

DAS MAGAZIN

# NUTZEN

DER DRUCK- UND MEDIENVERBÄNDE

## **DATEN – ÖL ODER PLUTONIUM?**

NEUE HERAUSFORDERUNGEN IM UMGANG MIT DATEN

Gut aufgestellt – auch für die neue Regierung

Die Druck- und Medienwirtschaft 2017

Der Freischwimmer

# Wirtschaftlicher Druck im Superwide-Format



## Acuity LED 3200R Sehr breit, sehr hochwertig.

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

Erfahren Sie mehr über dieses außergewöhnliche Drucksystem:

[www.powerofinkjet.com/acuity-led-3200R/](http://www.powerofinkjet.com/acuity-led-3200R/)

[grafische\\_systeme@fujifilm.de](mailto:grafische_systeme@fujifilm.de)

### Acuity LED 3200R auf einen Blick:

LED-UV-Härtungssystem mit niedrigem Energieverbrauch

Lebensechte Bilder und sensationelle Backlits

Fujifilm Uvijet LF-Tinten

Verwendung vielfältigster Bedruckstoffe, inklusive wärmeempfindlicher Materialien

Doppelrollendruck

Lichtbox für Backlit-Proofing

Schnelle Produktionsbereitschaft

Geringe Wartungskosten

**Acuity**LED 3200R

**FUJIFILM**  
Value from Innovation



# EDITORIAL



*Liebe Leserin, Lieber Leser,*

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

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

Heute, da nahezu alle Informations- und Kommunikationsprozesse von Bits und Bytes getrieben sind, ist auch die Druck- und Medienbranche eine Hochleistungsindustrie in Sachen IT. Und sie hat die Digitalisierung nicht nur mitgemacht, sondern auch vorangetrieben. Damit entstanden

neue Möglichkeiten der Kundenansprache, neue Formate in der Produktion, neue Geschäftsfelder, und es wurden Zielgruppen erschlossen, die bis vor zehn Jahren noch nichts mit Druck zu tun hatten. Das bietet Unternehmen enorme Chancen – ist aber auch mit Risiken verbunden. Noch weiß niemand wirklich, wohin die Reise geht, aber wir sind uns sicher, dass die Produkte der Druckindustrie auch in der neuen Informationsgesellschaft die Rolle spielen, die sie seit Gutenberg innehaben: verlässlich, authentisch, sinnlich, sympathisch und – wenn man möchte – unvergänglich.

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

Herzlichst, Ihre Geschäftsführer der  
Druck- und Medienverbände



# 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.**

# Daten – Öl oder Plutonium?

## TITELTHEMA: DATENSCHUTZ

### 10 – DATEN – ÖL ODER PLUTONIUM?

*Neue Herausforderungen im Umgang mit Daten*

### 12 – DATENSCHUTZ: VORBEUGEN IST BESSER ALS ZAHLEN

*Wie sich Druck- und Medienunternehmen jetzt auf die Datenschutz-Grundverordnung vorbereiten*

### 13 – DER DATENSCHUTZ SCHNELL-TEST

*Das leisten die Angebote der Verbände Druck und Medien*

### 14 – WENN NICHTS MEHR GEHT ...

*Cybersicherheit wird zum Wettbewerbsvorteil*



## 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@bvdvm-online.de](mailto:info@bvdvm-online.de)

VERANTWORTLICH: Bettina Knappe, Wolf Witte

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

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

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



Seite **16**

**03 — EDITORIAL**

*Herzlich willkommen zum dritten NUTZEN*

**06 — PRINT KOMMT AN**

*Wähler, Nutzer, Marktanteile*

**08 — DRUCK AUF BERLIN  
UND BRÜSSEL**

*Gut aufgestellt – auch für die neue Regierung*

**16 — DIE PROFIS**

*Der Freischwimmer*

Seite **25**



**18 — DER NUTZEN**

*Menschen mit Erlebnissen begeistern*

**21 — GEGEN DIE RENTENLÜCKE**

*Die Bedeutung einer zusätzlichen Altersvorsorge*

**22 — DIE FIRMA**

*Die erfolgreiche Neuausrichtung*



Seite **18**

**24 — TREFFPUNKT TECHNIK 2017**

*Der Impulsgeber für die Branche*

**26 — DIE DRUCK- UND  
MEDIENWIRTSCHAFT 2017**

**28 — UNTERWEGS MIT ...**

*Ein Tag im Leben eines Verbandsjuristen*

**30 — NÜTZLICH**

*Wissenswertes für die Betriebsführung*

**34 — KURZMELDUNGEN**

*Informationen aus den Verbänden*

**38 — VERANSTALTUNGSTERMINE**

*Bundesweite Verbandstermine + weitere branchenrelevante Events*

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

Schreiben Sie uns an [nutzen@bvdm-online.de](mailto:nutzen@bvdm-online.de)

Wir freuen uns auf Ihre Rückmeldungen!

