

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!



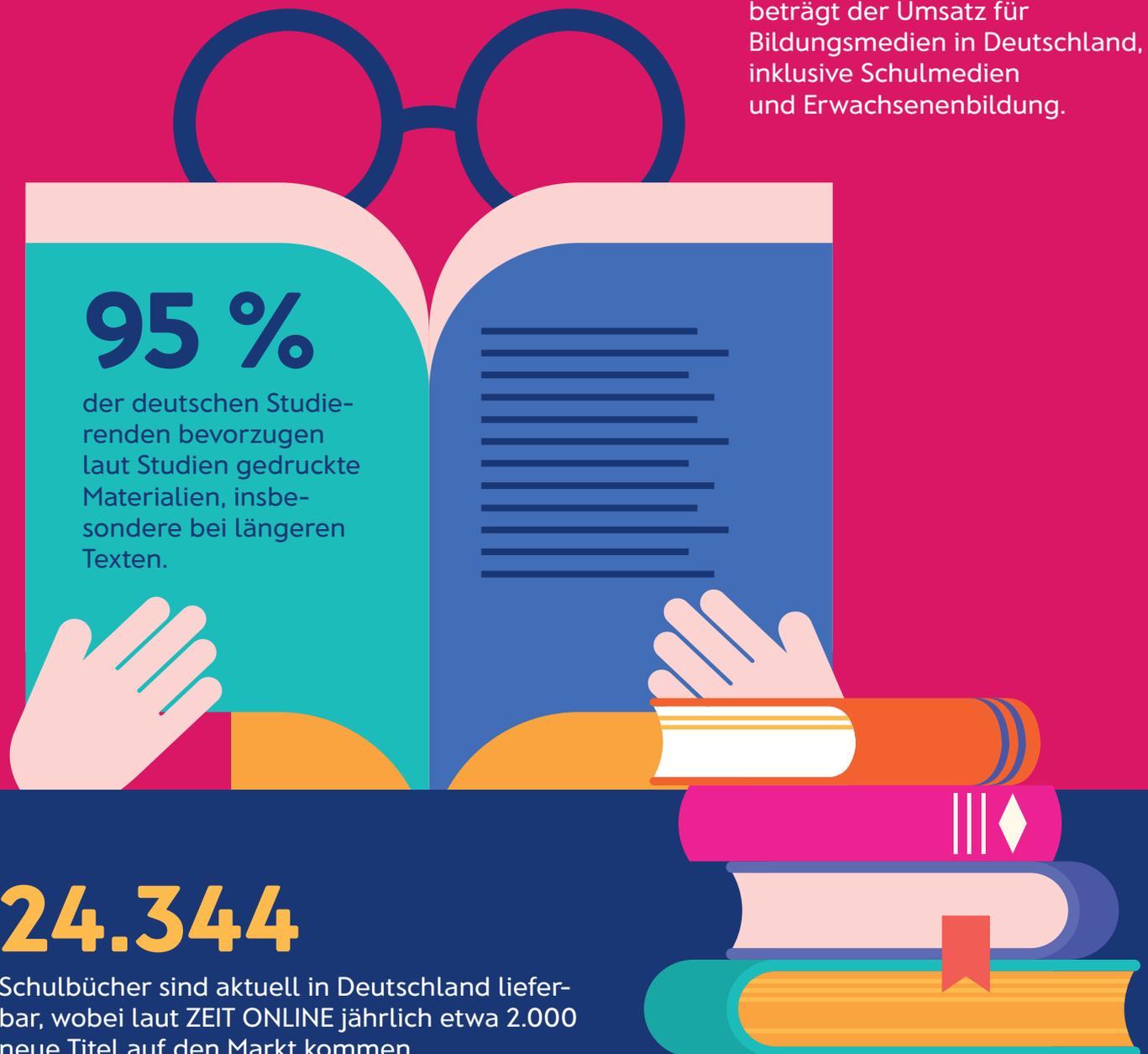
Print kommt an

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

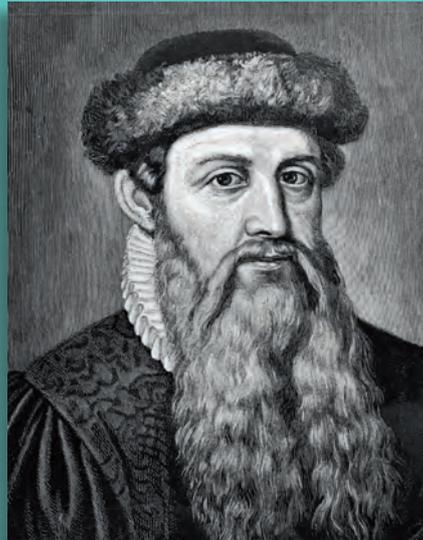
8,5 Millionen

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 festgezurrt 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

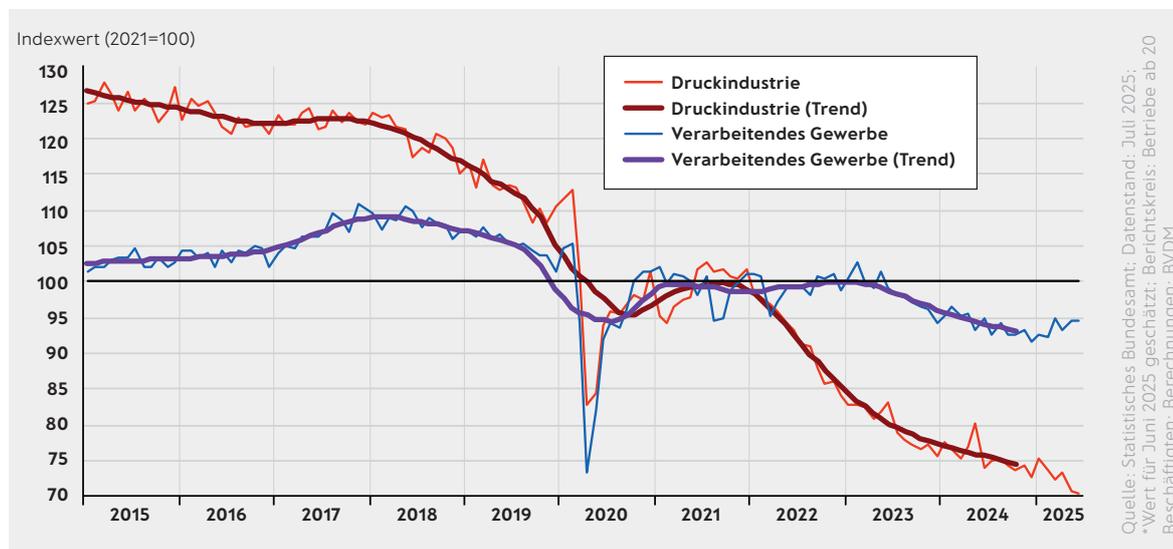
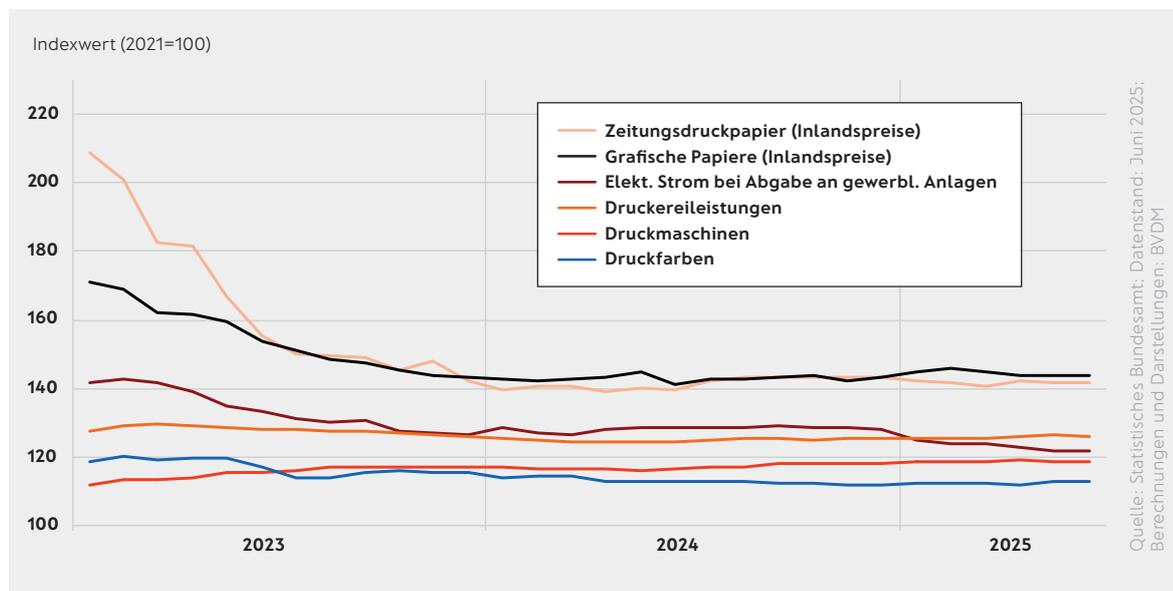


