

DAS MAGAZIN

NUTZEN

DER DRUCK- UND MEDIENVERBÄNDE

Wissen zum Blättern

Weitere Themen:

Neuer CO₂-Verpackungsdruckrechner

Krisen sicher bewältigen

Gestaltungswettbewerb:

Junge Nachwuchskräfte überzeugen





EIN BILD VON EINEM PAPIER

GARDAMATT ART

**BILDERDRUCKPAPIER –
HALBMATT GESTRICHEN**

Ein Bilderdruckpapier der exklusiven Art: samtige Haptik und eine elegante Oberfläche für hohen Druckglanz und brillante Farbwiedergabe. Prädestiniert für repräsentative Kommunikationsmittel wie Kataloge, Broschüren, Bildbände, Bücher, Kalender, Flyer und Geschäftsberichte.

**ERHÄLTlich VON
90 bis 400 g/qm**



Das Zeichen für
verantwortungsvolle
Waldwirtschaft

Ein Papier produziert von  **LECTA**

berberich-papier.de

Perfekt rübergebracht auf

**BERBERICH
PAPIER**

EDITORIAL



Bild: TSViPhoto – shutterstock.com



Wolfgang Poppen,
Präsident Bundesverband
Druck und Medien

Liebe Leserin, Lieber Leser,

in einer Welt, in der wir täglich digital überflutet werden, erlebt Print momentan eine bemerkenswerte Renaissance. Immer mehr – vor allem junge – Menschen und auch Unternehmen erkennen: Nichts wirkt so stark wie etwas zum Anfassen – und Print bietet genau das.

Aktuelle Studien belegen, was Drucker immer wussten: Print bietet greifbare Aufmerksamkeit, emotionale Wirkung und nachhaltige Aktivierung – sowohl im E-Commerce als auch bei jungen Zielgruppen. Wer heute Wirkung erzielen möchte, sollte Print strategisch einsetzen. Print-Mailings sorgen laut CMC-Studie der Deutschen Post für umfangreichere Warenkörbe. So geben Bestandskunden, die ein Print-Mailing erhalten, laut Studie bei ihrer Bestellung durchschnittlich 13 Prozent mehr aus als bei ihrer vorherigen Bestellung. Die Studie zeigt außerdem, dass Print nicht kurzfristig wirkt, sondern lange präsent ist. 47 Prozent der durch Print-Mailings ausgelösten Bestellungen erfolgen erst nach fünf oder mehr Wochen. Auch für die Jüngsten ist Print kein Oldtimer, wie der kürzlich erschienene Kids-Medien-Kompass 2025 (KMK) belegt. Print bleibt trotz steigender Nutzung von digitalen Endgeräten ein fester

Bestandteil im Medienmix der Altersgruppe der 4- bis 13-Jährigen. 63 Prozent von ihnen lesen mindestens einmal pro Woche Zeitschriften oder Bücher. Selbst Tech-Unternehmen setzen auf Print: Microsoft lancierte 2025 erstmals sein eigenes Print-Magazin „Signal“ – sorgfältig gestaltet, inhaltlich reichhaltig, ohne generative KI im Content. Laut Konzernangaben soll das Magazin inspirieren und dauerhaft sein.

Ob als Sammelobjekt, Unternehmensmagazin oder Werbemittel – gedruckte Formate haben ihren festen Platz im medialen Kosmos von 2025 zurückerobert. Auch in der Bildung haben gedruckte Erzeugnisse einen hohen Stellenwert, wie wir in dieser Ausgabe ausführlich berichten.

Ich wünsche Ihnen eine angenehme Lektüre.

Ihr Wolfgang Poppen



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: BÜCHER

► 03 — EDITORIAL

Herzlich willkommen zum neuen NUTZEN

06 — PRINT KOMMT AN

Käufer, Nutzer, Leser

08 — WISSEN ZUM BLÄTTERN

- » Die Entstehung des Buch-Bürgers
- » Gedruckte Geschichte
- » Frühkindliche Bildung durch Bücher
- » Das Buch macht Schule
- » Digitale Schule – (k)ein Erfolgsmodell
- » Druck lernt nicht aus
- » Berufliche Bildung auf Papier
- » Das gedruckte Buch bleibt Wissensträger

IMPRESSUM

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

VERANTWORTLICH: Silke Leicht-Sobbe

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

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

DRUCK: Schleunungdruck GmbH

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

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

ANZEIGEN: Bundesverband Druck und Medien e. V.

14 – WIRTSCHAFT

Konsolidierungsdruck bleibt bestehen

16 – DER NUTZEN

Von der Druckerei zum Ausbildungs-
experten

18 – DRUCK AUF BERLIN UND BRÜSSEL

EUDR: Druck auf EU-Kommission wächst

20 – KURZMELDUNGEN

- » Umfrage zur Ausbildungs- und
Fachkräftesituation
- » BVDM-Branchenbericht 2025
- » Datenaustauschformat EUDR-X
- » Digitale Unterstützung für Aus-
bilder*innen

22 – NACHHALTIGKEIT

Klimaschutz für Verpackungsdrucker ist
jetzt messbar

24 – DIE PROFIS

Im Schulterschluss mit Tradition
und Aufbruch



Seite

30



Seite

16

26 – VDM BERATUNG

Auf Erfolgskurs bleiben und Krisen
sicher bewältigen

28 – DIE FIRMA

„Wir bilden voraus.“

30 – GESTALTUNGSWETTBEWERB

Junge Nachwuchskräfte überzeugen!

33 – BILDUNG

Prüfungen als Qualitätsgarantie für
die Berufsbildung

34 – PRINT ACADEMY

Die Zukunft spricht KI – und die
Druckbranche hört genau hin

36 – RECHT

Digitaler Produktpass und mehr: Eine
Chance für die Druckindustrie?

38 – TERMINE

Regionale, nationale und inter-
nationale Branchenveranstaltungen

Wir hoffen, dass Ihnen
die dreiunddreißigste
Ausgabe des Magazins
der Druck- und Medien-
verbände 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!



Mehr Informationen zur Berechnungsmethodik, zur
Kompensation und dem gewählten Goldstandard-
Klimaschutzprojekt finden Sie unter klima-druck.de/ID.

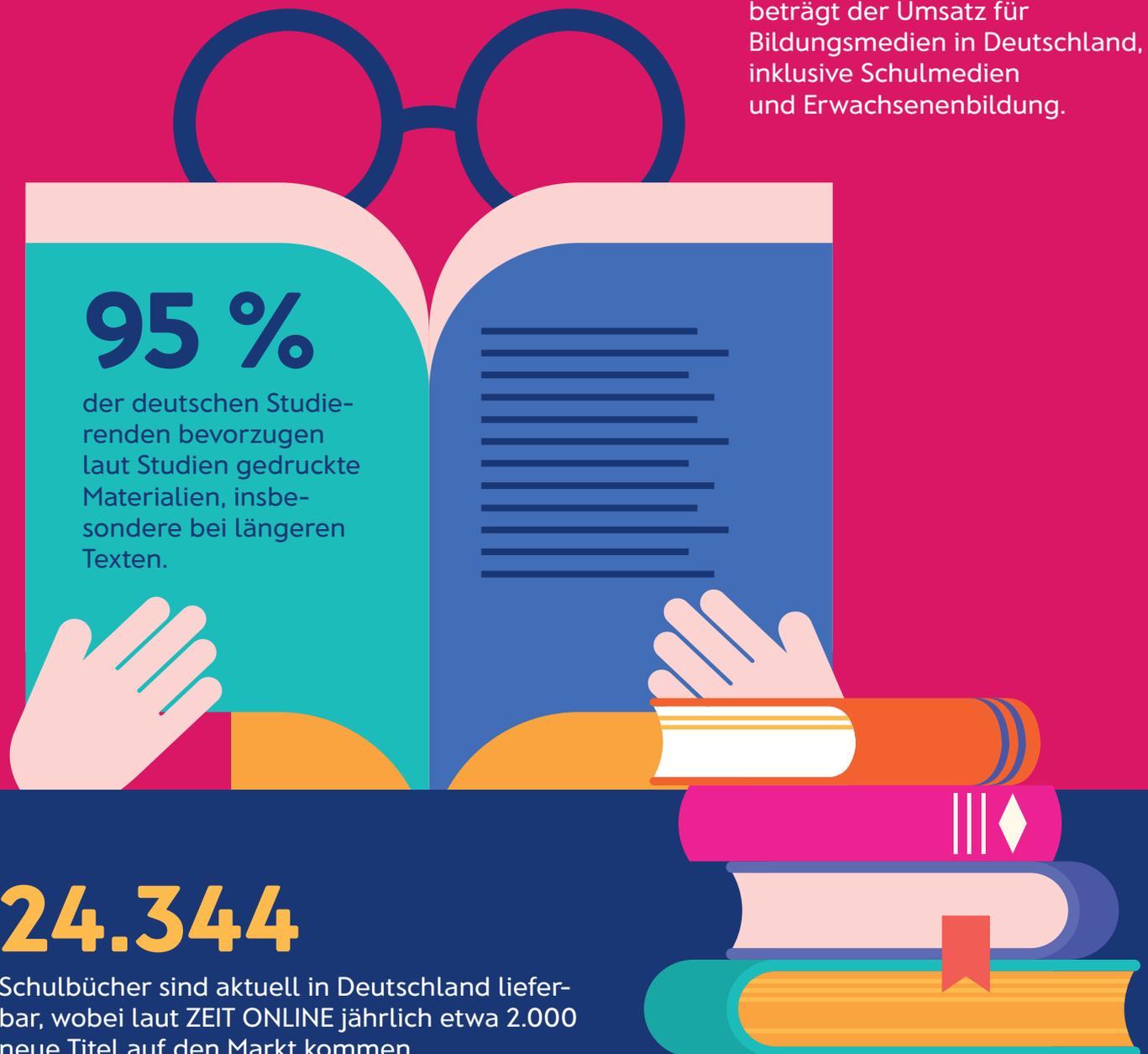
Print kommt an

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.

Knapp

700 Mio. €

beträgt der Umsatz für Bildungsmedien in Deutschland, inklusive Schulmedien und Erwachsenenbildung.



95 %

der deutschen Studierenden bevorzugen laut Studien gedruckte Materialien, insbesondere bei längeren Texten.

24.344

Schulbücher sind aktuell in Deutschland lieferbar, wobei laut ZEIT ONLINE jährlich etwa 2.000 neue Titel auf den Markt kommen.

3.000

neue Wörter enthält die 29. Auflage des Duden, die 2024 veröffentlicht wurde. Die 28. Auflage des Duden von 2020 wurde 650.000 Mal verkauft.



80 Verlage

entwickeln in Deutschland Schulbücher und konzipieren sie für die jeweiligen Bundesländer.



Mit rund

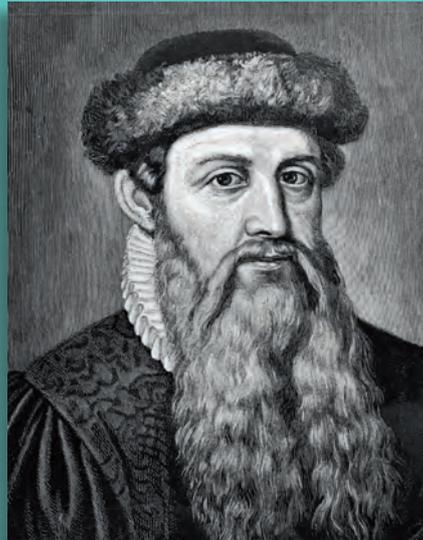
8,5 Millionen

verkauften Exemplaren ist der „Putzger historischer Weltatlas“ – kurz „Putzger“ genannt – das meistverkaufte Schulbuch in Deutschland. Es handelt sich um einen Geschichtsatlas, der seit 1877 kontinuierlich neu aufgelegt wird und sich als Standardwerk im Geschichtsunterricht etabliert hat.

NUTZEN
WISSEN ZUM BLÄTTERN

WISSEN ZUM BLÄTTERN





Bildung kommt von Einbildung – so mögen manche spöttisch sagen. Gesichert ist: Unser Intellekt, unsere Intelligenz hängt eindeutig mit unserer Einbildungskraft zusammen. Und wie lässt sich diese besser trainieren als mit einem guten Buch?

Kühne, kraftvolle, lebendige, bilderstürmende Geschichten lassen sich in Buchform immer noch am eindrucksvollsten und magischsten erfahren. Digital bewegen wir uns oftmals in der Informationstiefe nur auf dem Niveau eines Klappentextes. Waren vor Jahrhunderten Bücher quasireligiöse Artikel, die in Klöstern von Ordensbrüdern geschrieben und vervielfältigt wurden, sind sie seit der Erfindung des Buchdrucks von Johannes Gutenberg um 1452 in Mainz zum allgemeinen Kulturgut geworden. Der Buchdruck vereinte Kulturevolution, Bildungsrevolution und die Basis der Aufklärung. Diese wiederum, so wusste es Immanuel Kant, war der Ausgang des Menschen aus seiner selbst verschuldeten Unmündigkeit.

Die Entstehung des Buch-Bürgers

Das gedruckte Buch ist nicht nur Dreh- und Angelpunkt unserer Bildung, es bot auch früh die Möglichkeit, einen gesellschaftlichen Konsens zu schaffen, der wiederum ganze Nationen zusammenführen konnte. Gerade im Chaos der deutschen „Fürstentümelei“ bildete sich durch den Buchdruck erstmals konkret das Bewusstsein

”

Von allen Welten,
die der Mensch
erschaffen hat, ist
die der Bücher die
Gewaltigste.“

Heinrich Heine

für eine gemeinsame Sache, Sprache, Geschichte und Bildung aus. Das erste auf Deutsch bzw. Althochdeutsch gedruckte Buch war allerdings nicht die Bibel, sondern „Die Mahnung“, ebenfalls von Johannes Gutenberg gedruckt. Bei der Flugschrift aus dem Jahr 1455 handelte es sich um eine Propagandaschrift, die vor den Osmanen warnen sollte und die Unterstützung zu einem Kreuzzug forderte, da zwei Jahre zuvor Konstantinopel erobert worden war. Das zeigt: Gedruckte Bücher bedeuteten plötzlich auch politische Teilhabe. Politik war ohne gedruckte Bücher den Fürsten, Königen und Kaisern vorbehalten. Schlichtweg deshalb, weil eine Republik, eine Demokratie, ein Bürgertum ohne Information und ohne politische Teilhabe, also ohne gedruckte Medien, nicht entstehen konnte. Andererseits: Die politischen Manifeste des neunzehnten und zwanzigsten Jahrhunderts zeigten jedoch auch, dass Bücher auch grausame Verführer sein können. Eine Lektion in Sachen Medienkompetenz, die erst gelernt sein musste. »

Gedruckte Geschichte

Das Buch zementierte eine bürgerliche Mitte, die es so vorher nicht gab. Es inspirierte Menschen zu einem Leben, das ihnen ohne Literatur schlicht nicht eingefallen wäre. Unzählige Bücher sind in Deutschland in den letzten Jahrhunderten gedruckt worden. Einen Überblick über die gesamten Werke in deutscher Sprache bietet, wenn auch nicht lückenlos, die bestandsmäßig größte Bibliothek Deutschlands: die 1912 gegründete Deutsche Nationalbibliothek mit den beiden Standorten Leipzig und Frankfurt am Main. Sie stellt die zentrale Archivbibliothek für alle Medienwerke in deutscher Sprache aus dem In- und Ausland und das nationalbibliografische Zentrum Deutschlands dar, mit einem Bestand von 53,1 Mio. Medieneinheiten.



Frühkindliche Bildung durch Bücher

Einstein sagte einst: „Wenn ihr kluge Kinder wollt, dann lest ihnen vor.“ Und tatsächlich ist es so, dass Kinder mehr Lust auf's Lesen haben, wenn ihnen von früh

an viel vorgelesen wurde. Die Geschichten endlich selbst zu lesen, unabhängig von der Gute-Nacht-Geschichte von den Eltern, ist der erste Schritt in die Eigenständigkeit und Mündigkeit von Kindern. Ganz nebenbei macht Lesen schlau und kreativ, trainiert das Gedächtnis, den Intellekt und das Abstraktionsvermögen: also alles, was man als Erwachsener braucht. Das meistverkaufte Buch in Deutschland ist eigentlich

Die Deutsche Nationalbibliothek in Zahlen



53.102.297
Gesamtbestand



598
Beschäftigte



425,91
Regalkilometer
Magazinbestand



66.624
laufende
Zeitschriftentitel



13.880
täglicher Zugang an
Medienwerken



60
Exemplare des
NUTZEN 2024
sind im Bestand



65.489.000
Gesamtetat

Quelle: Deutsche Nationalbibliothek, Stand 2025



ein Kinderbuch: „Die unendliche Geschichte“ von Michael Ende, heute ein Klassiker der fantastischen Literatur. Das Buch wurde 1979 veröffentlicht und war 111 Wochen auf Platz 1 der Spiegel-Bestsellerliste – und handelte eigentlich vom Lesen. Denn das Land Phantasia konnte nur durch das Lesen des Buches entstehen und gerettet werden, oder eben dem „Nichts“ zum Opfer fallen. Ergo: Ich lese, also bin ich.

Das Buch macht Schule

Der Siegeszug des Buches ließ Schulen und Universitäten florieren und erzeugte eine nie dagewesene Zahl an Menschen, die lesen und schreiben können. Sie wurden durch das Buch zu eigenständigen Denkern erzogen, die selbst zum Teil wieder forschten, Wissen zusammentrugen, neu kombinierten und ihre Forschungsergebnisse in Buchform veröffentlichten. Auch dank des Buchdrucks gibt es heute in Deutschland insgesamt 30.500 Allgemeinschulen, 422 Hochschulen, davon 109 Universitäten – und damit ein Bildungsangebot, das in seinem Umfang historisch nie größer war. Dass die tatsächliche Revolution des Buchdrucks in gänzlicher Breite in Deutschland dennoch eine relativ junge ist, zeigt die Einführung der Schulpflicht, die erst ab dem 17. Jahrhundert ihren Ursprung in Hessen nahm und die erst 1919 in der Weimarer Verfassung für ganz Deutschland festgezurr wurde.

Digitale Schule – (k)ein Erfolgsmodell

Wie ist es heute? Schule und Bildungsangebote sind allgegenwärtig, es gibt mehr Schulbücher denn je. Dennoch schienen die Tage des Schulbuches bis vor Kurzem gezählt zu sein. Nicht nur seit der Coronazeit gab es in vielen Ländern Bestrebungen, den Schulunterricht mithilfe von Tablets oder anderen Geräten zu digitalisieren.

Schweden etwa galt als der absolute Vorreiter in Sachen digitaler Schule. Doch interessanterweise kehrte das skandinavische Land zu Schulbüchern zurück. Zu hoch sei der Grad an Ablenkung, zu niedrig der Effekt auf das Erlernen sozialer Fähigkeiten. Schwedische Bildungsbeamte haben sogar einen Rückgang wichtiger Kompetenzen wie Lesen und Schreiben bei Schülern festgestellt. Also: Zurück zu Print! Für das Revival von Schulbüchern hat Schweden zwischen 2022 und 2025 rund 104 Millionen Euro ausgegeben.