# Print kommt an

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

## Zeitung

WERBUNG

**67%**

der Bevölkerung finden Werbung in der Zeitung wichtig.

**68%**

DER VERBRAUCHER

informieren sich vor dem Einkauf in der Zeitung.

## WERBESENDUNGEN

Die Händler geben im Durchschnitt

**28.600 €**

pro Jahr für adressierte postalische Werbesendungen aus.

Gesamt

**3,8 MILLIARDEN €**

2016 GAB ES

**72.820**

Neuerscheinungen auf dem Buchmarkt





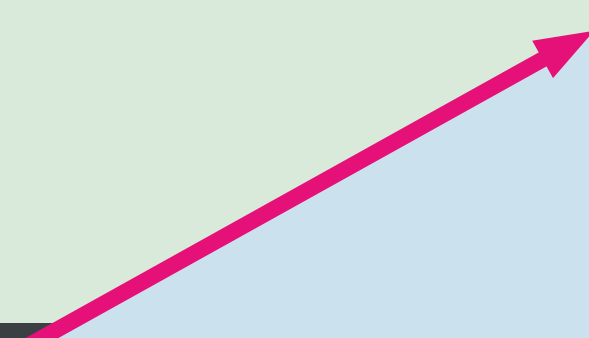
## COUPON

**18** MILLIARDEN

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

# 130.000 FIRMEN

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



## MEIN FOTOBUCH



### FOTOBÜCHER 2017

**9,0** MILLIONEN  
FOTOBÜCHER  
im Wert von  
**275 MIO €**

### FOTOBÜCHER 2015

**8,8** MILLIONEN  
FOTOBÜCHER  
im Wert von  
**247 MIO €**

**61%**  
lesen längere  
Lesestücke lieber  
auf Papier

**6%**  
bevorzugen den  
Bildschirm.

# Gut aufgestellt – auch für die neue Regierung

**S**chon in den vier Jahren der vergangenen Legislaturperiode hat sich der bvd in Berlin kontinuierlich und zu einer Vielzahl von Themen Gehör verschafft. Unmittelbar vor der Bundestagswahl wurden die Parteien zudem zu den wichtigsten Themen der Druck- und Medienindustrie befragt. Jetzt legen die Verbände Druck und Medien nach: Noch vor dem Arbeitsbeginn der neuen Bundesregierung haben die Verbände der deutschen Druck- und Medienwirtschaft ihre 14 Kernthemen an die Politik formuliert. Vom spür-

baren Bürokratieabbau über den Erhalt und Ausbau der Tarifautonomie bis hin zum Breitbandausbau werden alle Felder berücksichtigt, von denen die Verbände wissen, dass ihre Mitglieder dort Handlungsbedarf sehen.

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

Wofür wir  
stehen und  
wofür wir  
arbeiten

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



## Gut vernetzt – im Sinne unserer Unternehmen

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

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

”

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

Dr. Paul Albert Deimel



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





# Daten – Öl oder Plutonium?

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

FOTO: viperagg - fotolila.com

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

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

## Die Druckindustrie ist extrem datengetrieben

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



# Datenschutz: Vorbeugen ist besser als zahlen



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

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

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

## Datenschutz ist mehr als ein IT-Thema

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

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

### Die Checkliste Datenschutz hilft bei der Umsetzung

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

”

Wegducken funktioniert beim Datenschutz nicht. Wenn Justitia ihr Schwert erstmal schwingt, dann trifft sie auch.“