Abb. 2: Entwicklung der Erzeugerpreisindizes für grafische Papiere, Zeitungsdruckpapiere und andere wichtige Vorleistungsgüter und Betriebsmittel, Jan. 2023 bis Juni 2025



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 doppelperspektivische 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.

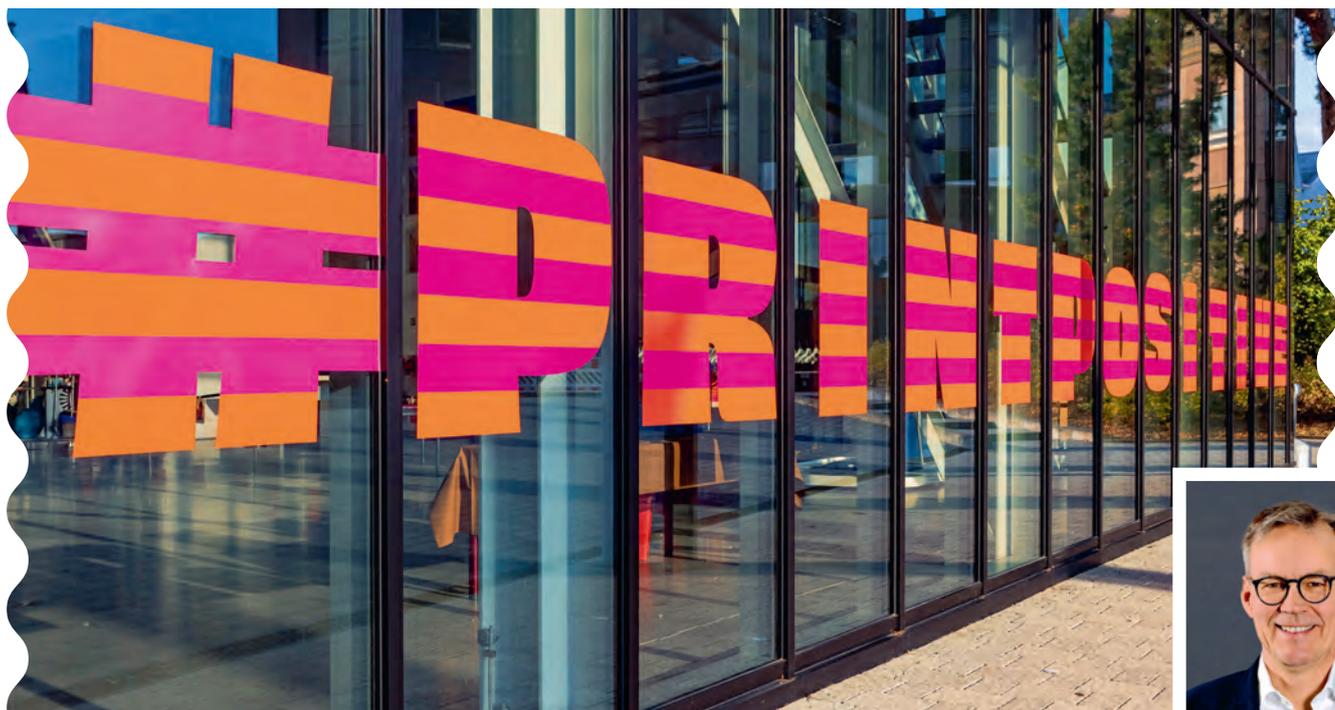
Die Teilnahme an der Umfrage ist vom 18. September bis zum 6. Oktober 2025 möglich. Unterstützen Sie mit Ihrer Teilnahme eine zukunftsorientierte Ausbildungs- und Arbeitsmarktpolitik des BVDM.



► 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.





Von Holger Busch,
Hauptgeschäftsführer
Verband Druck und
Medien Bayern e.V.

INHALT

2 BDMT25

Branche blickt selbstbewusst
in die Zukunft von Print

10 VORSTAND

„Print ist Teil der Lösung,
nicht des Problems!“

12 KURZMELDUNGEN

- » Im Austausch zwischen
Theorie und Praxis
- » Frühjahrssitzung des
AK Recht in München
- » Druck- und Medientechniker
2025 ausgezeichnet
- » Book meets Film: Zwölf
Bücher zum Verfilmen
- » 4. Rudolph Druck Print
Symposium
- » Nachbarschaftsbesuch bei
Konica Minolta
- » Neuer Berufsschulstandort
für Mediengestalter
- » Druck und Design
meets KURZ

16 VDMB-JAHRESMAGAZIN

Making-of

18 VDM AKADEMIE BAYERN

Ausbildung ist mehr als ein
Pflichtprogramm

Die Zeichen stehen auf #PRINTPOSITIVE!

Der Bayerische Druck- und Medientag hat es erneut gezeigt: Unsere Branche hat nicht nur Substanz, sondern auch Zukunft – und sie zeigt das mit Haltung, Herz und einer ordentlichen Portion Innovationskraft und Veränderungsbereitschaft. Genau das wollten wir mit unserem diesjährigen Motto #PRINTPOSITIVE erreichen. Und es freut mich sehr, dass das außerordentlich positive Feedback der Teilnehmenden beweist, dass uns das geglückt ist.

#PRINTPOSITIVE war dabei mehr als ein Hashtag. Es war ein Stimmungsbarometer. Die Veranstaltung war geprägt von echter Aufbruchstimmung, ehrlichem Austausch und einem starken Miteinander. Print lebt – modern, selbstbewusst und voller Energie. Diese Botschaft wirkt weit über den BDMT hinaus.

Diese Energie spiegelt sich auch in der personellen Erneuerung unseres Ehrenamtes wider. Mit einem neuen erweiterten Vorstand und einem neuen Vorstandsvorsitzenden schlagen wir ein frisches Kapitel auf: Jünger, weiblicher,

vielfältiger – das neue Führungsteam bringt neue Erfahrungen, neue Perspektiven mit, ohne Bewährtes aus dem Blick zu verlieren. Das ist ein starkes Zeichen für die notwendige Weiterentwicklung unserer Verbandsorganisation.

