der Preisverleihung der Druck&Medien Awards

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

Erfolgsrezept für Nachwuchsarbeit

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

Bild: Kreishandwerkerschaft Region Meißen



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

Maximale Unterstützung für Azubis

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

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

Service, Qualität und Zuverlässigkeit

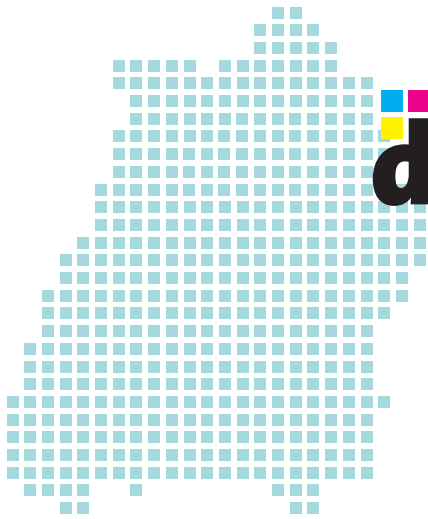
Die 1949 gegründete und seit 1982 von den heutigen Eigentümern geleitete Druckerei steht für Service, Qualität und Zuverlässigkeit. Das Unternehmen mit seinen mehr als 120 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zählt zu den innovativsten Druckunternehmen für Rollen- und Bogenoffset sowie Mailingtechnologie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

A person wearing a bright yellow jacket and dark pants stands on a large, weathered log lying on the forest floor. The person is looking towards a dense forest of tall, thin trees. The scene is captured from a low angle, looking up at the person and the towering trees against a clear blue sky. The overall atmosphere is one of nature and sustainability.

in, resp ect

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

inapa



dmpi **BWupdate**

Baden-Württemberg
Regionalausgabe 1 | 2022



Liebe Leserin, lieber Leser,

in das Jahr 2022 startet dmpi mit dem „Megathema“ Fachkräftesicherung.

Das dmpi-Projekt Fachkräftesicherung, das wir letztes Jahr mit fünf Pilotunternehmen aufgesetzt haben (Seite 6), trägt bereits Früchte – wir haben Tools, Trainings und Services entwickelt, von denen nun alle Mitgliedsunternehmen profitieren können. Angefangen bei den umfangreichen exklusiven Leitfäden (Seite 8) und dem dmpi-Bekanntheits-Check (Seite 9).

Neu sind zudem unsere Vorlagensets für eine wirkungsvolle Kommunikation zu unseren Ausbildungsberufen (Seite 10).

Mehr gefällig? Wir unterstützen Sie umfassend bei Ihrer Entwicklung einer attraktiven Arbeitgebermarke: Für mehr Bewerbungen auf Ihrem Schreibtisch!

Ihr

DR. ALEXANDER LÄGELER

Geschäftsführer

dmpi – Industrieverbände Druck und Medien,

Papier- und Kunststoffverarbeitung Baden-Württemberg

www.dmpi-bw.de



3
Management & Controlling
Nachhaltigkeitsbericht

4-5
BWfaces
Walcher & Rees

6-7
Bildung & Fachkräftesicherung
Bericht dmpi Projekt

8-9
Bildung & Fachkräftesicherung
Mehr Bewerbungen

10
Bildung & Fachkräftesicherung
Nachwuchsgewinnung

11
Bildung & Fachkräftesicherung
Maschinen- & Anlageführer/in

12
Seminare & Events
TOP 10 Seminare

13
Recht & Sozialpolitik
Info Arbeitsrecht

14-15
Wir in BW
Geburtstage, etc.

16
Mein dmpi
5 Fragen

Wie gefällt Ihnen Ihr dmpi-Magazin
„BW update“?
Über Ihr Feedback freuen wir uns.



MELANIE ERLEWEIN
Referentin Öffentlichkeitsarbeit
Telefon 0711 45044-50
m.erlewein@dmpi-bw.de



dmpi Nachwuchsgewinnung
Baukasten auf Seite 10.



BWfaces: Walcher & Rees auf Seite 4-5.



Info Arbeitsrecht: Noch keine gesetzliche
Grundlage für mobile Arbeit auf Seite 13.



dmpi Projekt Fachkräftesicherung: Das sagen die Piloten auf Seite 6-7.

NACHHALTIGKEITSBERICHT

Info Berichtspflicht

CSRD: Ist das wichtig?

Auswirkung auf Geschäftsberichte ab 2023

Im Frühjahr 2021 wurde von der EU-Kommission ein Entwurf für eine neue Richtlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen vorgelegt: Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). Diese ist ein zentrales Element in einer Reihe von Gesetzgebungen auf EU-Ebene, die darauf abzielen, die Transparenz im Bereich der Nachhaltigkeit erheblich zu erhöhen. Sie löst die Non-Financial Reporting Directive (NFRD) ab. Die CSR-Richtlinie soll im Juni 2022 finalisiert und ab 1.1.2024 für die Geschäftsjahre ab 2023 angewandt werden.

Als Teil der Geschäftsberichtserstattung wird der Nachhaltigkeitsbericht prüfpflichtig. Der Prüfstandard soll sukzessiv von begrenzter Sicherheit (limited assurance) auf hinreichende Sicherheit (reasonable assurance) erhöht werden.

Neben retrospektiven werden nun auch zukunftsgerichtete sowie quantitative und qualitative Informationen gefordert.

Folgende Themen könnten im Bericht relevant werden:

- › Nachhaltigkeitsziele des Unternehmens, sowie Fortschritte, die es im Hinblick auf die Erreichung dieser Ziele erreicht hat
- › Rolle der Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorgane im Zusammenhang mit Nachhaltigkeitsaspekten
- › Nachhaltigkeitspolitik des Unternehmens
- › Wichtigste tatsächliche oder potenzielle negative Auswirkungen, die aus der unternehmenseigenen Geschäftstätigkeit, der Produkte und Dienstleistungen, der Geschäftsbeziehungen sowie der Lieferketten resultieren, sowie die entsprechenden Maßnahmen zur Verhinderung bzw. Behebung
- › Wichtigste Risiken, denen das Unternehmen im Zusammenhang mit Nachhaltigkeitsaspekten ausgesetzt ist

Gegenüber der NFRD wird die Berichtspflicht der CSRD ausgeweitet. Sie umfasst alle großen Unternehmen bei denen zwei der drei Merkmale zutreffend sind: Bilanzsumme mind. 20 Mio €, Nettoumsätze mind. 40 Mio € und durchschn. Zahl Beschäftigte mind. 250, zudem alle an der Börse gelisteten Unternehmen, außer Kleinunternehmen. Statt 550 werden jetzt 15.000 Unternehmen in Deutschland betroffen sein.

