DAS MAGAZIN

NUTZEN

DER DRUCK- UND MEDIENVERBÄNDE



Weitere Themen:
EmpCo: Klimainitiative liefert geprüfte Umweltaussagen
Tarifverhandlungen Druckindustrie 2026
PPWR: Jetzt entscheidet die praktische Umsetzung



Unsere Währung für Mehrwerte

Seit 1863 haben wir Wandel nicht nur mehrfach erlebt, sondern immer wieder aktiv mitgestaltet – und uns jedes Mal neu erfunden, ohne unsere Werte dabei aus den Augen zu verlieren. Jetzt ist es wieder so weit: Frischen Ideen und Impulse rücken in die erste Reihe. Offen für Neues, gleichzeitig fest verwurzelt in dem, was uns stark macht, unsere Begeisterung für Papier. Das Ergebnis nennen wir die BERBERICH PAPIER Dividende: gelebte Partnerschaft und geballte Papierkompetenz als echte Mehrwerte für Sie.

berberich-papier.de | **berberich-papier.at**

MEHRWERTE. Perfekt rübergebracht auf

BERBERICH PAPIER

EDITORIAL



Bild: F&W Druck- und Mediencenter GmbH



Kirsten Hommelhoff,
Hauptgeschäftsführerin
Bundesverband Druck
und Medien

Liebe Leserin, Lieber Leser,

kurz vor der Sommerpause hat die Bundesregierung ihre Reformpläne vorgelegt, die dem Wirtschaftsstandort Deutschland wieder zu alter Stärke verhelfen sollen. Wir hoffen, dass daraus tatsächlich der Herbst der Reformen entsteht, wie er bereits 2025 von Bundeskanzler Friedrich Merz zu seinem Amtsantritt angekündigt wurde. Wir begrüßen es, dass viele Forderungen, die auch der BVDM an die Politik adressiert hat, wie beispielsweise Bürokratie abzubauen und das Vergaberecht zu vereinfachen, Einzug in die Reformpläne gefunden haben.

Das mit dem Titel „Ein Programm für Aufschwung und Beschäftigung“ veröffentlichte Reformprogramm der schwarz-roten Koalition will mit insgesamt 34 Maßnahmen die Wettbewerbsfähigkeit erhöhen, Bürokratie zurückbauen, den Sozialstaat erhalten und Steuern senken. Für unsere überwiegend mittelständisch geprägte Druck- und Medienbranche sind vor allem die angekündigten Maßnahmen zum Bürokratieabbau ein wichtiges Signal. Seit Jahren wächst der Aufwand für Berichts-, Dokumentations- und Nachweispflichten. Unsere Unternehmen brauchen Freiräume, um sich auf das zu konzentrieren, was ihre Zukunft sichert. Und das sind ihre Kunden, Innovationen, Investitionen und Wettbewerbsfähigkeit.

Auch die arbeitsmarktpolitischen Vorhaben setzen die richtigen Akzente. Gerade mittelständische Betriebe benötigen mehr Flexibilität, um auf schwankende Auftragslagen und den anhaltenden Fachkräftemangel reagieren zu können. Die geplante Verlängerung der sachgrundlosen Befristung auf bis zu 48 Monate eröffnet hier zusätzliche Handlungsspielräume. Gleichzeitig stellen die hohen Lohnnebenkosten durch stetig steigende Sozialabgaben eine große Belastung der Wettbewerbsfähigkeit unserer Unternehmen dar, hier besteht weiterhin deutlicher Handlungsbedarf.

Ich werde mich gemeinsam mit dem neu gewählten Präsidium mit Nachdruck dafür einsetzen, dass aus den politischen Ankündigungen eine konkrete Gesetzgebung wird. Denn nur eine konsequente Umsetzung der angekündigten Reformen schafft die Freiräume, die unsere Betriebe brauchen, um auch künftig erfolgreich und wettbewerbsfähig zu bleiben.

Herzlichst,
Ihre Kirsten Hommelhoff

Titelbild: KI-generiert

INHALT

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.**



NACHHALTIGKEIT

03 — EDITORIAL
Herzlich willkommen zum neuen NUTZEN

06 — PRINT KOMMT AN
Käufer, Nutzer, Leser

08 — DIE GRÜNE SEITE VON PRINT
» Hard Facts zur Nachhaltigkeit von Print
» Politische Akteure bestätigen die ökologische Stärke der Papierkreisläufe
» Umwelt- und Nachhaltigkeitssiegel
» Nachhaltigkeit als Branchenstrategie
» Neue Umweltkommunikation ab dem 27. September 2026

IMPRESSUM

HERAUSGEBER: Bundesverband Druck und Medien e. V. (Dr. Bertram Stausberg)
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: Lilian Aly, Michaela Deckelmann, Sabine Dresbach, Kathrin Duschek, Melanie Erlewein, Frank Fischer, Cordula Hofacker, Silke Leicht-Sobbe, Anna Lutz, Julia Rohmann, Kerstin Rosenkranz, Mathias Stanke, 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 — NACHHALTIGKEIT
EmpCo: Die Klimainitiative zeigt, wie es geht

16 — TARIF
Tarifverhandlungen Druckindustrie 2026

18 — DER NUTZEN
Good Print = Good für die Umwelt

20 — VDM BERATUNG
PPWR ist da – jetzt entscheidet die praktische Umsetzung

23 — DRUCK AUF BERLIN UND BRÜSSEL
» BVDM setzt sich für praktikable PPWR-Lösungen ein
» EUDR: Entschärft – aber weiterhin relevant

25 — BILDUNG
» Branchennachwuchs zeigt sein Können
» Nachhaltiges Lernen in der Berufsausbildung mit KI

30 — WIRTSCHAFT
Branchenentwicklung besser als im Vorjahr



Seite 18

32 — VERANSTALTUNGEN
» DDMT26: Zwischen Klimaschutz und Kalkulation
» Dr. Bertram Stausberg ist neuer BVDM-Präsident

36 — DIE FIRMA
Nachhaltigkeit beginnt vor dem Druck

38 — KURZMELDUNGEN
» Erik Spiekermann erhält Gutenberg-Preis 2026
» infoKompakt: Neuer Gefahrtarif der BG ETEM
» Kick it! Vertriebserfolg ist Teamsport

40 — DER NUTZEN
Gefaltet, bedruckt, kreislauffähig

42 — PRINT ACADEMY
Weiterbildung in der Praxis

44 — RECHT
Die gelbe Karte für den Arbeitnehmer

46 — TERMINE
Regionale, nationale und internationale Branchenveranstaltungen

Seite 32



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

Schreiben Sie uns an
nutzen@bvdm-online.de

Wir freuen uns auf Ihre Rückmeldungen!

Im Rahmen der Herstellung dieses Druckproduktes wurde ein Beitrag von 64 € an das Klimaschutzprojekt „Kochöfen, Uganda" zertifiziert nach GoldStandard geleistet.

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 Millionenauflage im Offset.



91

Druckereien durften im Jahr 2025 Blauer-Engel-zertifizierte Druckerzeugnisse drucken – und hatten dabei 690 Zeichenanwender, also Kund:innen.

Quelle: Blauer Engel



85,9 Prozent

der grafischen Papiere wurden im Jahr 2025 in Deutschland recycelt.

Quelle: Agrapa



Mit

642 kg

CO_2-Emissionen (bezogen auf eine Million Impressionen) haben gedruckte Werbeprospekte einen fünfmal geringeren Fußabdruck als Online-Prospekte im PDF-Format.

Quelle: LCA-Studie („Life Cycle Assessment") des Öko-Instituts Freiburg

> 8 %

ihrer insgesamten Investitionen investierten deutsche Druckereien im Jahr 2024 in den Umweltschutz.

Quelle: Statistisches Bundesamt

< 1 %

des CO_2-Fußabdrucks einer Person in Deutschland machen Druckprodukte aus.

Quelle: BVDM eigene Berechnungen

Für

28.500 t CO_2

wurden 2025 durch die Mitglieder der Klimainitiative der Druck- und Medienverbände Investitionen in Klimaschutzprojekte getätigt.

Quelle: Klimainitiative der Verbände Druck und Medienverbände

2,7 Leser:innen

(im Durchschnitt) lesen eine Anzeige in einer Tageszeitung – das Treibhausgaspotenzial wird hier pro Impression verringert, bei Online-Produkten pro eingeblendetem Werbebanner dagegen nicht.

Quelle: LCA-Studie („Life Cycle Assessment") des Öko-Instituts Freiburg

Rund

90 Prozent

des zur Herstellung von Papier und Karton entnommenen Wassers wurden im Jahr 2024 nach der Aufbereitung wieder in die Quelle zurückgeführt.

Quelle: Cepi Key Statistics 2024

Die grüne Seite von Print

> **Das Papier ist mein Lieblingsmaterial, weil es geduldig ist, nicht spricht und alles mitmacht. Es ist das sauberste Medium der Welt – man kann es einfach wegwerfen oder aufheben, und es hinterlässt keine elektronischen Spuren.“**
>
> **Karl Lagerfeld**

Was der Modezar Karl Lagerfeld ästhetisch mit Papier in Verbindung bringt, lässt sich heute wissenschaftlich untermauern. Da Papier in Europa überwiegend aus zertifizierten Wäldern stammt und hohe Recyclingquoten erreicht, ist der ökologische Fußabdruck oft sauberer als der eines permanent leuchtenden Bildschirms auf Handy, Tablet oder Screen. Nachhaltigkeit und Druckprodukte sind keine Gegensätze. Im Gegenteil: Die Druckindustrie zeigt eindrucksvoll, wie eine traditionelle Branche erfolgreich in eine klimabewusste Zukunft geht. Mit messbarer Kreislaufwirtschaft, transparenten CO_2-Bilanzen, politisch bestätigten Recyclingquoten und innovativen Unternehmen mit klaren Klimaschutzstrategien ist Print ein Beispiel für gelebte ökologische Verantwortung.

Die deutschen Druck- und Medienunternehmen gehören zu den modernsten, leistungsstärksten und innovativsten weltweit. Insbesondere wenn es um Nachhaltigkeit geht, hat die Druck- und Medienwirtschaft seit vielen Jahren eine Vorreiterrolle in der deutschen Wirtschaft. Und der Trend zu nachhaltigen Produktionen setzt sich entlang der gesamten Wertschöpfungskette Print immer nahtloser durch.

Während digitale Kommunikation häufig als „emissionsarm“ oder gar „emissionsfrei“ wahrgenommen wird, zeigen wissenschaftliche Analysen und politische Bewertungen ein differenziertes Bild. Bewusst produziert sind Printprodukte ein ökologisch effizientes, transparent messbares und kreislauforientiertes Medium.



Bild: KI-generiert

Hard Facts zur Nachhaltigkeit von Print

Nachhaltigkeit beginnt bei den Rohstoffen. Papier besteht zu einem überwiegenden Teil aus Altpapier oder dem nachwachsenden Rohstoff Holz, dessen Herkunft in Europa streng reguliert ist. Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) dokumentiert seit Jahren, dass der Holzvorrat in Deutschland kontinuierlich wächst. Die Waldfläche nimmt zu, und die nachhaltige Bewirtschaftung sorgt dafür, dass mehr Holz nachwächst, als geerntet wird. Die europäische Forstwirtschaft arbeitet nach FSC- und PEFC-Standards, die sicherstellen, dass ökologische, soziale und ökonomische Kriterien eingehalten werden.

85,9 %

der grafischen Papiere wurden 2025 laut dem Altpapierrat AGRAPA wiederverwertet.



Bild: Destiana29 – shutterstock.com

Auch die Papierproduktion selbst ist heute eine Kreislaufindustrie. Das Umweltbundesamt (UBA) weist darauf hin, dass 84 Prozent der grafischen Papiere in Deutschland recycelt werden – ein internationaler Spitzenwert. Laut dem Altpapierrat AGRAPA, dem auch der BVDM angehört, wurden 2025 sogar 85,9 Prozent der grafischen Papiere wiederverwertet und liegen damit über dem Ziel der Selbstverpflichtung gegenüber dem Bundesministerium für Umwelt, Klimaschutz, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMUKN).

Darüber hinaus nutzt die Papierindustrie über 90 Prozent ihres Wassers mehrfach, ein Wert, der in kaum einer anderen Industrie erreicht wird. Laut dem europäischen Verband der Papierindustrie (CEPI) stammen rund 70 Prozent der eingesetzten Fasern aus Recyclingmaterial. Während digitale Endgeräte komplexe Materialverbünde enthalten, die nur schwer recycelbar sind, lassen sich Papierfasern bis zu siebenmal wiederverwerten, bevor sie ihre Qualität verlieren.

Auch der CO_2-Fußabdruck von Print wird häufig überschätzt. Nach Berechnungen des BVDM liegt der Anteil von Druckerzeugnissen am durchschnittlichen CO_2-Fußabdruck einer Person in Deutschland unter einem Prozent. Digitale Technologien, wie beispielsweise Server, Endgeräte und Datenübertragung, verursachen laut EU-Kommission hingegen rund 3,7 Prozent der globalen Emissionen. Die Internationale Energieagentur (IEA) weist darauf hin, dass der weltweite Energieverbrauch von Rechenzentren jährlich zweistellig wächst. Print hingegen ist ein statisches Medium, das nach der Produktion, bis auf den Versand und Transport, keine weiteren Energieverbräuche verursacht.

> 90 %

des verbrauchten Wassers in der Papierindustrie wird mehrfach genutzt.

Bild: Tnchet.Srm – shutterstock.com



Bild: Jure Divich – shutterstock.com

< 1 %

beträgt der Anteil von Druckerzeugnissen am durchschnittlichen CO_2-Fußabdruck einer Person in Deutschland.

Ein weiterer positiver Aspekt, der den gedruckten Produkten in Bezug auf Nachhaltigkeit zugutekommt, ist deren Lebensdauer. Printprodukte werden häufig von mehreren Personen gelesen. Bücher werden beispielsweise an Freunde oder innerhalb der Familie weitergegeben. Auch der klassische Handzettel wandert teils durch mehrere Hände und wird mehrfach gelesen. Darüber hinaus erzeugen Druckprodukte keinen „digitalen Müll“, also keine energieintensiven Datenspeicher, die dauerhaft Serverkapazitäten beanspruchen.

Gedruckte Medien gelten in der öffentlichen Debatte häufig als ökologisch belastend. Papierverbrauch, Transportwege, Druckprozesse prägen das Bild eines vermeintlich „schmutzigen“ Mediums. Digitale Werbung dagegen erscheint vielen intuitiv klimafreundlich. Sie verbraucht kein Papier, es gibt keinen Druck und keine Logistik. Doch diese Wahrnehmung hält einer wissenschaftlichen Überprüfung kaum stand. Die im Jahr 2025 durchgeführte Lebenszyklusanalyse (LCA) des Öko-Instituts Freiburg zeigt deutlich, dass Printwerbung in vielen Fällen erheblich weniger CO_2-Emissionen verursacht als ihre digitalen Pendants. Genau deshalb hat der BVDM die Studie aktiv unterstützt. In der öffentlichen Debatte dominieren seit Jahren vereinfachende Annahmen, nach denen digitale Kommunikation grundsätzlich klimafreundlicher sei als gedruckte Medien. Die LCA-Studie liefert nun aktuelle und belastbare Daten, die diesen Missverständnissen ein faktenbasiertes Gegengewicht geben.