In dieser Ausgabe des NUTZEN werfen wir einen ersten Blick auf diesen neuen Kurs – und auf die Menschen dahinter. Im Interview mit Matthias Manghofer, dem neuen Vorsitzenden unseres Vorstands, erfahren Sie, was ihn antreibt und welche Impulse und Themen er setzen möchte. Eines wird dabei schnell klar: Es geht nicht nur um Wandel, sondern um Gestaltung und Zukunftsorientierung unserer ganzen Branche.

#PRINTPOSITIVE ist somit weit mehr als ein kurzfristiger Slogan. Es ist ein Selbstverständnis, das bleibt – und das wir gemeinsam weitertragen wollen. Denn was uns eint, ist die feste Überzeugung an die Vielfalt, die Kraft und die Bedeutung gedruckter Produkte – heute und in Zukunft.

Branche blickt selbstbewusst in die Zukunft von Print

Der Bayerische Druck- und Medientag 2025 in Würzburg wurde seinem Motto **#PRINTPOSITIVE** in jeder Hinsicht gerecht: Über 200 Teilnehmende aus bayerischen Druckereien und Partnerunternehmen aus ganz Deutschland diskutierten nicht nur die Herausforderungen, sondern vor allem die Chancen und Perspektiven von Print – mit großer Aufbruchstimmung und starkem Zusammenhalt.

Das Motto des diesjährigen Bayerischen Druck- und Medientages lautete: „**#PRINTPOSITIVE – Druck hat Zukunft!**“ Über 200 Teilnehmende trafen sich vom 10. bis zum 12. Juli 2025 zum zentralen Branchentreffen des Verbandes in Würzburg, das ganz im Zeichen einer positiven Haltung gegenüber den Chancen und Perspektiven von Print stand. Für einen eindrucksvollen Rahmen sorgte Gastgeber Koenig & Bauer: Im Customer Technology Center begrüßten Reinhard Marschall und Dagmar Ringel von Koenig & Bauer die Gäste herzlich und boten eine perfekte Kulisse für intensive Gespräche über die Zukunft von Print.

„Mit unserem Motto wollen wir den Fokus ganz bewusst auf das Positive legen – auf all das, was Print und unsere Branche ausmacht“, betonte der neu gewählte VDMB-Vorstandsvorsitzende Matthias Manghofer zur Eröffnung. „Manche nennen das Optimismus. Doch dabei geht es nicht um Schönfärberei, sondern um die Bereitschaft, Herausforderungen aktiv anzunehmen und dabei selbstbewusst nach vorne zu blicken.“



Mit über 200 Teilnehmenden war der Bayerische Druck- und Medientag wieder sehr gut besucht.

Vier Unternehmer, vier Perspektiven – und viele Chancen

Wie vielfältig **#PRINTPOSITIVE** in der Praxis aussieht, zeigten vier Referenten: Mit unternehmerischem Mut und klarer Digitalstrategie hat René Ruhland, Gründer und Geschäftsführer der ALL IN Group, sein Unternehmen zu einem der erfolgreichsten Anbieter im Online-Druck gemacht – und bewiesen, dass sich Investitionen in innovative Geschäftsmodelle lohnen. Thomas Karcher von Butz & Bürker warb leidenschaftlich für mehr Kooperation statt Konkurrenzdenken. Er lebt mit seiner offenen Haltung und starken Social-Media-Präsenz eine neue Kultur des Miteinanders, die in der ganzen Branche Kreise zieht.



Dagmar Ringel (links) und Reinhard Marschall begrüßten die Gäste herzlich bei Koenig & Bauer.

#PRINTPOSITIVE

Wie eine gelungene Unternehmensnachfolge zum echten „Transformationsbooster“ werden kann, zeigte Matthias Abt von ABT Print und Medien: Er hat den Traditionsbetrieb seiner Familie übernommen und mutig neu ausgerichtet. Ralf Büttner von der Sattler Media Group machte deutlich, dass Agilität und strategische Investitionen auch in großen Medienhäusern entscheidend sind, um Print fit für das digitale Zeitalter zu machen.

Netzwerken, Inspiration und gelebtes #PRINTPOSITIVE

Neben den Fachvorträgen bot der Bayerische Druck- und Medientag viele Gelegenheiten zum persönlichen Austausch. In einer begleitenden Ausstellung präsentierten 14 Partnerstände aktuelle Technologien und Entwicklungen. Insgesamt 24 Partnerunternehmen machten die Veranstaltung durch ihre Unterstützung möglich. Bereits beim Netzwerkabend im Staatlichen Hofkeller Würzburg sowie beim Festabend auf Gut Wöllried – begleitet von Magier Christoph Kuch – war die starke Verbundenheit der Branche spürbar.

„Unser Verband lebt von Kooperation und Austausch“, so Hauptgeschäftsführer Holger Busch. „Der Bayerische Druck- und Medientag hat eindrucksvoll gezeigt, wie wichtig es ist, dass wir zusammenkommen, Ideen teilen und die Zukunft aktiv miteinander gestalten. Nur so können wir die Bedeutung von Print immer wieder sichtbar machen und unsere Branche nachhaltig stärken.“

Kultur, Handwerk und eine klare Botschaft

Abgerundet wurde das Programm durch einen historischen Stadtrundgang und einen Workshop in der Druckwerkstatt im Künstlerhaus Würzburg, bei dem auch erfahrene Druckprofis einmal analog die Druckpresse bedienen konnten. So wurde das Motto #PRINTPOSITIVE in Würzburg auf vielen Ebenen lebendig: Die Branche präsentierte sich stark, innovativ und zukunftsorientiert – mit einer klaren Botschaft: Print lebt. Und Print hat Zukunft.



René Ruhland,
Gründer und
Geschäftsführer
der ALL IN Group



Thomas Karcher,
Geschäftsführer
von Butz & Bürker



Matthias Abt,
Geschäftsführer
ABT Print und Medien



Ralf Büttner,
Geschäftsführer
Sattler Group

Der nächste Bayerische Druck- und Medientag findet vom 18. bis zum 20. Juni 2026 in Lindau am Bodensee statt.

Impressionen: Das war der Bayerische Druck- und Medientag 2025



Hier geht's zum Aftermovie des
Bayerischen Druck- und Medientages



Herzliches Dankeschön!



Der Verband Druck und Medien Bayern dankt allen Partnerunternehmen, die durch ihre Unterstützung den Bayerischen Druck- und Medientag 2025 in dieser Form möglich gemacht haben.

Mitglieder des VDMB mit starkem Bekenntnis zu Print

Beim Bayerischen Druck- und Medientag 2025 stellte die Mitgliederversammlung des VDMB wichtige Weichen: mit klaren Appellen an die Politik, einem starken Bekenntnis zur Zukunftsfähigkeit von Print und der Wahl eines neuen Vorstands. Christoph Schleunung wurde nach 26 Jahren im Vorstand von den Mitgliedern zum Ehrenvorsitzenden ernannt. Matthias Manghofer folgt ihm als neuer Landesvorsitzender.

Auf der Mitgliederversammlung des VDMB, die im Rahmen des Bayerischen Druck- und Medientages in Würzburg stattfand, standen neben wichtigen Verbandsentscheidungen auch die aktuellen wirtschafts- und branchenpolitischen Rahmenbedingungen im Mittelpunkt. Hauptgeschäftsführer Holger Busch hob die Chancen hervor, die im aktuellen Koalitionsvertrag stecken: von der Senkung der Energiekosten über Investitionsanreize und Bürokratieabbau bis hin zu einer flexibleren Arbeitszeitregelung.

„Aber diesen Ansätzen müssen jetzt schnell mutige Reformen folgen – vieles an notwendiger Modernisierung unseres Landes ist zu lange liegen geblieben“, so Busch. Gleichzeitig kritisierte er ordnungspolitisch verfehlte Maßnahmen wie das geplante Bundestariftreugesetz, die Pflicht zur elektronischen Arbeitszeiterfassung und die Erhöhung des Mindestlohns.