In Dänemark verlief der Versuch ganz ähnlich. Auch die dortigen Schulen hatten schon seit Jahren stark digitalisiert – mit einem Misserfolg, der sich auch in den Ergebnissen der PISA-Studie ablesen ließ. Heute müssen Schülerinnen und Schüler in Dänemark sogar ihre Smartphones vor der Schultüre lassen. Angesichts der weltweiten Bemühungen, Technologie in Bildungssysteme zu integrieren, dienen Schweden und Dänemark als Warnung und zugleich als Beispiel für ein harmonisches Zusammenspiel von Innovation und Tradition. »

Druck lernt nicht aus

In der Schule sind Bücher bei Weitem nicht die einzigen Druckprodukte. Schulhefte, Arbeitsunterlagen, Stundenpläne, Schüler- und Abizeitungen werden nach wie vor gedruckt. Auch gedruckte Flyer sind immer noch ein wichtiger Bestandteil in der schulinternen Kommunikation: Sommerfeste, Choraufführungen, Kurse, weiterführende Bildungsangebote und vieles mehr werden damit beworben.

Sportteams und Abiturklassen machen darüber hinaus Bekanntheit mit Flockdruck und Siebdruck: Das schuleigene Trikot, das obligatorische Abi-T-Shirt bis hin zu Baseball-Mützen – der richtige Aufdruck sorgt für Zugehörigkeit, Identifikation und Teamgeist.

Viele Schulen und Universitäten haben ein umfangreiches Merchandise, das die Identifikation der Schüler und Studierenden stärken soll. Das Sortiment reicht von bedruckten Kugelschreibern über Hoodies, Taschen, Linealen, Tassen bis hin zu Aufklebern und vielem mehr. Einige Bildungseinrichtungen betreiben sogar ein professionelles Marketing mit ihren Merchandising-Artikeln, die sich nicht nur an Schüler und Studenten richten. Die Berliner Humboldt-Universität eröffnete beispielsweise 2009 zu ihrem 200-jährigen Jubiläum direkt im Foyer und auf zwei Etagen einen Flagship-Store mit einem umfangreichen Angebot an Merchandising-Artikeln. Mittlerweile betreibt die Humboldt-Universität auch einen dazugehörigen Online-Shop, über den von A wie Anstecknadel mit Universitätssiegel bis buchstäblich Z oder W, ein Wackelturmspiel mit Branding, alles erworben werden kann, was das Herz begehrt.



Nicht immer kommt Freude bei Schülerinnen und Schülern oder Hochschülern über Druckprodukte auf. Das ein oder andere Mal bleibt diese gänzlich aus, wenn Urkunden und Zeugnisse verteilt werden, oder ein weiterer Buchklassiker im Unterricht behandelt wird, dessen Inhalt in der nächsten Arbeit abgefragt wird. Und es gibt auch Druckprodukte im Bildungsbereich, die nicht nur einmal in die Hand genommen werden: Jahressbücher und Chroniken von Bildungseinrichtungen werden noch Jahre nach dem Abschluss durchgeblättert. Ihre Umschläge wurden vielleicht mit Hoch- oder Tiefdruck und Kaltfolie veredelt. Kurz: Bildungseinrichtungen sind eine wahrhafte Leistungsschau für das Druckgewerbe.





Berufliche Bildung auf Papier

Trotz wachsender Digitalisierung behalten gedruckte Unterlagen auch in der beruflichen Bildung ihre Relevanz. Sie sind leicht zugänglich, unabhängig von Strom oder WLAN und bieten haptische Orientierung im Lernprozess. Besonders im Zusammenspiel mit digitalen Tools, wie beispielsweise QR-Codes, digitalen Ergänzungen oder Online-Tests, ergibt sich ein hybrides Lernangebot, das viele Lernende zu schätzen wissen. Die Berufsschule als Teil des dualen Ausbildungssystems stellt hohe Anforderungen an Praxisnähe und Fachlichkeit. Entsprechend breit ist die Palette an Printmaterialien, die hier eingesetzt werden. Auch wenn digitale Lernplattformen an Bedeutung gewinnen, sind Bücher, Hefte und Gesetzestexte weiterhin unverzichtbar – sei es zur Vertiefung, Prüfungsvorbereitung oder als offizieller Ausbildungsnachweis.

In der beruflichen Weiterbildung – etwa bei IHK-Lehrgängen, Fachwirt-Programmen oder Meisterkursen – ist der Einsatz von Printmaterialien ebenfalls vielfältig: Seminarskripte, Teilnehmerunterlagen, Gesetzestexte und Regelwerke, oder Fachliteratur für Zertifikatslehrgänge, sind auch hier unverzichtbar.

Das gedruckte Buch bleibt Wissensträger

Gedruckte Bücher sind weit mehr als bloße Träger von Geschichten – sie sind historisch gewachsene, gesellschaftlich prägende und bildungspolitisch unverzichtbare Kulturträger. Seit der Erfindung des Buchdrucks waren Bücher Motoren der Aufklärung, Werkzeuge der Emanzipation und Grundpfeiler demokratischer Teilhabe. In Deutschland, einem Land mit tief verwurzelter Buchtradition, formten sie nicht nur eine bürgerliche Lesekultur, sondern auch ein gemeinsames Bildungs- und Wertefundament.

Trotz der zunehmenden Konkurrenz digitaler Medien bleibt das Buch – ob im Kinderzimmer oder in Bildungseinrichtungen – ein Schlüssel zum selbstständigen Denken und zur kulturellen Identität. ■

Konsolidierungsdruck bleibt bestehen

Nach den starken Einbrüchen in den Jahren 2022 und 2023 hat sich der Rückgang der Produktionsentwicklung 2024 verlangsamt, setzt sich allerdings auch im 1. Halbjahr 2025 fort. Die Branche kämpft immer noch mit hohen Energiekosten und gestiegenen Preisen für Vorleistungsgüter sowie der insgesamt schwachen Nachfrage und steht weiter unter Konsolidierungsdruck.

Die neue Bundesregierung hat sich im Koalitionsvertrag das Wirtschaftswachstum Deutschlands als eines der wichtigsten Ziele auf ihre Fahnen geschrieben. Nach zwei Rezessionsjahren in Folge soll nun eine Trendwende stattfinden. Die Zahlen des 1. Halbjahres 2025 stehen jedoch eher weiter auf Stagnation. Auch die Vorhersagen für die zweite Jahreshälfte fallen verhalten aus, mit Prognosen zwischen 0 Prozent und 0,4 Prozent Wirtschaftswachstum. Für eine konjunkturabhängige Branche wie der Druck- und Medienbranche sind dies erst einmal keine guten Aussichten und das spiegelt sich auch in der Entwicklung des vom Statistischen Bundesamt berechneten Produktionsindex der Druckindustrie wider.

Der Produktionsindex hat im 1. Halbjahr 2025 seinen Abwärtstrend weiter fortgesetzt und im Vergleich zum Jahresanfang ca. 6,8 Prozent verloren (Abb. 1). Auch im Vergleich zum Vorjahreszeitraum zeigt sich eine negative Entwicklung. Hier liegt der Rückgang bei ca. 5,5 Prozent. Zwar ist der Rückgang geringer als im Jahr zuvor (6,7 Prozent), dennoch gibt es aktuell wenig Anzeichen einer Trendumkehr. Die Umsätze sind im ersten Quartal 2025 um 2,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum zurückgegangen. Die Entwicklung fällt weiterhin negativ aus, ist aber weniger stark ausgeprägt als im Vorquartal 2024.

Kapazitätsauslastung und Auftragslage weiterhin schwach

Die Kapazitätsauslastung der Druck- und Medienbranche ist auch für 2025 noch unterdurchschnittlich. Zwar wurde im April 2025 im Vorjahresmonatsvergleich zum ersten Mal seit 2022 mit -0,3 Prozent nur ein geringfügiger Rückgang verzeichnet, was

auf eine Plateaubildung hindeuten könnte, dennoch ist die durchschnittliche Auslastung für Januar – April 2025 bei 74,6 Prozent und liegt damit noch deutlich unter dem langfristigen Branchendurchschnitt der letzten 10 Jahre von etwa 82,2 Prozent. Im Vergleich zum 1. Halbjahr 2024 ist die Kapazitätsauslastung um 1,9 Prozent geringer.

Auch der Auftragsbestand der Unternehmen ist weiterhin schwach. Mit einer deutlichen Verbesserung der Kapazitätsauslastung auf Vorkrisenniveau 2019 ist jedoch erst nach einer angebotsseitigen Marktkonsolidierung zu rechnen. Die Preisentwicklung wichtiger Vorprodukte hat sich, nach den starken Preisanstiegen in den Jahren 2022 und 2023, weiter stabilisiert (Abb. 2). Derzeit ist davon auszugehen, dass das aktuelle Preisniveau stabil bleibt und somit die Preise teils deutlich über ihren Vorkrisenwerten bleiben werden (z. B. Zeitungspapier +42 Prozent, Grafische Papiere +44 Prozent im Vergleich zu 2021). Somit bleibt auch der Preisdruck weiter bestehen.

Ausblick 2. Halbjahr 2025

Der Ausblick für das 2. Halbjahr sieht leider auch eher verhalten aus und hängt von einigen nicht vorhersagbaren Entwicklungen ab, wie beispielsweise der amerikanischen Zollpolitik und den geopolitischen Konflikten. Es gibt jedoch auch einige positive Entwicklungen. Zum einen setzt die Verabschiedung des Investitionssofortprogramms der Bundesregierung erste Zeichen für ein potenzielles Wachstum. Hier könnten durch die Sonderabschreibungen Investitionsanreize gesetzt werden, die in positiven Wachstumseffekten enden könnten. Zum anderen verzeichnet der Produktionsindex des

Abb. 1: Produktionsentwicklung in der Druckindustrie, Jan. 2015 bis Juni* 2025

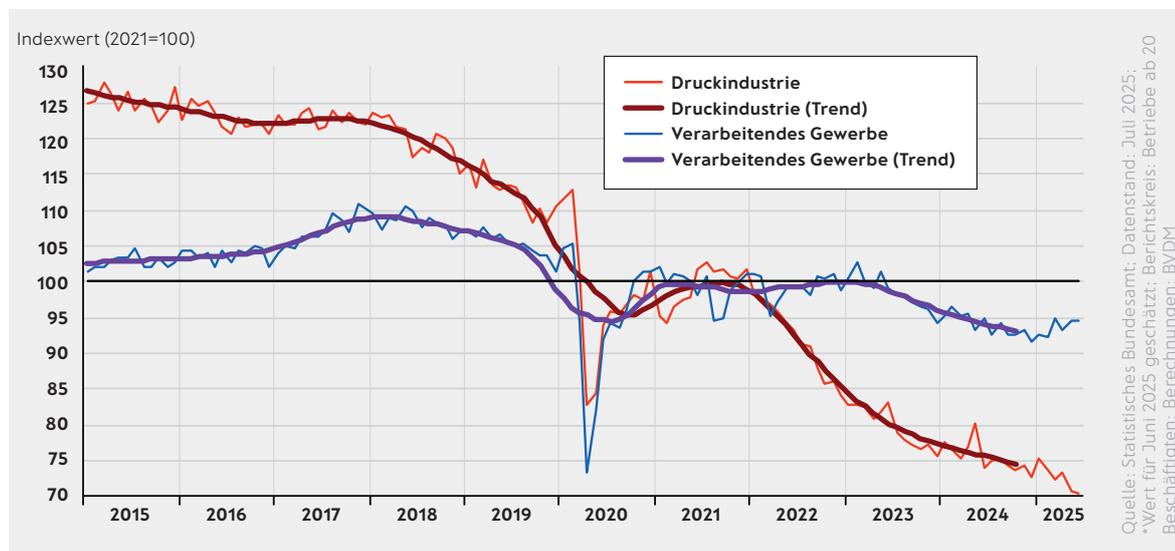
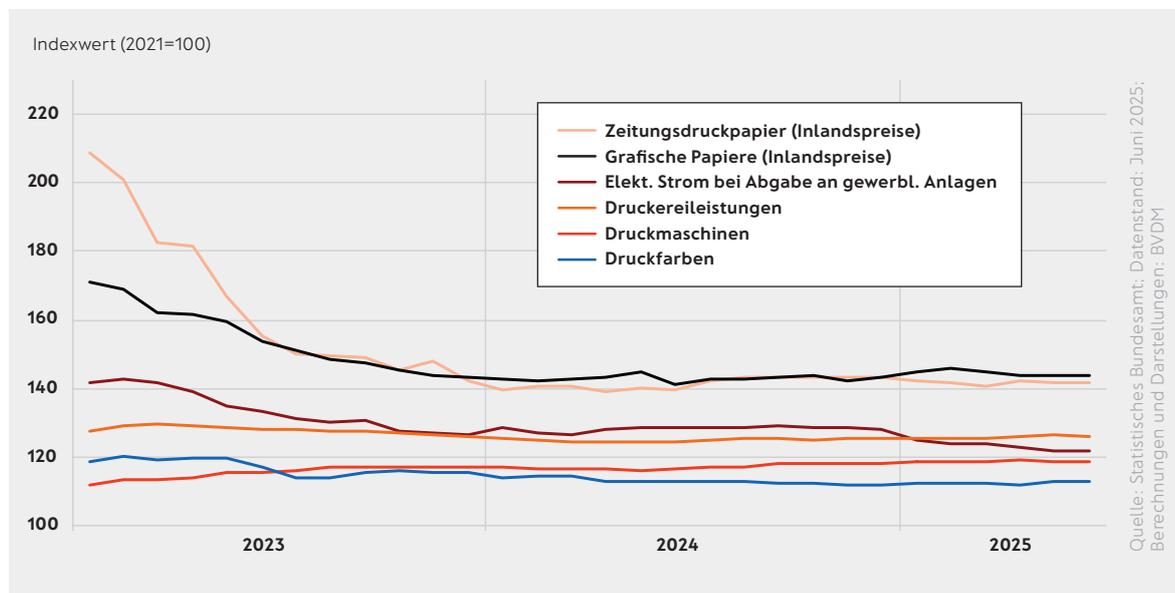


Abb. 2: Entwicklung der Erzeugerpreisindizes für grafische Papiere, Zeitungsdruckpapiere und andere wichtige Vorleistungsgüter und Betriebsmittel, Jan. 2023 bis Juni 2025



verarbeitenden Gewerbes einen leichten Aufwärtstrend im 1. Halbjahr 2025. Auch dies könnte ein Zeichen der Entspannung der wirtschaftlichen Lage sein. Beide Effekte könnten helfen, die Situation in der Druck- und Medienbranche zu verbessern. Dies spiegelt sich auch in den verbesserten Geschäftserwartungen der Unternehmen wider. Ein weiteres positives Signal ist die stabilisierte Inflation bei ca. 2 Prozent. Sie ist ein wichtiges Zeichen für zukünftige Planbarkeit und Stabilität.

Dennoch bleiben die zuvor genannten Risiken bestehen und führende Forschungsinstitute geben für das Wirtschaftswachstum weiterhin verhaltene Vorhersagen. Insgesamt ist eine Entspannung im 2. Halbjahr 2025 eher unwahrscheinlich und es könnte zu weiteren Konsolidierungen kommen. Für 2026 fallen die Vorhersagen mit einem Median von 1,5 Prozent dafür schon deutlich optimistischer aus. □

Von der Druckerei zum Ausbildungsexperten

Der U-Form Verlag in Solingen hat sich mit klarer Spezialisierung und Innovationskraft vom klassischen Druckunternehmen zu einem gefragten Spezialisten für berufliche Ausbildung in Deutschland entwickelt. Die Geschäftsführerinnen Marie-Luise Hasler und Felicia Ullrich verbinden erfolgreich das Druckhandwerk mit digitalen Lösungen. Eine Geschichte von Wandel, Beständigkeit und echter Leidenschaft für Ausbildung.



Marie-Luise Hasler und Felicia Ullrich führen den U-Form Verlag in vierter Generation.

Aus Liebe gegründet, aus Leidenschaft weiterentwickelt, mit Überzeugung transformiert: Der U-Form Verlag aus Solingen zeigt, wie ein klassischer Druckbetrieb über Generationen hinweg zum führenden Spezialisten für berufliche Ausbildung wurde – ohne seine Wurzeln zu verlieren.

Aus Liebe gegründet

Die Geschichte des U-Form Verlags beginnt 1897 mit Hermann Ullrich. Der gelernte Schriftsetzer gründete eine Druckerei, um Emma heiraten zu dürfen. Denn Emmas Vater erwartete von seinem zukünftigen Schwiegersohn Stand und Sicherheit.

Nach dem Zweiten Weltkrieg gab es einen weiteren Schlüsselmoment in der Firmengeschichte. Der Sohn des Gründers hatte Papierreserven vor dem Zugriff der Nationalsozialisten gerettet und konnte damit die Kammern mit dringend benötigten Prüfungsbögen beliefern. Das war der Beginn der bis heute bestehenden Partnerschaft mit den Industrie- und Handelskammern.

Partner der IHK

Heute produziert der U-Form Verlag Prüfungsbögen und Lernmaterialien für IHK-Zwischen- und Abschlussprüfungen in allen kaufmännischen Berufen. Vergangene Prüfungen, Lösungen und digitale Module bilden

außerdem ein bundesweit anerkanntes Portfolio, das Auszubildende bei der Prüfungsvorbereitung unterstützen kann.

Marie-Luise Hasler und Felicia Ullrich führen das Unternehmen in vierter Generation. Obwohl der E-Learning-Anteil wächst, arbeiten noch 20 der 40 Mitarbeitenden in der Druckerei. Hier entstehen Prüfungsbögen, Lernmaterial und Publikationen rund um das Thema Ausbildung, von der Vorstufe bis zum Versand. Der Vertrieb erfolgt über den eigenen Webshop. Zusätzlich übernimmt das Team Aufträge im Bereich Akzidenzdruck.

Ausbildung als Herzensangelegenheit

Der U-Form Verlag versteht sich als Ausbildungsexperte und Innovationsmotor im Bildungsbereich. Mit der u-form Testsysteme GmbH & Co. KG wurde ein innovatives Standbein geschaffen. Das Schwesterunternehmen bietet SaaS-Lösungen zur Organisation des gesamten Ausbildungszyklus – von der Online-Bewerbung über Eignungstests bis zum digitalen Berichtsheft. Auch für die Verbände Druck und Medien hat die u-form Testsysteme einen Azubi-Eignungstest entwickelt, mit dem Betriebe die Stärken und den Förderungsbedarf von Azubis ermitteln können.

Wissen für die Praxis: die Ausbildungsstudie

Ein Leuchtturmprojekt ist die jährlich erscheinende Ausbildungsstudie – die größte doppelerspektivische Untersuchung zur Ausbildung in Deutschland. Sie beleuchtet die Sicht von Unternehmen und Auszubildenden auf Themen wie Berufsorientierung, Bewerbungsprozesse, Pre- und Onboarding sowie das Image der Ausbildung.