Dr. Paul Albert Deimel



## DER DATENSCHUTZ-SCHNELL-TEST

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

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

# Wenn nichts mehr geht ...

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

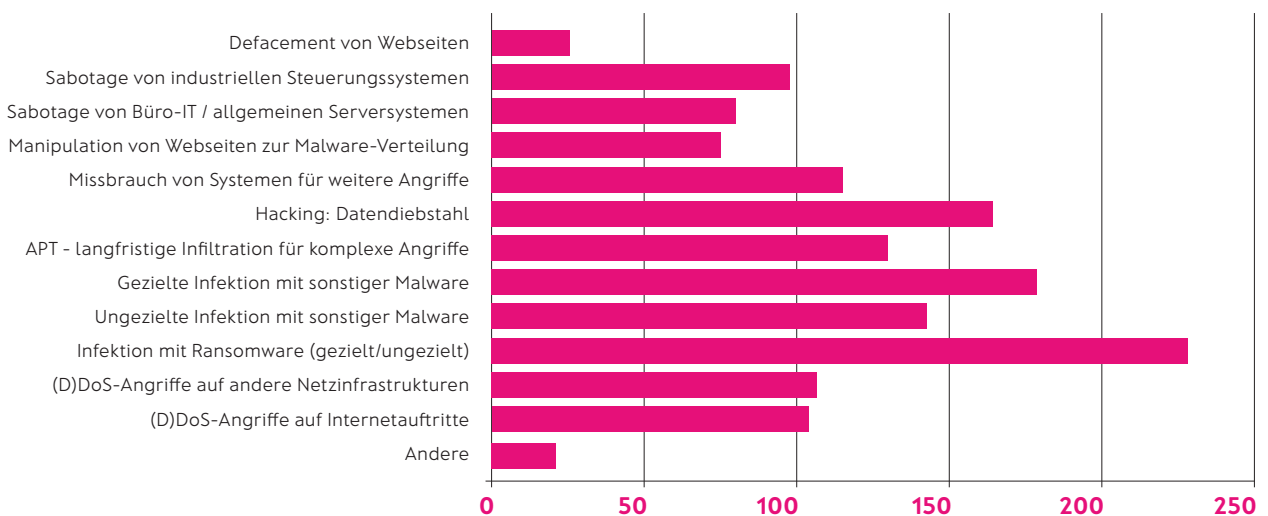
Wer einmal gesehen hat, wie sich Dokumente oder Kundendaten auf seinem Bildschirm in kryptische Zeichen verwandeln, der weiß, wie sich echte Panik anfühlt. Getoppt wird das noch, wenn wie von Geisterhand der Hinweis erscheint, dass nur eine Zahlung von mehreren tausend Euro – üblicherweise in der anonymen Digitalwährung Bitcoin – zur Entsperrung der verseuchten Daten führe ... und wenn nicht? Der blanke Horror. Eine Studie des Verbandes Bitkom belegte im Sommer 2017: Jedes zweite deutsche Unter-

nehmen wurde in den vergangenen zwei Jahren digital angegriffen, Tendenz steigend. Gestohlen wurden sensible digitale Daten (17 %), Kommunikationsdaten wie E-Mails (41 %), Finanzdaten (36 %), Kundendaten (17 %), Patente, oder Informationen aus Forschung und Entwicklung (11 %) und Mitarbeiterdaten (10 %). Und doch sind trotz dieser Zahlen bundesweit bislang nicht einmal die Hälfte aller Unternehmen auf Cyberangriffe vorbereitet.

## „Den Täter“ gibt es nicht

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

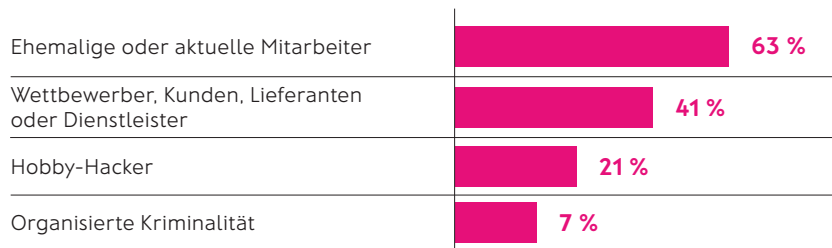
## CYBER-ANGRIFFE MIT DEM GRÖSSTEN BEDROHUNGSPOTENZIAL



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



## WAS SIND DIE HAUPTURSACHEN FÜR CYBERVORFÄLLE?



Quelle: Bitkom

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

### Sicherheit wird zum Wettbewerbsvorteil

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



Der Leitfaden des Bundesverbandes Druck und Medien bietet Empfehlungen und Checklisten für Betriebe. Erhältlich ist er unter [bvdm-online.de/cybersicherheit](http://bvdm-online.de/cybersicherheit)

# Der Freischwimmer

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

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

**Herr Heinrich, Sie machen einen entspannten Eindruck. Das war nicht immer so.**

Das stimmt und ich freue mich sehr über die Entwicklung, die das gesamte Mitarbeiterteam der Salzland Druck aktiv mitgestaltet hat.

”

Viele hoffen, dass es irgendwie besser wird, aber das nützt meistens nichts. Im Gegenteil.“

Christian Heinrich



**Sie sind seit 2006 in dem Unternehmen, zunächst erfolgreich im Vertrieb. 2010 haben Sie die Geschäftsführung übernommen. War da noch alles in Ordnung oder gab es bereits Anzeichen für wirtschaftliche Schwierigkeiten?**

Ziemlich in Ordnung war die Auftragslage, allerdings lag sie aufgrund der Wirtschaftskrise 2009 nicht auf dem Niveau, das wir geplant hatten. Nicht in Ordnung waren unsere finanziellen Verpflichtungen. Große Investitionen in Technik und die entsprechenden Verbindlichkeiten schnürten uns zunehmend die Luft zum Atmen ab.