Doch nicht nur die unmittelbar betroffenen Unternehmen müssen sich mit den neuen Anforderungen beschäftigen, es ist zu vermuten, dass auch kleinere Unternehmen von ihren Kunden und Kapitalgebern zukünftig darauf angesprochen und um Auskünfte zu den Themen gebeten werden.

Fragen zur „grünen“ Druckerei?

Als Mitglied kostenfrei beraten lassen:



GERALD WALTHER

printXmedia Süd GmbH,
die Beratungsgesellschaft
der Verbände Druck und Medien
Telefon 0170 5409302
g.walther@pxm-sued.de



Automatisch vorankommen

CHRISTOPH METZDORF & PETER FRANK

Kaufmännische und technische Leitung, Prokura
Ferdinand Walcher & C. F. Rees GmbH



*Wir schaffen moderne, gut bezahlte
und gesunde Arbeitsplätze.*



dmpi **BWfaces**
Mitglieder im Portrait

Heidenheim an der Brenz. In den Hallen der Druckerei Walcher & Rees werden riesige Mengen bewegt. 16 Milliarden Etiketten jährlich, was etwa der fünffachen Fläche des Frankfurter Flughafens entspricht. Dafür werden 40.000 Druckplatten und 11.000 Tonnen Druckbögen verbraucht. Automatisierung ist ein großes Thema. Hier vertraut man bei Produktion und Software auf Roboter und Inhouse-Lösungen.

Fachkräftemangel

Die Umzäunung des Firmengeländes nutzt Walcher & Rees für freundliche Kontaktaufnahme. „Wir suchen dich ...“ heißt es auf kaum zu übersehenden Plakaten entlang der Straße. Personal ist umkämpft am Standort in Heidenheim an der Brenz, nicht weit von Aalen und Ulm entfernt. „Wir sind zwar in einer ländlichen Region angesiedelt, aber hier haben sich etliche namhafte Unternehmen niedergelassen“, sagt Peter Frank, Prokurist und Technischer Leiter, mit Verweis auf Firmen wie Amazon, Bosch, Voith, Zeiss. Hinzu kommt, dass Großbetriebe aus der Industrie oft mit höheren Gehältern locken. Obwohl man bei Walcher & Rees gut verdiene, „wird es für uns dann schwierig, im Wettbewerb mitzuhalten“.

Saisongeschäft

Die Druckerei mit derzeit rund 170 Mitarbeitern hat die Folgen der Corona-Krise ordentlich gemeistert. Nach Ausbruch der Pandemie verflog die anfängliche Ungewissheit bald, weil sich Sondereffekte einstellten: Bierbrauereien zum Beispiel, die zum Kundenstamm von Walcher & Rees zählen, stellten von Fass- auf Flaschenbier um und benötigten deshalb deutlich mehr Etiketten.

Normalerweise läuft das Geschäft in anderen Zyklen. „Mit vielen Kunden haben wir Jahreskontrakte geschlossen. Dadurch ist rund die Hälfte unseres Geschäfts in der Regel planbar, aber ein wesentlicher Teil ist vom Wetter abhängig“, berichtet Christoph Metzdorf, ebenfalls Prokurist und zuständig für die kaufmännische Seite. Vom Wetter? Der Spezialist für Etiketten und Banderolen beliefert zahlreiche Unternehmen der Lebensmittel- und Getränkeindustrie. Da wird nicht auf Vorrat bestellt, sondern dann, wenn's gebraucht wird. Und je nach Witterung schwankt die Nachfrage nach Bier, Mineralwasser, Schokolade.

Firmenverbund

Rund 200 relevante Kunden zählt Walcher & Rees, wobei kein einzelner Auftraggeber mehr als 10 Prozent zum Umsatz beisteuert. „Das ist ein gesunder Mix, auch weil wir dadurch größere Abhängigkeiten vermeiden“, führt Metzdorf aus. Seit 2016 gehört Walcher & Rees zur Brinkhege-Gruppe, unter deren Dach weitere Etikettendrucker wie Engelhardt in Nördlingen, Töpfer in Kulmbach, Goelz-Druck in Mengen und Sauter Druck in Leutkirch beheimatet sind. „Durch den Verbund können wir Schwankungen flexibler untereinander ausgleichen“, erläutert Metzdorf.

Automatisierung

Weit vorne ist das 1849 gegründete Unternehmen in Sachen Automatisierung. „Wir sind weltweit die vielleicht modernste Druckerei für Nassleimetiketten“, sagt Frank. Rund zehn Millionen Euro wurden in den vergangenen fünf Jahre überwiegend in die Weiterverarbeitung investiert. Hier sieht der Technikchef hohes Potenzial, um Abläufe weiter zu automatisieren.

Was Arbeitskräfte oft noch händisch verrichten, soll bald durch den Kollegen Roboter erledigt werden. Dass dadurch Personalkapazitäten frei werden, daraus machen die Prokuristen kein Geheimnis: „Wir können uns vorstellen durch zusätzliche Investitionen die Produktionskapazität weiter auszubauen und eventuelle Fluktuation des Personals nicht durch weitere Einstellungen auszugleichen“, erklärt Metzdorf. **Fünf Roboter sind derzeit im Einsatz, den Anfang machte der 2017 eingeführte Packroboter.** Wo früher zwei Personen pro Schicht arbeiteten, reicht heute eine. Unterm Strich gehe es aber nicht nur darum zu sparen, sondern „moderne, gut bezahlte und gesündere Arbeitsplätze zu schaffen“, macht Frank deutlich.

Automatisierung findet bei Walcher & Rees nicht nur in der Produktion statt, sondern zieht sich durch das gesamte Unternehmen. „Das ist ein ständiger Prozess, mit dem wir vor etwa 15 Jahren begonnen haben“, sagt der Technische Leiter. Kern des Ganzen ist das ERP-System, worüber sämtliche Ressourcen geplant und gesteuert werden. „Wir haben das alles selbst entwickelt und die Zahl unserer Programmierer auf inzwischen fünf ausgebaut“, erläutert Peter Frank mit hörbarem Stolz in der Stimme. Eine absolut richtige und wirtschaftlich sinnvolle Entscheidung, denn „so kommen wir schnell und bedarfsgerecht zu Lösungen“. **Mit Software aus eigener Herstellung will Walcher & Rees auch Vertrieb und Kundenbindung unterstützen.** „Zukünftig sollen externe Aufträge automatisiert über unseren Webshop eingehen.“, erläutert Metzdorf.



FACHKRÄFTESICHERUNG

Bericht dmpi Projekt

Mehr Bewerbungen auf Ihrem Schreibtisch

Fachkräftesicherung und Nachwuchsgewinnung für Unternehmen

Fünf Mitgliedsunternehmen von dmpi erprobten im zweiten Halbjahr 2021 neue Maßnahmen und Instrumente zur Gewinnung von Auszubildenden und Fachkräften. Das Ergebnis des mehrmonatigen dmpi-Projekts: Alle Unternehmen konnten ihre Sichtbarkeit bei der gewünschten Zielgruppe deutlich erhöhen. Einzelne Unternehmen erhielten abhängig von der eingesetzten Technik auf ihrer Karriere-Seite bis zu 50 % mehr Bewerbungen. Tendenz steigend.