Christoph Schleunung zum Ehrenvorsitzenden gewählt

Die Mitgliederversammlung des VDMB war zugleich auch Anlass, den Landesvorsitzenden Christoph Schleunung nach zwölf Jahren an der Spitze und nach über 26 Jahren in verschiedenen Ämtern des Vorstandes zu



Stabübergabe: Christoph Schleunung (links) mit seinem Amtsnachfolger Matthias Manghofer



Christoph Schleunung wurde einstimmig zum Ehrenvorsitzenden des Verbandes gewählt.

verabschieden. In seiner Amtszeit als Vorsitzender hat Christoph Schleunung den Verband entscheidend geprägt: Er hat die Kooperation zwischen den Landesverbänden und dem Bundesverband vorangetrieben und den VDMB organisatorisch wie inhaltlich modernisiert.

Unter seiner Führung zog der Verband nach Aschheim, richtete Dienstleistungen neu aus und entwickelte ein starkes gemeinsames Markendesign. Mehr als 100 neue Mitgliedsunternehmen traten während seiner Amtszeit bei – ein deutliches Zeichen für die wachsende Attraktivität des VDMB. Zudem machte Schleunung wichtige Zukunftsthemen wie Nachwuchs- und Fachkräftegewinnung frühzeitig zur Chefsache. Für diese Erfolge wurde der Verband bereits 2016 als „Verband des Jahres“ ausgezeichnet. Schleunung sagte dazu: „Es erfüllt mich mit großem Stolz, unseren Verband in dieser ereignisreichen Zeit mitgestaltet zu haben. Viele Veränderungen haben uns geprägt – und wir haben selbst vieles angestoßen, das unsere Branche heute zukunftsfähig macht.“

»

Als Dank und Auszeichnung für seinen unermüdlichen Einsatz und sein Herzblut für die Branche wurde Christoph Schleunung von der Mitgliederversammlung zum Ehrenvorsitzenden des Verbandes Druck und Medien Bayern ernannt.

Neuer Vorstand gewählt

Im Anschluss wählte die Mitgliederversammlung den neuen Vorstand des VDMB, der den Verband nun in die nächste Etappe führen wird. Die Mitgliedsunternehmen des Verbandes Druck und Medien Bayern wählten dabei Matthias Manghofer (Gebr. Geiselberger GmbH, Altötting) als ihren neuen Landesvorsitzenden. Die Versammlung bestätigte außerdem den stellvertretenden Landesvorsitzenden Thomas Feuerlein (Karl Rädisch GmbH & Co KG, Emskirchen), den Schatzmeister Thomas Maul (Oberpfalz Medien, Weiden) und die Vorstandsmitglieder Andreas Ullmann (Presse-Druck- und Verlags-GmbH, Augsburg) und Oliver Stapfer (L/M/B Druck, Nürnberg) in ihrem Amt. Neu in den Vorstand gewählt wurden

”

Es erfüllt mich mit großem Stolz, unseren Verband in dieser ereignisreichen Zeit mitgestaltet zu haben.“

Christoph Schleunung

Katja Herrmann (FLYERALARM Industries, Würzburg), Kerstin Denzler (effektiv Druck + Veredelung, Fürth) und Veit Rudolph (RUDOLPH DRUCK, Schweinfurt). Außerdem gehört Holger Busch als geschäftsführendes Vorstandsmitglied dem Leitungsgremium an. ■



Der neu gewählte Vorstand des VDMB. Von links: Andreas Ullmann (Presse-Druck- und Verlags-GmbH, Augsburg), Katja Herrmann (FLYERALARM Industries, Würzburg), Thomas Feuerlein (Karl Rädisch GmbH & Co KG, Emskirchen), Kerstin Denzler (effektiv Druck + Veredelung, Fürth), Oliver Stapfer (L/M/B Druck, Nürnberg), Matthias Manghofer (Vorsitzender; Gebr. Geiselberger GmbH, Altötting), Veit Rudolph (RUDOLPH DRUCK, Schweinfurt), Thomas Maul (Oberpfalz Medien, Weiden) und Holger Busch (VDMB)

GMUND AWARD

Preisverleihung 29. April 2026

EINREICHUNG AB 6. OKTOBER 2025

PACKAGING – BUSINESS – ART
BOOK – PRIVATE – MAILING



JETZT EINREICHEN!



GMUND

„Print ist Teil der Lösung, nicht des Problems!“

Mit frischem Elan, klarer Haltung und dem Blick nach vorn: Matthias Manghofer wurde im Juli auf dem Bayerischen Druck- und Medientag zum neuen Vorstandsvorsitzenden des VDMB gewählt. Im Interview spricht er über sein Selbstverständnis als Vorsitzender, die Herausforderungen und Chancen der Branche – und warum das Motto #PRINTPOSITIVE genau zur richtigen Zeit kommt.

Herr Manghofer, herzlichen Glückwunsch zur Wahl! Was hat Sie persönlich motiviert, den Vorsitz des VDMB zu übernehmen?

Es war der Wunsch, mitzugestalten. Holger Busch hat mit seiner Anfrage den Anstoß gegeben, aber letztlich war es der innere Impuls, Verantwortung zu übernehmen – für eine Branche, die mich seit vielen Jahren begleitet und geprägt hat.

Wann begann Ihre Verbindung zum VDMB?

Im Jahr 2005, mit meiner ersten Führungsrolle bei unserem Standort in Regensburg. Damals habe ich ein Führungskräfte-seminar beim VDMB besucht – und seitdem bin ich Teil dieser Gemeinschaft und seit 2022 auch im Vorstand aktiv. Der Verband ist für mich eine verlässliche Konstante.



Matthias Manghofer eröffnete nach seiner Wahl den Bayerischen Druck- und Medientag in Würzburg.

”

Verantwortung heißt für mich: aktiv gestalten – im Dialog, nicht im Alleingang.“

Wie verstehen Sie Ihre neue Rolle als Vorstandsvorsitzender?

Ich sehe mich als Sprachrohr der Mitglieder und als Sparringspartner für das Team des VDMB. Es geht mir ums Zuhören, Bewerten, Vermitteln, Anstoßen und auch mal Nachschärfen. Verantwortung heißt für mich: aktiv gestalten – im Dialog, nicht im Alleingang.

Mit drei neuen Mitgliedern wurde der Vorstand stark erweitert. Welche Impulse erwarten Sie?

Mit Katja Herrmann, Kerstin Denzler und Veit Rudolph wurden starke Persönlichkeiten neu in den Vorstand gewählt. Damit kommen neue Perspektiven, Expertise und frischer Wind in das Gremium. Zusammen mit den erfahrenen Vorstandskollegen möchten wir eine neue Dynamik entfachen – ganz im Zeichen von #PRINTPOSITIVE.

Was bedeutet das Motto der Jahrestagung für Sie persönlich?

#PRINTPOSITIVE bringt meine Haltung auf den Punkt. Ich bin überzeugt davon, dass unsere Einstellung entscheidend ist – gerade in schwierigen Zeiten. Wer sich nur mit Negativszenarien beschäftigt, wird handlungsunfähig. Die Jahrestagung hat gezeigt, wie viel Energie entsteht, wenn wir den Fokus auf Chancen statt auf Probleme legen.

Wie kann der Verband diesen Spirit weitertragen?

Indem wir positive Entwicklungen sichtbar machen – bei den Unternehmen, bei Innovationen, bei tollen Druckprodukten, im Nachwuchsbereich. Der Verband kann dabei helfen, diese Geschichten zu erzählen und das Narrativ von Print als starker, moderner Branche zu stärken. Print ist Teil der Lösung, nicht des Problems.