Familiär, fortschrittlich, frauengeführt

Dass der U-Form Verlag ein echter Familienbetrieb ist, zeigt sich nicht nur an der Geschäftsführung, sondern auch in der Belegschaft. Viele Mitarbeitende sind seit der Ausbildung dabei, feiern 25- oder gar 40-jährige Betriebsjubiläen. Paare, Ehepaare, Verwandte – man kennt und schätzt sich.

Ein besonderes Merkmal: Frauen in Führungspositionen sind hier kein Lippenbekenntnis, sondern Realität. Schon früh übertrugen die Geschäftsführerinnen Verantwortung an weibliche Führungskräfte. Home-



Diverse Publikationen zum Thema Ausbildung gehören zum Verlagsprogramm.

office, Gleitzeit, Teilzeitmodelle und ein Ein-Schicht-System ermöglichen die Vereinbarkeit von Familie und Beruf – und sichern dem Unternehmen eine loyal verbundene Stammebelegschaft. Natürlich bildet der Verlag auch selbst aus: in Büromanagement, Mediengestaltung, Druck- und IT-Berufen.

Print oder Digital? Beides!

Obwohl digitale Lernangebote beim U-Form Verlag längst etabliert sind, glauben Marie-Luise Hasler und Felicia Ullrich an die Kraft von Print. Und das aus gutem Grund: Viele Azubis lernen nach wie vor gern mit Papier – und Studien zeigen, dass analoges Lernen nachhaltiger ist. Für U-Form gilt: „Sowohl als auch“ statt „entweder oder“.

Kostenlos herunterladen: Azubi-Recruiting-Studie 2025

- » Trends und Entwicklungen im Ausbildungsmarkt
- » Erfolgsstrategien für die Ansprache der Gen Z
- » Praktische Tipps zur Optimierung Ihrer Azubi-Kommunikation
- » KI-gestützte Auswertung echter Antworten

Jetzt kostenlos downloaden
unter www.testsysteme.de/studie



EUDR: Druck auf EU-Kommission wächst

Das politische Tauziehen um die ab Ende 2025 greifende EU-Entwaldungsverordnung (EUDR) geht weiter: Am 9. Juli 2025 hat das Europäische Parlament die Einstufung von Ländern nach ihrem Entwaldungsrisiko durch die EU-Kommission abgelehnt. Damit steigt der politische Druck auf die EU-Kommission, das Länder-Benchmarking zu überarbeiten. Der Entschließungsantrag des Parlaments fordert auch, eine Kategorie für Länder mit „vernachlässigbarem Risiko“ zu schaffen, die Rohstoffe aus diesen Ländern von EUDR-Sorgfaltspflichten befreien würde.

Eine ähnliche Forderung nach einer weiteren Risikokategorie wurde im Juli 2025 auch von den Landwirtschaftsministern aus 18 EU-Mitgliedstaaten erhoben. In einem gemeinsamen Brief an die EU-Kommission fordern sie weitere Vereinfachungen der Verordnung sowie eine erneute Verschiebung des Inkrafttretens. Die EUDR verursache eine unverhältnismäßige Bürokratie, insbesondere in Ländern mit geringem Entwaldungsrisiko, und stehe im Widerspruch zum Ziel der EU, die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen zu stärken.

Ab dem 30. Dezember 2025 dürfen bestimmte Rohstoffe wie Soja, Palmöl, Rindfleisch, Kakao, Kaffee, Holz und Kautschuk, aber auch Folgeprodukte daraus – so auch Druckprodukte – in der EU nur noch verkauft werden, wenn sie nachweislich nicht mit Entwaldung oder Waldschädigung in Verbindung stehen. Die mit der Umsetzung der EU-Entwaldungsverordnung (EUDR) geforderten Sorgfaltspflichten stellen die Druckindustrie vor große Herausforderungen, da sie ihre Beschaffungspraktiken überprüfen und eine vollständige Rückverfolgbarkeit sicherstellen müssen.

Diese Positionierungen von Parlament und Landwirtschaftsministern reißen sich in die zunehmende Zahl industrieller und sektoraler Initiativen ein, die Vereinfachungsmaßnahmen der EUDR fordern.

Hintergrund: EU-Benchmarking in der Kritik

Die EU-Kommission hatte im Mai 2025 eine Durchführungsverordnung veröffentlicht, die eine Liste mit Risikoeinstufungen für Länder hinsichtlich ihres Risikos für Entwaldung und Waldschädigung enthält. Nur vier sanktionierte Staaten – Belarus, Nordkorea, Myanmar und Russland – wurden als Hochrisikoländer eingestuft. Einige Länder, in denen Umweltverbände Entwaldungsproblematiken sehen, erhielten hingegen den Status „normales Risiko“, während eine große Zahl von Ländern, einschließlich der gesamten EU, in die Kategorie „niedriges Risiko“ eingestuft wurde. Diese Risikoeinstufung stieß auf breite Kritik von Umweltverbänden, Unternehmen und Mitgliedstaaten. Die Einstufung sei realitätsfern und untergrabe die Glaubwürdigkeit der EUDR. Zudem fehle eine „Null-Risiko-Kategorie“ für Länder ohne relevantes Entwaldungsrisiko.

„Null-Risiko-Kategorie“ löst EUDR-Probleme der nachgelagerten Lieferkette nicht

Bereits im Zuge der Verschiebung des Anwendungsbeginns der EUDR um ein Jahr Ende 2024 war durch das EU-Parlament das Fehlen einer „Null-Risiko-Kategorie“ bemängelt worden. Allerdings ist derzeit unklar, ob die Schaffung einer solchen „Null-Risiko-Kategorie“, in der

Weitere Informationen finden
Sie unter bvdm-online.de im
Branchenportal unter Umwelt
& Nachhaltigkeit.



insbesondere die EU-Staaten aufgenommen würden, nicht zu einem Konflikt mit der Welthandelsorganisation WTO führen würde. Staaten, die nicht dieser Kategorie zugeordnet würden, könnten die für Rohstoffe aus ihren Ländern weiterhin bestehenden Sorgfaltspflichten als unzulässige Ungleichbehandlung ansehen.

Zudem wäre die neue Risikokategorie kein „Allheilmittel“ gegen die Vielzahl von Problemen und offenen Fragen bei der praktischen Umsetzung der EUDR. Für Unternehmen der nachgelagerten Lieferkette würde die Herausnahme einzelner Herkunftsländer aus den Sorgfaltspflichten nur eine Teilentlastung bedeuten. Bei langen und komplexen Lieferketten, in denen sich Rohstoffe aus verschiedensten Regionen mit unterschiedlicher Risikoeinstufung mischen, bliebe die Problematik der Rückverfolgbarkeit und Haftung weiterhin bestehen.

BVDM setzt sich für Herausnahme der nachgelagerten Lieferkette ein

Auf europäischer Ebene fordert die branchenübergreifende Organisation BusinessEurope, der auch Intergraf als europäischer Dachverband der Druckindustrie angehört, in einem Schreiben an die EU-Umweltkommissarin Vereinfachungsmaßnahmen über eine zusätzliche Risikokategorie hinaus. Dabei geht es insbesondere darum, die EUDR-Verpflichtungen auf diejenigen Unternehmen zu konzentrieren, die den erfassten Rohstoff erstmals auf dem EU-Markt in Verkehr bringen, und die gesamte nachgelagerte Lieferkette von den bürokratischen Nachweispflichten zu befreien.

Gemeinsam mit anderen Spitzenverbänden der Druck- und Medienbranche sowie in einer branchenübergreifenden Initiative mit anderen von der EUDR betroffenen Branchen des Handwerks setzt sich der BVDM für eine grundlegende Überarbeitung der EUDR ein und fordert die Bundesregierung auf, sich für Vereinfachungen im Rahmen eines sogenannten Omnibus-Verfahrens einzusetzen.

Für viele Betriebe der nachgelagerten Lieferkette stellen die EUDR-Vorgaben eine kaum zu bewältigende Belastung dar – sowohl in administrativer als auch in finanzieller Hinsicht. Die Verbände fordern daher eine Fokussierung der Sorgfaltspflichten auf den ersten Inverkehrbringer der in den erfassten Produkten enthaltenen Rohstoffe in der EU. Nur so lässt sich eine wirksame Umsetzung gewährleisten, ohne die nachgelagerte Lieferkette über Gebühr zu belasten. Unternehmen, die Druckprodukte aus Papier herstellen, das sie innerhalb der EU erworben haben, sollten aus Sicht des BVDM darauf vertrauen dürfen, dass die Unternehmen, die den darin enthaltenen Rohstoff erstmalig in der EU auf den Markt gebracht haben, ihre Sorgfaltspflicht eingehalten haben.

Fazit für die Branche: Vorbereitung auf unsicherer Basis

Für Betriebe, die sich auf die Umsetzung der EUDR vorbereiten müssen, führt die politische Auseinandersetzung zu weiterer Unsicherheit. Auch wenn der Widerspruch aus EU-Parlament und dem Kreis der Landwirtschaftsminister für die EU-Kommission nicht bindend ist, steigt die Wahrscheinlichkeit, dass das Länder-Benchmarking überarbeitet wird – mit unbekanntem Ausgang. Vor diesem Hintergrund sollte die EU-Kommission zeitnah handeln und den Anwendungsstart rechtzeitig verschieben, um eine Last-Minute-Verschiebung kurz vor Jahresende, wie im letzten Jahr, zu vermeiden.

Von der EUDR erfasste Unternehmen sollten sich dennoch darauf vorbereiten, ab Ende 2025 die EUDR-Verpflichtungen einzuhalten und sich diesbezüglich mit ihren Lieferanten und Kunden abstimmen. Dabei ist insbesondere die Weitergabe von erforderlichen Daten zu organisieren. Hier kann die durch den BVDM mitentwickelte „Pool-Lösung“ zur quartalsweise gebündelten Abgabe von Sorgfaltserklärungen zu einer Reduzierung des Aufwands führen. ■



KURZ MELDUNGEN

► Bundesweite Umfrage zur Ausbildungs- und Fachkräftesituation 2025



Wie hat sich die Situation auf dem Ausbildungsmarkt entwickelt? Welche Herausforderungen bestehen weiterhin, und welche Strategien verfolgen Unternehmen, um Auszubildende zu gewinnen und Fachkräfte langfristig zu binden? Diese und weitere zentrale Fragen stellen wir in der aktuellen Umfrage zur Ausbildungs- und Fachkräftesituation der Branche.

Im Rahmen der bundesweiten Umfrage des BVDM rufen wir Unternehmen dazu auf, Einblick in ihre aktuelle Ausbildungs- und Fachkräftesituation zu geben. Ziel ist es, ein fundiertes Bild der Lage zu erhalten und darauf aufbauend passgenaue Unterstützungsangebote und Maßnahmen zur Fachkräftesicherung weiterzuentwickeln.

Die Teilnahme an der Umfrage ist vom 18. September bis zum 6. Oktober 2025 möglich. Unterstützen Sie mit Ihrer Teilnahme eine zukunftsorientierte Ausbildungs- und Arbeitsmarktpolitik des BVDM.



► BVDM-Branchenbericht 2025

Die Druck- und Medienbranche blieb auch 2024 wirtschaftlich stark gefordert – geprägt von hohen Kosten, schwacher Nachfrage und strukturellem Wandel. Der aktuelle Branchenbericht des BVDM zeigt jedoch auch erste Lichtblicke: Die Geschäftslage wird wieder optimistischer eingeschätzt, die Energiepreise sinken und die Produktionsrückgänge fallen geringer aus als im Vorjahr. 2024 erwirtschafteten rund 6.300 Betriebe mit 99.000 Beschäftigten einen geschätzten Umsatz von 16,8 Mrd. Euro. Der vorsichtige Ausblick für 2025 und positive Konjunkturprognosen für 2026 nähren die Hoffnung auf eine schrittweise Erholung. Der vollständige Bericht steht exklusiv den Mitgliedern der Verbände Druck und Medien zur Verfügung.



Wir machen uns
stark für unsere
Branche und unsere
Mitglieder.



AUS DEM INHALT

II IM FOKUS

Traffic Print · Online ·
Solutions GmbH

V BILDUNG

Unterstützungsangebote
für Ausbildungspersonal

VI BRANCHENTALK

Mit Florian Giese und Timo Seif,
Druckhaus Giese & Seif

IX SERVICE

Tech-Cluster NordOst

X KURZ & BÜNDIG

Meldungen aus NordOst

XIV DEKARBONISIERUNG

Die EUDR kommt:
Unterstützung durch den VDMNO

XVI TERMINE

Veranstaltungen und mehr

Liebe Mitglieder und Freunde des VDMNO,

der Sommer liegt hinter uns, der Herbst vor uns – eine Zeit des Übergangs, aber auch der Reflexion und Neuausrichtung. Politisch war dieser Sommer von hohen Erwartungen begleitet: Die neue Bundesregierung hatte angekündigt, die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen neu zu justieren und Impulse für einen echten Aufschwung zu setzen.

Doch nach den ersten Monaten ist klar: Man darf die Erwartungen nicht zu hoch ansetzen. Ein echter Kurswechsel ist nicht erkennbar – weder bei der dringend nötigen Vereinfachung des Steuersystems noch bei der Deregulierung oder der Reform der Sozialversicherungssysteme. Eine 180-Grad-Wende? Bisher nicht in Sicht.

Unser Austausch mit dem CDU-Bundestagsabgeordneten Tilman Kuban hat diese Einschätzung leider bestätigt. Dennoch halten wir den direkten Dialog mit politischen Entscheidungsträgern für unverzichtbar. Nur wenn wir im engen Austausch mit der Politik bleiben, können wir unsere Anliegen platzieren und notwendige Veränderungen mitgestalten.

Auch auf Verbandsebene waren wir in den vergangenen Monaten sehr aktiv: Seit der Mitgliederversammlung in Hamburg haben wir weitere spannende Veranstaltungen realisiert. Besonders erfreulich war der Erfolg unseres Workshops „Druckindustrie im Wandel – Resilienz durch Clustering

und smarte Prozesse“. Die große Resonanz zeigt: Das Thema Clustering bietet enormes Potenzial. Wir setzen uns dafür ein, diesen Ansatz weiter zu entwickeln und über den Verband voranzutreiben. Lesen Sie zum „Tech-Cluster NordOst“ mehr in diesem Heft. Wir wollen neue Wege gehen, innovative Strukturen schaffen und unsere Branche zukunftsfähig aufstellen. Schon am 7. Oktober 2025 werden wir mit dem zweiten Workshop zum Aufbau des Clusters wesentliche Weichen stellen. Seien auch Sie dabei!

Trotz der politischen Herausforderungen blicken wir zuversichtlich nach vorn. Denn unsere Stärke liegt in der Gemeinschaft – im aktiven Miteinander von Verband und Mitgliedern. Mit Offenheit, Gestaltungswillen und dem Vertrauen in unsere Innovationskraft meistern wir gemeinsam die Aufgaben, die vor uns liegen. VomIchZumWir – das ist nicht nur ein Leitsatz, sondern gelebte Praxis.

Ich wünsche Ihnen viel Freude, neue Perspektiven und Inspiration beim Lesen dieser Ausgabe vom NUTZEN.

Herzliche Grüße
Ihr

Kontakt:
Philipp von Trotha
M +49 160 98 98 11 16
trotha@vdmno.de

Empfangen uns bestens
gelaunt: Sebastian Höper
(links) und Peter Camp
(rechts).



Personalisierung mit Plan

IM FOKUS: TRAFFIC PRINT

Besucher von Traffic in Schwülper bei Braunschweig merken schnell, dass hier keine Standardprodukte, sondern maßgeschneiderte Kommunikationslösungen entwickelt werden. Das Unternehmen vereint hochwertigen Digitaldruck mit umfassender IT-Expertise. Mit Personalisierung und abgerundet durch HP-Indigo-Technologie in der Produktion werden hier Druckerzeugnisse von höchster Qualität und personalisierte Kundenerlebnisse erschaffen. Im Betrieb übernehmen Sebastian Höper und Peter Camp Verantwortung für das operative Geschäft und die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens. Für den NUTZEN besuchten wir den innovativen Dienstleister, der uns spannende Insights gab.



Der Sommer 2025 hat im Juli so seine Eigenheiten: Auf meinem Weg zu Traffic regnete es durchgehend, die A2 entfaltet an diesem dunstigen Morgen den Charme einer Waschküche. Als ich jedoch auf das Gelände der Traffic Print Online Solutions GmbH einbiege, kämpft sich die Sonne erstmals zart durch die schweren Wolken und hüllt das Gebäude in warmes Licht. Groß, funktional, im Industriedesign präsentiert es sich – und für eine Druckerei überraschend imposant. Bei der

Ankunft wird sofort deutlich, dass dies kein Hinterhofbetrieb ist. Bereits an der Eingangstür empfängt mich Sebastian Höper, verantwortlich für Vertrieb, Strategie und Projektmanagement. Wie immer bei unseren bisherigen Begegnungen steht ihm die Freundlichkeit ins Gesicht geschrieben. Er stellt mir einen Besucherpass aus und führt mich in den Besprechungsraum „Kaffee?“, fragt er, während er sich bereits der Siebträgermaschine zuwendet. Er erzählt mir, dass der Inhaber Patrick Donner

Wert auf guten Kaffee legt und ihm höchstpersönlich die Barista-Einweisung gegeben hat. Dass der Kuchen nicht selbst gebacken ist, bedauert er beinahe entschuldigend. Als wäre das der Standard, wenn der Verband zu Besuch kommt. Kurz darauf kommt auch Peter Camp hinzu. Camp kam über die EDV ins Unternehmen, übernahm die Vorstufe und verantwortet heute die gesamte IT und das operative Geschäft. Auch er ist gut gelaunt und lächelt. Wir sprechen zu dritt bei Kaffee und Kuchen wie alte Bekannte, dabei ist das Unternehmen dem Verband erst jüngst beigetreten. Wir reden über die Anfänge, über Herausforderungen in der IT, über die Möglichkeiten des personalisierten Druckens, über Zukunftspläne. Zugewandt und unverstellt sind sie, ich fühle mich sofort willkommen.

Wie alles begann

Traffic wurde Mitte der 1990er-Jahre gegründet. Der damalige Standort lag noch zentraler in Braunschweig. Der Einstieg in den Digitaldruck erfolgte frühzeitig und mit klarem Ziel: personalisierte Druckprodukte in kleinen Auflagen möglich machen. 2007 kam die erste Farbdigitaldruckmaschine ins Haus. Sie manifestierte die Ausrichtung des Unternehmens, nämlich die Kombination von IT-Kompetenz und personalisiertem Druck. Auch wenn Höper sich erinnert: „In Sachen Qualität haben wir seinerzeit noch den Mund zu voll genommen“. Schon bald musste die nächste Evolutionsstufe her. So erfolgte

2015 die Implementierung der HP-Indigo-Technologie. Die Qualität stieg signifikant, neue Kunden kamen hinzu und bestehende blieben. Im selben Jahr fiel auch die Entscheidung für den heutigen Standort in Schwülper, direkt an der Autobahn und perfekt für Logistik und Wachstum ausgelegt. Das Gebäude wurde nicht nur für die Produktion, sondern auch für moderne IT-Strukturen und die Lagerlogistik konzipiert. So wurden die Grundlagen für das gelegt, was Traffic heute ist: ein High-End-Dienstleister für personalisierte Kommunikation mit echtem Projektfokus.