Start der Reise: Google

Sichtbarkeit bei der gewünschten Bewerber-Zielgruppe ist der erste Schritt zu mehr Bewerbungen. Jobsuchende erhalten über „Google for Jobs“ direkten Zugang zu regionalen Stellenangeboten – ohne Umwege über Jobportale. Deshalb beginnt die Suche immer häufiger direkt bei Google.

Schritt 1: dmpi Bekanntheits-Check

Zuerst die Analyse: Anhand des dmpi-Bekanntheits-Check konnten die Pilotunternehmen Klarheit gewinnen: nach welchen Suchmustern vergleichbare Stellenangebote in der Region gesucht werden

- › wo das eigene Angebot im Wettbewerb steht und
- › welche konkreten technischen und inhaltlichen Maßnahmen zu einer besseren Position verhelfen können.



www.dmpi-bw.de/bekanntheits-check

Und das sagen die Piloten



Sven Schneller, Geschäftsführer
HERMA GmbH, Filderstadt
www.herma.de

„Das Highlight: Welchen spannenden Weg wir als Verbandsgemeinschaft gegangen sind und was wir alles gemeinsam erreicht haben. Zu Beginn haben wir über Einschätzungen diskutiert, heute machen wir Optimierungen für Google und können unsere Sichtbarkeit bei der Zielgruppe genau steuern. Das Projekt war eine echte Hilfe und wir werden weiter mitmachen!“



Oliver Machhold, Geschäftsführer
Wahl-Druck Mediengruppe, Aalen
www.wahl-druck.de

„Wir hatten im Jahr zuvor einen 5-stelligen Betrag in Stellenanzeigen investiert, die jedoch nichts gebracht haben. Unser größter Benefit sind die kennzahlengestützten Analysen und Auswertungen. Jetzt wissen wir genau, wo wir stehen und was passieren muss, um mehr Bewerbungen zu erhalten.“



Thomas Rose, Geschäftsführer
Anton Debatin GmbH, Bruchsal
www.debatin.de

„Zu Beginn war ich durchaus skeptisch. Nun bin ich positiv überrascht, wie gut sich unsere Sichtbarkeit verbessert hat. Wir haben den Ansatz ‚Optimierung unserer Karriere-Webseite‘ absolut schätzen gelernt und freuen uns über die bereits erreichten Meilensteine und Erfolge.“

Schritt 2: Sichtbarkeit erhöhen

Schritt zwei war die gezielte Erhöhung der Sichtbarkeit des jeweiligen Stellenangebots. Neben technischen Maßnahmen zur Verbesserung der Karriere-Seite wurden Google-Anzeigen geschaltet. Durch eine kontinuierliche Optimierung auf die regionalen Suchmuster und die jeweils verwendeten Suchbegriffe konnte die Sichtbarkeit deutlich gesteigert werden. Bereits nach einem Monat erzielten die Pilotunternehmen zwischen 150 und bis zu 600 mehr Besucher.

Schritt 3: Karriere-Seite optimieren

Mühsam gewonnene Interessenten sind schnell wieder weg, wenn das Stellenangebot technisch und inhaltlich nicht ihren Erwartungen entspricht. Bei den Pilotunternehmen war es jeweils ein individueller Mix von technischen und inhaltlichen Details, der zu Abbrüchen bei der Kandidaten-Reise (Candidate-Journey) führte. Das Ergebnis nach Beseitigung der Hindernisse: einzelne Unternehmen erhielten bis zu 50% mehr Bewerbungen. Tendenz steigend.

Schritt 4: Kontinuierlicher Verbesserungsprozess

Im Laufe des Projekts wurden immer genauere Daten über das Such- und Nutzungsverhalten der Interessenten gewonnen und für eine kontinuierliche Verbesserung des Stellenangebots genutzt. Besonders wertvoll erwies sich der moderierte Austausch und der Unternehmensvergleich: Lerngewinne wurden übernommen und Resultate beschleunigt. dmpi konnte als Verbandsplattform wesentliche Vorteile für die Mitgliedsunternehmen ausspielen.



Vera Kowitz, Prokuristin und Mitglied der Geschäftsleitung Novoplast-Verpackungen GmbH & Co. KG, Leutkirch
www.novoplast.de

„Wir haben sehr viel gelernt – namentlich, wie eine Karriereseite optimal aufgebaut werden kann insbesondere was die Sichtbarkeit betrifft. Die interessanten Auswertungen waren sehr hilfreich und für uns Neuland. Die investierte Zeit hat sich absolut gelohnt. Dieses Projekt kann ich nur weiterempfehlen. Wir bleiben dran.“



Jochen Eisemann, Geschäftsführer Blue Lane GmbH, Pforzheim (Mitglied der Stark-Gruppe)
www.stark-gruppe.de/bluelane

„Wir haben sehr von dem Projekt profitiert, weil uns auch inhaltlich sehr gut zugearbeitet wurde. Besonders durch das fokussierte Projektmanagement haben wir uns gut begleitet gefühlt. Wir freuen uns schon aufs Weitermachen im nächsten Jahr.“

Dank

Ganz herzlich möchten wir uns bei den Pilotunternehmen des dmpi-Projekts Fachkräftesicherung 2021 bedanken. Danke für Ihr Vertrauen, uns „unter die Haube“ blicken zu lassen, für Ihre Offenheit neue Maßnahmen zu erproben und die Bereitschaft, Ihre Learnings weiterzugeben.

MEHR BEWERBUNGEN

Info dmpi-Angebote

Tools, Trainings, Services

Fachkräftesicherung und Nachwuchsgewinnung für Unternehmen

Sie wünschen sich praxiserprobte Unterstützung bei der Fachkräftesicherung? dmpi bietet für Mitgliedsunternehmen und Interessierte ein sich ergänzendes und aufeinander aufbauendes Angebot von Tools, Trainings und Services.

Ihre dmpi Ansprechpartnerin:

Als Mitglied kostenfrei beraten lassen!



MELANIE ERLEWEIN

Referentin Bildung und Öffentlichkeitsarbeit
0711 45044-50
m.erlewein@dmpi-bw.de

Tools

(exklusiv nur für Mitglieder)

> dmpi-Leitfäden: Mehr Bewerbungen I–III

Praxiserprobtes Know-how aus dem dmpi Projekt Fachkräftesicherung 2021 nutzen! In den dmpi Leitfäden „Mehr Bewerbungen I–III“ finden Sie alle relevanten Infos.