Politische Akteure bestätigen die ökologische Stärke der Papierkreisläufe

Während es keine offiziellen politischen Stellungnahmen gibt, die Print als Medium bewerten, existieren klare politische Einschätzungen zur Kreislauffähigkeit von Papier, dem wichtigsten Rohstoff der Druckindustrie. Das Umweltbundesamt schreibt 2024 in seiner Publikation Recyclingquoten nach Materialarten: „Papier und Karton gehören zu den Materialströmen mit den höchsten Recyclingquoten in Deutschland“. Die EU-Kommission bestätigt im Circular Economy Monitoring Framework 2024: „Paper and cardboard have some of the highest recycling rates in the EU“ (Eurostat, Circular Economy Indicators, 2024). Diese Aussagen belegen, dass die Rohstoffbasis von faserbasierten Druckerzeugnissen und Verpackungen zu den erfolgreichsten Kreislaufsystemen Europas gehört.



91

Druckereien durften im Jahr 2025 Blauer Engel-zertifizierte Druckerzeugnisse drucken

Umwelt- und Nachhaltigkeitssiegel

Die ökologische Qualität von Print lässt sich durch mehrere unabhängige und staatlich anerkannte Umweltzeichen belegen, die die Nachhaltigkeit von Papier, Druckprozessen und Produktionsketten transparent nachweisen.

Das offizielle Umweltzeichen der Bundesregierung ist der Blaue Engel. Er kennzeichnet Druckerzeugnisse, die unter strengen ökologischen Kriterien hergestellt wurden, wie etwa durch den Einsatz von Recyclingpapier, schadstoffarmen Einsatzstoffen oder besonders ressourcenschonenden Produktionsprozessen. Die Bundesregierung formuliert 2024 dazu: „Der Blaue Engel kennzeichnet besonders umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen".

Auch das EU Ecolabel bestätigt die Umweltverträglichkeit von Druckprodukten und Papier über den gesamten Lebenszyklus hinweg. Die EU-Kommission sagt dazu: „The EU Ecolabel identifies products with a reduced environmental impact throughout their life cycle".

Ergänzt werden diese staatlichen Zeichen durch international etablierte Zertifikate wie FSC® und PEFC™, die eine verantwortungsvolle Bewirtschaftung der Wälder garantieren, aus denen die für Printprodukte verwendeten Fasern stammen. In Skandinavien gilt zudem das Nordic Swan Ecolabel als besonders anspruchsvolles Zeichen für umweltfreundliche Druckereien und Papierprodukte.

Zusammengenommen verdeutlichen solche Umweltlabel die Rolle von Zertifizierungssystemen: Sie ermöglichen eine nachvollziehbare und standardisierte Bewertung der ökologischen Eigenschaften von Printprodukten und zeigen, dass entsprechende Einschätzungen nicht allein auf brancheninternen Angaben beruhen, sondern durch unabhängige, politisch anerkannte Kriterien überprüft werden.

Nachhaltigkeit als Branchenstrategie

Der BVDM nimmt eine zentrale Funktion in der nachhaltigkeitsbezogenen Weiterentwicklung der Druckbranche wahr. Die Klimarechner der Verbände Druck und Medien sind beispielsweise seit Jahren Branchenstandard für die CO_2-Bilanzierung. Sie ermöglichen Unternehmen die Ermittlung ihrer Corporate Carbon Footprints, die Berechnung produktbezogener CO_2-Emissionen, die Darstellung wesentlicher Emissionsquellen entlang der Wertschöpfungskette, die Erstellung kundengerechter Nachhaltigkeitsnachweise und Kurzberichte, die Investition in nach dem Gold Standard zertifizierten Klimaschutzprojekten sowie die Integration in interne Nachhaltigkeitsstrategien. Die Klimainitiative bietet praxisnahe Werkzeuge zur Energieoptimierung und Klimastrategie und wurde vom Bundesministerium für Umwelt, Klimaschutz, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMUKN) als vorbildliche Brancheninitiative bezeichnet. Viele Druckereien nutzen die Klimainitiative, um ihre Emissionen systematisch zu erfassen, zu reduzieren und transparent zu kommunizieren.

Transparenz und Verlässlichkeit sind zentrale Voraussetzungen für glaubwürdiges Klimamanagement. Mit der erfolgreichen Zertifizierung der verschiedenen CO_2-Rechner der Klimainitiative der Druck- und Medienverbände durch den TÜV AUSTRIA erreichte der BVDM einen wichtigen Meilenstein.

Die Druck- und Medienbranche leistet seit vielen Jahren einen wichtigen Beitrag zur Kreislaufwirtschaft in Deutschland. Sie setzt sich für eine sortenreine Sammlung, Rückführung und hochwertige Verwertung, von Altpapier ein, sodass daraus qualitativ hochwertiges Recyclingpapier entsteht. Auch bei anderen Materialien, wie z. B. Druckplatten und Verpackungen, wird – wo immer möglich – auf recyclingfähige und ressourcenschonende Lösungen gesetzt. Der verstärkte Einsatz von Recyclingpapier und recyclingfreundlichen Materialien schont wertvolle Ressourcen und unterstützt geschlossene Stoffkreisläufe.

Die Arbeitsgemeinschaft Graphische Papiere (AGRAPA), auch Altpapierrat genannt, vereint Verbände entlang der gesamten grafischen Papierkette – von Papierherstellern und -händlern über den BVDM bis hin zu Verlagen und dem Versandhandel. Ihr Ziel ist es, den Altpapierkreislauf zu stärken, hohe Recyclingquoten für grafische Papiere sicherzustellen und die Kreislaufwirtschaft in Deutschland kontinuierlich weiterzuentwickeln. Der BVDM ist eines der Trägermitglieder der AGRAPA und vertritt die Interessen der Druck- und Medienbranche im deutschen Altpapierrat. Mit einer Verwertungsquote von 85,9 Prozent im Jahr 2025 übertrifft die AGRAPA die europäischen Zielwerte deutlich.



Neue Umweltkommunikation ab dem 27. September 2026

Mit der EU-Richtlinie zur Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel 2024/25, der sogenannten „EmpCo-Richtlinie“, und ihrer Umsetzung in das dritte Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) gelten ab dem 27. September 2026 auch für Druck- und Medienunternehmen neue, weitreichende Anforderungen an ihre Umweltkommunikation.

Rechtssichere Umweltkommunikation für die Printbranche

Der BVDM startet daher im Herbst 2026 eine umfassende Informationsoffensive, die die ökologische Leistungsfähigkeit von Print klarer, moderner und konform zu den neuen rechtlichen Anforderungen vermittelt. Auf einer neuen Kommunikationsplattform bündelt der Verband geprüfte Fakten, wissenschaftlich belegte Aussagen und rechtlich abgesicherte Formulierungen, die die Mitgliedsunternehmen ohne eigenen Rechercheaufwand direkt in ihre Kundenansprache übernehmen können.

Nachhaltigkeitsfakten im Baukastenformat

Im Mittelpunkt stehen Inhalte, die die ökologische Stärke von Print verständlich erklären. Es werden unter anderem Fakten zur Kreislauffähigkeit von Papier, den hohen Recyclingquoten bei Druckerzeugnissen sowie der geringen CO_2-Relevanz gedruckter Produkte zur Verfügung gestellt.

Diese Fakten werden in moderne Kommunikationsformate übersetzt und sollen in Form eines Baukastenmodells zur Verfügung gestellt werden. Für Mitgliedsunternehmen der Verbände Druck und Medien bedeutet dies einen erheblichen Vorteil, denn sie können mithilfe der angebotenen Formate ihren Kunden künftig klarer, sicherer und differenzierter erklären, warum Print ein nachhaltiges Medium ist. Die neuen Inhalte reduzieren den eigenen internen Aufwand deutlich und stärken die Glaubwürdigkeit der Unternehmen. ◘

EmpCo: Die Klimainitiative zeigt, wie es geht

Die EmpCo-Anforderungen müssen jetzt angewendet werden. Doch glaubwürdige Nachhaltigkeitskommunikation bleibt möglich – die Klimainitiative der Druck- und Medienverbände macht sie vor.

Zum 27. September 2026 werden die neuen Vorschriften der EmpCo-Richtlinie zur Umweltwerbung verbindlich. Ihr Ziel: Verbraucherinnen und Verbraucher sollen sich auf Umweltaussagen verlassen und fundierte nachhaltige Kaufentscheidungen treffen können. Genau hier setzt die Klimainitiative der Druck- und Medienverbände an: Sie stellt ihren Teilnehmern rechtlich geprüfte Umweltaussagen zur Verfügung, die auf den im CO_2-Rechner erstellten CO_2-Bilanzen und der Investition in hochwertige Klimaschutzprojekte basieren. Diese neuen Kommunikationsbausteine stehen seit dem zweiten Quartal 2026 zur Verfügung und werden bereits von zahlreichen Unternehmen erfolgreich eingesetzt.

Was sich ändert: strengere Regeln für Umweltaussagen und Siegel

Pauschale, allgemeine Umweltaussagen wie „umweltfreundlich“, „grün“ oder „nachhaltig“ sind künftig unzulässig, wenn die Umweltleistung nicht konkret nachgewiesen und auf demselben Medium erläutert wird. Nachhaltigkeitssiegel wiederum dürfen gegenüber Verbrauchern grundsätzlich nur noch verwendet werden, wenn ihnen ein anerkanntes Zertifizierungssystem mit unabhängiger Drittüberwachung zugrunde liegt. Davon sind auch etablierte Branchensiegel betroffen – wie das der Klimainitiative selbst.

Kompensationsaussagen: „klimaneutral“ ist künftig nicht mehr zulässig

Besonders folgenreich für die Branche ist das neue Verbot kompensationsbasierter Aussagen. Produktbezogene Claims wie „klimaneutral“, „CO_2-kompensiert“, „mit Klimaausgleich“ oder „klimaschonend“ sind künftig grundsätzlich unzulässig, wenn sie sich allein auf die Kompensation von Treibhausgasemissionen außerhalb der Wertschöpfungskette stützen. Der Gesetzgeber wertet dies als irreführend, weil solche Aussagen den Eindruck erwecken können, das Produkt selbst habe keine oder nur geringe Umweltauswirkungen.



Grafik: Megane Ad – shutterstock.com

Was Unternehmen jetzt tun sollten

Für Unternehmen gilt: Bestehende Siegel und Umweltaussagen sollten jetzt überprüft werden – gerade für Druckprodukte, die auch nach dem 27. September 2026 noch in Verkehr gebracht werden. Teilnehmer der Klimainitiative können dabei auf rechtlich geprüfte Kommunikationsbausteine zurückgreifen und ihr Klimaschutzengagement glaubwürdig kommunizieren. Da häufig die Kunden von Druckereien eine Aussage auf ihren Druckprodukten wünschen, können so Druckereien gleichzeitig aktiv bei der EmpCo-konformen Gestaltung von Umweltwerbung unterstützen.



Entscheidend ist die feine, aber tragende Unterscheidung: Verboten ist die produktbezogene Neutralitätsaussage. Zulässig bleibt die transparente Information über tatsächliches Engagement – also darüber, dass ein Unternehmen in konkrete Klimaschutzprojekte investiert, solange dies konkret, überprüfbar und ohne Suggestion einer Produkt-Klimaneutralität geschieht.

Was die Klimainitiative konkret liefert

Die Klimainitiative hat sich schon frühzeitig auf die neuen Begebenheiten vorbereitet. Daher stehen schon seit einiger Zeit anstelle der ursprünglichen Siegel-Claims für die Teilnehmer und deren Kunden spezifische, rechtlich geprüfte Aussagen zur Verfügung, die wie gewohnt unmittelbar aus dem CO_2-Rechner erzeugt werden. Damit können Druckereien sachlich und nachvollziehbar kommunizieren, dass sie gemeinsam mit ihren Kunden über die Klimainitiative einen Beitrag zu anerkannten Klimaschutzprojekten leisten – ohne in das verbotene Terrain der Produkt-Klimaneutralität zu geraten.

Im Rahmen der Herstellung dieses Druckproduktes wurde ein Beitrag von 64 € an das Klimaschutzprojekt „Kochöfen, Uganda" zertifiziert nach GoldStandard geleistet.

Fundierte Berechnung – wie gewohnt

An der Funktionsweise ändert sich nichts. Die CO_2-Berechnung erfolgt weiterhin auf belastbarer, extern durch den TÜV Austria zertifizierter Grundlage: die Produkt-CO_2-Berechnung nach ISO 14067, die Unternehmensbilanzen nach den Anforderungen des Greenhouse Gas Protocol. So bietet die Klimainitiative – wie schon in der Vergangenheit – vertrauenswürdige, fundierte Aussagen, auf die sich Unternehmen und ihre Kunden verlassen können.

Das Siegel: Übergang und Ausblick

Für das bisherige Branchenlabel bedeutet EmpCo eine Zäsur. Da derzeit noch kein Zertifizierungssystem mit unabhängiger Drittüberwachung verfügbar ist, wird das Siegel in seiner bisherigen Form – als Produktlabel und als Unternehmenssiegel gegenüber Verbraucherinnen und Verbrauchern – bis auf Weiteres nicht mehr verwendet. Der BVDM prüft derzeit, wie sich ein EmpCo-konformes Zertifizierungssystem mit unabhängiger Drittüberwachung, anerkannter Prüfgrundlage und wirtschaftlich attraktiven Konditionen für die Mitglieder etablieren lässt.

Der BVDM setzt sich ein und bietet Mitgliedern Hilfestellungen

Der Verband hat sich im Gesetzgebungsverfahren früh für eine praxistaugliche Umsetzung eingesetzt – so konnte unter anderem eine Ausweitung der strengen Vorgaben auf den reinen Geschäftskundenverkehr abgewendet werden. Zur Unterstützung hat der BVDM bereits zwei Informationsveranstaltungen für Mitglieder durchgeführt und einen kürzlich aktualisierten FAQ-Leitfaden bereitgestellt, der unter anderem Fragen zur Haftung, zu Papierbezeichnungen sowie zu Firmennamen, Werbeclaims und Logos behandelt. Mitglieder erhalten ihn über ihren zuständigen Landesverband. ◘

Tarifverhandlungen Druckindustrie 2026

In der zweiten Tarifverhandlungsrunde für die Beschäftigten der Druckindustrie am 25. August 2026 in Berlin haben BVDM und ver.di noch keine Einigung erzielt. Die Gespräche werden am 7. September fortgesetzt.

Zum Auftakt der Tarifverhandlungen am 6. Juli 2026 hatte die Gewerkschaft ver.di eine Entgelterhöhung von 7 Prozent bei einer Laufzeit von zwölf Monaten gefordert. Zur Begründung verwies die Gewerkschaft auf die Entwicklung der Lebenshaltungskosten sowie Tarifabschlüsse in anderen Branchen.