One-Stop-Shop mit Plan

Heute ist Traffic ein One-Stop-Shop für digitale Printkommunikation mit IT-DNA. Ob Mailings, Verpackungen, Etiketten oder personalisierte Bücher: Die Lösungen des Unternehmens sind stets in größere Projekte eingebettet. Acht IT-Spezialisten arbeiten im Haus daran, individuelle Schnittstellen für Kunden aufzubauen, Datenprozesse zu optimieren und Portale zu entwickeln. Dabei sind Beratung und Prozessdenken zentrale Elemente der Wertschöpfung. Ein weiterer Meilenstein in der Entwicklung des

*Hier schlägt das Herz der Produktion:
Insgesamt drei Indigo-Maschinen übernehmen
den personalisierten Druck in bester Qualität.*





Letzter Halt vor dem Briefkasten: In der Versandlogistik-Halle werden Mailings adressiert, kuvertiert, gebündelt und für den Versand vorbereitet. Weiter im Hintergrund zu erkennen: das hochmoderne Laserschneidegerät, der „MotionCutter“, mit dem Mailings individuell und einzigartig gestaltet werden können.

Unternehmens ist, dass Sebastian Höper und Peter Camp das operative Geschäft mittlerweile gemeinsam verantworten. Höper stieg 2007 als Kundenbetreuer ein, entwickelte den Bereich Vertrieb weiter und gründete 2015 die Abteilung Projektmanagement. Beide sind Teil des Management Boards – und beide leben das, was sie tun. Die Atmosphäre im Team ist geprägt von Loyalität, Kollegialität und Entfaltungsmöglichkeiten. Viele Mitarbeitende sind seit Jahren im Unternehmen. Wer hier anfängt, bleibt oft. Und wo Mitarbeiterbindung gelebter Alltag ist, verliert kununu seinen Schrecken.

Mut zur Veränderung

Der schrittweise Rückzug von Patrick und Andrea Donner aus dem Tagesgeschäft ist eingeleitet. Die Zukunft liegt in den Händen des engagierten Duos Höper und Camp. Sie sehen die nächsten Entwicklungsschritte vor allem in zwei Bereichen: IT-Dienstleistungen und Effizienzsteigerung. Bereits heute werden viele Prozesse bei Traffic automatisiert, doch es gibt Potenzial für mehr, auch dank KI. Das Thema Nachhaltigkeit steht ebenfalls weit oben auf der Agenda. Die IFS-Zertifizierung im Lebensmittelbereich und der Aufbau eines Kühlagers für personalisierte Schokoladenverpackungen zeigen, wie beweglich das Unternehmen beim Aufbau neuer Services ist. Ein akutes Thema bleibt die Nachwuchsgewinnung. Ab August 2025 werden zwei indonesische Auszubildende bei Traffic beginnen. Das Team will wachsen – mit Menschen, die bereit sind, Verantwortung zu übernehmen. „Wir wollen Leute nach unseren Vorstellungen formen“, sagt Peter Camp. Und er meint das im besten Sinne.

Unternehmenskultur

Ein eindrucksvolles Beispiel für die besondere Unternehmenskultur von Traffic ist die regelmäßige Teilnahme an den „Druck & Medien Awards“. 2022 wurde das Team mit dem Award für das beste Kunden- und Verkaufsteam ausgezeichnet, hinzu kam Silber in der Kategorie „Directmaildrucker des Jahres“. 2023 folgte der Sieg in der Kategorie „Crossmedia-Dienstleister des Jahres“. Im letzten Jahr erreichte das Unternehmen immerhin den dritten Platz in der Kategorie „Digitaldrucker des Jahres“. Diese Auszeichnungen spiegeln die großen Kompetenzen des Unternehmens wider. Auch in diesem Jahr hat das Unternehmen wieder eine Bewerbung eingereicht. „Die Druck & Medien Awards generieren Aufmerksamkeit und die Auszeichnungen erzeugen Stolz innerhalb des Teams“, sagt Sebastian Höper. Dass dieser Stolz mehr als eine Momentaufnahme ist und zum Selbstverständnis gehört, zeigt sich auf der Website: Dort wird die Unternehmenskultur prominent platziert – ein Wertekatalog, der Professionalität und Menschlichkeit vereint. Beim Rundgang durch den Betrieb wurde spürbar, wie hier viele kleine Details ein großes Ganzes ergeben und wie sehr sich die hier tätigen Menschen einbringen.

Zum Abschied blicke ich noch einmal in den Hof: Ich erkenne, dass sich hier alles auf die Logistik konzentriert. Ein durchdachtes Gesamtkonzept, getragen von einer starken Unternehmenskultur. Und siehe da – sogar der Sommer hat Erbarmen und schenkt mir ein paar weitere Sonnenstrahlen. ■



Unterstützungsangebote für Ausbildungspersonal

DIGITALE KOMPETENZ FÜR MODERNES AUSBILDEN

Digitale Werkzeuge in der Ausbildung werden immer vielfältiger – und mit Künstlicher Intelligenz kommen neue Möglichkeiten hinzu. Damit Ausbilderinnen und Ausbilder den Überblick behalten, bieten die Plattform Leando und das Netzwerk Q4.0 praxisnahe Informationen, Schulungen und digitale Tools.

Leando: Hub für Ausbildung & Prüfung

Leando, entwickelt vom Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) in Abstimmung mit dem Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), ist ein Portal für Ausbildungs- und Prüfungspersonal. Es bietet Informationen zu anwendungsbezogenen Themen, Fallbeispiele für gute Ausbildung, Austauschmöglichkeiten über eine Community und Zugriff auf digitale Werkzeuge für die Ausbildung. Die Unterseite MIKA (Medien- und IT-Kompetenz für Ausbildungspersonal) widmet sich speziell dem Einsatz digitaler Tools. Dort finden sich Weiterbildungsangebote zur Medien- und IT-Kompetenz für die betriebliche Ausbildung, das MIKA-Game zur spielerischen Wissensvermittlung zu Datenschutz und Datensicherheit sowie die MIKA-Toolbox mit digitalen Tools für die Ausbildung. Leando vereint Wissen, Praxisbeispiele und Austausch auf einer zentralen Plattform für Aus- und Prüfungspersonal. Die Inhalte werden kontinuierlich aktualisiert und von Experten moderiert. Durch die integrierte Community-Funktion können sich Fachkräfte vernetzen, Fragen klären und gemeinsam Materialien entwickeln – unabhängig von Ort und Zeit. Leando im Web: leando.de.

Netzwerk Q4.0 – Fit für die digitale Zukunft

Das Netzwerk Q4.0 ist ein gemeinsames Projekt des Instituts der deutschen Wirtschaft, der Bildungswerke der Wirtschaft und weiterer Bildungsinstitutionen, gefördert im Rahmen der „Qualifizierungsinitiative Digitaler Wandel – Q 4.0“. Ziel ist es, Ausbildungspersonal für den digitalen Wandel zu qualifizieren. Das Angebot wurde inzwischen um Themen wie Ausbildungsmarketing, aktuelle Trends und maßgeschneiderte Lösungen erweitert.



Unter dem Titel „Innovative Weiterbildungen für Ihre Ausbildung“ bietet die Plattform Blended-Learning-Trainings, Vorträge, Workshops, Onlinekurse und Learning Nuggets. Viele Angebote sind kostenfrei. Der KI-Kompass vermittelt Grundlagen zum Einsatz von Künstlicher Intelligenz in der Ausbildung. Das Netzwerk im Web: netzwerkq40.de. ▣



IHR ANSPRECHPARTNER

Ronny Willfahrt
Referent Bildung beim VDMNO

E willfahrt@vdmno.de
T 030 3022021

Rock'n'Roll im Leben wie im Drucksaal

BRANCHENTALK

Persönlich, präzise und mit einem Faible für aufwendige Aufträge: Das Druckhaus Giese & Seif in Peine lebt ein Selbstverständnis, das im Alltag der Branche selten geworden ist. Timo Seif und Florian Giese gründeten ihr Unternehmen Anfang der 2000er – aus einer Insolvenz heraus, mit kaum Kunden, aber mit viel Idealismus. Heute beschäftigen sie über 20 Mitarbeitende und kombinieren klassischen Offsetdruck mit individualisiertem Digitaldruck und viel Liebe zum Detail. Dass sie dabei auch schwierige Aufträge, kleine Auflagen oder ungewöhnliche Ideen nicht scheuen, hat ihnen eine treue Kundschaft eingebracht – vom Handwerker bis zur Werbeagentur. Für den NUTZEN sprachen wir mit den beiden Unternehmern über Technologieumbrüche, Haptik als Werbewirkung, junge Zielgruppen – und warum sich manche Drucksache wie ein gutes Rockkonzert anfühlen darf.

Drucken als Brücke zwischen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft – das steht auf Ihrer Website. Was meinen Sie damit?

Seif: Druck ist einer der traditionsreichsten Berufe überhaupt – mit enormem gesellschaftlichem Einfluss. Wer diesen Beruf ausübt, ohne sich dieser Verantwortung bewusst zu sein, ist für uns kein echter Drucker. Wir arbeiten heute mit modernster Technik, aber immer mit Blick auf die Geschichte. Für uns ist Druck tatsächlich ein verbindendes Element zwischen den Zeiten.

Wie optimistisch blicken Sie auf die Zukunft der Branche?

Giese: Die Branche ist anspruchsvoll – Print ist nicht mehr so „sexy“ wie früher. Aber wir glauben fest daran, dass gedruckte Kommunikation auch künftig ihre Berechtigung hat. Gerade wenn es um Haptik, Individualität und Werbewirkung geht. Die Leute wischen auf dem Handy – aber sie heften Gutscheine und Handwerkerprospekte an die Pinnwand. Das hat seine Wirkung. Ich glaube, es ist eine Art Wellenbewegung: Der Trend geht in Richtung digital – aber Print kommt immer wieder zurück.

Spüren Sie, dass Kunden zurück zum Print kommen?

Seif: Ja, definitiv. Wir hatten z. B. einen Kunden, der ein Jahr lang testweise

komplett auf Print verzichtete. Nach neun Monaten kam er wieder. Der reine Online-Weg hat für ihn nicht funktioniert – weder wirtschaftlich noch kommunikativ. Heute kombiniert er beide Kanäle und genau darin liegt für viele Unternehmen der Schlüssel.

Sie sind auch mit kleinen Aufträgen sichtbar – warum ist Ihnen das wichtig?

Giese: Weil es zum Handwerk gehört. Wenn jemand 20 Einladungskarten zum 75. Geburtstag möchte, schicken viele Druckereien ihn weg. Wir nicht. Auch bei Hochzeitskarten nehmen wir uns die Zeit – mit Papiermustern, persönlichen Gesprächen und allem, was dazugehört. Vielleicht kommt daraus später ein anderer Auftrag. Vielleicht bleibt's bei der Karte. Beides ist okay – und gehört zur Unternehmenskultur.

Wie wichtig ist der persönliche Kundenkontakt?

Seif: Sehr wichtig. Wir laden Kundinnen und Kunden gern zu uns ein – egal ob es um ein Mailing oder Visitenkarten geht. Wer eine Druckerei von innen erlebt, merkt schnell, wie komplex manche Abläufe sind. Und wie einfach wir sie ihm abnehmen. Das schafft Vertrauen. Unser Außendienst ist da eine gute Ergänzung: persönlich, kompetent, gelernter Drucker – das kommt an.

Giese: Wir haben lange überlegt, wen wir da rausschicken. Am Ende war klar: Es muss jemand sein, der selbst Drucker ist und weiß, was unsere Maschinen können. Der nicht nur verkauft, sondern auch erklären kann. Und – ganz wichtig – der Kaffee trinkt, zuhört und Aufträge mitnimmt, ohne dass es nach Vertrieb aussieht.

Was unterscheidet Sie von anderen?

Giese: Wir wissen, wofür wir stehen. Wir sind keine Massendruckerei. Bei uns geht es oft um Aufträge mit hohem Abstimmungsbedarf, um Qualität, um Sonderwünsche. Wir nehmen uns Zeit – auch im Vorfeld. Wer mit uns arbeitet, bekommt nicht nur ein Produkt, sondern eine intensive Betreuung.

Seif: Unsere Kunden schätzen, dass sie sich auf uns verlassen können – und sich nicht mit technischen Details oder Datenschutzfragen herumschlagen müssen. Sie schicken uns ihre Daten, und wir regeln den Rest. Das klingt banal, ist aber für viele ein echter Mehrwert.

Wie denken Sie über den Digitaldruck?

Seif: Wir sind digitaldruckerfahren – aber aktuell noch im tonerbasierten Bereich unterwegs. Wir würden sofort in Inkjet investieren, wenn es Maschinen gäbe, die unseren Anforderungen entsprechen. Bislang ist das nicht der Fall. Entweder fehlt es an Formatflexibilität,



© Zana Jozeljic_zanaphotos.de



“ Es braucht nicht viel:
Taktgefühl, ein bisschen
Wahnsinn und jede
Menge Leidenschaft.

FLORIAN GIESE



an Medienvielfalt oder an der nötigen Performance. Manche Geräte brauchen so viel Platz oder Strom, dass sie für mittelständische Betriebe schlicht nicht wirtschaftlich sind.

Giese: Dazu kommt: Viele Hersteller entwickeln unter Laborbedingungen. Da läuft alles glatt – glattes Papier, klimatisierte Räume, standardisierte Abläufe. Aber bei uns kommen Mailings mit Lack, Perforation, Sonderformaten. Wenn diese Maschinen unsere Bedingungen hier aushalten, dann werden wir sehr schnell aktiv.

Welche Rolle spielt Individualisierung bei Ihren Aufträgen?

Giese: Die wird immer wichtiger. Früher stand nur „Sehr geehrter Herr Müller“ oben im Mailing – heute möchten Kunden Broschüren, in denen jede Seite anders ist. Geschäftsberichte, bei denen jeder Empfänger eine eigene Variante erhält. Das erfordert ein ganz anderes Denken – technisch, aber auch menschlich.

Seif: Und Maschinen helfen nur, wenn das Team mitzieht. Wir erleben da ganz unterschiedliche Reaktionen: Manche Mitarbeitende sind begeistert, andere zögern oder zweifeln. Unsere Aufgabe

als Führung ist es, zu moderieren, zu motivieren und Lust auf Neues zu machen.

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen aktuell?

Giese: Es gibt nicht „die eine“. Es sind viele kleine Baustellen, die sich gegenseitig verstärken: Portokosten, Dokumentationspflichten, Fachkräftemangel, schwierige Zustellzeiten. Und leider auch Konkurrenzdenken innerhalb der Branche. Dabei wäre mehr Kooperation dringend nötig.

Seif: Fachkräfte zu finden, war schon immer schwierig – gute Leute sind selten. Aber wir bilden regelmäßig aus, schauen langfristig und setzen stark auf Teamkultur. Manche Mitarbeitende sind über Umwege zu uns gekommen – aus anderen Branchen, ohne klassische Vita. Was zählt, ist Haltung und Motivation.

Braucht es den Verband in Zukunft noch?

Seif: Wir sind gelernte Drucker, keine Juristen, Vertriebsberater oder Lobbyisten. Deshalb ist der Verband für uns wichtig – als Ansprechpartner bei rechtlichen Fragen, bei Branchenthemen, bei Schulungen.

Wir könnten das Angebot noch mehr nutzen, klar. Aber wenn wir Bedarf haben, greifen wir zum Telefon – und bekommen Hilfe.

Giese: Wir sehen den Verband auch als Sprachrohr. Gerade bei politischen Themen braucht es jemanden, der die Interessen der Branche hörbar macht. Wir sind kleine Unternehmer – ohne Verband würden wir in Berlin oder Brüssel kein Gehör finden.

Noch ein Blick auf Sie persönlich: Wie kam die Rockmusik ins Spiel?

Seif: Wir waren beide schon immer musikbegeistert. Als wir uns kennenlernten, hat Florian Schlagzeug gespielt und ich Gitarre. Heute machen wir hobbymäßig weiter – nicht oft, aber mit viel Herz. Das ist für uns ein Ausgleich. Und irgendwie auch Teil unserer Identität.

Giese: Rock'n'Roll ist kein Image, das sind wir wirklich – im Leben wie im Drucksaal. Es braucht nicht viel: Taktgefühl, ein bisschen Wahnsinn und jede Menge Leidenschaft.

Das Interview führten Laura Pavel und Ronny Willfahrt



Timo Seif ist davon überzeugt, dass Tradition und Technik zusammengehören. Wir haben ihn als Unternehmer erlebt, der Verantwortung übernimmt und Wandel gestaltet. Und der wie sein Geschäftspartner Florian Giese nie den Humor verliert.



© Žana Jozeljč, zanaphotos.de



Vom Einzelkämpfer zum Teamplayer

VDMNO TECH-CLUSTER: WERTSCHÖPFUNGSNETZWERK IM NORDOSTEN ENTSTEHT

Mehr Aufträge, weniger Kosten, höhere Auslastung – was nach einem Wunschzettel klingt, lässt sich mit einem starken Unternehmenscluster erreichen. Mit dem VDMNO-Tech-Cluster geht die Druckindustrie in Nordostdeutschland diesen Weg jetzt an. Nach dem erfolgreichen Auftakt im Juni ist klar: Die Bereitschaft zur Kooperation ist groß und die Vorteile sind handfest. Gemeinsame IT-Infrastrukturen können bis zu 30 Prozent der laufenden Kosten sparen, Volumenbündelung senkt Materialpreise um 10–15 Prozent, und gezieltes Auslastungsmanagement steigert die Maschinenproduktivität deutlich. Hinzu kommen Umsatzwachstum durch One-Stop-Shop-Angebote, schnellere Innovationszyklen und gemeinsame Nachwuchssicherung – ein Paket, das direkt auf die Wettbewerbsfähigkeit einzahlt.

Die Rahmenbedingungen für mittelständische Druckereien sind herausfordernd: steigender Preisdruck, Fachkräftemangel, wachsende Anforderungen an Nachhaltigkeit und digitale Prozesse. Der VDMNO sieht darin nicht nur Risiken, sondern auch eine Chance – vorausgesetzt, die Unternehmen gehen sie gemeinsam an. Das neue Tech-Cluster NordOst ist dafür der Hebel.

Von Norwegen lernen, in Nordost umsetzen

Am 26. Juni 2025 trafen sich rund 20 Führungskräfte in Hannover zum Workshop „Druckindustrie im Wandel“. Sie diskutierten, wie

sich mittelständische Betriebe über ein Cluster zusammenschließen können, um Digitalisierung, Automatisierung und Spezialisierung voranzubringen. Die Botschaft war eindeutig: Wer Ressourcen teilt und sich vernetzt, kann seine Leistungsfähigkeit deutlich steigern. Impulse kamen von Morten Gunnarshaug von der norwegischen Aksell-Gruppe, die in den letzten Jahren eindrucksvoll bewiesen hat, dass Clustering Wachstum beschleunigt. Praxisnahe Beispiele lieferten portavice GmbH und Ziebarth Consulting – von IT-Integration über Workflow-Automatisierung bis hin zu KI-gestützten Prozessen.