Mehr Bewerbungen I

Stellenangebote sichtbar machen

www.dmpi-bw.de/mehr-bewerbungen-1



Mehr Bewerbungen II

Karriere-Seite optimieren

www.dmpi-bw.de/mehr-bewerbungen-2



Mehr Bewerbungen III

Social Media andocken

www.dmpi-bw.de/mehr-bewerbungen-3

> dmpi-Baukasten Nachwuchsgewinnung

Für die Ausbildungsberufe Packmitteltechnologie/in und Medientechnologie/in stellt dmpi flexibel anpassbare Vorlagen für die Bewerbung zur Verfügung. Die Motive können z. B. als Großflächenplakat oder digitale Anzeige eingesetzt werden. Individuelle Verwertung ausdrücklich gewünscht! Mehr dazu auf Seite 10.



Vorlagensets Nachwuchsgewinnung

www.dmpi-bw.de/

[baukasten-nachwuchsgewinnung](#)



Trainings

- › Mehr Bewerbungen:
Karriere-Seite optimieren

So kommen Sie als Arbeitgeber auf die Wunschliste guter Bewerber.

Do 7. April 2022, 9 – 16.30 Uhr

Weitere Termine im 2. Halbjahr 2022
430 € für Mitglieder | 650 € regulär

www.dmpi-bw.de/management-003

- › Mehr Bewerbungen:
Der „gute Ruf“

Sie wissen, wie Sie als guter Arbeitgeber in Ihrer Region erkannt werden.

Di 26. April 2022, 9 – 16.30 Uhr

Weitere Termine im 2. Halbjahr 2022
430 € für Mitglieder | 650 € regulär

www.dmpi-bw.de/management-018

- › Mehr Bewerbungen:
Azubis werden Influencer

So setzen Sie Auszubildende als Multiplikatoren für die Nachwuchsgewinnung ein.

Mi 22. – Fr 24. Juni 2022, 9 – 16.30 Uhr

Weitere Termine im 2. Halbjahr 2022
1.290 € Azubi Mitglied | 1.950 € Azubi regulär

www.dmpi-bw.de/azubis-001

Services

- › dmpi-Service Bekanntheits-Check

Mit dem dmpi Bekanntheits-Check finden Sie heraus:

- › wieviel aktiv Suchende es in Ihrer Region gibt
- › welche Suchmuster vorherrschen
- › wie hoch die Sichtbarkeit Ihres Stellenangebots ist und wie es bei vergleichbaren Wettbewerbern aussieht
- › welche Informationen zu Arbeitsinhalt und -umfeld erfolgversprechend sind
- › wie gut Ihr online sichtbarer „guter Ruf“ als Arbeitgeber ist und wie vergleichbare Wettbewerber abschneiden

Datengestützte Maßnahmen-Empfehlungen aus dem dmpi Bekanntheits-Check für mehr Bewerbungen bringen Sie im Arbeitgeber-Wettbewerb auf Augenhöhe und darüber hinaus.

650 € für Mitglieder | 975 € regulär

www.dmpi-bw.de/bekanntsheits-check

- › dmpi-Service Personalgewinnung

Lassen Sie Ihr Stellenangebot im regionalen Wettbewerb Suchmuster-optimiert sichtbar machen. Technische und inhaltliche Optimierung Ihrer Karriere-Seite beeinflusst Ihr Ranking bei Google und überzeugt Interessenten und „Beschützer“. Das Ergebnis: Klick- und Konvertierungsraten gehen hoch. Mehr Bewerbungen auf Ihrem Schreibtisch. Als dmpi-Mitglied profitieren Sie darüber hinaus von betriebsübergreifendem Karriere-Seiten-Controlling und damit einhergehender kontinuierlichen Verbesserung.

*Sprechen Sie mit Ihrer Ansprechpartnerin bei dmpi:
Melanie Erlewein*

WIRKUNGS- KOMMUNIKATION

Info dmpi-Angebot

Attraktive Ausbildungsberufe

dmpi-Baukasten Nachwuchsgewinnung

Für die Ausbildungsberufe **Packmitteltechnologie/in** und **Medientechnologie/in** stellt dmpi flexibel anpassbare Vorlagen zur Verfügung. Die Motive können z. B. als Großflächenplakat für die Außenwerbung in der Nähe von Schulen oder als digitale Anzeige auf dem unternehmenseigenen Social-Media-Kanal eingesetzt werden. **Individuelle Verwertung ausdrücklich erwünscht!**



Meist wissen Jugendliche noch nicht so genau, welchen Beruf sie später gern ausüben möchten. Was sie jedoch laut der Shell-Jugendstudie 2019 genau wissen: Sie möchten etwas bewirken.

Wirkung

Unternehmen auf Azubisuche sollten also eine möglichst gute Antwort geben können, was ein junger Mensch mit dieser Ausbildung bewirkt. Denn fürs erste geht es noch nicht darum, was ein Packmitteltechnologe oder eine Medientechnologin macht. Sondern darum, welchen Anteil am Nutzen er oder sie hat. Klingt abstrakt? Hier zwei Beispiele aus dem dmpi-Baukasten Nachwuchsgewinnung: Indem sie Verpackungen und Bücher herstellen, sorgen Packmitteltechnologe für leckere Lebensmittel und Medientechnologinnen für spannende

Unterhaltung. Klingt schon konkreter? Probieren Sie es gern mal aus.

Sicherheit

Diese Form der Wirkungskommunikation hat noch einen weiteren Vorteil. Ganz nebenbei und ohne Rechtfertigung wird erklärt, warum gerade dieses Berufsbild sicher ist und eine Zukunft hat. Besonders wichtig ist das für Eltern, die einen großen Einfluss auf die Berufswahl ihrer Kinder haben. Denn „Leckere Lebensmittel“ und „Spannende Unterhaltung“ sind grundlegende Bedürfnisse von uns allen. Es wird also auch zukünftig einen Bedarf an gut ausgebildeten Fachkräften geben, die diese Anforderungen mit passenden Produkten befriedigen können.

Call-to-Action

Ist das Interesse geweckt? Dann lautet der Call-to-Action: „Informier dich über eine Ausbildung bei uns“. Interessenten werden zur nächsten Station der Bewerber-Reise (Candidate-Journey) geleitet: das konkrete Ausbildungsplatzangebot auf der Webseite des Unternehmens.

Dort gibt es Infos, was ein Packmitteltechnologe oder eine Medientechnologin in diesem Unternehmen macht. Wer dort die Chefs und Kolleginnen sind. Wie hoch der Verdienst ist und welche weiteren Perspektiven es gibt. Und natürlich gibt es dort dann auch den nächsten Kontaktpunkt in der Kandidaten-Reise als Call-to-Action: „Bewirb dich bei uns“.