Die Arbeitgeberseite hält diese Forderungen für nicht vereinbar mit der wirtschaftlichen Situation der Branche. Der BVDM machte in der zweiten Verhandlungsrunde erneut deutlich, dass sich die Druckindustrie nach wie vor in einem schwierigen Marktumfeld bewegt. Die Unternehmen leiden unter einer schwachen Auslastung und einem damit verbundenen Einbruch der Produktivität, steigenden Kosten und einem anhaltend hohen Wettbewerbsdruck. Insbesondere vor dem Hintergrund zunehmender Konkurrenz durch im Ausland produzierte Druckprodukte sehen die Arbeitgeber keinen Spielraum für Tarifsteigerungen in der von ver.di geforderten Größenordnung.

Ver.di lehnt BVDM-Angebot ab

Die Arbeitgebervertreter haben der Gewerkschaft im Rahmen der zweiten Verhandlungsrunde am 25. August angeboten, die Tariflöhne in zwei Schritten bis 31. Juli 2028 zu erhöhen: um 1,6 % zum 1. Januar 2027 sowie um weitere 0,9 % zum 1. Januar 2028 bei einer Laufzeit von 24 Monaten. Dieses Angebot trägt den gegenüber dem letzten Tarifabschluss deutlich verschlechterten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Branche Rechnung. Die Gewerkschaft hat dieses Angebot jedoch als unzureichend abgelehnt.

#ZUSAMMEN ZUKUNFT GESTALTEN
TarifrundeDruck26

Außenhandel Druckerzeugnisse

20 % über dem Vorjahresniveau lag die Summe der Importe im Jahr 2025 – Druckproduktion wird zunehmend ins Ausland verlagert.



Bemerkung: Vorläufige Werte; Verlags- und Druckerzeugnisse; Berichtskreis: EU-Handel: Von der Auskunftspflicht befreit sind Unternehmen, deren innergemeinschaftliche Warenverkehre je Verkehrsrichtung (Eingang bzw. Versendung) im Vorjahr bzw. im laufenden Jahr den Wert von 500 000 Euro (bis 2011: 400 000 Euro) nicht übersteigen., Handel mit Drittländern: alle anfallenden Zollmeldungen; Quelle: Statistisches Bundesamt, Datenstand: Mai 2026; Berechnungen: BVDM

Dritte Verhandlungsrunde am 7. September 2026 in Hamburg

Die Tarifvertragsparteien setzen die Gespräche am 7. September 2026 in Hamburg fort. Die Friedenspflicht endet zuvor am 31. August, so dass ab dem 1. September Streiks möglich sind.

Voraussetzung für eine Einigung in der dritten Verhandlungsrunde ist, dass ver.di mit eigenen konstruktiven Vorschlägen zu einer Lösung des Tarifkonflikts beiträgt, statt die Eskalation über einen Arbeitskampf anzustreben. Bis zum Redaktionsschluss dieser Ausgabe war das Ergebnis der dritten Verhandlungsrunde noch nicht bekannt. ◘



TARIFPARTNERSCHAFT BRAUCHT TEAMPLAYER.

Unser Ziel in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten ist ein ausgewogener Tarifabschluss, der Perspektiven für die Zukunft schafft.

Für viele Unternehmen ist es ein extremer Kraftakt, Arbeitsplätze trotz anhaltend niedriger Auslastung und schwacher Auftragslage zu halten.

BVDM und ver.di müssen sie dabei unterstützen – mit einer verantwortungsvollen Lohnpolitik. Für zukunftssichere Arbeitsplätze am Standort Deutschland.

Weitere Informationen zur aktuellen Tarifrunde auf
www.bvdm-online.de

#ZUSAMMEN ZUKUNFT GESTALTEN
TarifrundeDruck26

Good Print = Good für die Umwelt

„Mich beschäftigt die Frage, wie sich nachhaltig wirtschaften lässt, schon seit vielen Jahren“, sagt Michael Gugelfuß, Inhaber von Druck & Medien Zipperlen in Dornstadt bei Ulm. Und weil er ein Mann der Tat ist, hat er viele seiner Ideen für eine nachhaltig wirtschaftende Druckerei verwirklicht.

Der Vergleich mit den eigenen Mitarbeitern und das Wortspiel mit den fleißigen Bienchen, nun ja, er drängt sich auf: Auf den Grünflächen von Druck & Medien Zipperlen, etwa so groß wie ein Handballfeld, fliegen drei Honig produzierende Völker umher. Michael Gugelfuß gefällt, wie die Fleißbienen ohne viel Aufhebens ihre Arbeit machen. Den Weg zu „Good Print“ hat schon der Gründer Zipperlen eingeschlagen. „Wir waren in der Region eine der ersten Druckereien, die FSC-zertifizierte Produkte angeboten hat und als Mitglied der Klimainitiative der Druck- und Medienverbände CO_2-kompensiert produzieren konnten, erzählt Gugelfuß. Unter seiner Ägide hat sich die Firma noch konsequenter der „guten“ Idee verschrieben. „Good Print“ bedeutet für Gugelfuß: „Good für die Umwelt“ und „Good für die Kunden“. Sie erhalten Druckqualität und Service wie in jeder erstklassigen Druckerei – und das so umweltfreundlich produziert wie möglich.



Die drei Bienenvölker von Michael Gugelfuß füllen viele Gläser mit feinstem Honig.



Erstklassige Qualität beim Druck – so nachhaltig wie möglich

Effiziente und umweltfreundliche Energienutzung

Eine Photovoltaikanlage produziert seit Jahren Strom für den Betrieb, die Beleuchtung wurde auf LED umgestellt, das erste E-Auto für den Betriebsfuhrpark angeschafft, Drucklufterzeugung und Luftbefeuchtung energieeffizient organisiert. Intelligentes Energiemanagement zeigt sich auch darin, dass beispielsweise die Abwärme der Druckmaschinen zum Beheizen der Produktion genutzt wird. Unterm Strich spart das rund 12 Tonnen CO_2 im Jahr ein. Selbst bei frostigen Temperaturen sei keine zusätzliche Energie zum Heizen erforderlich. Seit zehn Jahren wird zudem alkoholfrei produziert. „Das Drucken ist dadurch etwas aufwendiger und anspruchsvoller, aber letztlich besser fürs Produkt und vor allem für die Mitarbeiter“, sagt Michael Gugelfuß.

Ein weiteres Beispiel für die möglichst nachhaltig produzierende Druckerei ist die seit 2021 komplett auf prozesslose Druckplatten umgestellte Vorstufe. Früher bei der Herstellung entstandene Chemikalien werden dadurch vermieden, „jährlich können wir somit rund 2000 Liter dieser Entwicklerflüssigkeit sparen. Dadurch benötigen wir außerdem erheblich weniger Mengen an Wasser, Gummierung und Energie“, erklärt Michael Gugelfuß. Prozesslose Druckplatten seien zwar etwas teurer als herkömmliche, doch sie „garantieren eine perfekte Qualität und tragen durch die genannten Einsparungen dazu bei, die Belastung für die Umwelt zu verringern“.

Von der Führungskraft zum Unternehmer

In dem Unternehmen, das ihm seit Juli 2014 gehört, hat er selbst das Druckerhandwerk gelernt. Als sich die Familie Zipperlen zurückziehen wollte, hatte Gugelfuß als Betriebsleiter bereits gründlich Erfahrungen gesammelt, wusste Firma und Branche gut einzuschätzen. Das Angebot, den Betrieb zu übernehmen, fand er spannend – und wurde von der angestellten Führungskraft zum Unternehmer. Eine Rolle, die zu ihm passt.

Seine Macherqualitäten und die ersten Jahre als mittelständischer Unternehmer haben Michael Gugelfuß geholfen, in der Pandemie mit Auftragsflaute zu bestehen. „Bis Corona hatten wir uns gut entwickelt und sind sogar gegen den Branchentrend gewachsen“, sagt der 46-Jährige. Dann kamen Krise, Kurzarbeit, Ungewissheit. Eine bis dahin nicht gekannte Herausforderung, gerade was Management und Mitarbeiterführung betrifft. Allerdings ist Michael Gugelfuß jemand, der ein Glas lieber halb voll als halb leer bezeichnet. „Ich habe immer nach vorne geblickt und überlegt, was wir verbessern und effizienter machen können. Inzwischen geht es längst wieder aufwärts und wir können eine gute Nachfrage verzeichnen.“

Breites Leistungsspektrum gewährleistet „alles aus einer Hand“

Druck & Medien Zipperlen ist in Dornstadt bei Ulm zu Hause und hat sich in den über 45 Jahren seines Bestehens einen guten Ruf in der Region erarbeitet. „Wir sind immer für unsere Kunden da, Service schreiben wir groß. Das wissen sie zu schätzen“, so Gugelfuß. Über die Jahre wurde die Leistungspalette stetig erweitert. Ob brillanter Farbdruck, Matt-, Glanz- und UV-Lackierung, Large-Formate, der eigene Lettershop: „Wir decken ein breites Spektrum ab, können alles aus einer Hand liefern“, sagt der Firmenchef. Rund 500 aktive Kunden aus verschiedenen Branchen und unterschiedlichster Größe bedient Zipperlen mit seinen 40 Mitarbeitern. Hinzu kommen 80 Austräger, die für das Verlagsgeschäft mit 16 Amts- und Mitteilungsblättern eine wichtige Rolle spielen.

„Wir sind eine tolle Branche“

So erfreulich die zuletzt belebte Nachfrage auch gewesen sei, „die aktuell steigenden Kosten für Material und Energie fressen den Umsatzzuwachs auf“, so Gugelfuß. Auf die kommenden Jahre blickt er dennoch mit Zuversicht. „Wir entwickeln uns weiter, etwa im Large-Format-Printing und in der Veredelung von Produkten.“ Seiner Branche würde er gerne mehr Selbstbewusstsein verordnen. „Papier und Farbe bieten so viele Möglichkeiten. Wir sind eine tolle Branche.“ ◘



> „Wir waren in der Region eine der ersten Druckereien, die FSC-zertifizierte Produkte angeboten hat.“
>
> Michael Gugelfuß

PPWR IST DA!

Jetzt entscheidet die praktische Umsetzung

Seit dem 12. August gilt die neue EU-Verpackungsverordnung (PPWR) unmittelbar. Für Druck- und Verpackungsunternehmen ist damit aus einem lange diskutierten Regelwerk betriebliche Praxis geworden. Der Start ist von vielen Fragen begleitet.

Schon in der Vorbereitung zeigte sich, dass sich einzelne Vorgaben auf dem Papier eindeutig lesen, in der Praxis aber deutlich schwieriger einordnen lassen. Welche Rolle nimmt ein Unternehmen bei einer konkreten Verpackung ein? Wer muss welche Informationen bereitstellen? Welche Nachweise sind von Vorlieferanten zu verlangen? Und wie weit reicht die eigene Verantwortung?

Hinzu kommen kundenspezifische Anforderungen. Druckereien erhalten teilweise Fragebögen, Verpflichtungserklärungen oder Vertragsklauseln, die deutlich über die aktuell geltenden Anforderungen hinausgehen. Mitunter werden bereits Nachweise zu Regelungen verlangt, die erst in einigen Jahren anzuwenden sind und deren Details heute noch gar nicht abschließend geregelt sind. Nicht jede Kundenanforderung ist automatisch eine gesetzliche Pflicht – und nicht jede zukünftige Vorgabe lässt sich heute bereits verbindlich bestätigen.



Die VDM Beratung informiert zum Thema PPWR auch vor Ort in den Betrieben – in Form von Praxis-Workshops.

Die Verbände Druck und Medien und die VDM Beratung begleiten die Unternehmen deshalb intensiv bei der Umsetzung. Neben der direkten Beratung zu konkreten Fragestellungen wurden Formulierungshilfen und weitere Arbeitshilfen entwickelt, in Webinaren über die Anforderungen informiert und in Praxis-Workshops gemeinsam an konkreten Umsetzungsfragen gearbeitet. Dabei zeigt sich immer wieder: Entscheidend ist nicht nur, die PPWR zu kennen, sondern die Anforderungen richtig auf das eigene Unternehmen und die jeweilige Rolle in der Lieferkette zu übertragen.

Eine gute Absicht mit weitreichenden Folgen

Bei aller berechtigten Kritik an Detailfragen sollte das eigentliche Ziel der PPWR nicht verloren gehen. Europa will Verpackungsabfälle reduzieren und Verpackungen konsequenter in eine Kreislaufwirtschaft überführen. Verpackungen sollen materialeffizienter, wiederverwendbarer und recyclingfähiger werden. Zugleich sollen mehr Rezyklate eingesetzt und problematische Stoffe begrenzt werden.

Die PPWR betrachtet deshalb nicht nur die Entsorgung einer Verpackung, sondern ihren gesamten Lebenszyklus. Gestaltung, Materialauswahl, Herstellung, Verwendung, Wiederverwendung und Recycling werden stärker miteinander verknüpft. Die Frage, ob eine Verpackung ihre gesetzlichen Anforderungen erfüllt, wird künftig immer weniger erst am Ende ihres Lebensweges beantwortet. Sie beginnt bereits bei Konstruktion und Materialauswahl.



Was seit dem 12. August gilt

Die PPWR trat bereits am 11. Februar 2025 in Kraft, wird aber seit dem 12. August 2026 grundsätzlich angewendet. Damit greifen auch die Pflichten der Wirtschaftsakteure. Je nach Rolle ergeben sich unterschiedliche Verantwortlichkeiten. Wer Verpackungen erzeugt, muss sich deshalb intensiver mit Konformitätsbewertung, technischer Dokumentation und den erforderlichen Informationen entlang der Lieferkette beschäftigen.

Für Blei, Cadmium, Quecksilber und sechswertiges Chrom gilt eine gemeinsame Konzentrationsgrenze. Neu hinzu kommen ab dem 12. August 2026 konkrete PFAS-Grenzwerte für Lebensmittelkontaktverpackungen. Die Einhaltung ist entsprechend den Vorgaben der PPWR nachzuweisen.

Dabei ist die Rollenzuordnung entscheidend. Nicht jedes Druckunternehmen ist bei jedem Auftrag automatisch Erzeuger einer Verpackung und damit für sämtliche Nachweise verantwortlich. Entscheidend ist der konkrete Einzelfall und die Position des Unternehmens innerhalb der Lieferkette. Eine pauschale PPWR-Erklärung für „alle unsere Produkte“ wird der Systematik der Verordnung deshalb häufig nicht gerecht.

Der 12. August 2026 ist erst der Anfang

Die PPWR ist kein Regelwerk, dessen sämtliche Anforderungen mit einem einzigen Stichtag wirksam werden. Vielmehr folgt in den kommenden Jahren eine ganze Reihe weiterer Umsetzungsschritte.

Ab dem 12. August 2028 beziehungsweise abhängig vom Inkrafttreten der dafür erforderlichen Rechtsakte sollen Verpackungen grundsätzlich eine harmonisierte Kennzeichnung ihrer Materialzusammensetzung erhalten. Auch für wiederverwendbare Verpackungen folgen eigene Kennzeichnungsvorgaben.