Morten Gunnershaug, CPO der norwegischen Aksell-Gruppe, berichtete, wie er gemeinsam mit anderen den Sprung aus einem klassischen Familienbetrieb in ein neues Zeitalter wagte – durch Clustering, smarte Prozesse und eine klare Kooperationsstrategie.

Kooperation mit messbarem Mehrwert

Ein Cluster ist kein lockeres Netzwerk, sondern eine Partnerschaft mit klaren Spielregeln. Als Grundlage müssen Transparenz, Fairness und Qualität als verbindliche Standards festgeschrieben werden. Als Vorteile für beteiligte Unternehmen wurden im Workshop diskutiert:

- » **Weniger Kosten:** Gemeinsame IT-Infrastruktur kann laut Studien bis zu 30 % der laufenden IT-Kosten sparen.
- » **Bessere Einkaufskonditionen:** Volumenbündelung reduziert Materialkosten um durchschnittlich 10–15 %.
- » **Höhere Auslastung:** Aufträge lassen sich gezielt an freie Kapazitäten im Cluster verteilen, was Leerlaufzeiten reduziert.
- » **Mehr Umsatz:** Mit dem One-Stop-Shop-Ansatz können Mitglieder ihren Kunden Komplettangebote machen, auch wenn einzelne Leistungen von Partnern kommen.
- » **Schnellere Innovationen:** Neue Technologien,

angefangen bei KI-gestützter Preiskalkulation bis zu nachhaltigen Produktionsverfahren, finden schneller den Weg in den Markt.

- » **Bessere Personalsicherung:** Gemeinsame Schulungen und Nachwuchsprogramme erhöhen die Attraktivität für Fachkräfte.
- » **Stärkere Marktposition:** Ein gemeinsames Qualitäts- und Nachhaltigkeitssiegel schafft Sichtbarkeit und Vertrauen.

Diese Vorteile sind keine Annahmen, sondern durch Studien und Praxisbeispiele belegt. Sie zeigen: Clustering wirkt direkt auf Gewinn- und Verlustrechnung – durch niedrigere Kosten, höhere Umsätze und mehr Resilienz.

Der erste Schritt: Kompetenz-Steckbriefe

Um gezielt kooperieren zu können, müssen die Stärken jedes Partners klar erkennbar sein. Der VDMNO hat dafür eine Online-Umfrage entwickelt, mit der Unternehmen einen detaillierten Steckbrief erstellen – von Verfahren und Maschinen über Software bis zu Spezialprodukten und logistischen Leistungen. Dieses Profil ist die Eintrittskarte ins Cluster und die Basis, um die Potenziale gemeinsam zu heben.

Vorteile für Early Adopters

Wer jetzt einsteigt, profitiert doppelt: Als Pilotbetrieb gestalten Sie nicht nur die Strukturen und Standards des Clusters aktiv mit, sondern sichern sich auch einen

Informations- und Erfahrungsvorsprung, der späteren Mitgliedern so nicht mehr offensteht. Beim Workshop im Juni war schnell klar, wie entscheidend abgestimmte Spielregeln für den Erfolg des Clusters sind – und genau hier haben die Early Adopters die Chance, diese gemeinsam zu definieren. Geplant ist, diese Vereinbarungen in einem Memorandum of Understanding (MoU) festzuhalten. Eine frühe Beteiligung eröffnet zudem einen direkten Zugang zu Förderprojekten und erhöht die Sichtbarkeit als Vorreiter der Branche.

Follow-up-Workshop am 7. Oktober 2025

Der weitere Weg ist vorgezeichnet: Nach dem Auftakt im Juni folgt am 7. Oktober 2025 in Berlin der nächste Workshop, um konkrete Projekte und technische Integrationen zu starten. Dabei wird sich zeigen, ob das Engagement und die Dynamik aus dem Auftakt weitergetragen werden. Bereits 2026 soll dann die Pilotphase anlaufen – mit ersten gemeinsamen IT-Lösungen, Einkaufspools und kooperativen Kundenprojekten.

#VomIchZumWir

Im Kern steht ein Kulturwandel: weg vom isolierten Einzelkämpfer, hin zu einer Gemeinschaft, die Stärken teilt und Schwächen ausgleicht. Das VDMNO-Tech-Cluster ist kein Zusammenschluss aus Pflicht, sondern aus Überzeugung – getragen von der Idee, dass Zusammenarbeit mehr wert ist als kurzfristige Konkurrenz. Hier gilt: #VomIchZumWir ist nicht nur ein Hashtag, sondern ein gelebtes Prinzip. Wer Teil des Clusters wird, soll erleben, wie aus vielen einzelnen Stimmen ein starker gemeinsamer Auftritt entsteht. Das VDMNO-Tech-Cluster ist somit mehr als ein Projekt – es ist ein Aufbruch. Es schafft Strukturen, in denen sich mittelständische Druckereien gegenseitig stärken, statt sich als Konkurrenten zu blockieren. Wer mitmacht, investiert nicht nur in die eigene Zukunftsfähigkeit, sondern in eine gemeinsame Marktposition, die größer ist als die Summe ihrer Teile. Der Weg dorthin ist bereitet – und der erste Schritt liegt nur einen Klick entfernt. ■



Im Workshop „Druckindustrie im Wandel“ trugen rund 20 Unternehmer*innen aus dem Mitgliederkreis des VDMNO wichtige Aspekte zusammen, die bei einer Clusterbildung eine Rolle spielen.

Jetzt mitmachen!

Gehen Sie jetzt den ersten Schritt ins VDMNO-Tech-Cluster: Füllen Sie den Unternehmenssteckbrief aus, machen Sie Ihre Stärken sichtbar und schaffen Sie die Basis für gezielte Kooperationen innerhalb des Netzwerks. Registrieren Sie sich außerdem für den nächsten Workshop am **7. Oktober 2025 in Berlin**. Auf unserer Themenseite im geschützten Mitgliederbereich finden Sie alle Informationen. Einfach QR-Code scannen, einloggen und direkt loslegen.



[vdmno.de/
mitgliederbereich/
tech-cluster-
nordost](https://vdmno.de/mitgliederbereich/tech-cluster-nordost)

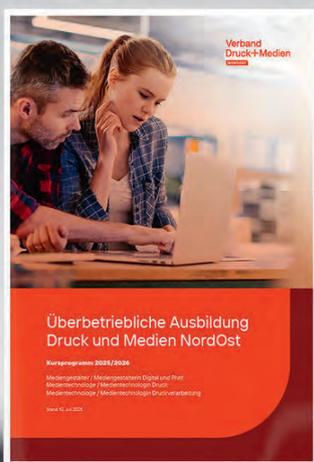
Kurz und bündig

01. VON WAHLKAMPF ZU REGIERUNGSARBEIT: TILMAN KUBAN IM DIALOG MIT DER DRUCKINDUSTRIE

Anlässlich der ersten 100 Tage der neuen Regierung trafen sich am 14. August 2025 in Hannover Unternehmerinnen und Unternehmer der Druck- und Medienbranche sowie Papierindustrie zum offenen Austausch mit dem CDU-Bundestagsabgeordneten Tilman Kuban. Es wurde über die Regierungsarbeit der neuen Koalition, wirtschaftliche Rahmenbedingungen und Perspektiven für mittelständische Betriebe diskutiert. Am Ende stand das klare Signal aller Beteiligten: Der Dialog zwischen Politik und Branche muss weitergehen – offen, ehrlich und mit Blick auf die Chancen, die vor uns liegen. Unsere Online-Nachbetrachtung des Diskussionsabends lesen Sie unter vdmno.de/info-center/detail/kuban-im-dialog.



Tilman Kuban (MdB) und Philipp von Trotha.



Für jeden Azubi das passende Angebot:
Unter vdmno.de/leistungen/ausbildung finden Sie unser Kursprogramm der überbetrieblichen Ausbildung.

02. KURSPROGRAMM FÜR DIE ÜBERBETRIEBLICHE AUSBILDUNG 2025/2026

Das Kursprogramm 2025/2026 für die überbetriebliche Ausbildung ist da! Der Verband VDMNO bietet wieder ein breites Spektrum an Online-Kursen, die Auszubildende optimal auf Zwischen- und Abschlussprüfungen vorbereiten. Mediengestalter und Medientechnologen können aus praxisnahen Angeboten wählen, die Fachwissen gezielt aufbauen und vertiefen und auf die theoretischen und praktischen Prüfungen vorbereiten. Für Mediengestalter Digital und Print reicht das Angebot von Basiskursen in Mediendesign und Bildbearbeitung bis zu professionellen Layout-Workshops und intensiven Prüfungsvorbereitungen. Auch Medientechnologen Druck und Druckverarbeitung finden spezialisierte Theorie- und Praxiskurse. Jetzt Azubis anmelden!

03. WORKSHOP „RE.MEMBER“ GIBT IMPULSE FÜR DIE ZUKUNFT DES VDMNO

Wie können Angebote, Kommunikation und Ausrichtung des VDMNO noch gezielter an den tatsächlichen Bedürfnissen der Mitgliedsunternehmen ausgerichtet werden? Mit dieser Leitfrage trafen sich am 2. Juli 2025 Mitglieder aus Vorstand und Beirat sowie das Team des VDMNO zum Workshop „re.MEMBER“. Unterstützt von der Transformationsberaterin Leila Summa wurde systematisch analysiert, diskutiert und priorisiert – mit dem Ziel, tragfähige Impulse für die Weiterentwicklung des Verbandes zu erarbeiten und neue Mitglieder zu gewinnen. Ein Folgeworkshop ist für den Herbst 2025 geplant. Haben auch Sie Ideen, was wir als Verband anstoßen oder besser machen sollten? Fehlt Ihnen ein bestimmtes Angebot? Haben Sie ein Praxisbeispiel, das auch für andere Mitglieder spannend sein könnte? Dann schreiben Sie uns – ob kurz per Mail (info@vdmno.de), telefonisch (0511 338060) oder im direkten Gespräch bei nächster Gelegenheit.

04. MIT CREATOR-POWER GEGEN DEN NACHWUCHSMANGEL

TikTok statt Infobroschüre, Content Creator statt Stellenanzeige: Die Nachwuchsinitiative hochDRUCK 2.0 der Verbände Druck und Medien ging bewusst neue Wege. Ziel war es, Jugendliche auf unsere Berufe hinzuweisen und für eine Ausbildung in der Druck- und Medienindustrie zu begeistern – und das dort, wo sie täglich unterwegs sind: auf Social Media. Im Rahmen der Azubi-Recruiting-Kampagne hochDRUCK 2.0 wurde erneut ein reichweitenstarker Content Creator hinzugezogen: Noel Dederichs, bekannt durch TikTok und YouTube.



Laura Grondey und Dr. Bertram Stausberg während der Gruppenarbeit beim Workshop in Hannover

Er zeigt in einem eigens produzierten Video als Teil der Kampagne, wie modern, vielfältig und zukunftsfähig der Beruf des Medientechnologen Druck ist. Das Video und weitere Informationen zum Projekt finden Sie unter vdmno.de/info-center/hochdruck-2025.





Entwaldungsfreie Druckprodukte: Die EUDR kommt

JEDE DRUCKEREI MUSS HANDELN

Die Druck- und Medienbranche steht vor einer der größten umweltpolitischen Regulierungen der letzten Jahre: Die EU-Verordnung über entwaldungsfreie Lieferketten (EUDR) wird ab 30. Dezember 2025 für große und mittlere Unternehmen verbindlich, ab Mitte 2026 auch für KMU. Sie ersetzt die bisherige Holzhandelsverordnung (EUTR) und stellt neue Anforderungen an Druckereien, Papierlieferanten und Verlage. Was auf die Branche zukommt – und wie ein gemeinsames Modell für die Umsetzung aussehen kann.

Ziel der EUDR ist es, das Inverkehrbringen von Produkten auf dem EU-Markt zu unterbinden, die mit Entwaldung oder Waldschädigung in Verbindung stehen. Betroffen sind Holz, Zellstoff, Papier und Druckerzeugnisse – also auch Bücher, Magazine, Werbemittel. Nur Produkte, die nachweislich entwaldungsfrei, rechtskonform hergestellt und mit einer elektronischen Sorgfaltserklärung (DDS) dokumentiert sind, dürfen künftig auf den Markt.

Wer ist betroffen – und wie?

Die Anforderungen gelten für alle, die betroffene Produkte auf dem EU-Markt erstmals in Verkehr

bringen – also in vielen Fällen Papierhersteller oder Verlage, aber auch Druckereien, wenn sie beispielsweise selbst Papier importieren. Die DDS muss über das EU-System TRACES übermittelt werden und Angaben zur Herkunft des Holzes, zu Geodaten, zur Risikobewertung und ggf. Risikominderung enthalten. Unternehmen ab 50 Beschäftigten sind bereits zum Jahreswechsel 2025/2026 betroffen. Für KMU gibt es eine Übergangsfrist bis Ende Juni 2026. Die Erfahrung zeigt jedoch, dass größere Marktteilnehmer, die bereits zum Jahreswechsel in der Pflicht stehen, Anforderungen und Nachweispflichten oft frühzeitig an kleinere Partner weitergeben. Jedes

Unternehmen sollte sich daher darauf einstellen, schon zum Jahreswechsel handlungsfähig zu sein. Grundsätzlich gilt: Wer keine Erstinverkehrbringer-Rolle einnimmt, kann auf DDS seiner Vorlieferanten aufbauen – doch auch das erfordert Transparenz und Systematik.

Warum jetzt handeln?

Die Einhaltung der EUDR ist verpflichtend und wird von den zuständigen Behörden kontrolliert. Verstöße können zu empfindlichen Sanktionen führen – von Bußgeldern bis hin zum Vertriebsverbot von Produkten. Darüber hinaus bietet die frühzeitige Umsetzung der EUDR-Anforderungen die Chance, sich am Markt als nachhaltig agierendes Unternehmen zu positionieren und Kundenvertrauen zu stärken.

Branchenspezifische Lösung: Die Batch-DDS

Um die Anforderungen praxistauglich zu erfüllen, wurde ein Vorschlag für eine „Batch-Lösung“ innerhalb der Wertschöpfungskette entwickelt. Das Prinzip: Statt jeder einzelnen Lieferung eine eigene DDS beizulegen, können Referenz- und Verifikationsnummern (RN/VN) in einem Pool gesammelt und quartalsweise

gebündelt an nachfolgende Stufen weitergegeben werden – beispielsweise von Verlagen an Druckereien oder vom Großhandel an Einzelhändler.

Jede Stufe der Kette validiert die DDS der Vorstufe, wodurch eine lückenlose Nachverfolgbarkeit gewährleistet ist – bei gleichzeitiger administrativer Entlastung. Wichtig: Auch in der Batch-Lösung muss jedes DDS elektronisch über TRACES erstellt und bei Bedarf mit Risikobewertungen hinterlegt werden.

Verbandsunterstützung: Wissen teilen, Bürokratie begrenzen

Die Verbände Druck und Medien begleiten die Einführung der EUDR aktiv – mit Informationsveranstaltungen, Leitfäden, politischer Interessensvertretung und der Entwicklung gemeinsamer Lösungen. Besonders wichtig ist uns als VDMNO die individuelle Unterstützung unserer Mitgliedsbetriebe: Unser Syndikusrechtsanwalt Marc Bening hat sich tief ins Thema gearbeitet und steht Ihnen als persönlicher Ansprechpartner zur Verfügung. Darüber hinaus haben wir alle Informationen zur EUDR auf einer Themenseite für Sie zusammengetragen. ▣

*Marc Bening, Syndikusrechtsanwalt
des VDMNO, unterstützt Sie gerne
persönlich bei Ihren Fragen rund um
Ihre Pflichten zur EUDR.*



Unterstützung durch den VDMNO

Ihr direkter Draht zur EUDR-Expertise
im Verband:

Marc Bening

Syndikusanwalt des VDMNO

T 0511 3380642

E bening@vdmno.de

Themenseite für Mitglieder:

Mehr zur EUDR, branchenspezifische Leitfäden, Mustertexte, Webinaraufzeichnungen und aktuelle Informationen finden Mitglieder auf unserer Themenseite im Mitgliederbereich der VDMNO-Website. Alle Updates zur Verordnung fließen dort laufend ein. Einfach QR-Code scannen, einloggen – und vorbereitet bleiben.



[vdmno.de/
mitgliederbereich/
eudr](https://vdmno.de/mitgliederbereich/eudr)

Termine

AUS DEM VERBAND

- 18.9.2025 IGEPA Lounge 2025 in Hemmingen
7.10.2025 [Siehe Highlight](#) HOPPY HOUR BERLIN:
After-Work-Networking der Berliner Druckindustrie
7.10.2025 Workshop: „Erfolg im Verbund – #VomIchZumWir
mit dem Tech-Cluster NordOst“
28.10.2025 Vorstands- und Beiratssitzung (auf Einladung)
4.12.2025 VDMNO #NikolausGrillen in Hannover
25.6.2026 [Save the Date](#) Mitgliederversammlung 2026 in Berlin



Veranstaltungsinformation und Anmeldung unter
vdmno.de/info-center/veranstaltungen

ÜBERBETRIEBLICHE AUSBILDUNG

MEDIENGESTALTER

- 3.–7.11.2025 Bildbearbeitung I
10.–14.11.2025 Mediendesign I
17.–21.11.2025 Abschlussprüfungsvorbereitung III Theorie
24.–28.11.2025 Mediendesign III
8.–12.12.2025 Bildbearbeitung II
12.–16.1.2026 Mediendesign II
2.–6.2.2026 Zwischenprüfungsvorbereitung II Praxis
23.–27.2.2026 Zwischenprüfungsvorbereitung II Theorie
9.–13.3.2026 Abschlussprüfungsvorbereitung III Praxis
div. Termine Abschlussprüfungsvorbereitung III Theorie

MEDIENTECHNOLOGEN DRUCK

- 2.–6.3.2026 Zwischenprüfungsvorbereitung II Theorie
23.–27.3.2026 Abschlussprüfungsvorbereitung III Praxis
13.–17.4.2026 Abschlussprüfungsvorbereitung III Theorie

MEDIENTECHNOLOGEN DRUCKVERARBEITUNG

- 23.–27.2.2026 Zwischenprüfungsvorbereitung II Theorie
20.–24.4.2026 Abschlussprüfungsvorbereitung III Theorie



Veranstaltungsinformation und Anmeldung unter
vdmno.de/leistungen/ausbildung



HIGHLIGHT: HOPPY HOUR BERLIN

7. Oktober 2025

Am 7. Oktober 2025 lädt der Verband Druck und Medien NordOst gemeinsam mit Canon und OVOL zur Premiere der HOPPY HOUR BERLIN ein – dem neuen After-Work-Networkingformat für die Druck- und Medienbranche in Berlin und Brandenburg. Freuen Sie sich auf frische Impulse, spannende Gespräche, einen inspirierenden Kurzvortrag und echte Berliner Braukunst im DogTap Berlin. Auch Freunde und Branchenkollegen aus anderen Regionen sind herzlich willkommen. Die Teilnahme ist kostenfrei – sichern Sie sich jetzt Ihren Platz und stoßen Sie mit uns an!