Jetzt Vorlagensets herunterladen:
[www.dmpi-bw.de/
baukasten-nachwuchsgewinnung](http://www.dmpi-bw.de/baukasten-nachwuchsgewinnung)

MASCHINEN- UND ANLAGENFÜHRER/IN

Für Druckweiter- und Papierverarbeitung

2-jährige Berufsausbildung

Einsatzgebiete in der Produktion

Maschinen- und Anlagenführer/innen (MAF) kommen zunehmend häufiger auch in der Druckweiter- und Papierverarbeitung zum Einsatz. Sie sorgen für den reibungsfrei laufenden Produktionsprozess. Schwerpunkt ist die Bedienung und Steuerung der jeweiligen Maschinen und Produktionsanlagen sowie die laufende Qualitätskontrolle. Auch das Einrichten, Umrüsten und Warten kann – abhängig vom jeweiligen Arbeitsbereich – zu ihren Aufgaben gehören.



1:57 Min. MAF-Azubi Frederico erzählt über seine Ausbildung, Aufgaben und die Chancen.

www.dmpi-bw.de/video-maf

2-jährige Ausbildung mit Perspektive

Da sich nicht alle Ausbildungsinteressierten für eine 3-jährige Ausbildung entscheiden können oder wollen, nimmt die Attraktivität der 2-jährigen Alternative auch in Baden-Württemberg immer mehr zu. Waren es in 2018 und 2019 stabile 77 bzw. 78 neue Ausbildungsverträge zum/r Maschinen- und Anlagenführer/in (Schwerpunkt Druckweiter- und Papierverarbeitung) gab es im Corona-Jahr 2020, in dem die Ausbildungszahlen von Medientechnologen/innen und Packmitteltechnologien/innen deutlich zurückgegangen sind, sogar einen kleinen Anstieg auf 84.

Der 2-jährige Ausbildungsberuf bietet eine hervorragende Perspektive: Wer möchte, kann direkt im Anschluss oder zu einem späteren Zeitpunkt ein 3. Ausbildungsjahr anschließen und danach die Abschlussprüfung zum/r Medientechnologe/in Druckverarbeitung oder Packmitteltechnologe/in ablegen. Dieses Angebot gibt es in den beiden Berufsschulen „Schulzentrum Papiertechnik Gernsbach“ und „Johannes-Gutenberg-Schule Stuttgart“, die der Großteil der MAF-Azubis in Baden-Württemberg besucht.

www.papierzentrum.org/schule

www.jgs-stuttgart.de

dmpi unterstützt ausbildende Unternehmen mit Kursangeboten und Prüfungsvorbereitungen in der überbetrieblichen Ausbildung für Maschinen- und Anlagenführer/innen, Medientechnologen/innen und Packmitteltechnologien/innen.



Überbetriebliche Ausbildung 2022

www.dmpi-bw.de/ueba-2022-maf-mt-pmt

Fragen rund um die Aus- und Weiterbildung?

Als Mitglied kostenfrei beraten lassen!



MELANIE ERLEWEIN

Referentin Bildung und Öffentlichkeitsarbeit
0711 45044-50
m.erlewein@dmpi-bw.de

SEMINARE | TOP 10

Fragen zu den Seminaren?

Persönliche Beratung erhalten!



URSULA ZÖLLNER

Telefon 0711 45044-32

u.zoellner@dmpi-bw.de

** Durch das Förderprogramm „Fachkurse“ will das Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg finanzielle Anreize für eine verstärkte berufliche Qualifizierung schaffen und gewährt deshalb Zuschüsse von 25 % – 50 % aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds für Teilnehmer von Fachkursen.*

www.dmpi-bw.de/esf-fachkursfoerderung

- | | | | |
|-----------|---|--|---|
| 1 |  | Adobe InDesign CC Update
Auf den aktuellen Stand kommen
Do 10. März, 9 – 16.30 Uhr
www.dmpi-bw.de/publishing-008 | 320 € Mitglied 450 € regulär
abzügl. 25 % ESF-Förderung*
240 € Mitglied 337,50 € regulär |
| 2 |  | Adobe Photoshop Aufbau
Besser und schneller werden
Mo 28. März, 9 – 16.30 Uhr
www.dmpi-bw.de/publishing-013 | 320 € Mitglied 450 € regulär
abzügl. 25 % ESF-Förderung*
240 € Mitglied 337,50 € regulär |
| 3 |  | Führung
In Führung gehen
Mo 28. – Di 29. März, 9 – 17 Uhr
www.dmpi-bw.de/management-004 | 860 € Mitglied 1.300 € regulär
abzügl. 25 % ESF-Förderung*
645 € Mitglied 975 € regulär |
| 4 |  | Project Manager Publishing
Crossmediale Projekte konzipieren und steuern
Mo 28. März – Fr 1. April + Mo 9. – Fr 13. Mai
9 – 16.30 Uhr
www.dmpi-bw.de/project-manager-publishing | 4.800 € Mitglied 6.000 € regulär
abzügl. 25 % ESF-Förderung*
3.600 € Mitglied 4.500 € regulär |
| 5 |  | Vorbereitung Abschlussprüfung, Theorie
für Medientechnologen/innen Druck:
Technische Mathematik und Fachtechnologie
Mo 4. – Fr 8. April, 9 – 16.30 Uhr
www.dmpi-bw.de/azubis-008 | 1.600 € Azubi Mitglied 2.800 € Azubi regulär
abzügl. 50 % ESF-Förderung*
800 € Azubi Mitglied 1.400 € Azubi regulär |
| 6 |  | Vorbereitung Abschlussprüfung, Praxis
Mediengestalter/innen Print
(Gestaltung und Technik)
Mo 4. – Fr 8. April, 9 – 16.30 Uhr
www.dmpi-bw.de/azubis-005 | 1.600 € Azubi Mitglied 2.800 € Azubi regulär
abzügl. 50 % ESF-Förderung*
800 € Azubi Mitglied 1.400 € Azubi regulär |
| 7 |  | Vorbereitung Abschlussprüfung, Theorie
Mediengestalter/innen
Mo 4. – Fr 8. April, 9 – 16.30 Uhr
www.dmpi-bw.de/azubis-015 | 1.600 € Azubi Mitglied 2.800 € Azubi regulär
abzügl. 50 % ESF-Förderung*
800 € Azubi Mitglied 1.400 € Azubi regulär |
| 8 |  | Arbeitgeber-Attraktivität
Mehr Bewerbungen: Karriere-Seite optimieren
Do 7. April, 9 – 16.30 Uhr
www.dmpi-bw.de/management-003 | 430 € Mitglied 650 € regulär
abzügl. 25 % ESF-Förderung*
322,50 € Mitglied 487,50 € regulär |
| 9 |  | Papier, Karton, Pappe
Praxiskurs mit Laboreinheiten für Azubis
Mo 23. – Di 24. Mai, 8.30 – 16.30 Uhr
www.dmpi-bw.de/azubis-praxiskurs-papier | 860 € Mitglied 1.300 € regulär
abzügl. 50 % ESF-Förderung*
430 € Azubi Mitglied 650 € Azubi regulär |
| 10 |  | Azubigewinnung 2.0
Azubis werden Influencer
Mi 22. – Fr 24. Juni, 9 – 16.30 Uhr
www.dmpi-bw.de/azubis-001 | 1.290 € Azubi Mitglied 1.950 € Azubi regulär
abzügl. 50 % ESF-Förderung*
645 € Azubi Mitglied 975 € Azubi regulär |