Der nächste große Veränderungsschritt folgt ab 2030. Dann greifen unter anderem Anforderungen an die Recyclingfähigkeit von Verpackungen. Verpackungen sollen nach ihrer Recyclingfähigkeit bewertet und entsprechenden Leistungsstufen zugeordnet werden. Gleichzeitig kommen Vorgaben zur Verpackungsminimierung, Mindestrezyklatanteile für bestimmte Kunststoffverpackungen sowie verschiedene Wiederverwendungsziele hinzu. »

Grafik: KI-generiert

Gerade hier liegt derzeit eine der Schwierigkeiten im Umgang mit Kundenanforderungen: Zahlreiche Detailkriterien müssen auf europäischer Ebene noch konkretisiert werden. Unternehmen sollten sich auf diese Anforderungen vorbereiten, können aber heute nicht für jede zukünftige Vorgabe bereits eine abschließende Konformität bestätigen.

Verpackung wird neu gedacht

Mittelfristig wird die PPWR die Art und Weise verändern, wie wir Verpackungen denken. Druckereien, Verpackungshersteller, Markenartikler, Handel, Zulieferer und Entsorgungswirtschaft werden stärker als Teile eines gemeinsamen Kreislaufs betrachtet.

Materialauswahl, Konstruktion, Bedruckung, Veredelung und Funktionalität müssen künftig noch stärker mit Recyclingfähigkeit und Ressourceneinsatz zusammengedacht werden. Das verändert Produkte, Prozesse und die Zusammenarbeit in der Lieferkette.

Darin liegt neben allen neuen Anforderungen auch eine Chance für die Druck- und Verpackungsindustrie. Wer früh versteht, welche Anforderungen tatsächlich relevant sind und wie sich diese auf Materialien, Produktion und Produkte auswirken, kann seine Kunden bei der Entwicklung zukünftiger Verpackungslösungen kompetent begleiten.

> „Mittelfristig wird die PPWR die Art und Weise verändern, wie wir Verpackungen denken."
>
> Gerald Walther (VDM Beratung)

Entscheidend ist, was wirklich funktioniert

Um Unternehmen bei genau dieser Übersetzung der Verordnung in die betriebliche Praxis zu unterstützen, haben die Verbände Druck und Medien und die VDM Beratung neben Webinaren und individuellen Beratungen auch spezielle PPWR-Praxis-Workshops angeboten.

Die bisherigen Veranstaltungen haben sehr deutlich gezeigt, wo der größte Bedarf besteht. Es fehlt nicht unbedingt an Informationen über die PPWR. Die Herausforderung besteht vielmehr darin, aus der Vielzahl an Regelungen, Interpretationen und Kundenanforderungen abzuleiten, was für das eigene Unternehmen konkret zu tun ist.

Dabei hat sich insbesondere der Austausch zwischen den Unternehmen als wertvoll erwiesen. Viele beschäftigen sich mit sehr ähnlichen Fragestellungen. Erfahrungen zu teilen, unterschiedliche Lösungswege zu diskutieren und diese mit fachlicher Expertise einzuordnen, hilft dabei, praktikable Lösungen zu entwickeln, anstatt sich im Paragrafendschungel zu verlieren.

Diesen Ansatz werden wir fortsetzen. Die VDM Beratung wird auch künftig PPWR-Praxis-Workshops anbieten und Unternehmen gemeinsam mit den Verbänden bei der Umsetzung begleiten. Dabei geht es nicht darum, für jede Detailfrage eine vermeintlich einfache Standardantwort zu liefern. Es geht darum, Orientierung zu geben, Anforderungen fachlich einzuordnen und gemeinsam Lösungen zu entwickeln, die den gesetzlichen Vorgaben gerecht werden und gleichzeitig im betrieblichen Alltag funktionieren. ■

Sie haben Fragen zum Thema PPWR? Sprechen Sie uns gerne an!



Stefan Brunken
s.brunken@vdm-beratung.de
Tel. +49 177 599 00 15



Heinz Klos
h.klos@vdm-beratung.de
Tel. +49 171 332 80 06



Gerald Walther
g.walther@vdm-beratung.de
Tel. +49 170 540 93 02

BVDM setzt sich für praktikable PPWR-Lösungen ein



Der BVDM begleitet die Umsetzung der EU-Verpackungs- und Verpackungsabfallverordnung (PPWR) von Beginn an eng und setzt sich gemeinsam mit Verbänden der Wertschöpfungskette Druck für praxistaugliche Regeln ein. In gemeinsamen Positionspapieren wurden gegenüber den zuständigen Bundesministerien zahlreiche Auslegungsfragen und Schwachstellen aufgezeigt. Das Ziel ist dabei, Rechtssicherheit für Unternehmen bei einem möglichst geringen bürokratischen Aufwand zu erreichen.

Mit dem Inkrafttreten erster PPWR-Pflichten nehmen die Fragen aus den Betrieben deutlich zu. Druckereien werden von Kunden und Lieferanten zunehmend aufgefordert, Konformitätserklärungen, technische Dokumentationen oder weitere Nachweise vorzulegen. Gleichzeitig herrscht Unsicherheit über die Zuordnung der Marktteilnehmer zu den einzelnen Rollen als z. B. Erzeuger, Hersteller oder Lieferant, aus denen sich die jeweiligen PPWR-Pflichten ableiten. Die Folge: Viele Druckereien, aber auch deren Kunden oder Zulieferer, wissen nicht, welche Pflichten sie treffen und wie sie richtig handeln müssen.

Hier unterstützt der BVDM seine Mitgliedsbetriebe mit praxisnahen Arbeitshilfen – darunter Musteranschreiben für die Kommunikation mit Vorlieferanten, Beispiele für technische Dokumentationen, Muster für Konformitätserklärungen und Antworten auf häufige Kundenanfragen. Auch der europäische Dachverband Intergraf stellt englischsprachige Vorlagen und Arbeitshilfen bereit, die insbesondere im internationalen Geschäftsverkehr hilfreich sind.

Alle aktuellen Informationen finden Sie unter www.bvdm-online.de.
Konkrete Unterstützung erhalten Sie bei Ihrem Landesverband.

Praxis statt Bürokratie

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der direkten Information der Unternehmen. In mehreren infoKompakt-Veranstaltungen hat der BVDM die Auswirkungen der PPWR auf die Druck- und Medienbranche erläutert und offene Fragen aus der Praxis diskutiert.

Zuletzt informierten am 4. August 2026 Vertreter der Zentralen Stelle Verpackungsregister (ZSVR) und der Deutschen Recycling Service GmbH über aktuelle Entwicklungen im Verpackungsrecht und gaben konkrete Hinweise zur Umsetzung. Im Mittelpunkt standen insbesondere Fragen, die Druckereien und Verlage unmittelbar betreffen.

Der BVDM bleibt dran

Auch mit dem Inkrafttreten erster PPWR-Pflichten ist vieles noch nicht abschließend geklärt. Der BVDM wird die weiteren Entwicklungen auf europäischer und nationaler Ebene deshalb eng begleiten und sich weiterhin für klare, verhältnismäßige und praxistaugliche Regeln einsetzen.

Parallel werden die Arbeitshilfen kontinuierlich ergänzt und aktualisiert. So erhalten Mitgliedsbetriebe auch in den kommenden Monaten eine verlässliche Orientierung und konkrete Unterstützung bei der Umsetzung des neuen Verpackungsrechts. ◘

EUDR: Entschärft – aber weiterhin relevant

Nach zweimaliger Verschiebung wird es Ende 2026 wirklich ernst: die EU-Entwaldungsverordnung (EUDR) geht in die Anwendungsphase. Nachdem die EU-Kommission in den vergangenen Monaten wichtige Änderungen und weitere Hilfestellungen zur Anwendung veröffentlicht hat, legte das Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH) im Juli 2026 einen Gesetzentwurf zur nationalen Durchführung der EUDR vor.

Für die Druck- und Medienbranche ist die EUDR deutlich entschärft worden, auch dank der intensiven Interessenvertretung des BVDM gemeinsam mit Intergraf, BusinessEurope, dem ZDH sowie den Verlegerverbänden. Dennoch bleibt die EUDR insbesondere für Unternehmen relevant, die Papier, Karton oder bestimmte Druckprodukte nach HS Code 48 wie Verpackungen, Etiketten oder Notizbücher in Verkehr bringen.

Wichtige Erleichterungen – Fokus auf den Erstinverkehrbringer

Viele Druckereien sind von der EUDR gar nicht mehr betroffen, da Druckprodukte des HS Code 49 wie Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, Kalender und Werbedrucke Ende 2025 aus dem Anwendungsbereich der Verordnung herausgenommen wurden. Für die weiterhin erfassten Unternehmen konnte der BVDM gemeinsam mit anderen Verbänden wesentliche Erleichterungen durchsetzen: die Sorgfaltspflichten konzentrieren sich nun auf die Erstinverkehrbringer der betroffenen Produkte. Nachgelagerte Unternehmen, wie Druckereien, die ihr Papier in der EU kaufen, müssen die komplexen Nachweise entlang der Lieferkette nicht erneut erbringen. Die inzwischen von der EU-Kommission veröffentlichten Leitlinien und FAQs klären darüber hinaus weitere praktische Umsetzungsfragen.

Nationale Umsetzung: BVDM fordert, Entlastung konsequent durchzuhalten

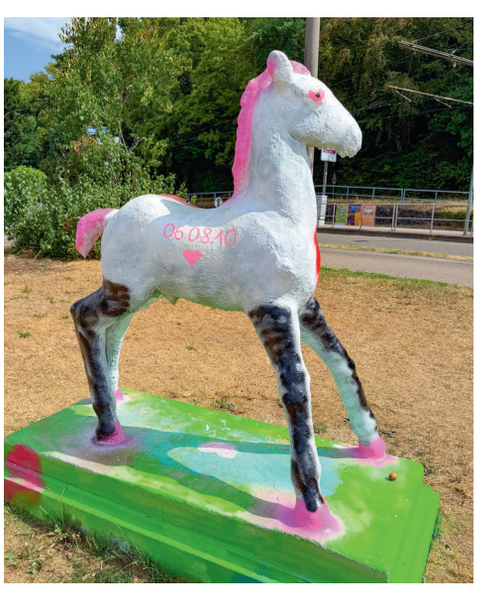
Der BVDM setzt sich dafür ein, dass die auf europäischer Ebene erreichten Erleichterungen nicht durch das deutsche Umsetzungsgesetz entwertet werden. Druckereien beziehen Papier und Karton in der Regel innerhalb der EU und können aufgrund komplexer Lieferketten die Herkunft einzelner Holzfasern häufig nicht bis zur Waldfläche zurückverfolgen. Deshalb fordert der BVDM, dass Unternehmen der nachgelagerten Lieferkette nicht für Verstöße weit entfernter Zulieferer haften dürfen. Ebenso lehnt der Verband die Vernichtung bereits produzierter Druckerzeugnisse als wirtschaftlich und ökologisch unsinnige Maßnahme ab. Statt unverhältnismäßiger Sanktionsrisiken müssen Beratung und praktische Unterstützung im Vordergrund stehen.

Der BVDM unterstützt seine Mitglieder

Der BVDM wird das weitere Revisionsverfahren sowie die nationale Umsetzung der EUDR weiterhin eng begleiten und die Interessen der Branche gegenüber Politik und Behörden vertreten. Mitgliedsunternehmen unterstützt der Verband mit Leitfäden, Musterschreiben, Informationsveranstaltungen und aktuellen Rundschreiben zur praktischen Umsetzung der EUDR. Weitere Informationen finden Sie im Branchenportal Umwelt & Nachhaltigkeit auf der Website des BVDM.

Bleiben Sie immer aktuell informiert:
www.bvdm-online.de/eudr





Das sogenannte **„Holbeinpferd“** steht auf einem kleinen Rasenstück am Ende der namensgebenden Holbeinstraße – dem Sitz der Verbandsgeschäftsstelle – und wechselt fast täglich die Farben.

Wie gefallen Ihnen das gemeinsame Verbändemagazin und der Regionalteil Südbaden? Wir freuen uns über Ihr Feedback!

Britta Strobel
Telefon 0761/79079-40
b.strobel@medienverbaende.de

Liebe Mitglieder, liebe Leserinnen und Leser,

auf den kommenden Seiten finden Sie wieder, wie in jeder zweiten Ausgabe des Nutzen, unseren Regionalteil.

Sie erwartet unter anderem ein Bericht und Fotos von unserer 80. Jahrestagung 2026 in Rheinau/Straßburg. Weitere Bilder finden Sie auf unserer Homepage.

Viel Spaß bei der Lektüre

Ihre

B. Oswald-Brügel



Britta Oswald-Brügel
Geschäftsführerin vpdm

Jubiläum im Zeichen des Austauschs

Mit seiner 80. Jahrestagung feierte der verband papier, druck und medien südbaden ein besonderes Jubiläum. Rund um die ordentliche Mitgliederversammlung trafen sich die Mitgliedsunternehmen am 17. Juli 2026 in der World of Living von WeberHaus in Rheinau. Die Kombination aus intensiver Verbandsarbeit, spannenden Einblicken in die Geschichte des Wohnens und einem gemeinsamen Ausflug nach Straßburg bot den Teilnehmerinnen und Teilnehmern beste Voraussetzungen für fachlichen Austausch und persönliche Begegnungen.

Nach einem gemeinsamen Mittagsimbiss eröffnete die Vorsitzende Erika Reiter die 80. ordentliche Mitgliederversammlung. Sie berichtete über die vielfältigen Aktivitäten des vpdm – von den Tarifverhandlungen in der Druckindustrie und Papierverarbeitung über politische Gespräche und die Ausbildungsmesse „NEXT STOP MEDIA“ bis hin zu neuen Netzwerkformaten und weiteren Veranstaltungen für die Mitgliedsunternehmen. Auch die Erfolge mehrerer Mitgliedsbetriebe bei den Druck & Medien Awards sowie weitere Aktivitäten aus dem Verbandsleben fanden Erwähnung.

Die Mitglieder genehmigten den Rechenschaftsbericht 2025 und entlasteten Vorstand und Geschäftsführung. Darüber hinaus bot die Mitgliederversammlung Gelegenheit, aktuelle Entwicklungen der Branche sowie die zukünftige Ausrichtung der Verbandsarbeit zu diskutieren. Der offene Austausch und die aktive Beteiligung der Mitglieder unterstrichen einmal mehr den hohen Stellenwert des persönlichen Dialogs innerhalb des Verbandes.















Beeindruckende Zeitreise durch das „Universum der Zeit“

Während die Mitgliederversammlung tagte, erkundeten die Begleitpersonen die World of Living von WeberHaus. Besonders beeindruckte die Reise durch das „Universum der Zeit“, die Geschichte und Entwicklung des Wohnens auf außergewöhnliche Weise erlebbar macht. Auf rund 2500 Quadratmetern führt die Ausstellung durch originalgetreu gestaltete Kulissen – von der Steinzeit über das alte Ägypten und das Mittelalter bis hin zu Zukunftsvisionen des Wohnens. Unterschiedliche Klimazonen, authentische Geräusche und typische Gerüche machen die Zeitreise zu einem Erlebnis für alle Sinne und sorgten auch bei den Teilnehmerinnen und Teilnehmern der Jahrestagung für große Begeisterung.