Die Branche steht aber auch unter Druck – Fachkräftemangel, Kostenexplosion, Digitalisierung. Wie begegnet der VDMB diesen Herausforderungen?

Wir müssen uns auf das konzentrieren, was wir beeinflussen können: starke Mitglieder-Services, eine praxisnahe Unterstützung und ein solides Netzwerk. Die Gewinnung neuer Mitglieder ist dabei ein wichtiger Faktor – je mehr starke Unternehmen sich engagieren, desto stabiler und sichtbarer werden wir als Verband.

Wie gelingt es dem VDMB, die ganze Bandbreite der Branche zu integrieren – vom Familienbetrieb bis zum Großunternehmen?

Genau das macht den VDMB ja so besonders: das Miteinander trotz unterschiedlicher Unternehmensgrößen und -strukturen. Was alle vereint, ist eine positive Haltung, der Wille zur Weiterentwicklung und die Überzeugung, dass Print Zukunft hat. Themen wie Branchenmarketing, Nachwuchsgewinnung und Interessenvertretung sind dabei zentrale Hebel – und sie wirken unabhängig von Betriebsgröße oder Geschäftsmodell. Der Verband bietet dafür die Plattform: für Austausch, Vertrauen und Kooperation. Aber diese Plattform lebt vom Mitmachen. Wenn Unternehmerinnen und Unternehmer miteinander ins Gespräch kommen, entsteht echter Mehrwert – durch Inspiration, neue Perspektiven oder auch konkrete Zusammenarbeit.

Welche Rolle spielt Print aus Ihrer Sicht künftig im Kommunikationsmix?

Print spricht mehrere Sinne an – das Sehen, das Fühlen, manchmal sogar das Riechen. Das schafft Vertrauen, aktiviert Kaufimpulse und bleibt im Gedächtnis. Richtig eingesetzt, ist Print ein starker Bestandteil im Medienmix – auch in Zukunft. Der Verband kann hier sicherlich unterstützend mitwirken, indem er die Vorteile von Print weiterhin offensiv in der Gesellschaft kommuniziert.



Seine Freizeit verbringt Manghofer gerne beim Bergsteigen, wie hier auf dem Gipfel der Schönfeldspitze in den Berchtesgadener Alpen.

Welche Rolle sollte der VDMB im bundesweiten und europäischen Kontext spielen?

Wir haben das Potenzial, eine Führungsrolle zu übernehmen – mit klarem Profil und starker Stimme. Die Lobbyarbeit auf Bundes- und EU-Ebene ist essenziell. Nur wenn wir dort Gehör finden, können wir Regelungen mitgestalten, statt hinterherzulaufen.

Was kann der VDMB tun, um junge Talente für die Branche zu gewinnen?

Wir müssen unsere Branche wieder als das zeigen, was sie ist: kreativ, technologisch anspruchsvoll, sinnstiftend. Viele Mitgliedsunternehmen haben bereits neue Wege im Recruiting eingeschlagen – das müssen wir stärker bündeln und sichtbar machen. Denn am Ende gilt auch hier: #PRINTPOSITIVE.

Ihr Vorgänger Christoph Schleuning war über 25 Jahre für den Verband aktiv. Was nehmen Sie aus der Zusammenarbeit mit ihm mit?

Ich habe Christoph immer für seine ruhige, besonnene Art bewundert – als Unternehmer und als Mensch. Er hat nie sich, sondern immer die Sache in den Mittelpunkt gestellt. Von seiner Haltung und Weitsicht kann man viel lernen. Meine Aufgabe ist es jetzt, seine Erfolgsgeschichte weiterzuschreiben und dabei neue Impulse zu setzen – vor allem in der Außenwirkung unserer Branche. □



KURZ MEL DUN GEN

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Verband Druck und Medien Bayern e. V.,
Einsteinring 1a, 85609 Aschheim,
Tel. (0 89) 330 36-0, info@vdmb.de

GESCHÄFTSLEITUNG

Holger Busch (V. i. S. d. P.)

REDAKTION UND TEXT

Thomas Hosemann, Christian Neuhierl

LAYOUT

Verena Rembeck

► Im Austausch zwischen Theorie und Praxis



Der Arbeitskreis Ausbildung traf sich beim VDMB in Aschheim, um sich über die drängendsten Themen und Fragen in Sachen Ausbildung in der Druck- und Medienbranche auszutauschen. Mit 30 Teilnehmerinnen und Teilnehmern war das diesjährige Treffen wieder sehr gut besucht. Insbesondere die schwer nachvollziehbaren Standortverlegungen der Berufsschulen für Mediengestalter standen dabei im Fokus der Diskussion.

Der AK Ausbildung ist seit vielen Jahren ein wichtiges Forum für den Austausch zwischen Theorie und Praxis. Er verbindet Ausbildungsbetriebe, Verbände und Berufsschulen und wird geleitet von den Leitern Aus- und Weiterbildung, Christoph Görke und Reinhold Rill.

Vielen Dank allen Teilnehmenden für den ergiebigen, offenen und ergebnisorientierten Austausch.

► Herzlich willkommen beim VDMB!

- + **Denglanz GmbH**, Erlangen
- + **PROBO**, Bad Hersfeld
- + **Athesia Druck GmbH**, Bozen



Frühjahrssitzung des AK Recht in München

Am 16. und 17. Juni 2025 begrüßte der VDMB die Mitglieder des Arbeitskreises Recht der deutschen Druck- und Medienverbände zur Frühjahrssitzung in seiner Münchner Geschäftsstelle. Die Juristen der Landesverbände und des BVDM nutzten die Gelegenheit zum intensiven Austausch über aktuelle rechtliche Entwicklungen und verbandspolitische Herausforderungen. Im Fokus standen praxisnahe Themen wie die Umsetzung der Entgelttransparenzrichtlinie, tarifpolitische Veränderungen sowie Fragen rund um den gesetzlichen Mindestlohn. Ein besonderer Höhepunkt war der Vortrag von Professor Dr. Richard Giesen (LMU München), der mit großer fachlicher Tiefe aktuelle Entwicklungen im Tarifrecht und im Betriebsverfassungsrecht beleuchtete.



Abgerundet wurde die Sitzung durch einen praxisnahen Austausch zu arbeitsrechtlichen Fragen rund um den Einsatz von künstlicher Intelligenz. Der VDMB dankt allen Teilnehmenden für das engagierte Mitwirken und freut sich auf ein Wiedersehen beim nächsten Treffen des Arbeitskreises.

Druck- und Medientechniker 2025 ausgezeichnet



Von links nach rechts: Reinhold Rill (VDMB), Lucas Schunack, Dominik Reger und Christoph Görke (VDMB)

In einer feierlichen Zeremonie im Beruflichen Schulzentrum Alois Senefelder in München wurden die diesjährigen Absolventinnen und Absolventen der Fachschule für Drucktechnik und Papierverarbeitung verabschiedet. Der VDMB gratulierte den frisch gebakenen Technikerinnen und Technikern herzlich und übermittelte auch die besten Wünsche der bayerischen Druck- und Medienunternehmen. Gemeinsam überreichten die Leiter Aus- und Weiterbildung des VDMB, Reinhold Rill und Christoph Görke, den besten Drucktechnikern Dominik Reger und Lucas Schunack den Preis der Ludwig-Gundlfinger-Stiftung des VDMB.