RECHT: NÜTZLICH

Info Arbeitsrecht

Neue Arbeitsform: „Mobile Arbeit“

Noch keine gesetzliche Grundlage für mobile Arbeit

Die Digitalisierung der Arbeitswelt bringt neue Arbeitsformen hervor. Die rechtliche Einordnung dieser Flexibilisierung ist oftmals nicht eindeutig und wirft Fragen auf.

Zur Bewältigung der Pandemie setzen viele Arbeitgeber auf mobile Arbeit. Mit Laptop oder Tablet ausgestattet können Arbeitnehmer den Ort für die Erbringung frei wählen. Das ist der Unterschied zur Arbeit im Homeoffice, früher Telearbeit genannt, wo die Arbeit von zuhause aus erbracht wird. Um die Arbeit im Homeoffice zu ermöglichen, richtet der Arbeitgeber dem Arbeitnehmer in dessen Wohnung einen voll funktionsfähigen Arbeitsplatz ein.

Im Moment ist der Arbeitgeber noch nicht verpflichtet, den Arbeitnehmern mobile Arbeit zu ermöglichen. Eine solche Verpflichtung ergibt sich auch nicht aus dem IFSG. Der Arbeitgeber muss zwar mobile Arbeit anbieten, daraus ergibt sich jedoch für die Arbeitnehmer kein klagbarer Anspruch auf Ermöglichung mobiler Arbeit. Auch Betriebsräte haben kein Recht vom Arbeitgeber die Einführung von mobiler Arbeit zu fordern. Möchte der Arbeitgeber allerdings mobile Arbeit im Betrieb einführen, dann hat der Betriebsrat nach § 87 Abs. 1 Nr. 14 BetrVG ein Recht, bei der Ausgestaltung der mobilen Arbeit mitzuwirken.

Eine gesetzliche Grundlage für mobile Arbeit gibt es noch nicht. Man kann aber davon ausgehen, dass sich die neue Bundesregierung diesem Thema widmen wird.

Für eine Verpflichtung des Arbeitgebers zur Gestattung mobiler Arbeit wird oft der allgemeine Gleichbehandlungsgrundsatz herangezogen. Das funktioniert, sofern der Arbeitgeber einigen Mitarbeitern mobile Arbeit erlaubt, anderen dagegen nicht. Dem Arbeitgeber gelingt die Abwehr des Anspruchs damit, dass er für sein Handeln sachliche Gründe angibt. Nicht jeder Arbeitsplatz und auch nicht jeder Arbeitnehmer ist für mobile Arbeit geeignet. Die durch mobile Arbeit mögliche Flexibilisierung darf nicht dazu führen, dass Freizeit vor Arbeit kommt. Im Moment setzt das ArbZG hier Grenzen.

Beispiel: Nachtzeit im Sinne des ArbZG ist die Zeit zwischen 23 und 6 Uhr. Nachtarbeit ist jede Arbeit, die mehr als zwei Stunden der Nachtzeit umfasst. Für Nachtarbeit ist aber per Gesetz entweder bezahlte Freizeit fällig oder ein Zuschlag. Weiterhin gilt das gesetzliche Verbot der Sonn- und Feiertagsarbeit auch für mobile Arbeit.

Belastbare Auskunft aus dem Arbeitsrecht notwendig?

Als Mitglied sich schnell und kostenfrei beraten lassen:



**RECHTSASSESSOR
MARTIN STIER**

Telefon 0711 45044-23
m.stier@dmpi-bw.de



GEBURTSTAGE

70

Irmgard Abt
ABT Print und Medien GmbH
Weinheim

65

Siegfried Wieland
Kepnerdruck Druckerei + Verlag GmbH
Eppingen

60

Johannes Degen
Pressehaus Stuttgart Druck GmbH
Stuttgart

Volker Schwall
Schwall Medien GmbH
Rheinstetten

Uwe Aschenbroich
Innovation Aschenbroich
Stuttgart

Ulrike Klaus
Delight Design
Kommunikationsgesellschaft
Leonberg

50

Sven Tröster
Mauser + Tröster GbR Offsetdruckerei
Mössingen

Annette Nott
Infoflip Medien GmbH
Ulm

Wolfgang Veicht
Druck- und Medienzentrum
Weinstadt GmbH
Weinstadt

Markus Mauser
Mauser + Tröster GbR Offsetdruckerei
Mössingen

Herzlichen Glückwunsch!

KLIMAINITIAITVE

Klunker & Ewald
Crailsheim



*Klunker & Ewald ist Mitglied der Klimainitiative der Druck- und Medienverbände. Als Druckdienstleister qualitativ hochwertiger Produkte ist Klimaschutz und Nachhaltigkeit ein wesentlicher Bestandteil unseres Unternehmens und wird kontinuierlich weiterverfolgt. Aus diesem Grund haben wir uns nun entschlossen Mitglied der Klimainitiative der Druck- und Medienverbände zu werden. Bei der Urkundenübergabe; von links nach rechts: Heinz Klos, printXmedia Süd GmbH, Jörg Hildebrand Geschäftsführung, und Nils-Holger Ewald, Geschäftsführung.
www.klunker-ewald.de*

PSO-REZERTIFIZIERUNG/ BLAUER ENGEL

Wahl Druck Mediengruppe
Aalen



2021 freuten sich die Geschäftsleitung und die Mitarbeiter/innen der wd mediengruppe gleich mehrmals über Zertifizierungen. Einmal im Sommer über die Neuzertifizierung nach DIN EN ISO 9001:2015 und im Anschluss über die ProzessStandard Offsetdruck(PSO)-Rezertifizierung nach ISO 12647. Komplett machte es im Dezember die Mitteilung, dass Wahl Druck offiziell beim Blauen Engel gelistet ist. Das bekannte Umweltzeichen nach DIN EN ISO 14024 ist in der Trägerschaft des Bundesumweltministeriums und zertifiziert eingereichte Druckprodukte.
www.wahl-druck.de