**So eine beklemmende Situation kennen viele – und es gibt nicht „den“ Königsweg heraus, leider. Wie sind Sie vorgegangen?**

Nach mehreren vergeblichen Bemühungen, die Situation durch Verhandlungen signifikant zu verbessern, blieb uns leider nur der Weg, gemeinsam mit unserer Hausbank das Thema Insolvenz zu diskutieren. Also haben wir mögliche Szenarien durchgesprochen. Nach reiflicher Überlegung und unter Abwägung aller Optionen gab es nur ein umsetzbares Ergebnis: Insolvenz anmelden. Dies aber gut vorbereitet und

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

**Das ist eine sehr harte Entscheidung, die viele Unternehmer scheuen.**

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

**Was haben Sie sich von der Entscheidung erhofft?**

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

**Wenn ein Unternehmen Insolvenz anmeldet, bleibt das nicht lange geheim. Wie haben Ihre Mitarbeiter davon erfahren?**

Wir waren gut vorbereitet und sehr schnell. Direkt nach dem Amtsgerichtstermin sind der Sachwalter



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

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

**Kompliment. Und wie sind Sie mit Kunden und Lieferanten umgegangen?**

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

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

**KURZPROFIL**

**Christian Heinrich**  
Geb. 09.03.1973 in Magdeburg

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

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

**Hobbys:**  
Familie, Musik, Laufen & Fahrradfahren





# Menschen mit Erlebnissen begeistern

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

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

nis-Karten im Einzelhandel in Deutschland, Österreich und der Schweiz erhältlich.

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



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

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

Keine leichte Aufgabe für den Druckpartner, wie Jörg Schmalkoke, Kundenbetreuer bei der Wiesendanger Medien GmbH, zu berichten weiß: „Die Herausforderung ist die Koordination sämtlicher Bestandteile, die Erstellung des verbindlichen Terminplans und die Auslieferung auf den Punkt im Logistikzentrum von Jochen Schweizer. Die Produktion der Titel muss farblich über die Jahre immer konstant sein. Dazu kommt die ständige Weiterentwicklung mit integrierten Zusatzservices wie Sonderaktionen mit Rabattkarten in der Erlebnis-Box oder die Kartencodierungen.“ Die Produktion findet zwei Mal jährlich statt

”

Das haptische Produkt muss schon einen Vorgeschmack auf das Erlebnis bieten.“

Dennis Ulaamec



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



Die Geschenkbox: aufwendige Gestaltung für große Erlebnisse

und hat einen Umfang von rund 20 verschiedenen Titeln mit einer Gesamtauflage im niedrigen sechsstelligen Bereich. Seit sechs Jahren fertigt das Unternehmen die Erlebnis-Boxen aus einer Hand. Für Dennis Ulaamec ist die Druckerei ein wichtiger Partner: „Bei so einem hochwertigen Produkt ist gegenseitiges Vertrauen das A und O. Wir sind sicher nicht die einfachsten Kunden, wenn wir unsere Wünsche platzieren, denn wir haben einen sehr hohen Qualitätsanspruch und achten auch auf kleinste Details. Aber wir sind auch darauf angewiesen, dass uns unser Druckpartner dahingehend berät, was wir besser machen können. Unsere Erwartungen an Wiesendanger sind: top Qualität, maximale Kundenorientierung und aktives, lösungsorientiertes Handeln. Denn wir versuchen, immer einen Schritt weiterzudenken und erwarten das auch von unseren Partnern.“



CARE



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

PRE-PRESS  
PRESS  
POST-PRESS  
SERVICES

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



**Steuber**

Partner der  
Druck- und Medienindustrie



# Gegen die Rentenlücke

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

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

## Zukunft sichern mit starken Partnern

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

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

Der Zukunftsfonds setzt mit der „Direktversicherung“ auf das populärste Modell der betrieblichen Altersvorsorge. Wegen der großen Stückzahlen ist die Verwaltung besonders kostengünstig. Im Direktver-

**zukunftsfonds.**  
powered by HDI  
Medien · Druck · Papier

sicherungs-Rating 2017 des Instituts für Vorsorge und Finanzplanung haben jüngst zwei Tarife des Zukunftsfonds mit der Note "Sehr Gut" abgeschnitten. „Gemeinsam sind wir stark, das gilt auch für den Zukunftsfonds. Ich würde mich freuen, wenn in Zukunft noch mehr Unternehmen den Mitarbeitern diese Form der Altersvorsorge anbieten würden“, so Christoph Schleunung.