Book meets Film: Zwölf Bücher zum Verfilmen

Beim Filmfest München stellte die Plattform „Book meets Film“ wieder zwölf vielversprechende Bücher vor, die sich für eine filmische Umsetzung eignen. Rund 200 Filmschaffende nutzten die Gelegenheit, um mit Verlagen sowie Autorinnen und Autoren ins Gespräch zu kommen. Veranstaltet wird Book meets Film vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels – Landesverband Bayern und dem Verband Druck und Medien Bayern. Unterstützer ist das MedienNetzwerk Bayern, Kooperationspartner sind der FFF Bayern sowie das Filmfest München.

4. Rudolph Druck Print Symposium



Am 5. Juni 2025 folgten rund 140 Branchenexperten der Einladung der RUDOLPH DRUCK GmbH & Co. KG nach Schweinfurt. Unter dem Motto „Bock auf Druck“ bot das 4. RUDOLPH DRUCK PRINT SYMPOSIUM ein vielseitiges Programm, engagierte Diskussionen und einen stimmungsvollen Rahmen – ganz im Zeichen von Zukunft, Innovation und lebendigem Austausch in der Druckbranche. Auch der VDMB war vor Ort mit einem Messestand vertreten.

Das nächste Rudolph Druck Print Symposium findet am 21. Mai 2026 in Murnau am Staffelsee statt.

Nachbarschaftsbesuch bei Konica Minolta



Kürzlich war das VDMB-Team zu Besuch bei der Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH am Standort Aschheim – direkt gegenüber der Verbandsgeschäftsstelle. Das Team tauschte sich mit Managing Director Germany & Austria Werner Theißen und seinen Mitarbeitenden intensiv über eine möglichst enge Partner- und Nachbarschaft aus.

Neuer Berufsschulstandort für Mediengestalter in Deggendorf

Infolge der Neuordnung des Ausbildungsberufes Mediengestalter Digital und Print kam es in diesem Jahr zu einer Überarbeitung der Sprengelteilung in Bayern: Zum Start des neuen Schuljahres wird ein neuer Standort im niederbayerischen Deggendorf eingeführt. Auf Einladung der Bezirksregierung Niederbayern sowie der Leitung der Staatlichen Berufsschule Deggendorf hatten Holger Busch und der Leiter Aus- und Weiterbildung, Christoph Görke, Gelegenheit, sich vor Ort von der Leistungsfähigkeit der modernen Berufsschule persönlich ein Bild zu machen.



Druck und Design meets KURZ

Am 3. Juni 2025 fand in Fürth die „Druck und Design meets KURZ“ statt – ein exklusives Event voller Inspiration, Innovation und eindrucksvoller Print-Erlebnisse. Die Veranstaltung bot allen Teilnehmenden spannende Vorträge zu den Themen Design, Verpackung und Veredelung sowie eine Spezialführung durch das Unternehmen LEONHARD KURZ. Damit war die Veranstaltung ein gelungener Vorgeschmack auf die kommende „Druck und Design – Die Konferenz“, die in diesem Jahr am 7. Oktober in München stattfinden wird.

VDMB + Grafikmagazin präsentieren



DRUCK UND DESIGN

DIE KONFERENZ

MÜNCHEN DIE MACHEREI

7. OKTOBER 2025

Erleben Sie, wie Print verbindet – klug, erfolgreich, kreativ und nachhaltig. Faszinierende Druckprodukte, spannende Keynotes, praxisbezogene Workpanels und gelungene Vernetzung von Druckern, Kreativen und Kunden – dies bietet die Konferenz und Messe. **Seien Sie dabei – bei der Druck und Design 2025.**

PREMIUMSPONSOREN



GMUND

KURZ

OVOL

WWW.DRUCKUNDDSIGN.ORG

20% RABATT FÜR VERBANDSMITGLIEDER

Tickets bestellen unter www.druckunddesign.org • Rabatt-Code: VDMBSPEZIAL

Making-of: Das VDMB-Jahresmagazin 2025

In den vergangenen Jahren hat sich das VDMB-Jahresmagazin zu einem Highlight für Print-Liebhaber entwickelt. Doch das macht die Arbeit für das Projektteam nicht leichter: Den eigenen Ansprüchen und den gewachsenen Erwartungen gerecht zu werden, ist jedes Jahr aufs Neue eine Herausforderung – der sich das Team allerdings auch in diesem Jahr wieder gerne gestellt hat.



Die erste offizielle Präsentation auf dem Bayerischen Druck- und Medientag zeigt stolze Gesichter. v.l.n.r. Marina Kuhn, Thomas Hosemann, Verena Rembeck (alle VDMB), Ralph Böhnisch (LEONHARD KURZ), Andrea Wecke (Gmund Papier), Veit Rudolph (Rudolph Druck), Martin Schüssler (multi-druck), Christian Neuhierl (VDMB), Daniel Scherer (LEONHARD KURZ), Christoph Görke und Michaela Deckelmann (VDMB) und Günther Rudolph (Rudolph Druck)

Auch das diesjährige VDMB-Jahresmagazin steht unter dem Motto #PRINTPOSITIVE und sendet ein durchweg positives Signal an die Branche. Das Ziel: im Heft inhaltlich und gestalterisch gleichermaßen die Haltung verdeutlichen, dass unsere Branche trotz aller Herausforderungen eine enorme Zukunftskraft besitzt. Doch bis das fertige Produkt auf dem Tisch liegt, benötigt es viele Abstimmungsrunden: Brainstormings, Einfälle und inhaltliche Gliederungen, die wieder verworfen, und neue gestalterische Ansätze, die ausprobiert werden müssen.

Von der Idee zur Produktion

Solche Projekte funktionieren nur mit einem eingespielten Team – und mit Partnern, die Spaß daran haben,

Grenzen auszutesten. Bereits nach dem ersten Gespräch mit Martin Schüssler von multi-druck war klar: Neonfarben, Druck auf Folie und edles Papier von Gmund sollten Bestandteil des Magazins werden – für sich kein Problem, aber alles zusammen? Neuland. Martin Schüssler wusste, dass es nicht leicht werden würde, aber er sagte zu und zeichnet für den Druck des Magazins verantwortlich.

Als Nächstes stellte die Bindung alle Beteiligten vor neue Herausforderungen. Die geplante Freirückenbindung erwies sich im Zusammenspiel mit dem folierten Umschlag als schwer umsetzbar. Einige Druckverarbeiter winkten ab – bis Veit Rudolph von Rudolph Druck ins Spiel kam. Mit seinem Team fand er Lösungen, wo andere zuvor gescheitert waren.

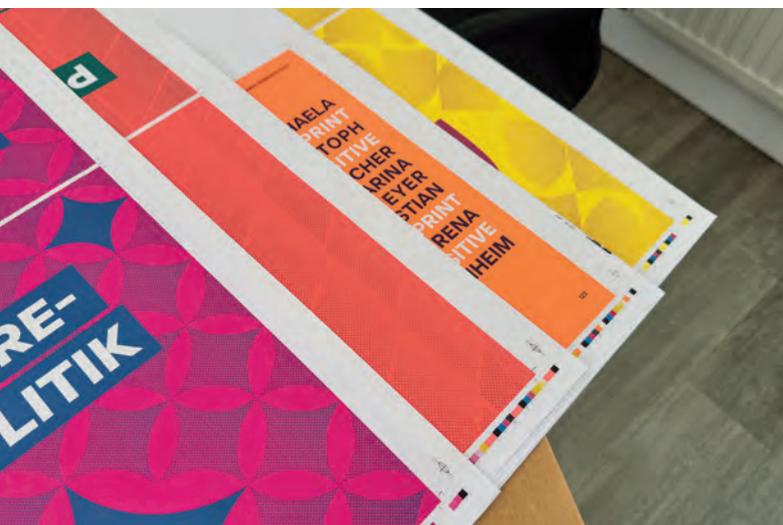
Um das Magazin optimal zu schützen und einen weiteren gestalterischen Höhepunkt zu kreieren, sollte zudem ein Schubler konstruiert werden, der das Magazin umhüllt. Hier stieß Julian Grebner von innokart zum Projekt. Mit Blindprägung und Ausstanzungen schuf er ein Verpackungselement, das das Magazin nicht nur schützt, sondern schon beim Herausziehen einen Wow-Effekt erzeugt. Das schwarze Moonlight-Papier von Gmund war die ideale Wahl, um einen größtmöglichen Kontrast zum farnefrohen Magazin-Umschlag zu erzeugen.