PSO-ZERTIFIZIERUNG

Druckerei Schmidt
Renningen



Die Druckerei F&W Schmidt oHG, Renningen, belegt mit der erfolgreichen Zertifizierung nach ISO 12647 und dem ProzessStandard Offsetdruck die hohe Qualität ihrer Produktion. Geschäftsführer Martin Schmidt bei der Urkundenübergabe durch Heinz Klos, printXmedia Süd GmbH.
www.druckerei-schmidt.com

PSO-ZERTIFIZIERUNG

Werner Esslinger oHG Offsetdruck
Villingen-Schwenningen



Die Werner Esslinger oHG Offsetdruck freut sich, erneut die PSO Zertifizierung nach ISO 12647 erhalten zu haben. Das inhabergeführte Familienunternehmen mit zwei Produktionsstandorten in Villingen-Schwenningen realisiert Printprodukte im Offsetdruck sowie im Digitaldruck jeglichen Genres und ist geschätzter Spezialist in puncto Periodika, Packungsbeilagen, Bedienungsanleitungen, Broschüren und individuell personalisierter Printprodukte.
Urkundenübergabe am 24. November 2021.
Von links nach rechts: Steffen W. Esslinger, Geschäftsführung, Marco Blocher, Abteilungsleiter Druck und Heinz Klos, printXmedia Süd GmbH.
www.esslinger-druck.de

PSO-ZERTIFIZIERUNG

Druckzentrum Hohenlohe Ostalb
Crailsheim



Seit 2017 nimmt das DHO aus Crailsheim an der Prüfung nach ISO 12647 ProzessStandard-Offsetdruck teil und hat diese im November 2021 erneut erfolgreich und sehr souverän bestanden.
Bei der Urkundenübergaben: Heinz Klos/ printXmedia Süd GmbH (links), Ingo Rieger/ Rotationsleitung DHO Crailsheim (rechts). Die nachweisliche Überprüfung der Druckqualität hat im Druckzentrum Crailsheim höchsten Stellenwert und ist Garant für eine reibungslose und hochwertige Produktionsabwicklung.
www.dho-druckzentrum.de

MEIN DMPI

TOBIAS GRESS
Geschäftsführer
GRESS-DRUCK GMBH,
Fellbach

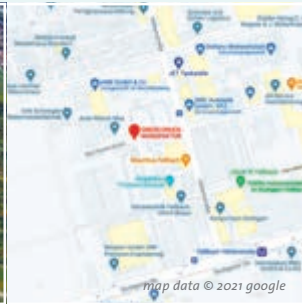
5 Fragen

Ihr liebster Ort im Ländle?

Der Kappelberg in Fellbach und Rotenberg in Stuttgart bietet wunderschöne Ausblicke und reicht bei gutem Wetter bis zur Schwäbischen Alb.



Lieblingsplatz von Tobias Gress



map data © 2021 google

Ihr schönstes Business-Erlebnis?

Unser Einzug in einen Neubau und anschließendem Fest mit Kunden und Lieferanten war ein gelungenes Event. Ebenso unser 50-jähriges Jubiläum, das wir feiern konnten.

Ihr wichtigstes Ziel im Geschäftsleben?

Eine offene und ehrliche Zusammenarbeit mit Kunden und Mitarbeitern sowie ein fairer Umgang mit Lieferanten.

Ihr größter Nutzen durch den Verband?

Aktuelle Informationen und professioneller Austausch in vielen Belangen rund um den Druckereialltag mit interessanten Vorträgen und natürlich der Austausch mit den Kollegen.

Ihre Perspektive für die Druckindustrie?

Seit einiger Zeit wird das Umfeld für Druckereien schwieriger. Jeder, der sich hier eine gewisse Nische geschaffen und die Digitalisierung nicht aus den Augen verliert, wird sicher weiter auf dem Markt gute Chancen haben.



Die Mitglieder im dmpi bieten sichere und attraktive Arbeitsplätze in Baden-Württemberg:
www.gress-druck.de



Industrieverbände Druck und Medien,
Papier- und Kunststoffverarbeitung
Baden-Württemberg

Besser gemeinsam stark!

Zeppelinstraße 39
73760 Ostfildern/Kemnat
T/F 0711 45044-0/-16

info@dmpi-bw.de
www.dmpi-bw.de



Impressum

„BWupdate“ ist die Regionalausgabe für Baden-Württemberg des Magazins „Nutzen“.

Anschrift: dmpi Baden-Württemberg
Zeppelinstraße 39, 73760 Ostfildern/Kemnat

Redaktion: Melanie Erlewein

Telefon: 0711.45044-50
m.erlewein@dmpi-bw.de

Copyright: Alle veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Ohne Genehmigung ist eine Verwertung strafbar.

Auflage: 1.000 Exemplare

Erscheinungsweise: vierteljährlich

Druck: Schleunungsdruck GmbH

Gestaltungswettbewerb DER DRUCK- UND MEDIENVERBÄNDE NUR FÜR AZUBIS! 2022

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

Die Aufgabe

Eine Business-Geburtskarte

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

Wir wünschen euch
viel Spaß und Erfolg
bei der Teilnahme!



Der Einsendeschluss

24. Juni 2022

Die Preisgelder

1. Platz 750 €

2. Platz 500 €

3. Platz 250 €

4. - 10. Platz Digitales Jahresabo der Page

Die Jury

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

Die Teilnahmebedingungen

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

Pro Teilnehmer darf nur ein Entwurf eingereicht werden.

Weitere Informationen

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

Endlich wieder Kollegen treffen!

Auf der FESPA Global Print Expo 2022 in Berlin

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

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

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

Fragen?
FESPA@bvdm-online.de



Die Druckindustrie produziert immer nachhaltiger

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

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

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

Mehr Informationen finden Sie unter:
klima-druck.de

FRAGEN?
NUTZEN@BVDM-ONLINE.DE

EINZIGARTIG IN DER DRUCK- UND MEDIENBRANCHE

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

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

DER PRAKTISCHE PRÄMIENRECHNER: www.druckerei-versicherungen.de

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

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

GAYEN & BERNS • HOMANN GMBH

VERSICHERUNGSMAKLER SEIT 1899

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

**Nah.
Nützlich.
Nachhaltig.**

Lokale Werbe- und
Informationspost

Lokaler Handel braucht lokale Werbepost.