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

### Informationen zum Zukunftsfonds unter:

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

# Die erfolgreiche Neuausrichtung

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

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

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

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

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



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



”

Unsere Kompetenz soll keine Frage des Alters oder der Routine unserer Mitarbeiter sein. Was zählt, sind Leidenschaft und Können.“

Knut Winneckens

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

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

**Die Zukunftsgewandtheit und der Sinn für Qualität und Mitarbeiter** als größtes Kapital spiegeln sich auch in der Ausstattung des Arbeitsumfeldes: Der Neubau mit gleichmäßigem Tageslichteinfall auf Maschinen und Arbeitsplätze wird von den Mitarbeitern nicht nur als besonders angenehm empfunden – als Druckfachleute schätzen sie auch die exzellente Farbwiedergabe. Und weil auch in der dunklen Jahreszeit das Licht hell und augenfreundlich sein und beste Farbwiedergabetreue garantieren sollte, nahm Koopmann Druck bereits 2012 an einem Pilotprojekt von Philips Lighting teil und stattete die Produktionshalle komplett

mit LED-Beleuchtung aus. Das verbesserte nicht nur die Arbeitsbedingungen, sondern spielt auch beim Thema Nachhaltigkeit eine Rolle. „Umweltschutz und Energiemanagement beginnen für uns im eigenen Haus. Wir optimieren alle Prozesse seit Jahren nach den Anforderungen der Umweltmanagement-Norm ISO 14001, installierten zum Beispiel eine Photovoltaikanlage und machen uns jetzt fit für die ISO 50001.“ Auch beim Thema Datenschutz hat Koopmann die Weichen in Richtung Best Practice gestellt: „Unsere Verarbeitung personenbezogener Daten lassen wir regelmäßig auf die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben streng prüfen und zertifizieren. Mit den Prüfungsanforderungen verbinden wir unseren eigenen Anspruch an Transparenz und Machbarkeit. So kommen wir zu sehr guten Ergebnissen.“

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





# Treffpunkt Technik – Der Impulsgeber für die Branche

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

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

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



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



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



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



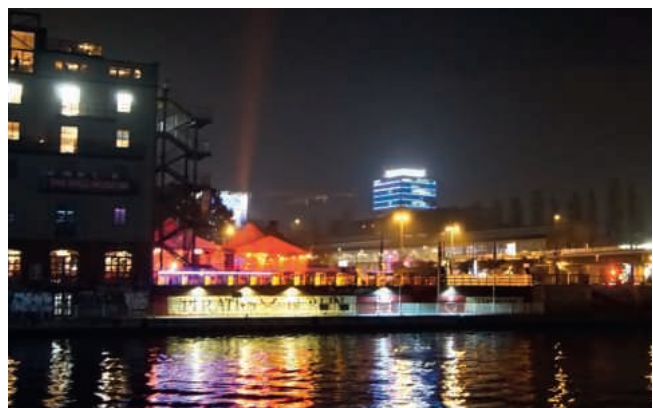
Robotik im Drucksaal? Yolandi präsentierte, was sie als Zeitarbeitskraft zu bieten hat.