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Verband Druck & Medien NordOst e.V.
Geschäftsstelle Hannover
Bödekerstraße 10 · 30161 Hannover
T 0511 33 80 60 · F 0511 33 80 620
nutzen@vdmno.de · www.vdmno.de

GESCHÄFTSFÜHRUNG

Philipp von Trotha (V.i.S.d.P.)

REDAKTIONSLEITUNG

Ronny Willfahrt

REDAKTION UND TEXT

Astrid Habermann, Inge Oberheide, Laura Pavel, Holger Schürmann,
Philipp von Trotha, Ronny Willfahrt

GESTALTUNG

Florian Sell, bitflare GmbH

BVDM unterstützt neues Datenaustauschformat EUDR-X

Der BVDM hat an der Erarbeitung eines Branchenstandards der Initiative Online Print e.V. (IOP) für die automatisierte Weitergabe von Informationen gemäß der EU-Verordnung gegen Entwaldung (EUDR) mitgewirkt und unterstützt das veröffentlichte Datenaustauschformat „EUDR-X“.

Mit EUDR-X wurde ein kostenfreier, offener Datenstandard entwickelt, der die automatisierte Weitergabe von Informationen ermöglicht, die gemäß der EU-Verordnung gegen Entwaldung (EUDR) erforderlich wird. Der Standard EUDR-X kann in verschiedenen Formaten genutzt werden, die sich nahtlos in bestehende Systeme integrieren lassen: JSON (empfohlen), aber auch XML und CSV. Ziel ist die praxisnahe, fehlerarme Umsetzung der EUDR-Pflichten – insbesondere bei kleinteiligen Aufträgen.

Die Version 1.0.0 kann auf der Entwicklerplattform GitHub kostenfrei heruntergeladen werden.



◀ ▶ Digitale Unterstützung für Ausbilder*innen



Digitale Tools und künstliche Intelligenz eröffnen neue Chancen für die betriebliche Ausbildung – doch wie behält man den Überblick? Die Plattform Leando (entwickelt vom BIBB und BMBF) unterstützt Ausbilderinnen und Ausbilder mit praxisnahen Infos, Fallbeispielen, digitalen Werkzeugen und Weiterbildungen – darunter das interaktive MIKA-Game, die MIKA-Toolbox und Beiträge rund um KI. Alle Angebote sind kostenfrei, inklusive virtueller Onboardings und Roadshows.

Das Netzwerk Q4.0, gefördert vom BMBF, bietet ergänzend innovative Weiterbildungen zu Digitalisierung, Ausbildungsmarketing und KI – als Blended-Learning-Formate, Onlinekurse oder Workshops.

Weitere Informationen unter bvdm-online.de



**DRUCK UND DESIGN
DIE KONFERENZ**

20% RABATT
FÜR VERBANDSMITGLIEDER

**München
07. Oktober 2025**

BERBERICH PAPIER | GMUND | KURZ | OVOL

Klimaschutz für Verpackungsdrucker ist jetzt messbar

Die Anforderungen an nachhaltiges Wirtschaften steigen. Der Klimawandel und damit verbundene politische wie gesellschaftliche Erwartungen setzen Unternehmen aller Branchen zunehmend unter Druck. Auch im Verpackungsdruck wird deutlich: Wer zukünftig wettbewerbsfähig bleiben will, muss die Klimawirkung seiner Produkte und Prozesse nachvollziehbar dokumentieren und aktiv reduzieren. Ein praxisnahes Werkzeug dafür bietet jetzt die Klimainitiative der Druck- und Medienverbände mit einem speziell entwickelten CO₂-Rechner für den Verpackungsdruck.

Das neue Tool ergänzt den bereits erfolgreich etablierten CO₂-Rechner für den klassischen Akzidenz- und Zeitungsdruck, der von vielen Unternehmen bereits aktiv genutzt wird. Der Rechner ermöglicht Unternehmen, ihre Emissionen strukturiert zu analysieren und gezielt zu reduzieren. Viele Mitglieder der Klimainitiative haben bereits ökologisch sinnvolle Maßnahmen aus der begleitenden Energieberatung umgesetzt, die sich auch meist wirtschaftlich positiv auswirken. Zu diesen Maßnahmen zählen z. B. LED-Umrüstung, Wärmerückgewinnung und Druckluftleckage-Management, Optimierung von Kühl- und Heizsystemen, Austausch ineffizienter Umwälz- und Lüftungspumpen oder Anpassung von Kühl- und Temperatursystemen.



Wir hatten schon länger den bisherigen CO₂-Rechner für Akzidenzdruck im Einsatz, waren aber nicht so recht zufrieden, weil wir im Verpackungsdruck andere Eingabemöglichkeiten benötigen. Der neue Rechner ist für unsere Tätigkeiten genau passend und hilft uns, notwendige Veränderungen/Verbesserungen in der Produktion erkennen zu können.“

Samuel Schroth, Kalkulation bei
Weisert & Daur GmbH & Co. KG



Verpackungsdruckrechner – einfach genutzt!

Die Nutzung des CO₂-Rechners für den Verpackungsdruck ist an eine Jahresmitgliedschaft in der Klimainitiative der Druck- und Medienverbände gekoppelt. Darin enthalten ist der Zugang zum CO₂-Rechner für Verpackungsdruck, Unterstützung durch fachkundige Berater bei der Datenerhebung und -auswertung, ein Kommunikationspaket inkl. Mitgliederlogo und eine Teilnehmerurkunde zur Kennzeichnung klimabewusst produzierter Verpackungen, sowie die Listung auf der Plattform www.klima-druck.de/betriebe/ als klimabewusstes Unternehmen.

Weitere Informationen zur Klimainitiative und zur unverbindlichen Anfrage zum Mitmachen finden Sie unter: www.klima-druck.de/mitmachen



Der neue CO₂-Rechner ist speziell auf den Verpackungsdruck zugeschnitten

Die Anforderungen im Verpackungsbereich unterscheiden sich teils erheblich vom klassischen Druck: Materialvielfalt, komplexe Veredelungstechniken, zusätzliche logistische Prozesse und branchenspezifische Kundenanforderungen verlangen nach einer differenzierten Betrachtung der Klimawirkung. Der neue Verpackungsdruck-Rechner trägt diesen Besonderheiten Rechnung und ermöglicht es Unternehmen, den sogenannten Product Carbon Footprint (PCF) produktbezogen, systematisch und vergleichbar zu berechnen. Dabei werden alle relevanten Emissionsquellen entlang der Wertschöpfungskette berücksichtigt – von Materialeinsatz und Farben über Energie und Transport bis hin zur Weiterverarbeitung.

Der CO₂-Rechner liefert fundierte Entscheidungsgrundlagen für die eigene Umweltstrategie und schafft Vertrauen bei immer anspruchsvolleren Auftraggebern, durch

- » hohe Transparenz gegenüber Kunden, Partnern und Zertifizierungsstellen
- » fundierte Entscheidungsgrundlagen für Klimastrategien
- » Identifikation wirtschaftlicher Einsparpotenziale
- » Wettbewerbsvorteile durch nachhaltige Positionierung am Markt
- » Vorbereitung auf gesetzliche Berichtspflichten (z. B. CSRD)



Ich hatte das Vergnügen, den neuen CO₂-Verpackungsrechner bereits vorab zu testen. Unsere Kunden fordern immer kleinteiligere Transparenz bei der Berichterstattung – und genau das liefert der BVDM-CO₂-Rechner jetzt: eine deutlich detailliertere Aufschlüsselung der Emissionen im Prozess.“

Franziska Ebert, HSE-Koordinatorin
bei Karl Knauer KG

Kompensieren nach zertifiziertem Gold Standard

Auch wenn Reduktion an erster Stelle aller Klimaschutzbemühungen steht, lassen sich unvermeidbare Emissionen ergänzend durch die Unterstützung zertifizierter Klimaschutzprojekte ausgleichen. Im Rahmen der Klimainitiative werden ausschließlich Projekte mit dem international anerkannten und vom WWF mitentwickelten „Gold Standard“ berücksichtigt. Zusätzlich engagieren sich bereits einige Mitglieder freiwillig auf Spendenbasis in regionalen Aufforstungsprojekten in Schleswig-Holstein – Klimaschutz, der vor Ort sichtbar wird. ▣

Im Schulterschluss mit Tradition und Aufbruch

Die Druckerei C.H.Beck in Nördlingen ist eine feste Größe in der deutschen Buchdrucklandschaft. Der Umbau zum modernen Mediendienstleister in den vergangenen Jahren gilt als Musterbeispiel für eine gelungene Unternehmens-
transformation. Anfang Oktober verlässt der Architekt dieser Transformation, Dr. Oliver Kranert, nach zwölf Jahren die Geschäftsführung – ein sorgfältig vorbereiteter Rückzug. Mit Günter Pecher steht der Wunsch-Nachfolger bereits in den Startlöchern und sorgt für Aufbruchstimmung bei C.H.Beck.

Herr Dr. Kranert, Herr Pecher, Sie beide haben eine interessante berufliche Parallele. Sie sind beide gelernte Diplom-Ingenieure Verfahrenstechnik im Chemiewesen: Wie hat es Sie in die Druckindustrie verschlagen?

Das hat zwei Gründe: Zum einen ist es tatsächlich reiner Zufall. Aber zum anderen weisen die Studieneinhalte des Chemieingenieurwesens thematisch durchaus Überlappungen mit den verschiedenen zum Einsatz kommenden Technologien im grafischen Gewerbe auf. Ganz so überraschend ist es also nicht.

Herr Dr. Kranert, Sie sind seit 2013 für C.H.Beck tätig: Was würden Sie in den vergangenen Jahren als Ihre größten Meilensteine in der Geschäftsführung ansehen? Richtungweisend war für mich die Abkehr von der überwiegenden Auslastungsdenke, hin zu einer wertorientierten Preispolitik. Außerdem konnte ich den vertrieblichen Ausbau mit bedeutenden Kunden aus der Fachverlagslandschaft, namentlich Frankreich,

”

Das oberste Gebot für einen erfolgreichen Dienstleister ist eine sehr gute Kundenorientierung.“

vorantreiben. Und ein wichtiges Ergebnis war für mich die Kooperation mit unserem Betriebsrat. Hier eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe entwickelt zu haben, erfüllt mich mit Freude und Stolz.

Und was waren die größten Herausforderungen in den vergangenen zwölf Jahren?

Im Grunde war es nur die eine Herausforderung: in einem reifen Markt, in dem sich Druckereien befinden, mit den erforderlichen Anpassungen der Organisation und Kosten einen Gewinn zu erwirtschaften und mit schnellen Entscheidungen zu verhindern, dass man den Entwicklungen hinterherläuft.

Eng mit Ihrer Person ist der Umbau des Unternehmens von einer „klassischen Druckerei“ zum „modernen Mediendienstleister“ verbunden: Was zeichnet einen solchen Dienstleister Ihrer Meinung nach aus?

Das oberste Gebot für einen erfolgreichen Dienstleister ist eine sehr gute Kundenorientierung. Unsere Zielsetzung muss es stets sein, nach Lösungsmöglichkeiten zu suchen, mit denen wir die Kundenanforderungen und im Besonderen auch die Erwartungen unserer Kunden bestmöglich erfüllen können.



Herr Pecher, Sie sind seit Juli in der Geschäftsführung der Druckerei C.H.Beck tätig. Ab Oktober übernehmen Sie diese vollumfänglich: Welche Vision verfolgen Sie für die Zukunft?

Die Druckerei C.H.Beck hat eine sehr gute Marktstellung im Bereich des Dünndrucks. Diese gilt es weiter zu stärken und auszubauen. Da sich auch dieser Markt stark in Richtung sinkender Auflagenhöhen und schnellerer Lieferzeiten verändert, werden wir sowohl technologisch als auch prozesstechnisch die erforderlichen Strukturen schaffen, um weiterhin erfolgreich am Markt zu agieren. Außerdem sind sicherlich der weitere Ausbau des Digitaldrucks und die Nutzung von „flow production“ für den Auftragsdurchlauf weitere wesentliche Aspekte. Und zuletzt werden wir gemeinsam mit unserem Bereich Media.Solution für unsere Kunden Lösungen schaffen, von denen sie maßgeblich profitieren und mit denen sie Prozesse im eigenen Haus verschlanken können.

Die Druckerei C.H.Beck gilt als eine der großen Buchdruckereien Deutschlands. Welche Anforderungen stellen Verlage heute an die Buchproduktion? Und wie erfüllen Sie diese zuverlässig?

Unsere Zielkunden haben hohe Anforderungen an Formate, Papier-Grammaturen, Umfänge und Produktionsdurchlaufzeiten. Diese Anforderungen können wir mit unserem modernen und top-gewarteten Equipment sehr gut erfüllen, auch preislich. Hinzu kommt, dass wir die individuellen Bedürfnisse unserer Kunden im Blick haben: Mit unserem erst kürzlich gestarteten Projekt „Perfect Run“ geben wir unseren Kunden beispielsweise die Möglichkeit, mit Kleinstauflagen zu attraktiven Exemplarpreisen punktgenau auf Buchabverkäufe reagieren zu können.

Welche Rolle spielt künstliche Intelligenz in der Produktion: Wird sie im Unternehmen bereits eingesetzt? Und was ist in den kommenden Jahren geplant?

Bereits im Jahre 2020 haben wir einem ausgewählten Kreis von Verlagen einen KI-basierten Ansatz für die Bestimmung der Nachauflagenhöhe vorgestellt. Damals trafen wir noch auf eine gewisse Skepsis. Heute sieht das ganz anders aus. Den Durchbruch hat hier ChatGPT bereitet. Als wichtige Maßnahme, um die Entwicklungen und Nutzungsmöglichkeiten von KI im Auge zu



Herr Dr. Kranert (r.)
und Herr Pecher
leiten noch bis Anfang
Oktober gemeinsam
die Geschäfte.

behalten, haben wir die Stelle eines KI-Managers im Unternehmen geschaffen. In engem Schulterschluss mit unseren Mitarbeitenden, aber auch dem Betriebsrat, werden wir Unternehmensbereiche analysieren, für die der Einsatz von KI sinnvoll sein kann.

Wie sehen Sie die Zukunft des gedruckten Buchs – insbesondere im Kontext digitaler Bildungsmedien und Fachinformationen?

Der Buchmarkt ist stabil und in Deutschland mit annähernd 20 Mrd. Euro Buchhandelsumsatz ein großer Absatzmarkt. Hinzu kommt die Erkenntnis, dass das Lernen mit Büchern nachhaltiger ist als mit elektronischen Medien. Dies hat sich insbesondere in den skandinavischen Ländern durchgesetzt; diese Länder haben in Sachen Bildung eine Vorreiterrolle eingenommen.

Was unterscheidet die Druckerei C.H.Beck von anderen Buchdruckereien? Welches Alleinstellungsmerkmal bieten Sie Ihren Kunden?

Im Unterschied zu den großen Mitbewerbern liegt unser Schwerpunkt bei den Fach- und religiösen Verlagen und erst nachgeordnet bei den Publikumsverlagen. Das liegt primär daran, dass unsere technische Ausstattung auf die Fertigung von Spezialformaten mit einer sehr hohen Bandbreite an Papier-Grammaturen ausgerichtet ist. Und das ist und bleibt unser großes Alleinstellungsmerkmal. Gehen Sie einmal ins Internet und geben Sie die Frage ein: „Wer produziert in Deutschland Bibeln?“ Die Antwort wird „Druckerei C.H.Beck“ lauten – und das seit vielen Jahren. ▣

Auf Erfolgskurs bleiben und Krisen sicher bewältigen

Die Druckindustrie ist in Veränderung – und zwar mehr, als vielen lieb ist. Margendruck, Fachkräftemangel, steigende Kosten und verändertes Kundenverhalten setzen insbesondere klein- und mittelständische Unternehmen der Druckindustrie unter Handlungsdruck. Wer nur reagiert, wenn die Zahlen einbrechen, riskiert, von der Entwicklung überrollt zu werden. Erfolgreiche Betriebe erkennen Anzeichen einer Krise früh, bewerten sie realistisch und handeln strategisch – bevor sie drohen, in eine Abwärtsspirale zu geraten.

Die wenigsten Unternehmenskrisen beginnen spektakulär. Oft sind es mehrere schleichende Veränderungen: Ein wichtiger Kunde reduziert Aufträge, der Auftragsvorlauf verkürzt sich, Liquiditätspuffer schmelzen, interne Abläufe werden zäh. Solche Signale sind kein Grund zur Panik – wohl aber zur Analyse. Wer diese Frühindikatoren konsequent erfasst und bewertet, verschafft sich wertvolle Zeit. Dabei helfen klare Kennzahlensysteme, die nicht nur den Umsatz, sondern auch Deckungsbeiträge, Auftragsstruktur, Produktionsauslastung und Reklamationsquoten im Blick haben. Die Qualität dieser Daten entscheidet über die Qualität des Frühwarnsystems und der daraus abgeleiteten Entscheidungen.

Vom Reagieren zum Steuern

Viele Unternehmen handeln erst, wenn Banken oder Gesellschafter Druck ausüben – und dann ist es für ein solide geplantes Maßnahmenpaket meist zu spät. Wer

dagegen früh gegensteuert, kann selbst den Takt vorgeben. Das setzt voraus, dass Ursachen klar benannt werden – ob veraltete Prozesse, eine zu geringe Marktdiversifizierung oder ineffiziente Kostenstrukturen. Führungskräfte, die regelmäßig hinterfragen, welche Produkte, Märkte und Kunden profitabel sind, schaffen die Basis für Kurskorrekturen, bevor der Markt dies erzwingt. Hier kann ein neutraler Blick von außen helfen, um blinde Flecken zu identifizieren und Prioritäten neu zu setzen – ohne Betriebsblindheit und mit klarer Umsetzungsperspektive.

Liquidität als Handlungsfreiheit

Krisenbewältigung beginnt mit der Sicherung der Liquidität. Neben kurzfristigen Maßnahmen wie konsequentem Forderungsmanagement, der Anpassung von Zahlungszielen oder der Freisetzung gebundenen Kapitals sollte auch die mittelfristige Finanzplanung auf den Prüfstand. Szenario-Rechnungen – optimis-



tisch, realistisch, pessimistisch – zeigen, wie robust das Unternehmen aufgestellt ist und wo Engpässe drohen. Wer diese Transparenz hat, kann frühzeitig Finanzierungsquellen sichern und so vermeiden, unter Zeitdruck unvorteilhafte Entscheidungen treffen zu müssen.

Strategische Kurskorrektur

Eine Krise ist selten nur eine Bedrohung. Sie ist auch ein Signal, den Kurs zu überprüfen. Für Druckereien kann das bedeuten: das Portfolio gezielt zu verschlanken oder zu erweitern, Nischenmärkte zu erschließen, in neue Technologien zu investieren oder Kooperationen einzugehen. Auch Nachhaltigkeit und CO₂-Bilanzen gewinnen als Verkaufsargumente an Gewicht – nicht nur bei Großkunden, sondern zunehmend auch im klein- und mittelständischen Bereich. Wer diese Themen strategisch verankert, schafft Differenzierung und Zukunftssicherheit.