Auf den Spuren Gutenbergs durch Straßburg

Nach einer gemeinsamen Kaffeepause führte das Rahmenprogramm nach Straßburg. Im Rahmen einer Stadtführung erkundeten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die elsässische Metropole auf den Spuren Johannes Gutenbergs und lernten dabei sowohl bekannte Sehenswürdigkeiten als auch weniger bekannte Ecken der historischen Altstadt kennen. Den gelungenen Abschluss der Jubiläumstagung bildete der traditionelle Kollegenabend. Beim Aperitif und dem anschließenden Abendessen im Restaurant „Blue Flamingo“ bot sich reichlich Gelegenheit, Gespräche zu vertiefen, Kontakte zu pflegen und neue Impulse mitzunehmen.

Zum Abschluss der Mitgliederversammlung gab Erika Reiter den geplanten Termin der nächsten Jahrestagung bekannt. Diese soll voraussichtlich am 4. Juni 2027 im Schloss Freudental bei Allensbach am Bodensee stattfinden. Die Jahrestagung zeigte einmal mehr, wie wertvoll der persönliche Austausch innerhalb des Verbandes ist – und dass sich erfolgreiche Verbandsarbeit und ein inspirierendes Rahmenprogramm ideal miteinander verbinden lassen.

50 Jahre Präsentverpackungen: Neue Ideen für besondere Anlässe



Foto: KI-generiert

Seit 50 Jahren produziert Karl Knauer Präsentverpackungen. Ausgehend von Weinverpackungen wurde das Sortiment im Laufe der Zeit auf Verpackungslösungen für Genussprodukte und weitere Branchen erweitert. Zum Jubiläum stellt das Unternehmen zwei neue Produkte vor.

Der Weinkarton Vinea besteht aus Naturkarton und zeigt eine stilisierte Weinlandschaft im Aquarellstil. In Kombination mit einem Umkarton eignet er sich auch für den Versand. Neu im Sortiment ist außerdem der Neckhanger „Von Herzen“, der am Flaschenhals befestigt wird und über ein integriertes Fach für Geldscheine oder Gutscheinkarten sowie Platz für eine persönliche Nachricht verfügt.

Wir gratulieren der Karl Knauer KG herzlich zum 50-jährigen Jubiläum und wünschen dem Unternehmen weiterhin viel Erfolg, Innovationskraft und eine erfolgreiche Zukunft.

Herzlich willkommen im Verband!



Günter Jerger, Geschäftsführer

Wir freuen uns sehr, ein neues Mitglied in unseren Reihen begrüßen zu dürfen: das Badische Druckhaus Baden-Baden GmbH.

Wir freuen uns auf den Austausch, die Zusammenarbeit und viele gemeinsame Impulse.

80 Jahre Badische Zeitung – Herzlichen Glückwunsch!



Die Badische Zeitung feiert ihr 80-jähriges Bestehen. Seit der ersten Ausgabe am 1. Februar 1946 begleitet sie die Menschen in Südbaden mit Nachrichten, Hintergründen und Reportagen aus der Region und der Welt. Gegründet in den schwierigen Nachkriegsjahren, entwickelte sich die Zeitung zu einer der wichtigsten regionalen Tageszeitungen Baden-Württembergs.

Zum 80. Geburtstag gratulieren wir der Badischen Zeitung ganz herzlich und wünschen dem gesamten Team weiterhin viel Erfolg, journalistisches Gespür und alles Gute für die Zukunft.

IMPRESSUM

HERAUSGEBER des Regionalteils Südbaden: verband papier, druck und medien südbaden e. V., Holbeinstr. 26, 79100 Freiburg, Telefon (0761) 790 79-0, Telefax (0761) 79 0 79 79, www.medienverbaende.de, V.I.S.D.P. Britta Oswald-Brügel, Geschäftsführerin verband papier, druck und medien südbaden e. V.; **REDAKTION:** Britta Strobel, vpdm südbaden, Holbeinstr. 26, 79100 Freiburg; **GESTALTUNG** Verena Rembeck, Verband Druck und Medien Bayern e. V.

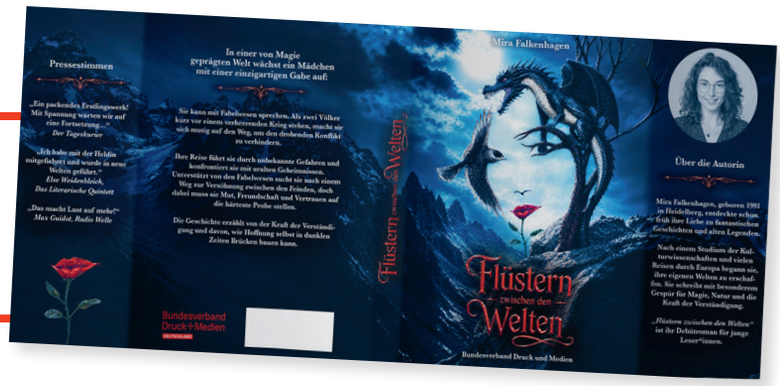
Branchennachwuchs zeigt sein Können

158 Einreichungen, unzählige kreative Ansätze und drei herausragende Gewinnerinnen und Gewinner: Der Gestaltungswettbewerb 2026 der Druck- und Medienverbände hat einmal mehr gezeigt, wie viel Talent, Leidenschaft und fachliches Können im Branchennachwuchs steckt. Unter dem Motto „Cover me up!“ waren Auszubildende aus ganz Deutschland eingeladen, den Umschlag für den fiktiven Fantasy-Roman „Flüstern zwischen den Welten“ zu gestalten.



3. Platz

Julia Höck
3. Ausbildungsjahr,
Mayr Miesbach GmbH,
Miesbach



2. Platz

Hannah Krebs
2. Ausbildungsjahr,
FACHWERK 5,
Künzell

Seit mittlerweile 35 Jahren fördert der Wettbewerb junge Mediengestalterinnen und Mediengestalter und bietet ihnen die Möglichkeit, Kreativität, handwerkliches Können und produktionstechnisches Wissen unter Beweis zu stellen. In diesem Jahr galt es, einen Softcover-Buchumschlag mit Klappen zu entwickeln, der die Atmosphäre des Romans visuell erlebbar macht und gleichzeitig die technischen Anforderungen einer professionellen Produktion erfüllt.

Die große Beteiligung und die hohe Qualität der Arbeiten beeindruckten die Jury, die sich aus erfahrenen Vertreterinnen und Vertretern von Unternehmen, Verbänden und Hochschulen zusammensetzt. Besonders überzeugten die Vielfalt der gestalterischen Ansätze sowie die Fähigkeit der Teilnehmenden, die Fantasiewelt des Romans auf ganz unterschiedliche Weise zu interpretieren. Ein Novum war in diesem Jahr der explizit offene Umgang mit KI-gestützter Grafikerstellung. In der Bewertung zeigte sich, dass Künstliche Intelligenz teilweise nicht als unterstützendes Werkzeug, sondern als vollständiger Ersatz eigener Gestaltungsleistungen eingesetzt wurde. Umso bemerkenswerter waren die zahlreichen Arbeiten, die durch handwerkliche Präzision, kreative Eigenständigkeit und gestalterische Exzellenz überzeugten. »

Diese Entwürfe überzeugten die Jury

Den ersten Platz sicherte sich Volodymyr Perepichai von der Druckstudio GmbH in Düsseldorf. Die Jury lobte insbesondere das außergewöhnlich gelungene Zusammenspiel von Bildmotiv, Typografie und Raumaufteilung sowie die kreative Auflösung des Buchtitels. Auf Platz zwei folgte Hannah Krebs von FACHWERK 5, deren Entwurf mit einer starken Bildgestaltung und einer überzeugenden typografischen Ausarbeitung beeindruckte. Julia Höck von der Mayr Miesbach GmbH belegte den dritten Platz. Ihr Konzept würdigte die Jury als „einfach anders, interessant, feinsinnig, stimmig“.

Auch zahlreiche weitere Einreichungen zeichneten sich durch handwerklich solide Lösungen, liebevolle Detailarbeit und grafische Raffinesse aus. Besonders positiv fiel der kreative und zugleich technisch versierte Einsatz von Veredelungen auf. Der Gestaltungswettbewerb 2026 macht damit erneut deutlich, wie viel Potenzial in den Fachkräften von morgen steckt. ◘

> „Die Aufgabenstellung hat mich persönlich sofort angesprochen, weil ich selbst sehr gern Fantasy lese.“
>
> Volodymyr Perepichai, Gewinner



1. Platz

Volodymyr Perepichai
2. Ausbildungsjahr,
Druckstudio GmbH,
Düsseldorf



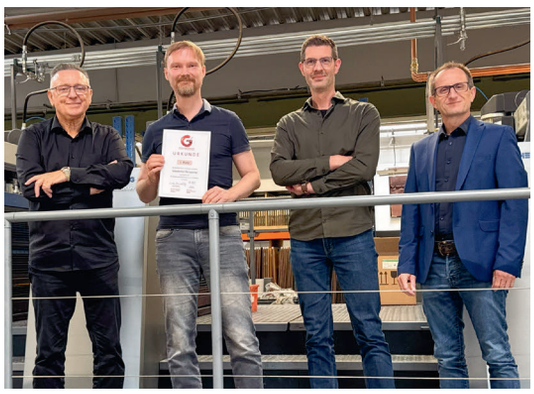
1. Platz: Volodymyr Perepichai von der Druckstudio GmbH in Düsseldorf

Herr Perepichai, was bedeutet dieser Sieg für Sie?
Für mich ist dieser Sieg eine Bestätigung dafür, dass meine bisherige Berufserfahrung aus der Ukraine durch die Kenntnisse und Fähigkeiten, die ich während der ersten Ausbildungsjahre in Deutschland erworben habe, sinnvoll ergänzt wurde.

Diese Auszeichnung ist für meinen beruflichen Weg in Deutschland von großer Bedeutung. Deutsch ist nicht meine Muttersprache, ich lebe noch nicht sehr lange in diesem Land. Der erste Platz gibt mir Sicherheit und zeigt mir, dass ich mich mit meiner Arbeit auch unter den lokalen fachlichen Bedingungen behaupten kann.

Was hat Sie motiviert, am Gestaltungswettbewerb der Verbände Druck und Medien teilzunehmen?
Die Aufgabenstellung hat mich persönlich sofort angesprochen, weil ich selbst sehr gern Fantasy lese. Ich habe in diesem Jahr schon 13 Bücher gelesen. Sie helfen mir dabei, die deutsche Sprache besser zu lernen.

Was war Ihr Ansatz, Ihr Konzept?
Das Mädchen steht im Mittelpunkt, weil es die Hauptfigur der Geschichte ist. Deshalb war für mich schnell klar, dass sie auch im Zentrum der Gestaltung stehen sollte. Auf den beiden Seiten stehen sich zwei verfeindete Völker gegenüber, deren Gegensatz zusätzlich durch warme und kalte Farbtöne betont wird.
Das Licht geht vom Mädchen und von den mit ihr verbundenen übernatürlichen Wesen aus. Es steht für Wissen, Klarheit und etwas Positives. Gleichzeitig symbolisiert es die besondere Freundschaft des Mädchens mit diesen Wesen, die nicht vollständig zu dieser Welt gehören. Durch diese Verbindung bringt sie Licht zwischen die verfeindeten Völker und eröffnet damit die Möglichkeit, Feindschaft und Konfrontation zu überwinden.


Urkundenübergabe in Düsseldorf

Was war für Sie die größte Herausforderung?
Eine der größten Herausforderungen war es, die magischen Wesen genau so darzustellen, wie ich sie mir vorgestellt hatte. Dabei habe ich auch meine Frau um ihre Meinung gebeten. Ihre Hinweise haben mir geholfen, die Figuren glaubwürdiger und zugleich passend zur fantastischen Atmosphäre zu gestalten.

Eine Neuerung in diesem Jahr war der explizit offene Umgang mit KI-gestützter — Grafikerstellung. Wie haben Sie KI in Ihrem Entwurf genutzt?
Ich habe Künstliche Intelligenz als Werkzeug genutzt, um den Hintergrund und die Figuren entsprechend meiner bereits entwickelten gestalterischen Vorstellung zu erzeugen.

Wir gratulieren herzlich zum ersten Platz und wünschen Volodymyr Perepichai weiterhin alles Gute für seinen weiteren Weg in unserer Branche!

Nachhaltiges Lernen in der Berufs-ausbildung mit KI

Künstliche Intelligenz verändert die Art, wie Menschen lernen. Antworten auf Fachfragen, Zusammenfassungen komplexer Texte oder sogar komplette Lösungsansätze sind heute innerhalb weniger Sekunden verfügbar. Und Hand aufs Herz: Wer hätte sich zu Schulzeiten nicht auch eine KI gewünscht, die die Gedichtinterpretation oder das Referat geschrieben hätte?

Auch für die Berufsbildung stellt sich deshalb die zentrale Frage, warum Auszubildende noch selbst lernen sollten, wenn die KI allwissend scheint. Die Antwort ist einfach: Fachkompetenz entsteht nicht durch das Lesen von Lösungen, sondern durch das Verstehen von Zusammenhängen. Wer beispielsweise eine Druckmaschine bedienen soll, muss ihre Funktionsweise kennen, Fehlerursachen erkennen und die richtigen Maßnahmen ableiten können. Und natürlich müssen die Auszubildenden die Abschlussprüfungen ohne KI bestehen.

Gleichzeitig wäre es falsch, Künstliche Intelligenz lediglich als Risiko für den Lernerfolg zu betrachten. Richtig eingesetzt kann sie die Ausbildung sogar verbessern. Entscheidend ist, dass KI nicht als Abkürzung für Denkprozesse genutzt wird, sondern als Lernwerkzeug.

KI als persönlicher Lernbegleiter

Für Auszubildende bietet KI einen entscheidenden Vorteil: Sie ist jederzeit verfügbar. Fragen können ohne Hemmungen gestellt und beliebig oft wiederholt werden, da eine KI nie genervt ist. Gerade bei komplexen Fachthemen, Sprachproblemen oder der Prüfungsvorbereitung kann dies eine wertvolle Unterstützung sein.



Besonders wirksam wird KI, wenn sie nicht die Lösung liefert, sondern den Lernprozess begleitet. Mit geeigneten Prompts kann sie die Rolle eines Tutors übernehmen und durch gezielte Fragen zum selbstständigen Denken anregen:
Du bist mein Tutor. Stelle mir zu [THEMA HIER EINFÜGEN] eine Verständnisfrage. Warte auf meine Antwort. Wenn sie falsch oder unvollständig ist, gib mir Hinweise statt der Lösung. Prüfe dann erneut. Stelle maximal 5 Fragen. Am Ende: Eine kurze Zusammenfassung, was ich gut konnte und wo ich nacharbeiten sollte.