Blieb noch eine letzte Hürde: die sichtbare Buchkante. Weiß sollte sie nicht bleiben. Hier kam der Tipp aus dem Branchennetzwerk: Buchbinder Mayer aus Esslingen – deutschlandweit bekannt und geschätzt für seine Spezialität: Buchkantenveredelung. Gemeinsam mit KURZ Folien entstand eine folierte Schnittkante, die dem Magazin ein zusätzliches Highlight verleiht.

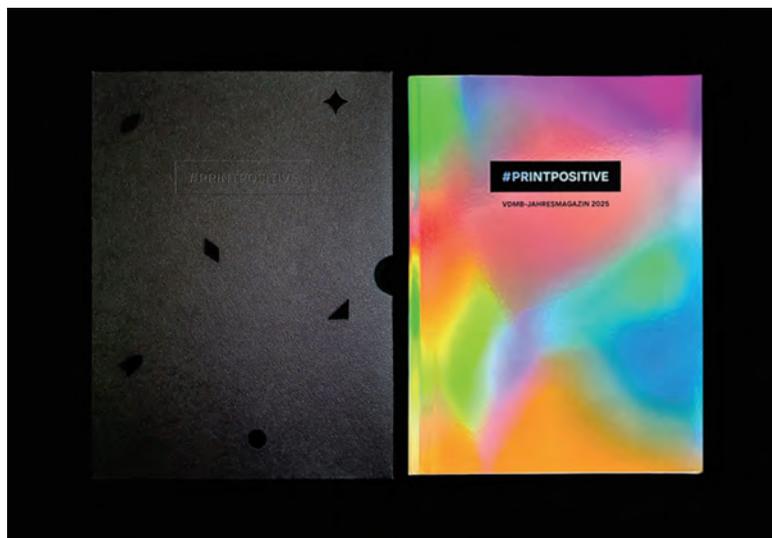
Alles greift ineinander

Als Konzept und Partner feststanden, konnte es losgehen. Ein Andruck zeigte schnell, dass die Neonflächen über jeweils zwei Druckwerke im UV-Offset überzeugten. Einige Bögen wurden mit sechs PANTONE-Neonfarben und CMYK bedruckt – eine besondere Herausforderung, die die Drucker bei Multidruck in mehreren Durchgängen meisterten. Ein herzliches Dankeschön geht an Epple Druckfarben für die großzügige Kooperation und Unterstützung bei den Neonfarben.

Das Blindmuster passte, der Schubler saß. Jeder Schritt war aufeinander abgestimmt, und trotz der Komplexität lief die Produktion weitgehend nach Plan. Natürlich gab es auch immer wieder Momente, die den Puls kurzzeitig in die Höhe trieben – aber das gehört bei einem Projekt dieser Art dazu.



Sechs Pantone-Neonfarben auf ungestrichenem Gmund-Papier – kein Problem für multi-druck.



Individuelle Lösung für die Bindung des Jahresmagazins – bei Rudolph Druck ist jeder mit Ehrgeiz und innovativen Ideen mit dabei.

Ein Ergebnis mit Wow-Effekt

Und das Endergebnis spricht für sich: Das Magazin wird in einem edlen schwarzen Schubler geliefert. Durch die Stanzungen und die folierte Schnittkante kann man bereits erahnen, was den Leser erwartet. Beim Herausziehen kommt dann der Wow-Effekt – das Magazin blendet geradezu, die Folierung und die Neonfarben kommen voll zur Geltung. Und so ist das fertige Produkt genau so geworden, wie es sich das erweiterte Projektteam vorgestellt hat – und ist ein Spiegelbild für die Druckindustrie selbst: bunt, glänzend, positiv, mutig – und unglaublich vielfältig. □

Weitere Impressionen vom Magazin sowie die Möglichkeit, eine digitale Version herunterzuladen, finden Sie hier: www.vdmb.de/jahresmagazin2025



Ausbildung ist mehr als ein Pflichtprogramm

Ein junger Mensch steht zum ersten Mal vor einer Druckmaschine. Im Drucksaal riecht es nach Farbe, die Maschine läuft auf Hochtouren, das Papier läuft mit Tempo durch die Walzen. Alles ist neu, spannend – und vielleicht ein wenig einschüchternd. Was in den darauffolgenden ersten Tagen und Wochen der Ausbildung passiert, ist entscheidend: Bleibt der Auszubildende Zuschauer oder wird er Teil des Geschehens? Wird er mitgenommen, mit Neugier angesteckt – oder in eine Ecke verwiesen, zum Zuschauen, zum Warten?

von Christoph Görke, Leiter Aus- und Weiterbildung

Ausbildung beginnt genau hier: mit dem ersten Eindruck, mit echtem Interesse, mit der Frage, ob ein junger Mensch in Ihrem Unternehmen das Gefühl bekommt, wichtig zu sein.

Die Druck- und Medienbranche steht vor einer entscheidenden Phase. Während sich Prozesse verändern, Technologien weiterentwickeln und Kundenbedürfnis-

”

Wenn sich das Image der Branche für den Nachwuchs verbessern soll, müssen wir spannender und engagierter ausbilden!

Christoph Görke

se wandeln, ist eines klar: Ohne qualifizierten Nachwuchs wird der Wandel zur Herausforderung. Doch wie gewinnen wir junge Talente – und wie halten wir sie?

Die Antwort liegt selten in großen Kampagnen oder Imagefilmen. Sie beginnt im Betrieb. Dort, wo Ausbildung gelebt wird – mit Leidenschaft, Struktur und echter Verantwortung. Junge Menschen suchen keine „Pflichtstationen“, sie suchen Perspektiven. Wer heute ausbildet, übernimmt Verantwortung für die Fachkräfte von morgen – und gestaltet gleichzeitig aktiv die Zukunft seines Unternehmens.

Fördern, fordern, vertrauen

Moderne Ausbildung braucht Mut. Den Mut, Verantwortung abzugeben. Den Mut, Fehler zuzulassen. Und den Mut, junge Menschen auf Augenhöhe zu begleiten. Azubis möchten nicht nur mitlaufen – sie möchten verstehen, mitdenken und gestalten. Wer sie dafür ernst nimmt, bekommt Motivation, Engagement und oft überraschend frische Ideen zurück.



Ein gut geplanter Ausbildungsweg führt nicht nur durch Maschinenhallen, sondern durch alle relevanten Abteilungen. Er lässt Spielraum für eigene Interessen – sei es durch Umweltprojekte, Social-Media-Kanäle oder Messeauftritte. Solche Aufgaben fördern nicht nur fachliche Kompetenzen, sondern stärken Selbstbewusstsein, Teamfähigkeit und Begeisterung für den Beruf. Auch überbetriebliche Schulungen können hier neue Impulse setzen und Themen aufgreifen, die im Tagesgeschäft leicht untergehen – ohne den Bezug zur Praxis zu verlieren.