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



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



FOTOS: Christian Plambeck / Bettina Knappe / Dieter Kleeborg

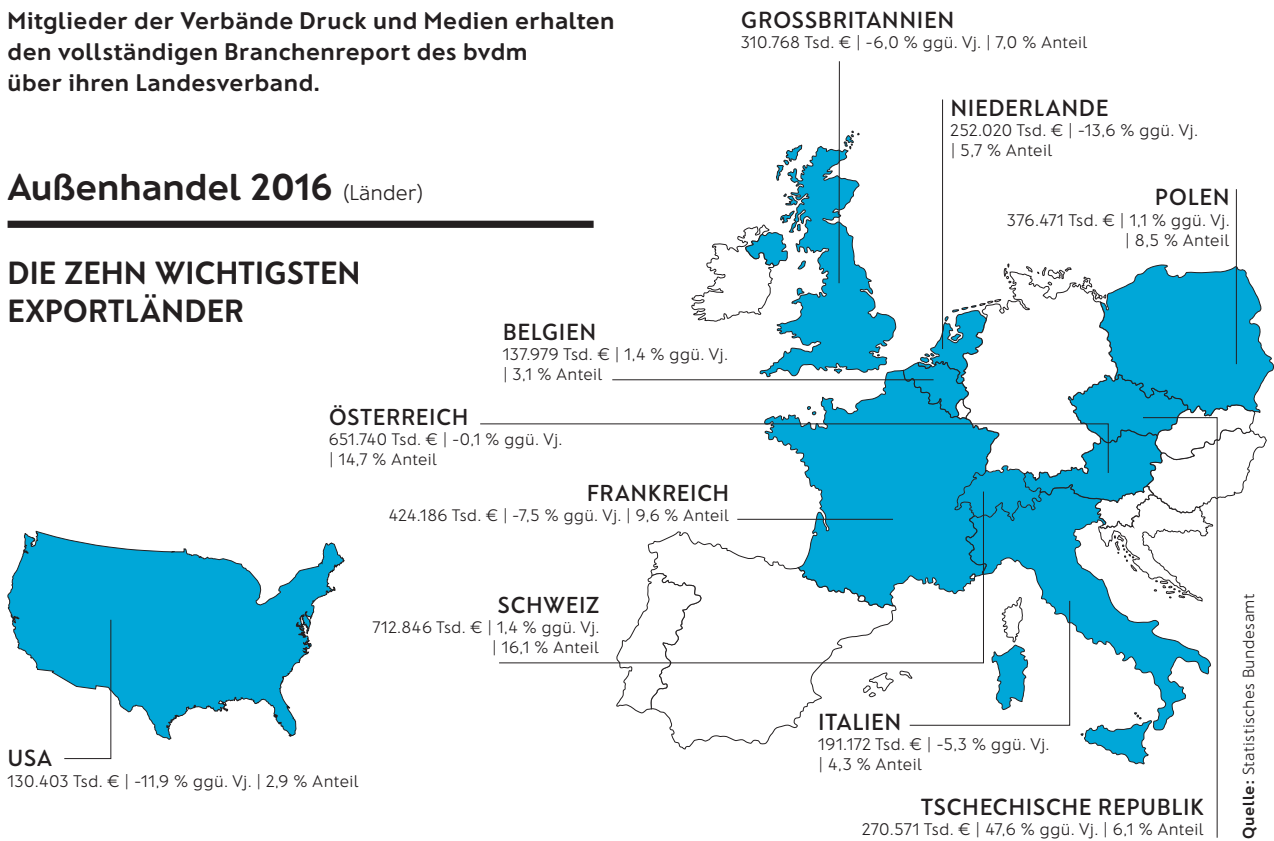
# DIE DRUCK- UND MEDIENWIRTSCHAFT 2017

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

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

## Außenhandel 2016 (Länder)

### DIE ZEHN WICHTIGSTEN EXPORTLÄNDER



## Aktuelle Betriebsstruktur (nach Sparten, Stichtag 31.12.2016)

BETRIEBE	SPARTEN	BESCHÄFTIGTE
215	Drucken von Zeitungen	9.007
6.040	Drucken sonstiger Erzeugnisse	100.160
1.452	Druck- und Mediovorstufe	18.616
550	Druckweiterverarbeitung	7.806

Quelle: Bundesagentur für Arbeit

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



# Zukunftsfonds – Die Branchenlösung, die Sicherheit mit Renditechancen kombiniert.

Die betriebliche Altersversorgung.



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

**Sie haben Fragen? Nehmen Sie jetzt Kontakt zu uns auf:**

**Andreas Schneider** | [andreas.schneider@hdi.de](mailto:andreas.schneider@hdi.de)

7010090117-201708



**zukunftsfonds.**  
Medien · Druck · Papier

[www.zukunftsfonds-medien-druck-papier.de](http://www.zukunftsfonds-medien-druck-papier.de)

**bvdm.**

**hpv**

**ver.di**

**HDI**

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

## EIN TAG IM LEBEN EINES VERBANDSJURISTEN

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



1

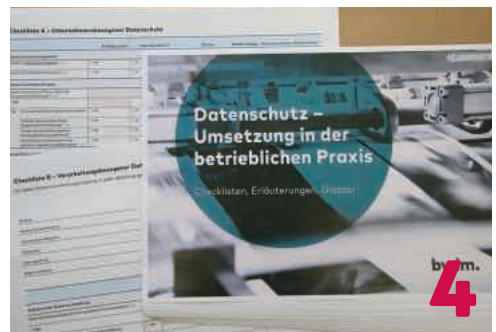
Berlin, Holzhauser Straße 177. Märkische Etiketten Gruppe. Einfach so kommt hier keiner rein. Selbst der Verbandsjurist Martin Maischak nicht. Denn Datenschutz fängt schon am Firmeneingang an. Für jeden.



2

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

3 Der Besucherpas signalisiert: Ich darf hier rein.

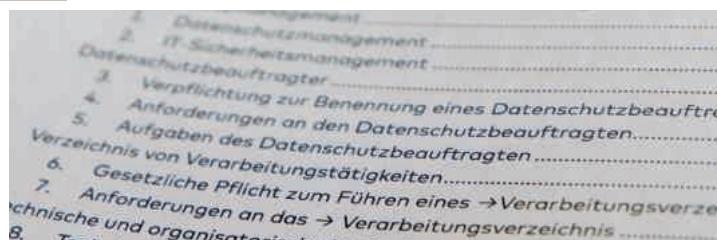


4

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

Schritt für Schritt helfen die Checklisten.