Ein Beispiel-Prompt, um Vokabeln zu lernen:
Arbeite mit dieser Vokabelliste. Nenne mir jeweils die deutsche Bedeutung, ich gebe das fremdsprachige Wort ein. Bei Fehlern: Gib mir einen Hinweis oder eine Eselsbrücke statt der Lösung. Frag dann nochmal. Mische die Reihenfolge. Am Ende eine Statistik: Wie viele richtig, welche Wörter sollte ich wiederholen?

Quelle der Prompts: bildungssprache.net

KI kann:

- Fachthemen verständlich erklären und zusammenfassen
- Fachtexte in einfacher Sprache formulieren
- Lernfragen zur Prüfungsvorbereitung erstellen
- Fremdsprachenkenntnisse trainieren
- Feedback zu eigenen Texten geben
- individuelles Lernen auf dem jeweiligen Wissensstand ermöglichen

KI-Kompetenz gehört zur Ausbildung

Neben der fachlichen Nutzung sollten Auszubildende auch lernen, KI kritisch einzuordnen. Denn KI-Systeme können falsche oder erfundene Informationen ausgeben. Deshalb bleibt die Fähigkeit, Informationen zu prüfen und mit Fachwissen abzugleichen, eine zentrale Kompetenz.

Ebenso wichtig sind klare Regeln im Unternehmen. Personenbezogene Daten, Kundeninformationen oder betriebliche Interna dürfen nicht ungeprüft in öffentlich zugängliche KI-Systeme eingegeben werden.

Gut zu wissen: Die Verbände Druck und Medien schaffen hier Sicherheit. Den Leitfaden zu rechtlichen Aspekten der KI-Nutzung erhalten Sie bei Ihrem Landesverband, die Print Academy bietet zudem KI-Schulungen an.

Unterstützung für Ausbilder:innen

Auch Ausbilderinnen und Ausbilder profitieren von KI. Lern- und Arbeitsaufgaben lassen sich schneller erstellen und an das individuelle Leistungsniveau anpassen. Fachtexte können sprachlich vereinfacht oder auf unterschiedliche Zielgruppen zugeschnitten werden. Für die Textoptimierung von Prüfungsaufgaben kann beispielsweise TOP Assist als geschlossenes System genutzt werden. Viele Anregungen und Anwendungsbeispiele für den praktischen Einsatz bieten auch die Plattformen vom Netzwerk Q oder Leando des Berufsinstituts für Berufsbildung.

Kompetenzen für die Zukunft

Nachhaltiges Lernen bedeutet, dass Wissen langfristig verfügbar bleibt und sicher in der beruflichen Praxis angewendet werden kann. Künstliche Intelligenz verändert diesen Anspruch nicht, sie kann ihn sogar unterstützen. Entscheidend ist, dass KI bewusst als Lernwerkzeug eingesetzt wird. Wer die Technologie versteht und verantwortungsvoll nutzt, profitiert nicht nur von effizienteren Lernprozessen, sondern entwickelt zugleich die Kompetenzen, die in einer digitalisierten Arbeitswelt zunehmend gefragt sind. ■

Hilfreiche Adressen:

Methoden, Tricks und Prompts:
www.bildungssprache.net

Textoptimierung von Aufgaben:
www.topki.tmdt.uni-wuppertal.de

Lernaufgaben erstellen:
www.leando.de

Workshops für Ausbilder:
www.netzwerkq.de

Grafik: denayunebgt – shutterstock.com

Branchenentwicklung besser als im Vorjahr

Die wirtschaftliche Lage der Druck- und Medienbranche bleibt angespannt, zeigt jedoch erste Anzeichen einer Stabilisierung. Das ist das zentrale Ergebnis der neunten Branchenumfrage zur wirtschaftlichen Situation der Druck- und Medienunternehmen, die der BVDM gemeinsam mit den Verbänden Druck und Medien im Jahr 2026 durchgeführt hat.

An der Befragung beteiligten sich insgesamt 274 Entscheiderinnen und Entscheider aus Druck- und Medienunternehmen. Nach einer Plausibilitätsprüfung sowie dem Ausschluss fehlerhafter Angaben flossen die Antworten von 196 Unternehmen in die Auswertung ein. Die Ergebnisse zeigen, dass die Branche weiterhin unter schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen arbeitet. Im Vergleich zum Vorjahr hat sich die Situation jedoch leicht verbessert. Auch die Erwartungen für das laufende Jahr fallen insgesamt etwas optimistischer aus.

Gewinn- und Umsatzrückgang schwächen ab

Mehr als die Hälfte der Unternehmen der Druck- und Medienwirtschaft erwarten für das Jahr 2026 steigende oder gleichbleibende Umsätze. Entsprechend fallen die Umsatzprognosen deutlich optimistischer aus als noch 2025. Der Saldo der Erwartungen für das laufende Jahr liegt rund 17 Prozentpunkte über dem Wert des Vorjahres und liegt mit +1 Prozentpunkt erstmals seit Jahren wieder im positiven Bereich.

Bei der Absatzentwicklung bleibt die Branche jedoch zurückhaltender. Zwar hat sich das Stimmungsbild aufgehellt, dennoch erwarten weiterhin mehr Unternehmen sinkende als steigende Absatzmengen. Der Saldo liegt mit -8 Prozentpunkten in der Gesamtbetrachtung weiterhin im negativen Bereich.

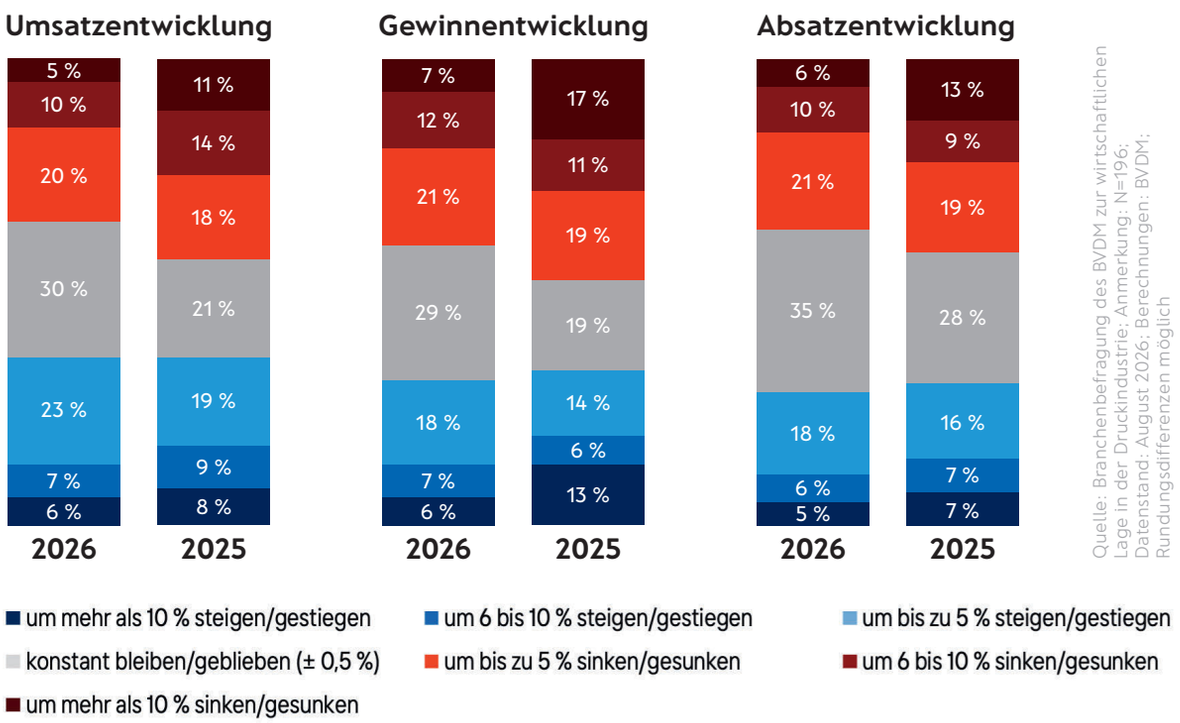
Auch bei den Gewinnerwartungen zeigt sich eine leichte Entspannung. 31 Prozent der Unternehmen geben an, dass sie für 2025 eine Steigerung ihres Betriebsergebnisses erwarten, während 29 Prozent von einer unveränderten Ertragslage ausgehen. Demgegenüber erwarten 40 Prozent eine Verschlechterung der Erträge. Im Vergleich zu der Gewinnentwicklung des Vorjahres verbesserte sich damit der Saldo um 1 Prozentpunkt, liegt mit -10 Prozentpunkten jedoch weiterhin im negativen Bereich.

Schwache Nachfrage bleibt größtes Geschäftsrisiko

Für die Erwartungen an die zukünftige Entwicklung der Branche sind insbesondere die von den Unternehmern identifizierten Geschäftsrisiken und -chancen für die kommenden Jahre von Bedeutung. Vor dem Hintergrund der anhaltenden schwachen Nachfrage und der daraus resultierenden schwachen Auftragslage steht, wie auch im Jahr zuvor, der Auftrags- und Umsatzrückgang an erster Stelle der Geschäftsrisiken. Mit 81 Prozent bewertete die überwiegende Mehrheit der befragten Unternehmen dieses Risiko als zentral für die wirtschaftliche Entwicklung der kommenden Jahre. An zweiter Stelle folgen mit 67 Prozent steigende Lieferantenpreise.

Darüber hinaus prägen auch geopolitische Unsicherheiten die Erwartungen der Unternehmen: Die Auswirkungen des seit dem 28. Februar 2026 anhaltenden Konflikts zwischen dem Iran, Israel und den USA spiegeln sich deutlich in den Einschät-

Erwartete/tatsächliche Entwicklung von ausgewählten Kernindikatoren der Druckindustrie für das Jahr 2025/2026



Quelle: Branchenbefragung des BVDM zur wirtschaftlichen Lage in der Druckindustrie; Anmerkung: N=196; Datenstand: August 2026; Berechnungen: BVDM; Rundungsdifferenzen möglich

zungen zur künftigen Kostenentwicklung wider. So fallen die Erwartungen hinsichtlich der Kostenentwicklung für das Jahr 2026 insgesamt deutlich höher aus als noch für das Jahr 2025. Alle Unternehmen rechnen mit zum Teil erheblichen Kostensteigerungen. Dies dürfte insbesondere auf den Iran-Krieg, die Sperrung der Straße von Hormus und die damit verbundenen Auswirkungen auf die Öl- und Gaspreise zurückzuführen sein.

Wachstumschancen durch Spezialisierung, Vernetzung und KI

Mit Blick auf die Frage nach den größten Chancen hinsichtlich der wirtschaftlichen Entwicklung der Unternehmen in den kommenden Jahren ergibt sich ein ähnliches Bild wie bereits im Vorjahr. Als aussichtsreichste Perspektive werden weiterhin ergänzende Dienstleistungen rund um das Druckprodukt gesehen, 49 Prozent der befragten Unternehmen bewerten dieses Geschäftsfeld als besonders vielversprechend. Ebenfalls 49 Prozent erkennen großes Potenzial in einer stärkeren Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen. Knapp dahinter folgt die Spezialisierung auf ein oder mehrere Nischenprodukte, die für 48 Prozent der Unternehmen eine vielversprechende Chance darstellt.

Auch die Implementierung von Künstlicher Intelligenz in die Prozesse und die damit verbundenen Effizienzgewinne werden immer wichtiger für die Unternehmen. Während in der letzten Umfrage noch 27 Prozent der Unternehmen eine Chance darin sahen, waren es dieses Jahr schon 34 Prozent. Generell setzt mit 47 Prozent mittlerweile fast die Hälfte der Befragten in ihrem Unternehmen KI ein – eine Steigerung von mehr als 10 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr (34 Prozent). Bei 12 Prozent ist der Einsatz geplant und bei 27 Prozent wird der Einsatz diskutiert. Nur rund 13 Prozent der Unternehmen geben an, dass der Einsatz von KI kein Thema ist. ■

Zwischen Klimaschutz und Kalkulation













Vielen Dank an unsere Partner!

Rund 230 Teilnehmerinnen und Teilnehmer kamen für den Deutschen Druck- und Medientag am 25. und 26. Juni in Berlin zusammen. Während draußen die Temperaturen mediterrane Ausmaße annahmen, wurde drinnen erstaunlich kühl eine ziemlich praktische Frage diskutiert: Wie lässt sich nachhaltiges Wirtschaften im Unternehmensalltag umsetzen?

Das passte gut zum Motto des DDMT26: „Nachhaltig. Wirtschaftlich. Gedruckt." Im Laufe der zwei Tage zeigte sich, wie viele Facetten unternehmerische Nachhaltigkeit umfasst. Die Gespräche auf und neben der Bühne drehten sich nicht nur um Klimaschutz und Ressourceneffizienz, sondern vor allem auch um Wettbewerbsfähigkeit, Innovationen, Unternehmenskultur und Fachkräftesicherung. Immer wieder wurde dabei deutlich, dass die Druck- und Medienbranche viele Nachhaltigkeitsaspekte bereits seit Jahren lebt und weiterentwickelt.

Die Branche gestaltet mit

Gleich zu Beginn des Unternehmerforums betonte Kirsten Hommelhoff, Hauptgeschäftsführerin des BVDM, dass die Branche die nachhaltige Transformation nicht einfach verwalten möchte, sondern aktiv mitgestaltet. Rita Schwarzelühr-Sutter, Parlamentarische Staatssekretärin im Bundesumweltministerium, hob die Bedeutung nachhaltiger Wirtschaftsstrukturen für die Zukunftsfähigkeit Deutschlands hervor und unterstrich ebenfalls, die Druckindustrie gehe hier mit gutem Beispiel voran. Dabei führten die Diskussionen immer wieder von den großen politischen Linien zurück in die betriebliche Realität. Nachhaltiges Handeln müsse finanzierbar und umsetzbar bleiben, betonte Hommelhoff.

Klimaschutz und Wachstum gemeinsam denken

In der Podiumsdiskussion mit Prof. Dr. Marcel Fratzscher, Präsident des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung, Alexander Bonde, Generalsekretär der Deutschen Bundesstiftung Umwelt, und Maren Grondey, Geschäftsführerin der Siemer Verpackungen GmbH, moderiert von Frederike Holewik, Senior Reporterin Energie und Klima bei Politico Europe, zeigte sich, dass die Frage längst nicht mehr „Wirtschaft oder Klimaschutz?" lautet. Trotz unterschiedlicher Perspektiven herrschte Einigkeit darüber, dass beides zusammen gedacht werden muss. Grondey betonte: Verantwortung beginne nicht erst dort, wo Politik Vorgaben macht, sondern bereits in den Unternehmen selbst.



Wolfgang Poppen, Rita Schwarzelühr-Sutter und Kirsten Hommelhoff



Podiumsdiskussion mit Frederike Holewik, Prof. Dr. Marcel Fratzscher, Maren Grondey und Alexander Bonde (v.l.n.r.).