Mitarbeitende als Multiplikatoren

In klein- und mittelständischen Unternehmen der Druckindustrie tragen alle Mitarbeitenden entscheidend zum Erfolg bei – sie sind Wissens- und Innovationsquelle. Eine transparente Kommunikation über Ziele und Herausforderungen schafft Beteiligung. Qualifizierte, motivierte Teams setzen Veränderungen schneller um und tragen sie nach außen. Wer Verantwortung überträgt, Weiterbildungen ermöglicht und Erfolge sichtbar macht, baut eine Kultur der Eigenverantwortung auf – eine „stille Krisenversicherung“ in unsicheren Zeiten.

Prozesse und Digitalisierung als strategische Hebel

In der Druckbranche schlummern noch viele analoge Inseln. Durchgängig schlanke (Lean Management) und (dort, wo sinnvoll) digitale Prozesse – vom Angebot über die Produktion bis zur Auslieferung – senken nicht nur Kosten, sondern erhöhen Reaktionsgeschwindigkeit, Planbarkeit und Kundenzufriedenheit. Richtig eingesetzt, ermöglichen Prozessoptimierung und Digitalisierung nicht nur Effizienz, sondern auch neue Geschäftsmodelle: vom Web-to-Print-Shop über die automatisierte Angebotskalkulation bis hin zu datengetriebenen Zusatzleistungen für Kunden.

Branchentrends und Zukunftsperspektiven

Die Marktbedingungen verändern sich stetig. Zuwächse verzeichnen vor allem Segmente mit hohem Individualisierungsgrad, etwa personalisierte Printprodukte oder vernetzte Print-Services, die digitale und analoge Kanäle kombinieren. Gleichzeitig gewinnt der Nachhaltigkeitsdruck weiter an Dynamik – gespeist sowohl aus regulatorischen Vorgaben als auch aus veränderten

Ihre Ansprechpartner:

- » **Jens Meyer**, Tel. +49 176 10 90 10 11
j.meyer@vdm-beratung.de
- » **Gerald Walther**, Tel. +49 170 540 93 02
g.walther@vdm-beratung.de

Weitere Informationen finden Sie unter
www.vdm-beratung.de

Verband
Druck + Medien
BERATUNG



Kundenanforderungen. Unternehmen, die hier vorausschauend investieren, stärken nicht nur ihre Marktposition, sondern sichern sich Zugang zu wachstumsstarken Kundengruppen. Auch Kooperationen, beispielsweise mit Agenturen oder Technologieanbietern, können neue Auftragsfelder erschließen und Risiken streuen. Entscheidend ist, dass solche Initiativen nicht als Einzelaktionen, sondern als Teil einer konsistenten Unternehmensstrategie geplant werden.

Vom Krisenmodus zur Zukunftsagenda

Ziel einer erfolgreichen Krisenbewältigung ist nicht nur das Stoppen negativer Entwicklungen, sondern der Aufbau einer belastbaren Zukunftsstrategie. Dazu gehören klare Ziele, messbare Fortschritte und ein strukturiertes Umsetzungscontrolling. Wer dies konsequent verfolgt, verlässt nicht nur schneller den Krisenmodus, sondern gewinnt Spielraum für Investitionen, Innovationen und den Marktausbau. Entscheidend ist, den Blick nicht allein auf das kurzfristige Überleben zu richten, sondern parallel eine Zukunftsagenda zu entwickeln, die Wachstum, Resilienz und Marktchancen kombiniert.

Führung heißt vorausdenken

Die Fähigkeit, Krisen zu erkennen und entschlossen gegenzusteuern, ist keine Frage des Glücks, sondern das Ergebnis konsequenter, vorausschauender Führung. Für klein- und mittelständische Unternehmen der Druckindustrie gilt: Prävention ist günstiger als Sanierung. Wer Signale ernst nimmt, strategisch handelt und sich bei Bedarf externe Expertise sichert, erweitert nicht nur sein Blickfeld, sondern beschleunigt auch die Umsetzung wirksamer Maßnahmen. So wird aus einer drohenden Krise eine Gelegenheit, das Unternehmen zukunftsfest aufzustellen – und auf Erfolgskurs zu halten. ■

„Wir bilden voraus.“

Bildung macht das Leben lebenswert. Sie ermöglicht Individualität und Selbstbestimmung. Die Motivation des Unternehmens Christiani ist es, Menschen auf ihren Lernwegen zu begleiten. Das Portfolio reicht von Fachbüchern und didaktischen Lernmaterialien in analoger wie digitaler Form über Schulungsstände und Lehrsysteme bis zu individuellen Lernkonzepten für die Aus- und Weiterbildung. Zudem realisiert Christiani komplette Schulungsräume, Lehrwerkstätten, Labore und andere Fachräume – von der Planung bis zur Inbetriebnahme und Schulung des Ausbildungspersonals.

Christiani ist seit über 90 Jahren in der technischen Aus- und Weiterbildung tätig. Als einer der führenden Anbieter von Lern- und Lehrkonzepten gehören Schulen, Berufsschulen, Bildungszentren und Ausbildungsbetriebe in Industrie und Handwerk zu den Kunden. Mehr als 70.000 kleine, mittelständische und große Betriebe, wie auch internationale Konzerne vertrauen bei ihren Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen seit Jahren auf die Christiani-Qualität.

Aktuelle und künftige Anforderungen des Arbeitsmarktes bilden den Fokus der Produktentwicklungen. Mit der Christiani Lernplattform C-LEARNING sowie mit E-Learnings, Simulations-Softwarelösungen und Anwendungen mit Augmented/Virtual Reality wird das Unternehmen den Ansprüchen der modernen digitalen Aus- und Weiterbildung gerecht.



Klassiker für Druck und Medien
aus dem Hause Christiani



Vom Lehrsystem bis zum kompletten Fachraum:
Christiani präsentiert seine Vielfalt in Kompetenzzentren
in Berlin, Rheine/Westfalen und Landsberg/Lech.

Prüfungsmanagement

Als Spezialist der technischen Bildung verfügt Christiani über weitreichendes Know-how in der Erstellung, Organisation und Durchführung von Prüfungen. So erstellt das Unternehmen beispielsweise seit mehr als 25 Jahren die Prüfungsaufgabensätze zur Zwischen- und Abschlussprüfung für die Druck- und Medienberufe und für die Druck- und Papierberufe. Im Kundenauftrag der ZFA umfasst der Prüfungsservice Satzarbeiten, die Druck- und Weiterverarbeitung sowie den Vertrieb und Versand.

Standorte in Konstanz, Berlin, Rheine/ Westfalen und Landsberg am Lech

Heute beschäftigt Christiani rund 250 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Zusätzlich zum Hauptsitz in Konstanz am Bodensee wurden in den letzten Jahren Kompetenzzentren in Rheine/Westfalen, Landsberg am Lech und im Digital Education Lab der IHK Berlin eröffnet.

Wie wird KI die Berufsbildung verändern?

Oliver Heckemann, Mitglied der Geschäftsleitung bei Christiani, erklärt in einem Interview, ob und wie künstliche Intelligenz der Berufsbildung ein neues Gesicht gibt. Aus seiner Sicht werden sich die 300 Ausbildungsberufe nicht grundlegend verändern.



Verändert KI die Ausbildung?

Lernformen werden sich ändern. Daneben wird je nach Berufsfeld die Nutzung von KI Arbeitsschritte beschleunigen und optimieren. Das gilt für alle Ausbildungsberufe, allerdings wird die Nutzungsintensität von KI unterschiedlich ausgeprägt sein. Bei industriell-technischen Berufen wird es Berufe geben, die vom Einsatz künstlicher Intelligenz besonders profitieren werden, so z. B. Elektronik-Berufe. Hier kann KI bei der Planung, Überwachung und Wartung elektrischer Systeme helfen, indem sie Daten analysiert und Fehler frühzeitig erkennt. Und natürlich geschieht dies auch bereits bei den Druck- und Medienberufen.

Welche Chancen bietet der Einsatz von KI in der Wissensvermittlung?

KI wird den Jugendlichen neue Formen des Lernens ermöglichen. Die Bandbreite an Möglichkeiten, wie Auszubildende Wissen erwerben können, wird breiter. Früher gab es nur das Buch, dann CDs, später Lernvideos, jetzt eben auch KI-gestützte Lerntools. Letztere bieten den Vorteil, dass individuelle Lernpfade und adaptives Lernen möglich sein werden. Die jungen Menschen können also gezielt an ihren Schwächen arbeiten oder ihre Stärken trainieren.

Welche Kompetenzen werden für die Auszubildenden aufgrund der KI wichtiger?

Verschiedene Kompetenzen werden für junge Menschen an Bedeutung gewinnen. An erster Stelle sind dabei sicher analytisches und kritisches Denken künftig von großer Bedeutung. Wer analysieren kann, beherrscht die Fähigkeit, komplexe Zusammenhänge zu erkennen und zu interpretieren. Die jungen Menschen müssen dazu insbesondere lernen, kritisch zu hinterfragen, ob KI-basierte Vorschläge stimmen können. Dazu benötigen sie fundierte Grundkenntnisse. Daneben werden Teamfähigkeit und Kommunikation an Bedeutung gewinnen. Weiterhin wird die Problemlösungsfähigkeit in einer von Volatilität, Unsicherheit, Komplexität und Mehrdeutigkeit geprägten Arbeitswelt

von erheblicher Bedeutung sein. Das bedarf auch der Resilienzfähigkeit, d. h., in schwierigen Arbeitssituationen Stress, Rückschläge oder Krisen gut zu bewältigen.

Besteht die Gefahr, dass KI Fachwissen überflüssig macht?

Wie eben dargestellt, besteht diese Gefahr gerade nicht. Wenn sich ein Elektroniker bei der Entwicklung eines komplexen elektronischen Systems nur auf die KI-basierte Auswertung verlässt, läuft er Gefahr, einen erheblichen Schaden anzurichten. Er muss deshalb die wichtigsten Gesetzmäßigkeiten der Elektrotechnik wie die Gesetze von Faraday, Coulomb oder Kirchhoff kennen. Das wird bei Medientechnologen Druck nicht anders sein.

Müssen die Prüfungsinstrumente geändert werden?

In Teilen muss man darüber nachdenken, ob klassische Methoden der Leistungsfeststellung noch Sinn machen. Andere Prüfungsformen, wie beispielsweise Single-Choice- oder Multiple-Choice-Fragen – die gerade auch in einer digitalen Prüfung eingesetzt werden können – sind in KI-Zeiten eine probate Prüfungsform, um Wissen und Kompetenz abzufragen.

Bietet der Christiani Verlag bereits KI-gesteuerte Lösungen für die Berufsbildung an?

Wir entwickeln gerade KI-Exam. In einem gemeinsamen Projekt mit der Universität Duisburg, der Tamed AI und dem mmb Institut wird hierbei in unserer Prüfungsvorbereitungs- und Prüfungsdurchführungsplattform C-Examination eine Applikation entwickelt, die einen Korrekturvorschlag bei offenen, sog. Freitextfragen ermöglicht. Damit wird Auszubildenden und Prüfern viel Arbeit erspart.

Daneben werden wir zur Prüfungsvorbereitung demnächst einen KI-unterstützten Trainingsmodus zum Üben von Prüfungsfragen in C-Examination anbieten. Auszubildende können sich dann auf die IHK-Prüfung von technischen Ausbildungsberufen themenbezogen vorbereiten und so gezielt an ihren Defiziten arbeiten.

Junge Nachwuchskräfte überzeugen!

Der 34. Gestaltungswettbewerb für Auszubildende der Verbände Druck und Medien hat einmal mehr gezeigt: Die Branche kann stolz auf ihren Nachwuchs sein. Insgesamt 61 Auszubildende aus dem gesamten Bundesgebiet haben sich an dem diesjährigen Wettbewerb beteiligt und der Jury mit ihren kreativen und technisch anspruchsvollen Entwürfen die Entscheidung nicht leicht gemacht.

Unter dem Motto „Schenken macht Freude“ waren die Teilnehmerinnen und Teilnehmer aufgefordert, eine Faltschachtel für kleine Aufmerksamkeiten zu besonderen Anlässen zu entwerfen, die nicht nur visuell überzeugt, sondern auch funktional, technisch umsetzbar und emotional ansprechend ist. Die jungen Talente bewiesen eindrucksvoll, wie vielfältig sich diese Aufgabe lösen lässt. Die eingereichten Arbeiten überzeugten durch Humor, Farbgestaltung, originelle Formen und symbolische Elemente. Dabei wurde deutlich: Kreativität allein reicht nicht aus – auch räumliches Denken, technisches Verständnis und ein Gespür für Marketing sind gefragt.

„Der Wettbewerb zeigt, wie innovativ und kreativ unsere Branche arbeitet und dass sich Ausbildung wirklich lohnt“, betont der zuständige Bildungsreferent des BVDM Frank Fischer. Er weiß: „Unsere Auszubildenden sind die Fachkräfte von morgen – sie gestalten nicht nur Produkte, sondern auch die Zukunft unserer Branche.“ Der Gestaltungswettbewerb gilt seit Jahren als wichtiger Impulsgeber für junge Gestalterinnen und Gestalter und fördert gezielt praxisnahes Denken und Arbeiten im Ausbildungsalltag.

Die Jury

Die Jury setzt sich aus namhaften Profis aus unterschiedlichen Arbeitsbereichen, Unternehmen und Organisationen zusammen – alle sind beruflich erfolgreich, arbeiten täglich im Kreativbereich und sind jedes Jahr sehr engagiert für den Gestaltungswettbewerb im Einsatz:

- » **Sina Brückmann**, ressourcenmangel GmbH, Creative Director, Ausbilderin Mediengestaltung
- » **Cordula Hofacker**, VDM Hessen, Referentin Bildung und Öffentlichkeitsarbeit
- » **Silke Leicht-Sobbe**, BVDM, Pressesprecherin und Leiterin Öffentlichkeitsarbeit
- » **Peter Nagel**, Meyle+Müller GmbH & Co. KG, Creative Director
- » **Simone Nierhaus**, Flyeralarm GmbH, Chief Marketing Officer
- » **Robert Sell**, Grafischer Betrieb Sell, Leiter der grafischen Abteilung



Sascha Kirsten (VDM Mitteldeutschland) bei der Urkundenübergabe an die Gewinnerin Katharina Andrusiuk und die Siebtplatzierte Theresa Räche (beide vom Berufsförderungswerk Leipzig), zusammen mit der Berufsförderungswerk-Geschäftsführerin Cornelia Dittmann



1. Platz

**Katharina Andrusiuk (2. Ausbildungsjahr),
Berufsförderungswerk Leipzig**

Mit einer rundum stimmigen Gestaltung, liebevoller Grafik und einem originellen Öffnungsmechanismus überzeugte der Beitrag von Katharina Andrusiuk die Jury auf ganzer Linie. Die Türen öffnen symbolisch „für neue Mitarbeitende“, was einen gelungenen inhaltlichen Bezug darstellt. Farbwahl und Gestaltung orientieren sich am Corporate Design des BVDM. Die Umsetzung erfüllt alle Briefingvorgaben.

Eine Arbeit, die sowohl funktional als auch emotional anspricht und somit aus Sicht der Jury den ersten Platz verdient hat.



Eine Arbeit, die sowohl funktional als auch emotional anspricht.“

2. Platz

**2. Platz: Jule Thieme (2. Ausbildungsjahr),
Krauss Kommunikation GmbH in Herrenberg**

Die Box von Jule Thieme besticht durch ihre außergewöhnliche Form und den damit erzeugten sympathischen Charakter. Die Verpackungs-Idee ist kreativ und wurde visuell ansprechend in Szene gesetzt, was ein gelungener Überraschungseffekt ist. Nach Ansicht der Jury hat dieser Entwurf in seiner Ausführung noch Potenzial für Verfeinerung, etwa bei der Logo-Platzierung. Trotzdem bleibt die Gesamtwirkung originell und damit erinnerungswürdig.

Ein verdienter zweiter Platz mit viel Charme.



3. Platz

3. Platz: Pamela Puzio (2. Ausbildungsjahr), PAYBACK GmbH

Mit dem augenzwinkernden Motiv eines Dackels in einer Hotdog-Rolle ist ihr ein humorvoller wie gestalterisch durchdachter Entwurf gelungen. Die Mischung aus Bildwitz und Sprache trifft genau den Nerv zwischen persönlicher Botschaft und origineller Gestaltung. Typografie, Farbgebung und Komposition sind klar aufeinander abgestimmt, die Anordnung wirkt luftig, modern und zugleich sympathisch verspielt. Besonders überzeugend: Trotz des auffälligen Motivs bleibt die Gestaltung ausgegogen und visuell sauber gelöst.

Die Jury wertete diese kreative Idee als professionell umgesetzt und vergab den dritten Platz.



Die Kriterien der Jury

- » Wurden bei dem Entwurf die technischen und gestalterischen Vorgaben umgesetzt?
- » Ist die Gestaltung originell oder steckt eine gute und neue Idee dahinter?
- » Ist die Gestaltung für das Thema des Wettbewerbs passend?

Die Gewinner

Auch in diesem Jahr hatte es die Jury nicht leicht. Unter den Einsendungen waren viele kreative Entwürfe dabei. Die Jury bedankt sich bei allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern und gratuliert den Auszubildenden, zu ihren Gestaltungsideen und -umsetzungen. Die drei Erstplatzierten verfolgen sehr unterschiedliche Ansätze und überzeugen dabei nach allen Kriterien des Wettbewerbs. Die Nachwuchskräfte verfügen bereits über ein hohes Maß an Können im Bereich Typographie, Farbe, Motiv und Komposition.

Auf den weiteren Plätzen

- 4. Platz: Leon Denner** (1. Ausbildungsjahr), Schäffer Maschinenfabrik GmbH in Erwitte
- 5. Platz: Julia Königseder** (3. Ausbildungsjahr), Atelier und Friends GmbH in Grafenau
- 6. Platz: Betül Hatap** (3. Ausbildungsjahr), WLH Design in Münster
- 7. Platz: Theresa Räche** (1. Ausbildungsjahr), Berufsförderungswerk Leipzig
- 8. Platz: My-Linh Melanie Quach** (2. Ausbildungsjahr), Senner Medien GmbH & Co. KG in Nürtingen
- 9. Platz: Tinja Justine Posselt** (3. Ausbildungsjahr), GPI GmbH in Berlin
- 10. Platz: Leara Schubinsky** (3. Ausbildungsjahr), reproplan oHG in Berlin

Alle zehn prämierten Entwürfe
finden Sie auf unserer Homepage
unter www.bvdm-online.de



Prüfungen als Qualitätsgarantie für die Berufsbildung

„Prüfungen sind der geheime Lehrplan“ – diese Charakterisierung ist weit verbreitet, wenn es um den Zusammenhang von Ausbildungsinhalten und Prüfungen geht. Tatsächlich orientieren sich Auszubildende häufig bei ihrer Prüfungsvorbereitung an vergangenen Prüfungsinhalten. Der Zentral-Fachausschuss Berufsbildung Druck und Medien in Kassel (ZFA) als gemeinsame Einrichtung der Sozialpartner BVDM und ver.di erstellt seit 1975 bundeseinheitliche Prüfungsaufgaben für die Druck- und Medienberufe und leistet damit einen entscheidenden Beitrag zur Qualitätssicherung der dualen Berufsausbildung.