5





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

8



7



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

9

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

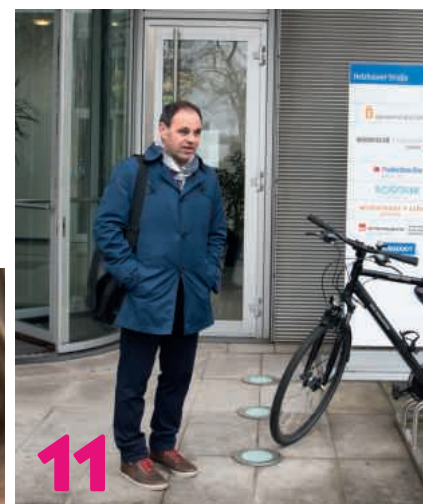


6



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

11



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

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

10







## ► Unternehmenserfolg durch systematische Personalentwicklung

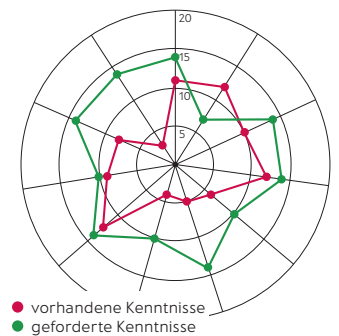
Erfolgreich sind Unternehmen, die ihre Mitarbeiter besonders gut kennen, ihr Know-how richtig einordnen und ihr Potenzial optimal ausschöpfen.

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

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

### MEHR INFORMATIONEN

bei den Landesverbänden Druck und Medien



## ► Arbeitsschutz leicht gemacht: Faltblätterset der BG ETEM hilft

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

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

### MEHR INFORMATIONEN

[bgetem.de](http://bgetem.de) (Webcode 12201321) oder [bvdm-online.de/bgetem-faltblaetter/](http://bvdm-online.de/bgetem-faltblaetter/)

**FRAGEN?**  
NUTZEN@BVDM-ONLINE.DE



## ALTERSGRENZEN DURCH BETRIEBSVEREINBARUNG

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

## Standardwerk zur Ausbildung neu erschienen

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



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



### Betriebsratsschulung nur bei betrieblichem Anlass

Arbeitgeber stehen regelmäßig vor der Frage, in welchem Umfang Betriebsratsmitglieder Anspruch auf Schulungen haben, um die für ihre Betriebsrats Tätigkeit notwendigen Kompetenzen zu erlangen oder zu vertiefen. Ein Anspruch auf Schulung nach § 37 Abs. 6 BetrVG besteht nur, wenn ein aktueller Anlass vorliegt, der erwarten lässt, dass die vermittelten Kenntnisse für gegenwärtige oder in naher Zukunft anstehende Aufgaben im

Betrieb erforderlich sind. Werden in einer Schulung erforderliche und nicht erforderliche Inhalte vermittelt, kann der Betriebsrat grundsätzlich nur den Besuch des erforderlichen Teils beanspruchen. Wird die Schulung nur als Ganzes angeboten, besteht ein Anspruch auf Teilnahme nach einem Urteil des Bundesarbeitsgerichts (BAG) vom 28.09.2016 (AZ: 7 AZR 699/14) dann, wenn die erforderlichen Themen mehr als 50% ausmachen.



## FRAGEN?

NUTZEN@BVDM-ONLINE.DE

### ► DID-Award für innovative Druckweiterverarbeitung

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

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



FOTOS: Christian Plambeck



# ddk Digitaldruck-Kongress Düsseldorf 2018

15. Februar 2018 · CCD Congress Center Düsseldorf

[www.ddk2018.de](http://www.ddk2018.de)

Veranstalter:

**Bundesverband Druck  
und Medien e.V.**

und seine Landesverbände

**bvdm.**

drupa



**ONLINE  
PRINT  
SYMPOSIUM**  
*München 2018*

**15.–16. März 2018**

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

[www.online-print-symposium.de](http://www.online-print-symposium.de)

**#OPS2018**

Leading the competition – Wachstumsstrategien im Onlineprint

# KURZ MEL DUN GEN

## Offsetdruck: aktuelle Entwicklungen und Trends

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



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

## Vertriebskongress 2017: Trauen Sie sich, anders zu sein!

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

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

## Gestochen scharf – Perfekt veredelt

### DIE KAMPAGNE ROLLT

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

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



**MEHR INFORMATIONEN:** [druckindustrie.de](http://druckindustrie.de) oder bei den Landesverbänden Druck und Medien



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

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

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

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

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

**Erstinformationen:**

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

**ANZEIGENSCHLUSS**

für die Ausgabe 1/2018

**16. FEBRUAR 2017**

**Aus einer guten Geschichte  
wird immer ein Buch.**



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

BUCHBINDEREI  TERBECK

# Perfekt veredelt

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

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

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

**www.druckindustrie.de**





KURZ  
MEL  
DUN  
GEN

## Shaping The Future of Print: Magazine Seminar 2018

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

**MEHR INFORMATIONEN:** [intergraf.eu](http://intergraf.eu)

## ▶ Neuer Tarifvertrag für Zeitarbeiter in der Druckindustrie

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

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

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

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

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

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

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



Theo Zintel



Frank Fischer



## Ihr Entsorgungsfachbetrieb ...der Partner an Ihrer Seite

• Akten • Altpapier • Folie

### ➤ Entsorger und Vertragspartner von

• Druckereien • Verlagen • Papier- und Pappenverarbeitern

### ➤ Entsorgung und Verwertung von

• allen gängigen Sorten Altpapier • Folien • Holz

### ➤ Aktenvernichtung nach BDSG

• Selbstanlieferung • Abholung in verschließbaren Behältern  
• Vernichtung mit Garantie-Erklärung