Kultur schlägt Konzept

Struktur ist wichtig – doch noch entscheidender ist die Haltung. Junge Menschen spüren sehr genau, ob sie willkommen sind, ob sie gefördert werden oder nur mitlaufen sollen. Ein wertschätzender Umgang, eine offene Kommunikation und klare Regeln schaffen Sicherheit – und Vertrauen. Der erste Tag im Betrieb, das erste Gespräch mit der Führungskraft, die Art, wie Kollegen miteinander umgehen – all das prägt die Ausbildungszeit.

Eine offene, unterstützende Unternehmenskultur bindet Auszubildende stärker als jede noch so gute Imagebroschüre. Regelmäßiges Feedback, gemeinsame Erfolge feiern, auch mal über Schwierigkeiten sprechen – das sind die kleinen Bausteine, aus denen eine große Motivation entsteht.

Ausbildungsqualität ist kein Zufall

Gute Ausbildung entsteht nicht zwischen Tür und Angel. Sie braucht Planung, Zeit und die Bereitschaft, sich selbst zu hinterfragen. Ist das Ausbildungskonzept noch zeitgemäß? Welche Aufgaben trauen wir unseren Azubis zu – und warum? Welche Weiterentwicklungsmöglichkeiten bieten wir über den Tellerrand hinaus?

Wer Ausbildung strategisch denkt, wird belohnt – mit jungen Fachkräften, die sich nicht nur für ihren Beruf, sondern auch für ihren Betrieb begeistern. Sie sind die besten Botschafter für die Branche – und oft die überzeugendsten Argumente bei der nächsten Generation von Schulabgängern.

Gemeinsam mehr erreichen

Niemand muss diesen Weg allein gehen. Im Verband Druck und Medien Bayern stehen wir Ihnen als Partner zur Seite – mit Erfahrung, frischen Ideen und einem starken Netzwerk. Unsere überbetriebliche Ausbildung setzt genau dort an, wo Betriebe zusätzliche Impulse brauchen: mit praxisnahen Schulungen, aktuellen Themen und einer professionellen Betreuung.

Nutzen Sie diese Möglichkeiten als Ergänzung zu Ihrem Ausbildungsalltag. Denn gemeinsam können wir mehr erreichen – für unsere Auszubildenden, für unsere Betriebe und für eine #PRINTPOSITIVE Zukunft. ■

Wir begleiten Sie und Ihre Azubis durch die Ausbildung!

Kurse zum Ausbildungsstart

- » **Einführung in die Druck- und Medienwelt**
27.10. – 07.11.2025 von 9.00 – 16.00 Uhr
- » **Adobe Illustrator für Einsteiger**
13. – 15.10.2025 von 9.00 – 16.00 Uhr
- » **Adobe InDesign für Einsteiger**
21. – 23.10.2025 von 9.00 – 16.00 Uhr
- » **Adobe Photoshop für Einsteiger**
26. – 28.11.2025 von 9.00 – 16.00 Uhr

Unsere Programmkurse gibt es auch für Fortgeschrittene!

Kurse für die Zwischenprüfung

- » **Grundlagen HTML und CSS**
(ab jetzt Pflicht in der Zwischenprüfung!)
25. – 27.02.2026 von 9.00 – 16.00 Uhr
- » **Fit für die Zwischenprüfung**
02. – 13.03.2026 von 9.00 – 16.00 Uhr

Kurse für die Abschlussprüfung

- » **Trainingslager für die Abschlussprüfung
– Mediengestalter und MT Druck**
17. – 28.11.2025 von 9.00 – 16.00 Uhr *für Verkürzter!*
07. – 17.04.2026 von 9.00 – 16.00 Uhr
20. – 30.04.2026 von 9.00 – 16.00 Uhr
- » **Trainingslager für die Abschlussprüfung
– MT Siebdruck und Druckverarbeitung**
23. – 27.03.2026 von 9.00 – 16.00 Uhr
- » **Prüfungsvorbereitung Praxis
Abschlussprüfung Digitaldruck**
08. – 11.06.2026 von 9.00 – 16.00 Uhr
- » **Prüfungsvorbereitung Praxis
Abschlussprüfung Offsetdruck**
29.06. – 01.07.2026 von 9.00 – 16.00 Uhr

Jetzt anmelden!
www.vdmb.de/seminare



FOR PARTNER PRINT

**Mit uns als
Partner
profitieren
Sie von:**

- » über 3 Millionen Marketing- und Druckprodukten im Sortiment
- » 2.500 engagierten Mitarbeitenden
- » einer Produktion, die zu mehr als 90 % inhouse erfolgt
- » unserer Präsenz in 12 Ländern

FLYERALARM

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





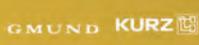
DRUCK UND DESIGN DIE KONFERENZ

20% RABATT

FÜR VERBANDSMITGLIEDER

München

07. Oktober 2025


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 werteorientierten 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.“

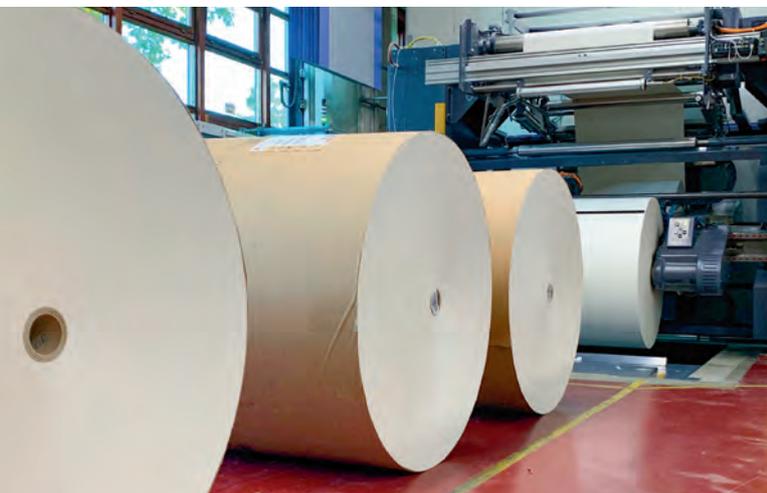
vorantreiben. Und ein wichtiges Ergebnis war für mich die Kooperation mit unserem Betriebsrat. Hier eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe entwickelt zu haben, erfüllt mich mit Freude und Stolz.

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 Andrusiuik 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.

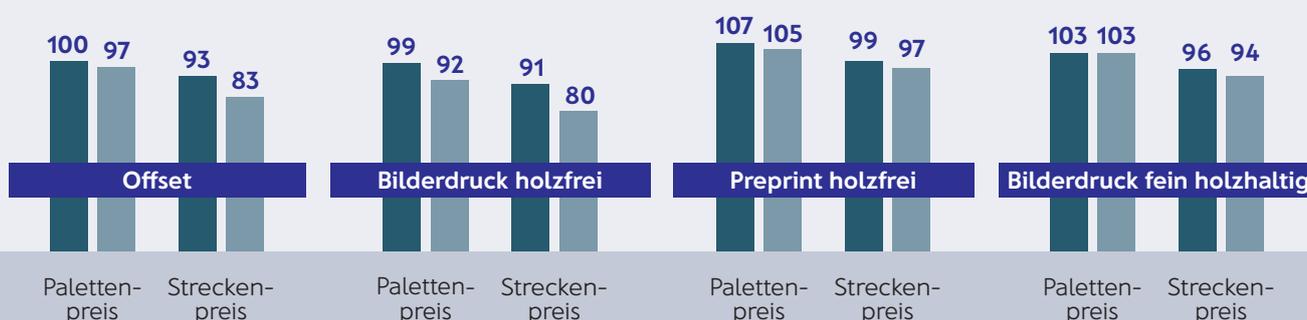
Finden Sie jetzt heraus, ob Sie selbst aktuell schon zu viel für Papier bezahlen!

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