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

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

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



Vertrauen ist die Grundvoraussetzung

Foto: alphaspirit.it - shutterstock.com

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

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

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

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

Veränderungen aktiv gestalten

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

Viele kleine Schritte zum Erfolg

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

Erfolge gemeinsam feiern

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



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



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

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



Bild: Bösmann Medien und Druck GmbH & Co. KG

Das Vertriebsteam von Bösmann Medien und Druck

Print Academy: Online lernen für alle

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

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

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

”

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

Fabian Roessing,
Werner Achilles GmbH & Co. KG

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



Seminare für höchste Ansprüche

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

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

WWW.PRINT-ACADEMY.DE

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

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

”

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

Andreas Wulf, Jungfer Druckerei und Verlag GmbH

Innovatives Preismodell

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

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

Neue Dimension der Weiterbildung

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

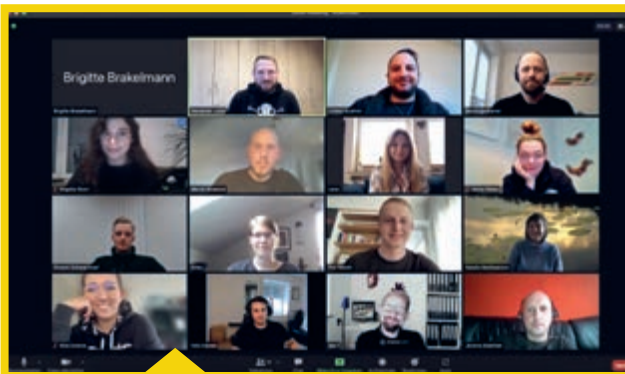
Das umfangreiche Seminarangebot sowie alles Wissenswerte zu den Preiskonditionen präsentiert die Print Academy unter www.print-academy.de. ▣

Ihr Ansprechpartner

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

Der nächste Karriereschritt

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



Prüfung geschafft!

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

19 angehende Medienfachwirte/-innen und Industriemeister/-innen

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



So macht das Lernen Spaß

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



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



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

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



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

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

Quecksilber- UV-Strahler ohne Alternative

Foto: Heraeus Noblelight GmbH

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

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

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

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

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

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

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

ONLINE PRINT SYMPOSIUM

2022

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

Start Up and Print Online!

Roland Keppler
CEO
Onlineprinters



KEYNOTE

Hanne Dinkel
Chief Customer Delivery Officer
Spread Group



Haeme Ulrich
Gründer und CEO
morntag GmbH



Ramon van Wingerden
CEO
Prindustry



Bernd Zipper
CEO
zipcon consulting GmbH



Thomas Vöcker
CEO
TOPP digital

Carles Farre
CEO
HP PageWide Industrial



KEYNOTE

Karim Bannour
Gründer
MarktPlatz1



Georg Hansbauer
Mitgründer und CEO
Testbirds



Andreas Otto
CEO
PosterXXL



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



Christian Weyer
Managing Director Technology
Zaikio GmbH

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

www.online-print-symposium.de

bvdm.
Bundesverband
Druck und Medien e.V.

zipcon
consulting



DEUTSCHER DRUCK- UND MEDIENTAG

30.6.-1.7.2022 · Leipzig

Jetzt anmelden:
ddmt22.de

vdm
mitteldeutschland

wmv
wissens werte vereint

bvdm.

cms
CUTTING | MILLING | SYSTEM

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

Give your business the right cut.

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

Jetzt Kontakt aufnehmen und weitere Infos anfordern.

Lasercomb GmbH

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

Finden bvdm und ver.di gemeinsam aus der Krise?

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

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

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

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

Angebot bvdm: 500 € steuerfrei

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



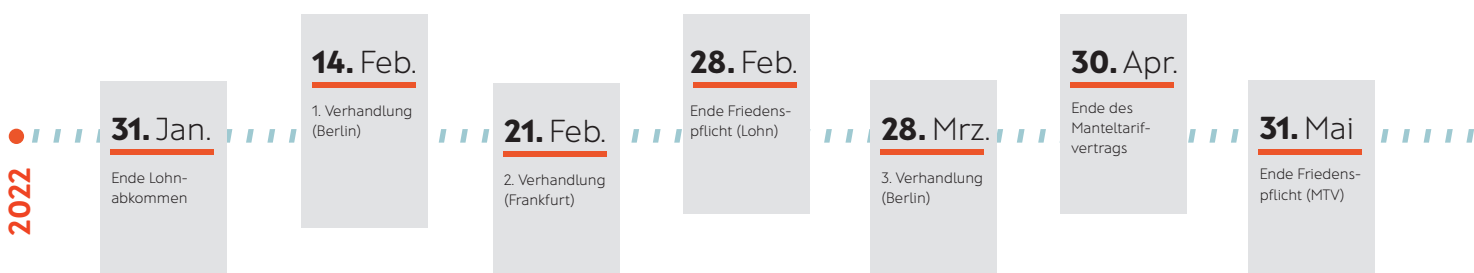
Im November 2021 wurde Dr. Klemens Berktold, Geschäftsführer der FUNKE Niedersachsen Druckzentrum GmbH zum neuen Vorsitzenden des Sozialpolitischen Ausschusses des bvdm gewählt.

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

...und was wird aus dem Mantel?

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

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



Jetzt besser aufstellen im Papiereinkauf!

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

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

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

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

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

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

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



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

Warum Benchmarking im Papiereinkauf so wichtig ist

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

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

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

Handlungsbedarf

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

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

Eine solche Standortbestimmung dient dem Erfolg im Papiereinkauf!

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

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

Ein ganzes Bündel an Pluspunkten

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

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

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

KONTAKT:

Ansprechpartner bei den Landesverbänden:

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

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

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

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

Ansprechpartner bei Paperconnect:

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

Das ist neu beim Verbraucherschutz

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

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

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



Änderungen bei Verbrauchsgüterkaufverträgen

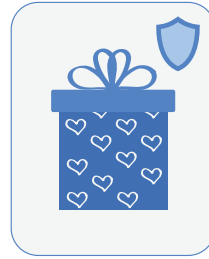
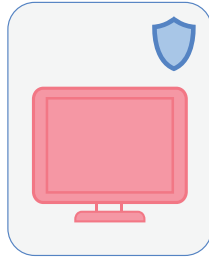
Daneben sind zahlreiche neue Regelungen für Verbrauchsgüterkaufverträge eingeführt worden. Hervorzuheben ist dabei insbesondere die Verlängerung der Dauer der Beweislastumkehr im Hinblick auf Mängel von sechs Monaten auf ein Jahr. Neue Sonderbestimmungen, insbesondere im Hinblick auf Aktualisierungspflichten,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

Verbraucherverträge über digitale Produkte

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

Vertragsverlängerungsklauseln in AGBs

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



Informationspflichten gegenüber Verbrauchern ändern sich Ende Mai

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

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

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

Kündigungsbutton wird ab dem 1. Juli zur Pflicht

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



Dr. Carmen Kulpe
Referentin Medien- und
Wirtschaftsrecht, bvdM

Grafik: limeart - shutterstock.com

TERMINE

2022 ◀

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

▶ 2023

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

▶ 2024

- 28.05.–07.06.2024
drupa, Düsseldorf





UNSERE
WELT.

EURE BÜHNE.

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



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

Höchste Effizienz zu erreichen war noch nie so einfach!

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



Feb 2022