Buschortstraße 52-54 • 32107 Bad Salzuflen • Telefon (05221) 70347 • Telefax (05221) 75 99 68

[info@stuecke-gmbh.de](mailto:info@stuecke-gmbh.de) • [www.stuecke-gmbh.de](http://www.stuecke-gmbh.de)



ALTPAPIER

KUNSTSTOFFE

AKTENVERNICHTUNG

**STÜCKE**  
ROHSTOFF-RECYCLING GmbH

Tradition bindet -



E. Rahe-Rohling  
Univerität  
Buchbinderei

- seit 1864 im Familienbesitz

### • Klebebindung PUR

• Falzen bis Format  
76 x 112 cm

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

# Print macht mehr draus

Wir möchten, dass auch in Zukunft viel gedruckt wird.

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

Was Print noch alles kann, lesen Sie hier: [www.bvdm-online.de](http://www.bvdm-online.de)

**bvdm.**



### Entsorgung und Verwertung von:

• Altpapier • Druckerei-Abfällen • Folien • Restpartien

**Knol Papier Recycling**



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

[www.knolpapierrecycling.nl](http://www.knolpapierrecycling.nl)

[www.reisswolf.nl](http://www.reisswolf.nl)



# TERMINE

## 2018 ◀

- 24.-25.01.2018  
**EmPack 2018**, Dortmund
- 27.-30.01.2018  
**Paperworld**, Frankfurt am Main
- 15.02.2018  
**Digitaldruck Kongress**, Düsseldorf
- 15.-17.02.2018  
**WETEC 2018**, Stuttgart
- 21./22.02.2018  
**Inside 3D Printing**, Düsseldorf
- 28.02.-01.03.2018  
**Colour Management Symposium**, München
- 13.-15.03.2018  
**Lopec**, München
- 15.-16.03.2018  
**Online Print Symposium**, München
- 15.-18.03.2018  
**Leipziger Buchmesse**, Leipzig
- 11./12.04.2018  
**Label & Print**, Zürich
- 20./21.04.2018  
**Gemeinsame Jaherversammlung der vdm  
Mitteldeutschland und NordOst**, Neuruppin
- 15.-18.05.2018  
**FESPA 2018**, Berlin
- 25.05.2018  
**Jahreshauptversammlung vdm Rhein-  
land-Pfalz/Saarland**, Pirmasens
- 05.-07.06.2018  
**FabCon 3.D**, Erfurt

- 07.06.2018  
**Jahreshauptversammlung vdm Hessen**,  
Frankfurt am Main
- 07.-09.06.2018  
**Bayerischer Druck- und Medientag**, Passau
- 28./29.06.2018  
**Deutscher Druck- und Medientag 2018**,  
Stuttgart
- 27./28.09.2018  
**Treffpunkt Technik**, Berlin
- 10.-13.10.2018  
**Druck+Form**, Sinsheim
- 10.-14.10.2018  
**Frankfurter Buchmesse**, Frankfurt am Main
- 25.10.2018  
**Druck&Medien Awards 2018**, Berlin
- 07.11.2018  
**Vertriebskongress VDM Nord-West**, Düsseldorf

## ▶ 2019

- 25.02.-28.03.2019  
**Hunkeler Innovationdays 2019**, Luzern
- 21.-24.03.2019  
**Leipziger Buchmesse**, Leipzig
- 16.-20.10.2019  
**Frankfurter Buchmesse**, Frankfurt am Main

## ▶ 2020

- 23.06.-03.07.2020  
**drupa 2020**, Düsseldorf





# MACHEN SIE KOMMUNIKATION ZUM ERLEBNIS

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

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

Wir bei Canon nennen das:

**#UNLEASHPRINT**

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



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

**Canon**

---



Equipment

# Entdecken Sie das Unerwartete. Versafire.

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

➔ [heidelberg.com/Versafire](https://heidelberg.com/Versafire)

Jetzt gratis  
Druckmuster  
anfordern!

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



 **HEIDELBERG**

Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH  
Gutenbergring, 69168 Wiesloch, Deutschland  
Telefon 06222 8267456, [heidelberg.com](https://heidelberg.com)