Impulse aus der Praxis

Am Nachmittag standen Austausch und konkrete Lösungsansätze im Mittelpunkt. Beim Sustainability Speed Dating wurden neue Kontakte geknüpft und Erfahrungen geteilt. Statt Vorträgen fanden hier Begegnungen auf Augenhöhe statt. Bei den Innovation Pitches, moderiert von Jens Meyer (Verband Druck und Medien Beratung), berichteten Kristine Ilse (mediaprint solutions), Martin Knuth (Steinbeis Papier) sowie Alina und Lara Soyez (Soyez Stuckateur und Maler) über ihre ganz unterschiedlichen Wege zu mehr Nachhaltigkeit. Die Themen reichten von der Verankerung von Nachhaltigkeit in Marketing und Unternehmensstrategie über die Bedeutung funktionierender Papierkreisläufe bis hin zur Frage, wie der Generationenwechsel in Familienunternehmen gelingen kann und welche Rolle junge Perspektiven für die Zukunftsfähigkeit eines Betriebs spielen. »

Branchentalk und Fußballfieber

Nach einem Tag voller Diskussionen über Nachhaltigkeit und Transformation wechselte die Branche am Abend vom Konferenzsaal in die Alte Turnhalle Berlin. Die ehemalige Schulsporthalle, die heute, mit viel Holz und üppigem Grün, Geschichte mit einem zeitgemäßen Nachhaltigkeitsgedanken verbindet, bot dafür die passende Kulisse. Zwischen Gesprächen und kühlen Getränken zog dabei ein zweites Großereignis Aufmerksamkeit auf sich: das WM-Spiel „Deutschland – Ecuador“. Dank Public Viewing konnten die Gäste sowohl am Branchentalk als auch am Fußballgeschehen dranbleiben.

Blick nach vorn

Während am zweiten Veranstaltungstag in der Jahreshauptversammlung des BVDM ein neues Präsidium gewählt wurde, konnten die übrigen DDMT-Teilnehmenden Berlin aus zwei Perspektiven erleben: mit Blick nach vorn im Futurium oder zurück bei einer Führung an der Gedenkstätte Berliner Mauer, wo deutsche Geschichte bis heute greifbar bleibt. Und so bleiben von diesen zwei heißen Berliner Tagen vor allem die vielen Gespräche zwischen Menschen in Erinnerung, die den Wandel ihrer Branche aktiv mitgestalten wollen.

Dr. Bertram Stausberg ist neuer BVDM-Präsident

Mit personellen Veränderungen an der Spitze und einer klaren politischen Agenda hat die Hauptvorstandssitzung des BVDM im Juni 2026 in Berlin wichtige Weichen für die kommenden Jahre gestellt. Dr. Bertram Stausberg, Geschäftsführer der Axel Springer Print Management GmbH, wurde einstimmig zum neuen Präsidenten gewählt. Er folgt auf Wolfgang Poppen, der sein Amt nach zwölf Jahren vorzeitig niederlegte.

In seiner Antrittsrede hob Stausberg die Bedeutung einer starken und geschlossenen Interessenvertretung hervor. Gerade in einem anspruchsvollen Marktumfeld komme es auf das enge Zusammenspiel von Bundesverband und Landesverbänden an. Durch eine gemeinsame Schwerpunktsetzung und eine klar abgestimmte Aufgabenverteilung könnten die Mitgliedsunternehmen bestmöglich unterstützt werden. Während die Landesverbände ihre Betriebe vor Ort begleiten, sieht Stausberg den BVDM in der Verantwortung, die Interessen der Branche auf Bundes- und Europaebene wirkungsvoll zu vertreten und gegenüber Politik und Verwaltung Gehör zu verschaffen.

Auch im Amt des Vizepräsidenten gab es einen Wechsel. Sönke Boyens, der dem Präsidium seit 2003 angehörte und zwölf Jahre sowohl Vizepräsident als auch Schatzmeister war, legte sein Amt ebenfalls vorzeitig nieder. Zu seinem Nachfolger wählten die Delegierten Stefan Mail, Geschäftsführer von Mail Druck + Medien.

Kirsten Hommelhoff, Hauptgeschäftsführerin des BVDM, sieht den Verband mit dem neu gewählten Präsidium gut aufgestellt: Das Gremium vereine unternehmerische Erfahrung, fachliche Kompetenz und politisches Verständnis – wichtige Voraussetzungen, um die

> „Mit dieser Wahl wurde ein erfahrenes und engagiertes Gremium zusammengestellt, das die Interessen der Druckindustrie aktiv begleitet und gestaltet.“
>
> Kirsten Hommelhoff

Interessen der Druck- und Medienindustrie in einer Zeit wirtschaftlicher und politischer Veränderungen erfolgreich zu vertreten. Zentrale Handlungsfelder für das kommende Jahr seien der Abbau bürokratischer Belastungen, wettbewerbsfähige Energiepreise, die Sicherung von Fachkräften, die Förderung von Innovationen, mehr Flexibilität am Arbeitsmarkt sowie verlässliche und investitionsfreundliche Rahmenbedingungen.



Erste Präsidiumssitzung im Juli: Stefan Mail, Holger Busch, Oliver Curdt, Kirsten Hommelhoff, Dr. Steffen Leistner, Dr. Bertram Stausberg, Philipp von Trotha (v.l.n.r.)

Dabei knüpft der BVDM an seine bisherigen Erfolge an, will seine politische Interessenvertretung jedoch weiter ausbauen. Themen wie die EU-Entwaldungsverordnung (EUDR), Green Claims beziehungsweise EmpCo oder Nachhaltigkeit bleiben wichtige Arbeitsfelder. Zugleich soll der Dialog mit politischen Entscheidungsträgern auf nationaler und europäischer Ebene weiter intensiviert werden. Ziel ist es, die Anliegen der Branche frühzeitig in Gesetzgebungs- und Entscheidungsprozesse einzubringen und verlässliche Rahmenbedingungen für die Unternehmen zu schaffen.

Mit dem personellen Neustart und einer klar formulierten politischen Agenda setzt der BVDM damit ein deutliches Signal: Die Druck- und Medienbranche will ihre Zukunft aktiv gestalten und ihre Stimme in der politischen Diskussion noch stärker einbringen. ◘

Das neue Präsidium des BVDM setzt sich wie folgt zusammen:

Präsident:
Dr. Bertram Stausberg, Axel Springer Print Management GmbH

Vizepräsident und Schatzmeister:
Stefan Mail, Mail Druck + Medien

Vizepräsident:
Dr. Steffen Leistner, Druckerei Zschiesche GmbH

Mitglieder:
- Kirsten Hommelhoff, Bundesverband Druck und Medien e. V.
- Holger Busch, Verband Druck und Medien Bayern e. V.
- Oliver Curdt, Verband Druck und Medien Nord-West e. V.
- Philipp von Trotha, Verband Druck und Medien NordOst e. V.

NACHHALTIGKEIT beginnt vor dem Druck

mediaprint solutions setzt auf eine bedarfsgerechte Produktion. Nachhaltigkeit in der Druckindustrie wird häufig über Papierqualitäten, CO_2-Bilanzen, Druckfarben oder Energieeffizienz definiert. All diese Faktoren sind wichtig. Doch weit vor der Produktion gibt es einen ebenso wichtigen Hebel: die Entscheidung, was, in welcher Auflage und wie produziert wird.

Genau hier setzt das Konzept der bedarfsgerechten Produktion von mediaprint solutions an. Das Unternehmen aus Paderborn hat sich auf Broschüren, Bedienungsanleitungen und Bücher spezialisiert – Druckwerke, die zu den dynamischsten überhaupt gehören.

Maschinen werden kontinuierlich weiterentwickelt, Software erhält regelmäßige Updates, regulatorische Anforderungen verändern sich ständig, Wissen veraltet schnell. Gleichzeitig erwarten die Kunden maximale Versorgungssicherheit bei minimalen Lagerbeständen.

Bedarf statt Prognose

Viele Unternehmen produzieren Drucksachen noch immer nach dem Prinzip der Vorratsproduktion. Die benötigten Mengen werden prognostiziert, gedruckt und eingelagert. Dieses Modell funktionierte über Jahrzehnte zuverlässig, stößt jedoch angesichts kürzerer Produktlebenszyklen zunehmend an seine Grenzen.

Statt Druckprodukte auf Basis langfristiger Prognosen zu fertigen, werden bei mediaprint solutions für jede Anforderung die wirtschaftlich und ökologisch passenden Produktionsformen ausgewählt und intelligent miteinander verbunden. Produziert wird nicht mehr für einen vermuteten zukünftigen Bedarf, sondern möglichst nah am tatsächlichen Einsatzzeitpunkt. Dadurch sinken Überproduktionen ebenso wie Lagerbestände und Vernichtungsquoten.

Nachhaltigkeit entsteht dabei nicht allein durch einen ressourcenschonenden Druckprozess, sondern vor allem dadurch, dass Papier, Energie und Transportleistungen nur dann eingesetzt werden, wenn sie tatsächlich benötigt werden.

Vier Produktionswelten – ein System

mediaprint solutions verfolgt hierfür ein Produktionsmodell, das vier unterschiedliche Auflagenbereiche miteinander verbindet. .

Auflage 1: Hier entstehen hochindividualisierte Dokumentationen exakt zum Zeitpunkt des Bedarfs – beispielsweise kundenindividuelle Bedienungsanleitungen im Maschinenbau. Über digitale Schnittstellen werden Druckaufträge direkt aus ERP- oder SAP-Systemen ausgelöst.

Die Kleinstauflage: Sie eignet sich insbesondere für Sondermaschinen, Exportvarianten oder Produkte mit geringen Jahresstückzahlen. Unternehmen können einzelne Sprachversionen oder spezielle Dokumentationen wirtschaftlich produzieren, ohne umfangreiche Lagerbestände aufbauen zu müssen.

Die Kleinauflage: Für regelmäßige Serien mit häufigen Produktänderungen ist die Kleinauflage ein interessanter Mittelweg. Moderne Inkjet-Rollen-Technologien ermöglichen Produktionskosten, die sich dem klassischen Offsetdruck annähern, gleichzeitig aber deutlich mehr Flexibilität bieten.

Die Großauflage: Bei langfristig stabilen Serien kommt die Großauflage zum Einsatz. Hier bleibt der Offsetdruck aufgrund seiner Skaleneffekte weiterhin die wirtschaftlichste Lösung. Ein intelligentes Lager- und Versorgungssystem sorgt dafür, dass Bestände automatisiert gesteuert und bedarfsgerecht bereitgestellt werden.

Das Ergebnis ist kein Entweder-Oder zwischen Digital- und Offsetdruck, sondern ein durchgängiges Produktionsmodell, das sämtliche Auflagenbereiche miteinander verbindet.



Starke Gruppe – zusätzliche Kompetenz für Druckunternehmen

Zur mediaprint GRUPPE gehört außerdem der Standort Calbe (Saale), der sich auf die industrielle Buchherstellung spezialisiert hat. Mit Leistungen wie Deckenherstellung, Deckenprägung, Fadenheftung und kompletter Buchfertigung ist der Standort ein verlässlicher Produktionspartner für Druckereien und Verlage in ganz Deutschland. Damit bietet die Unternehmensgruppe ein Leistungsportfolio auch in der hochwertigen Weiterverarbeitung in allen Auflagenstufen – und dies auch für andere Druckunternehmen.

Digitalisierung als Voraussetzung

Möglich wird das Konzept der bedarfsgerechten Produktion erst durch eine weitreichende Digitalisierung der Prozesskette.

Über Schnittstellen werden Bestellungen unmittelbar aus ERP-Systemen an die Produktion übertragen. Die Produktionsdaten werden automatisch geprüft, Barcode-Systeme überwachen sämtliche Fertigungsschritte und moderne Logistiklösungen übernehmen die Versorgung der Produktionsstandorte. Dadurch werden Fehlerquoten reduziert und Durchlaufzeiten verkürzt.

Die bedarfsgerechte Produktion zahlt auf ökologische und wirtschaftliche Ziele gleichermaßen ein. Weniger Lagerbestände bedeuten eine geringere Kapitalbindung. Weniger Überproduktion reduziert Papierverbrauch, Energieeinsatz und Transportleistungen. Gleichzeitig sinken Vernichtungsquoten veralteter Dokumentationen und Bücher erheblich.



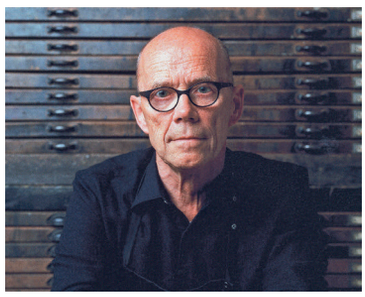
„Nicht steigende Auflagen sind die Zukunft des industriellen Drucks, sondern intelligente Produktionsprozesse, die genau das liefern, was der Markt augenblicklich braucht."

Tobias Kaase, Chief Executive Officer, mediaprint solutions

Ob industrielle Dokumentationen oder hochwertige Buchfertigung – entscheidend ist heute nicht mehr allein die Drucktechnologie, sondern die Fähigkeit, Produktionsprozesse intelligent zu vernetzen. Genau darin sieht die mediaprint GRUPPE ihre Rolle: als Partner für Industrieunternehmen, Druckereien und Verlage, der Wirtschaftlichkeit, Versorgungssicherheit und Nachhaltigkeit gleichermaßen miteinander verbindet. ◘

KURZ
MEL
DUN
GEN

Erik Spiekermann erhält Gutenberg-Preis 2026



Der Typograf, Schriftgestalter und Unternehmer Prof. Dr. h. c. Erik Spiekermann ist im Juni in Mainz mit dem Gutenberg-Preis ausgezeichnet worden. Die Ehrung der Landeshauptstadt Mainz und der Internationalen Gutenberg-Gesellschaft fand im Rahmen des Johannisfestes im Kurfürstlichen Schloss statt.

Vor mehr als 200 Gästen würdigten Oberbürgermeister Nino Haase und Laudatorin Karin Schmidt-Friderichs Spiekermanns prägenden Einfluss auf Typografie, Leitsysteme und visuelle Kommunikation. Mit seinem Projekt „Hacking Gutenberg“ setzte der Preisträger zugleich ein Zeichen für die Zukunft des Drucks: Ein typografischer „Ablasszettel“ machte auf das Berliner Druckzentrum p98a.berlin aufmerksam, das historische Drucktechnik mit digitalen Technologien verbindet.

Ebenfalls vorgestellt wurden der Jubiläumsband „Die gefährlichste Erfindung der Welt“ zum 125-jährigen Bestehen des Gutenberg-Museums sowie eine Vorschau auf den Dokumentarfilm „ERIK“, der 2027 erscheinen soll.

*info*Kompakt: Neuer Gefahrtarif der BG ETEM

Zum 1. Januar 2027 tritt der neue Gefahrtarif der BG ETEM in Kraft. Er bildet eine wesentliche Grundlage für die Berechnung der Beiträge zur gesetzlichen Unfallversicherung und wirkt sich erstmals auf die Beitragsbescheide für das Jahr 2028 aus. Für Unternehmen der Druck- und Papierverarbeitung sind nach den bisherigen Berechnungen teilweise spürbare Beitragserhöhungen zu erwarten. Gründe sind unter anderem steigende Unfall- und Heilbehandlungskosten, die sinkenden Lohnsummen gegenüberstehen. Hinzu kommen strukturelle Veränderungen in der Branche.