Bundeseinheitliche Prüfungsaufgaben sind eine wichtige Voraussetzung für Chancengleichheit, sowohl in der Ausbildung als auch im späteren Berufsleben. Die Qualität der Ausbildung wird wesentlich durch die Ausbildungsverordnungen und die Prüfungsanforderungen sichergestellt.

Gute Prüfungsaufgaben zu erstellen, ist sehr anspruchsvoll. Die Prüfungsinhalte müssen ständig an die technische und wirtschaftliche Entwicklung der Praxis angepasst und für die Zielgruppe verständlich formuliert werden. Hier engagiert sich der ZFA aktuell im Projekt „Textoptimierung mithilfe künstlicher Intelligenz“ (TOP.KI) für die Entwicklung eines Textoptimierungs-Werkzeuges auf Basis künstlicher Intelligenz.

Damit die Aufgabenstellung nicht einseitig Anforderungen einzelner Unternehmen oder Branchenzweige aufgreift, bilden Aufgabenersteller/-innen aus Betrieben und Berufsschulen Kompetenzteams in den Ausschüssen. So wird sichergestellt, dass ein Anspruchsniveau erzielt wird, das auf dem Verständnis der Fachleute in den ausbildenden Betrieben basiert.



Diese anspruchsvolle Tätigkeit übernehmen derzeit rund 150 ehrenamtlich berufene Fachleute aus Unternehmen und Berufsschulen. Jährlich werden so 7500 Zwischen- und Abschlussprüfungen für acht Ausbildungsberufe erstellt.

Neuordnung Mediengestalter Digital & Print

Für die Mediengestalter Digital und Print müssen derzeit Prüfungen nach alter und neuer Verordnung erstellt werden. Die Neuordnung ist im August 2023 in Kraft getreten, ab diesem Zeitpunkt werden die Auszubildenden nach der neuen Verordnung ausgebildet. In diesem Sommer wurde die reguläre Prüfung noch nach alter Verordnung durchgeführt und es gab bereits einige Azubis, die nach zwei Jahren die vorgezogene Abschlussprüfung nach neuer Verordnung absolvierten. Im Winter 2025/26 gibt es eine Wiederholungsprüfung nach alter Verordnung und eine Prüfung nach neuer Verordnung für diejenigen, die ihre Ausbildung um ein halbes Jahr verkürzen. ▣



Genauere Infos zur Neuordnung des Mediengestalters finden Sie unter zfamedien.de



Die Zukunft spricht KI – und die Druckbranche hört genau hin

KI verändert die gesamte Arbeitswelt – auch in der Druckbranche. Um Schritt zu halten, braucht es nicht nur Technologie, sondern Know-how. Die Print Academy vermittelt genau das: praxisnahe Weiterbildung für alle Bereiche. So wird aus technologischem Wandel eine echte Zukunftschance.

Es ist längst nicht mehr die Frage, ob künstliche Intelligenz die Druckbranche verändert – sondern wer die richtigen Schlüsse daraus zieht. Dank KI laufen Druckdaten automatisiert durch die Workflows, generative Tools gestalten Werbemittel in Sekunden, und die nächste Kundenmail kann längst ein Sprachmodell schreiben. Was die einen verunsichert, eröffnet den anderen Chancen. Nicht durch Maschinen – sondern durch Menschen, die mit dieser Technologie umgehen können.

Denn der Wandel beginnt im Kopf. Und er gelingt nur, wenn Mitarbeitende vorbereitet sind. Wer heute in Personalentwicklung investiert, rüstet sein Unternehmen nicht nur für technische Veränderungen – sondern stärkt die Innovationskraft, Kultur und Zukunftsfähigkeit von innen heraus. Die Print Academy hat das verstanden: Ihre Weiterbildungsformate setzen nicht auf reine Wissensvermittlung, sondern auf Kompetenzerweiterung – mit echten Aha-Momenten.

Besonders im Bereich künstliche Intelligenz geht es nicht darum, Programmierer/-innen auszubilden. Vielmehr gilt es, Menschen zu befähigen, neue Tools sinnvoll einzusetzen, Veränderung mitzugestalten und Verantwortung zu übernehmen. In der Vorstufe, im Vertrieb, in der Kundenberatung, in der Führung. Dafür

braucht es keine trockenen Theorieseminare, sondern praxisnahe Impulse, echte Beispiele und Formate, die motivieren statt belehren.

Weiterbildung gestaltet Zukunft

Die Print Academy bietet genau das: Weiterbildungen mit Relevanz, Tiefe und Haltung. Ob „ChatGPT in der Druckpraxis“, „Führen in Zeiten des Umbruchs“ oder „Zukunft gestalten statt reagieren“ – jedes Seminar ist ein Baustein in einer Weiterbildungsstrategie, die nicht nur Wissen aktualisiert, sondern Perspektiven eröffnet. Immer mit einem Ziel: Menschen stark zu machen für das, was kommt.

Für Unternehmen, die Weiterbildung nicht als Einzelmaßnahme, sondern als festen Bestandteil ihrer Kultur verstehen, bietet die Print Academy ein durchdachtes Flatrate-Modell. Damit erhalten Teams unbegrenzten Zugang zu ausgewählten Seminaren – planbar, unkompliziert und skalierbar. So wird kontinuierliches Lernen zur Selbstverständlichkeit im Arbeitsalltag, nicht zur Ausnahme. Eine Einladung, die Entwicklung der Mitarbeitenden nicht dem Zufall zu überlassen – sondern strategisch zu gestalten. **▣**

**Wir haben Ihr Interesse geweckt?
Dann melden Sie sich gerne bei uns!**

Ihr Ansprechpartner:
Michael Becker
beratung@print-academy.de
www.print-academy.de

Nächste Seminare zum Thema KI:

**Prompting: Die Kunst des
leistungsfähigen KI-Dialogs**

Referentin: Simea Merki
29.09.2025, 9.00 – 12.00 Uhr



**Canva Pro Workshop:
Effizient gestalten mit KI**

Referentin: Tanja Savic
27.10.2025, 9.00 – 10.30 Uhr



Papiermarkt unter Druck

Sind Sie jetzt richtig aufgestellt? Machen Sie den kostenlosen Check-up!

Der Käufermarkt ist zurück. Was Experten 2022, im Jahr der Papierknappheit, für unmöglich hielten, passiert gerade. Ein massiver Nachfragerückgang im Markt für grafische Papiere sorgt für schwache Auslastungsquoten bei den Papierfabriken. Hinzu kommen das saisonale Sommerloch und die Ängste vor schwieriger werdenden Exportmärkten durch Herrn Trump.

Spürbar ist aber auch ein Aktionismus in den Reihen der Papierlieferanten selbst, die sich ein Hauen und Stechen um Marktanteile liefern. Gut für die Druckindustrie? Nein, denn Deutschland braucht auch morgen noch intakte und leistungsfähige Lieferantenstrukturen. Ein weiteres Sterben und Insolvenzen durch eine ruinöse Preispolitik dient keineswegs einem pluralen Beschaffungsmarkt.

Was sollten Sie also als Druckerei jetzt tun?

Wählen Sie Ihre Papierlieferanten nicht nur nach dem Preiskriterium, sondern auch nach ihrer logistischen Leistungsfähigkeit und der vorhandenen Service- und Beratungskompetenz aus.

Achten Sie gleichzeitig aber darauf, im Papiereinkauf eine optimale und Ihrem Unternehmen angemessene Einkaufspreisqualität zu haben. Sehr hilfreich ist dabei der Blick von außen, wie ihn Paperconnect ermöglicht. Der Blick von außen trägt entscheidend zur sachlichen und emotionsfreien Beurteilungsfähigkeit der eigenen Einkaufsleistung bei. Das ist wichtig, weil im Papiereinkauf sehr viel Geld bewegt wird. Schief lagen beschädigen sofort Betriebsergebnisse.

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

Der Papierpreisindex Juli 2025

Der Papierpreisindex für Juli 2025 zeigt die Preisstaffeln für den Paletten-Bezug (Lagergeschäft) und den 5-Tonnen-Bezug (Strecke) im Vergleich zum Vorjahr für die Papier-Marktgruppen

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

Der Basisindex liegt bei 100 und bezieht sich auf die Preisstellung für die Konsumpapier-Marktgruppe Offset holzfrei weiß für den Paletten-Bezug im Juli 2024.

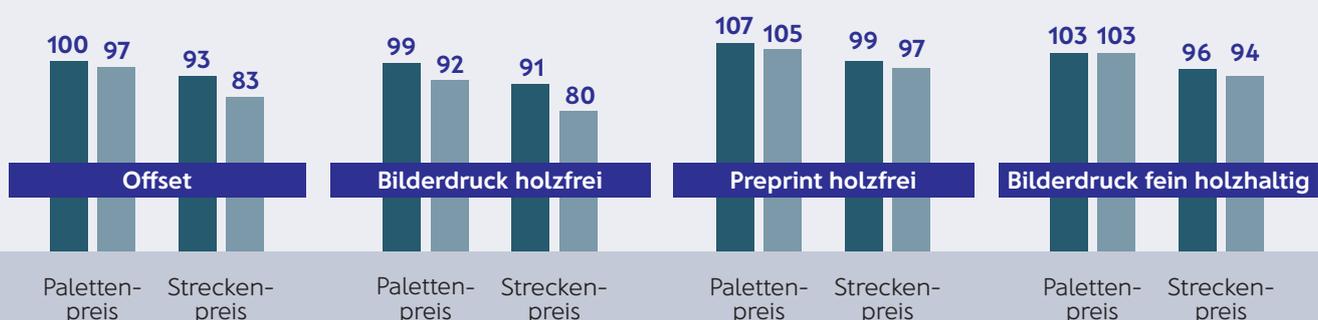
Finden Sie jetzt heraus, ob Sie selbst aktuell schon zu viel für Papier bezahlen!

Der kostenlose und völlig unverbindliche Check-up für den Papiereinkauf macht es möglich. Fordern Sie jetzt die Unterlagen dafür bei unserem Partner Paperconnect an.

Weitere Informationen unter
www.paperconnect.de oder per
Telefon unter 06192 / 92 85 00



Preisstaffeln für den Paletten-Lager-Bezug und den 5-Tonnen-Strecken-Bezug vom Juli 2024 im Vergleich zum Juli 2025



Digitaler Produktpass und mehr: Eine Chance für die Druckindustrie?

Die Europäische Ökodesign-Verordnung (ESPR) setzt künftig einheitliche Standards für Nachhaltigkeit und Ressourceneffizienz. Auch die Druckindustrie wird davon schrittweise erfasst – bei Maschinen, Verbrauchsmaterialien und Verpackungen. Wer die Entwicklungen früh beobachtet und sich vorbereitet, kann Nachhaltigkeit gezielt in seine Geschäftsprozesse integrieren und neue Impulse für Kunden schaffen.

Am 18. Juli 2024 ist die EU-Verordnung für nachhaltige Produkte (ESPR – Ecodesign for Sustainable Products Regulation) in Kraft getreten. Sie ersetzt die bisherige Ökodesign-Richtlinie und gilt als zentraler Baustein des europäischen Green Deals. Ziel ist es, nachhaltige Produkte zum Standard zu machen. Mit ihrem breiten Anwendungsbereich auf fast alle Produkte erfasst die ESPR mittel- bis langfristig auch Druckprodukte. Die Verordnung soll stufenweise ausgebaut werden, indem nach und nach mit delegierten Rechtsakten die Anforderungen an spezifische Produkte festgelegt werden. Aktuell sind Druckerzeugnisse noch nicht auf dem Arbeitsplan der EU.

Was die ESPR fordert

Die ESPR möchte einheitliche Anforderungen für fast alle Produkte auf dem EU-Binnenmarkt festlegen. Im Fokus stehen Langlebigkeit, Reparierbarkeit, Energie- und Ressourceneffizienz, Recyclingfähigkeit sowie die Vermeidung umweltschädlicher Stoffe. Das zentrale Element ist ein digitaler Produktpass (DPP), der Informationen zu Materialien, Reparierbarkeit, CO₂-Fußabdruck, Herkunft und Entsorgung standardisiert und maschinenlesbar verfügbar machen soll.



Auswirkungen auf die Druckindustrie

Obwohl Druckerzeugnisse vorerst nicht im Fokus der Regulierung stehen, wird sich das zukünftig ändern. Sobald die delegierten Rechtsakte für Druckerzeugnisse auf den Plan rücken, ist mit spürbaren Auswirkungen auf die Druckindustrie zu rechnen. Bei Maschinen und Geräten rücken Energieeffizienz, Reparierbarkeit und längere Lebenszyklen stärker in den Mittelpunkt. Hersteller und Druckereien müssen mit neuen technischen Standards rechnen und ihre Nachweisführung anpassen.

Auch Verbrauchsmaterialien wie Tinten, Toner oder Druckplatten werden künftig höheren Anforderungen an Recyclingfähigkeit und Materialtransparenz unterliegen. Der digitale Produktpass wird hier entscheidend sein, um Herkunft und ökologische Eigenschaften zu kommunizieren.

Für Verpackungsdruck und Printprodukte ergeben sich indirekte Folgen. Die Auswahl von Substraten, die Einhaltung von Recyclingquoten und die ökologische Produktgestaltung werden wichtiger. Damit rücken nachhaltige Designentscheidungen zunehmend in den Fokus der Kundenberatung. Dies bietet Druckereien die Möglichkeit, Prozesse transparenter zu gestalten und das Vertrauen gegenüber Kunden und Partnern zu stärken.

Zeitliche Einordnung

Der rechtliche Rahmen der ESPR gilt bereits seit Juli 2024, konkrete Anforderungen folgen jedoch schrittweise. Erste delegierte Rechtsakte – allerdings nicht für Druckerzeugnisse – sind für Ende 2025 oder Anfang 2026 angekündigt. Damit Unternehmen ausreichend Zeit haben, ihre Produkte an die neuen Anforderungen anzupassen, entfalten die jeweiligen delegierten Rechtsakte grundsätzlich erst 18 Monate nach ihrem Inkrafttreten ihre Wirkung. Für die Druckindustrie bedeutet das noch etwas Vorlauf. Wer sich bereits jetzt mit den in Zukunft zu erwartenden Themen auseinandersetzt, verschafft sich einen zeitlichen Vorsprung.

Chancen für neue Geschäftsmodelle

Neben den zu erwartenden Herausforderungen kann die ESPR Unternehmen der Druckindustrie auch Spielräume für innovative und nachhaltige Geschäftsmodelle eröffnen. Print-on-Demand,



von Marc Bening

Rechtsanwalt (Syndikusrechtsanwalt), Verband Druck und Medien NordOst e. V.

klimaneutrale Produktion oder Recyclingservices gewinnen an Relevanz. Transparente Informationen, wie sie der digitale Produktpass verlangt, können zu einem Wettbewerbsvorteil werden und neue Dienstleistungen wie Nachhaltigkeitsberatung ermöglichen.

Ein erstes Beispiel zeigt, wohin die Reise gehen kann: Die mediaprint solutions GmbH hat den ersten digitalen Produktpass für Bücher entwickelt. Was wäre, wenn jedes Buch erzählen könnte, wo es herkommt – von der Papierfaser bis ins Bücherregal der Leserinnen und Leser? Genau das macht der digitale Produktpass möglich. Er dokumentiert transparent eine Reihe von Produktinformationen eines Titels, von der Herkunft der Rohstoffe über den CO₂-Fußabdruck bis hin zu Recyclingoptionen. Solche Innovationen könnten maßgeblich dazu beitragen, das überholte Vorurteil vom „umweltschädlichen Druckprodukt“ zu widerlegen und zu zeigen, wie verantwortungsvoll die Branche produziert.

Fazit

Die EU-Kommission sieht in der ESPR einen wichtigen Schritt hin zu einer nachhaltigeren europäischen Wirtschaft. Für die Druckindustrie bringt sie enorme Herausforderungen, kann aber auch die Chance, sich als verantwortungsbewusster Partner und innovativer Dienstleister zu positionieren, mit sich bringen. Die Verbände Druck und Medien begleiten die Entwicklungen auf europäischer Ebene in Bezug auf die delegierten Rechtsakte und setzen sich für mittelstandsfreundliche Lösungen ein, um unsere Branchenbetriebe bestmöglich zu vertreten. ■

TERMINE

2025 ◀ ▶ 2026

26.09.2025
**VDM Mitteldeutschland
Mitgliederversammlung 2025**, Radebeul

07.10.2025
Druck und Design – die Konferenz,
München

10.–11.10.2025
Jahrestagung dmpi, Stuttgart

15.–19.10.2025
Frankfurter Buchmesse,
Frankfurt am Main

23.10.2025
Druck&Medien Awards, Berlin

23.10.2025
Bayerischer Printpreis, München

06.–07.11.2025
**Die Papierindustrie,
Paper Summit 2025**, Berlin

12.–13.03.2026
Online Print Symposium, München

19.–22.03.2026
Leipziger Buchmesse, Leipzig

06.–09.05.2026
FESPA, Barcelona

21.05.2026
5. Rudolph Druck Print Symposium,
Murnau

16.–17.06.2026
PRINT & DIGITAL CONVENTION, Düsseldorf

18.–20.06.2026
Bayerischer Druck- und Medientag,
Lindau am Bodensee

25.–26.06.2026
**Deutscher Druck- und Medientag
und Mitgliederversammlungen VDM
Mitteldeutschland und VDM NordOst**,
Berlin

29.–30.10.2026
Creative Paper Conference, München



Wenn Druck lebendig wird.

Die Papiere der **arto**® Kollektion bringen Farben zum Leuchten und verleihen Bildern den Erlebnisfaktor.

arto®

arto® satin

Seidenmattes Bilderdruckpapier für kreative Drucke mit starker Bildwirkung und hoher Verarbeitungsqualität.

arto® magic

Glänzendes Bilderdruckpapier für brillante Farben, gestochen scharfe Details und eindrucksvolle Metallic-Effekte.

arto® bulk

Mattes Bilderdruckpapier mit angenehmer Haptik und Volumenvorteil für eindrucksvolle Drucke, hohe Greifbarkeit und vielseitigen Einsatzmöglichkeiten.

175 Jahre HEIDELBERG. Zukunft aus Tradition.

Innovation, Qualität und Zuverlässigkeit sind unser Antrieb.
Seit 175 Jahren. Heute und morgen.

Als Gesamtanbieter in der Verpackungs- und Druckindustrie entwickeln wir Lösungen, die Maßstäbe setzen. Dabei denken wir weit über unsere Branche hinaus. Denn mit unserem Know-how aus 175 Jahren setzen wir immer wieder neue Impulse und gestalten die Zukunft aktiv mit.

Wir danken allen Kunden, Partnern und Mitarbeitenden,
die uns auf diesem Weg begleiten.

→ heidelberg.com/175