Im Zuge der Umstellung auf den neuen Gefahrtarif verschickt die BG ETEM derzeit Fragebögen zur Überprüfung der Zuordnung von Betrieben zu den jeweiligen Tarifstellen. Es empfiehlt sich, diese sorgfältig zu prüfen, da sie die Grundlage für die späteren Beitragsbescheide bilden.

Der BVDM informiert gemeinsam mit dem Hauptverband Papier- und Kunststoffverarbeitung (HPV) sowie Experten der BG ETEM in einer digitalen infoKompakt-Veranstaltung am 23. September von 10.00 – 11.00 Uhr über die Systematik des neuen Gefahrtarifs, die wichtigsten Änderungen und deren mögliche Auswirkungen auf die Betriebe.

Jetzt anmelden!

Kick it! Vertriebserfolg ist Teamsport



© Rolf Klatt / Michael Rumenigge

Am 13. November 2026 laden die Verbände Druck und Medien zum Vertriebskongress ins Van der Valk Airporthotel Düsseldorf ein. Unter dem Motto „Kick it! Vertriebserfolg ist Teamsport“ erhalten Unternehmer, Geschäftsführer und Vertriebsverantwortliche praxisnahe Impulse für einen erfolgreichen Vertrieb.

Ein Höhepunkt des Kongresses ist der Vortrag von Michael Rummenigge. Der ehemalige Fußballprofi und Unternehmer zeigt, welche Erfolgsprinzipien Spitzenteams erfolgreich machen – und wie sich diese auf moderne Vertriebsteams übertragen lassen. Ergänzt wird das Programm durch weitere renommierte Referenten, Best-Practice-Beispiele und viel Raum für den Austausch mit Branchenkollegen.

Kombi-Angebot für Kurzentschlossene:
Vom 29. bis zum 30. September findet im Signal Iduna Park in Dortmund der European Printing Summit statt. Wer beide Veranstaltungen kombiniert, erhält 15 % Rabatt auf das Ticket zum Vertriebskongress und 20 % Rabatt auf das EPS-Ticket.

Hier geht es zur Anmeldung:
www.vdmnw.de/vertriebskongress-2026

EyeC quality control systems

100 % Qualität für Ihren kompletten Druckprozess

■ Druckvorstufen-Prüfung



Proofiler Graphic Connect

■ 100 % Kontrolle (inline)



ProofRunner

■ Druckmuster- & Waren-eingangs-Kontrolle

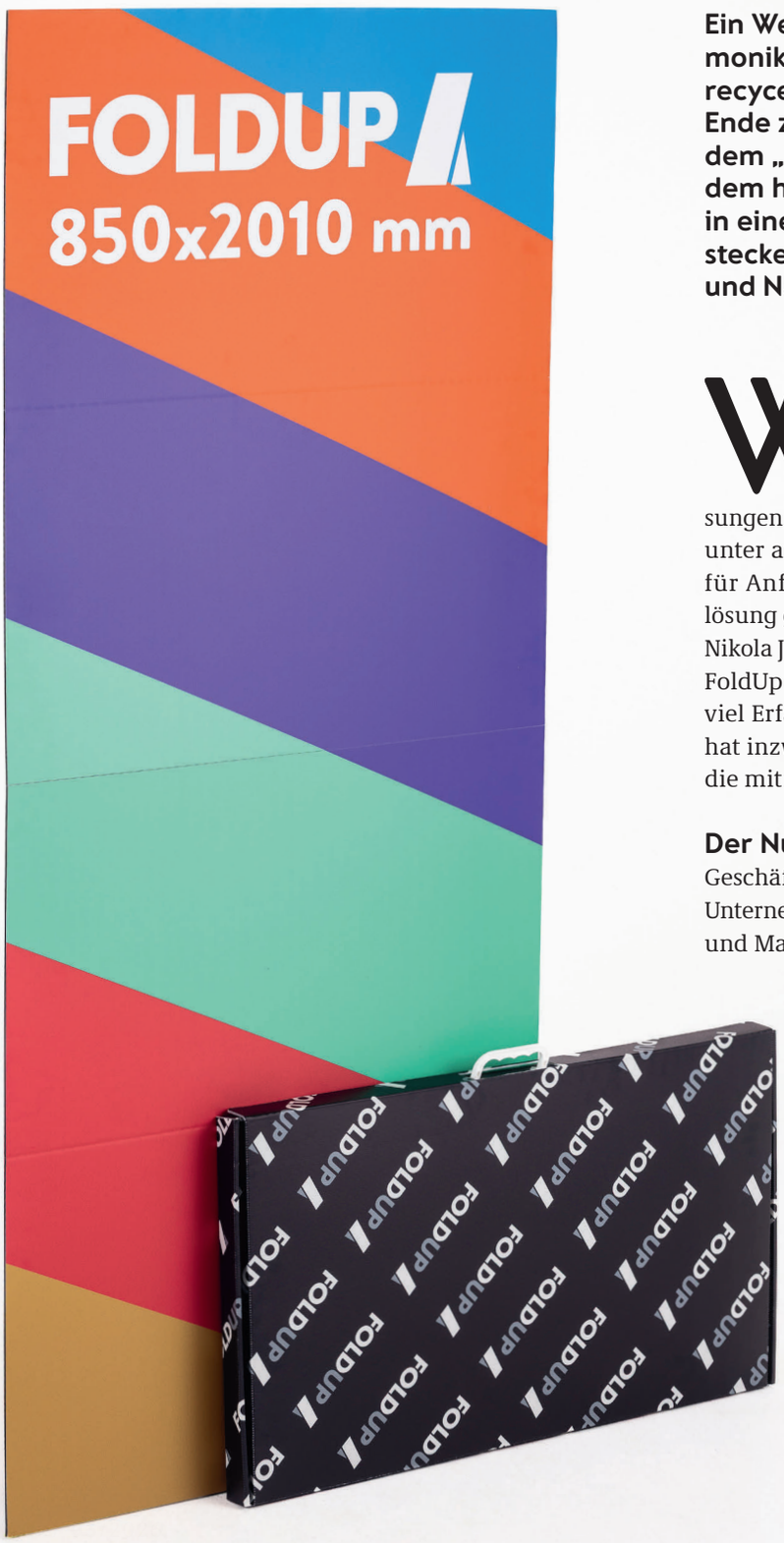


Proofiler

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

EyeC.com

Gefaltet, bedruckt, kreislauffähig



Ein Werbedisplay, das sich wie eine Ziehharmonika zusammenlegen lässt, aus unendlich recycelbarem Kunststoff besteht und am Ende zurück zum Hersteller wandert: Mit dem „FoldUp“ zeigt die Iffland GmbH aus dem hessischen Gelnhausen, wie viel Nutzen in einem durchdachten Druckprodukt stecken kann – und wie eng Werbetechnik und Nachhaltigkeit zusammenrücken.

Wer bei Iffland bestellt, bekommt selten etwas von der Stange. Seit 57 Jahren dreht sich beim Spezialisten für POS-Displays sowie Sieb- und Digitaldruck alles um Lösungen, die es so noch nicht gibt. „Die Kunden kommen unter anderem zu uns, weil sie wissen, dass wir auch für Anforderungen, für die es noch keine Standardlösung gibt, eine passende Lösung entwickeln“, erklärt Nikola Jurišić, im Unternehmen für die Entwicklung des FoldUp verantwortlich. Aus einer Kundenskizze und viel Erfahrung entwickelt Iffland neue Produkte und hat inzwischen eine Schatzkiste an Lösungsansätzen, die mit jedem Projekt wächst.

Der Nutzen: Beratung, Material, Tempo

Geschäftsführer Enrico Amato beschreibt die Stärke des Unternehmens so: „Wir haben eine sehr hohe Beratungs- und Materialkompetenz. Sie reicht über das klassische Druckprodukt hinaus – bis beispielsweise hin zu perforierten Deflektoren, die die Luft von Klimaanlagen umlenken, damit sie die Mitarbeitenden nicht direkt trifft.“ Für die Kunden zählt vor allem „eine Mischung aus Zuverlässigkeit und Flexibilität“: Ob ein Rollout für den Point-of-Sale 100 oder 3000 Filialen umfasst, ob einzelne Standorte selbst bestellen oder Ware vorkommissioniert ans Zentrallager geht – Iffland ist auf alle Szenarien vorbereitet und übernimmt auch die Logistik für seine Kunden.

Ebenso wichtig ist das Tempo. Von der Idee über Skizze, Handmuster und technische Zeichnung bis zur Stanze und zum

bedruckten Prototyp vergehen oft nur zwei bis drei Tage. Möglich macht das ein eingespieltes Team: „Jeder ist mit diesem Prozess vertraut, die Abstimmungswege sind kurz“, sagt Jurišić. „Deshalb brauchen wir nicht viel Zeit, um komplexe Produkte von Anfang an zu entwickeln.“ Für den Kunden heißt das: individuelle Lösungen, ohne lange Warteschleifen.

Vom Bodenaufkleber zum FoldUp

Die Idee zum FoldUp entstand aus einem ganz anderen Kundenwunsch. Vor rund drei Jahren suchte ein nahegelegener Handballverein Bodenaufkleber fürs Parkett der Sporthalle. Iffland tüftelte den passenden Folienverbund aus – und erkannte, dass ein solches Produkt auch für andere Vereine interessant sein könnte: ein Webshop musste her. Als weitere Produkte, die im Webshop angeboten werden konnten, lagen Roll-up-Displays nahe. Da Iffland bisher keine Roll-ups produziert hatte, musste nun entschieden werden, ob man sie zukaufen oder selbst produzieren wollte. Da viele Produkte des Unternehmens – wie beispielsweise große Displays – aus stabilen Polypropylen-Wabenplatten gefertigt werden, wollte man dieses Material für einen Roll-up-Ersatz verwenden. Offen blieb dann die Frage: Wie verpackt man ein starres, zwei Meter großes Display? Den Impuls gab Kollege Mathias Witte – „Was wäre, wenn wir eine Ziehharmonika-Lösung hätten?“ Zusammengefaltet ist das Display kompakt, das Versandvolumen gering. „Das war die Geburtsstunde des FoldUp“, verrät Jurišić. Ein Jahr Entwicklung und unzählige Versuche folgten, bis jede Faltung saß.

Der Nutzen für Anwenderinnen und Anwender liegt auf der Hand: ein standsicheres, hochwertig bedrucktes Display, das sich klein zusammenlegt und dadurch günstig versenden lässt. Ein eigens entwickeltes Material – vorne weiß, hinten schwarz – verhindert, dass sichtbarer Staub die Rückseite trübt. Damit die digitale Druckfarbe auf dem Kunststoff hält, war zusätzliche Entwicklungsarbeit für eine optimale Oberflächenspannung notwendig. Der werkzeuglose Aufbau erfolgt innerhalb weniger Sekunden und erleichtert den Einsatz auf Messen, am Point of Sale oder bei Veranstaltungen. Durch seinen modularen Aufbau lässt sich das Produkt zudem an unterschiedliche Anforderungen anpassen. Mit dem FoldUp zeigt Iffland, wie sich Nachhaltigkeit und Funktionalität im Bereich der visuellen Kommunikation verbinden lassen. Abgesichert ist die Eigenentwicklung inzwischen über einen Gebrauchsmusterschutz und eine, Anfang des Jahres beim Deutschen Patent- und Markenamt eingereichte Patentanmeldung; das Material wird exklusiv für Iffland gefertigt.



> „Die Kunden kommen unter anderem deshalb zu uns, weil sie wissen, dass wir auch für Anforderungen, für die es noch keine Standardlösung gibt, eine passende Lösung entwickeln.“
>
> Nikola Jurišić

Ein Kreislauf für alte Displays

Nachhaltigkeit wurde von Anfang an mitgedacht. Polypropylen, laut Jurišić „ein Kunststoff, der sich fast unendlich recyceln lässt“, kann innerhalb eines geschlossenen Kreislaufs wiederverwendet werden. Kunden schicken ihre alten FoldUps zurück, die Platten werden granuliert, eingeschmolzen und – ohne Qualitätseinbußen – zu neuen Displays verarbeitet. Für die Rückgabe gibt es fünf Prozent Rabatt auf den nächsten Einkauf, als Dankeschön für nachhaltiges Verhalten.

Zugleich wirbt Jurišić für mehr Aufklärung: Die verbreitete Gleichung „Karton gut, Kunststoff böse“ stimme bei einem unendlich recycelbaren Material nur bedingt. Für einen fairen Vergleich – etwa zwischen einem bedruckten Display und einem Digital Signage Display – brauche es belastbare Studien zum CO_2-Ausstoß über die gesamte Nutzungsdauer. Ein Anliegen, das die Verbände Druck und Medien teilen. Iffland selbst versteht das FoldUp erst als Auftakt: Das Portfolio soll um weitere Produkte wachsen, die am Ende „wirklich in den Kreislauf laufen“. ◘

Weiterbildung ohne Limit:

PRINT ACADEMY
EINEN MONAT
KOSTENLOS TESTEN!

Mit unserer Flatrate profitieren Sie mehrfach:

+ Unbegrenzte Teilnahme an über 100 Seminaren pro Jahr
+ Erfahrene und praxisnahe Referent*innen
+ Ortsunabhängige Online-Seminare
+ Passend für jede Unternehmensgröße
+ Planbare und transparenten Kosten

Worauf warten Sie? Testen Sie jetzt die Flatrate der Print Academy!

Print Academy

Ihr Ansprechpartner:
Michael Becker
Tel. 02306/20 262-34
beratung@print-academy.de
www.print-academy.de

Jetzt Frachtkosten senken!

Viele Druckereien zahlen deutlich zu hohe Frachtkosten. Die Gründe dafür sind vielseitig: Intransparenz im Tarifdschungel der Spediteure, fehlende Preisvergleichsmöglichkeiten und Unkenntnis in Bezug auf das eigene detaillierte Frachtvolumen sind kostentreibende Faktoren, die Spediteure ausnutzen. Das alles macht das Thema kostenseitig zur Blackbox.

Ab sofort können Druckereien mit dem neuen Frachtmanager von Paperconnect Abhilfe schaffen. Paperconnect analysiert das jeweilige Frachtvolumen und erstellt für die Kunden ein detailliertes Sendungsprofil, das die Voraussetzung bildet, qualifiziert und auf Augenhöhe mit Spediteuren zu verhandeln.

Das bringt nicht nur eine am Markt einzigartige Transparenz, sondern schafft bislang brachliegende Wertschöpfungspotenziale, die Betriebsergebnisse anreichern. Perfekt ergänzt werden die Leistungen durch einen Frachtkostenkalkulator, mit dem Druckereien z. B. bereits bei Auftragskalkulationen die entstehenden Frachtkosten auf den Cent genau vorab berechnen können.

DER FRACHTMANAGER

Lassen Sie sich hierzu beraten!

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

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

Der Paperconnect-Papierpreisindex Juli 2026 – ein exklusiver Service für die Verbände Druck und Medien

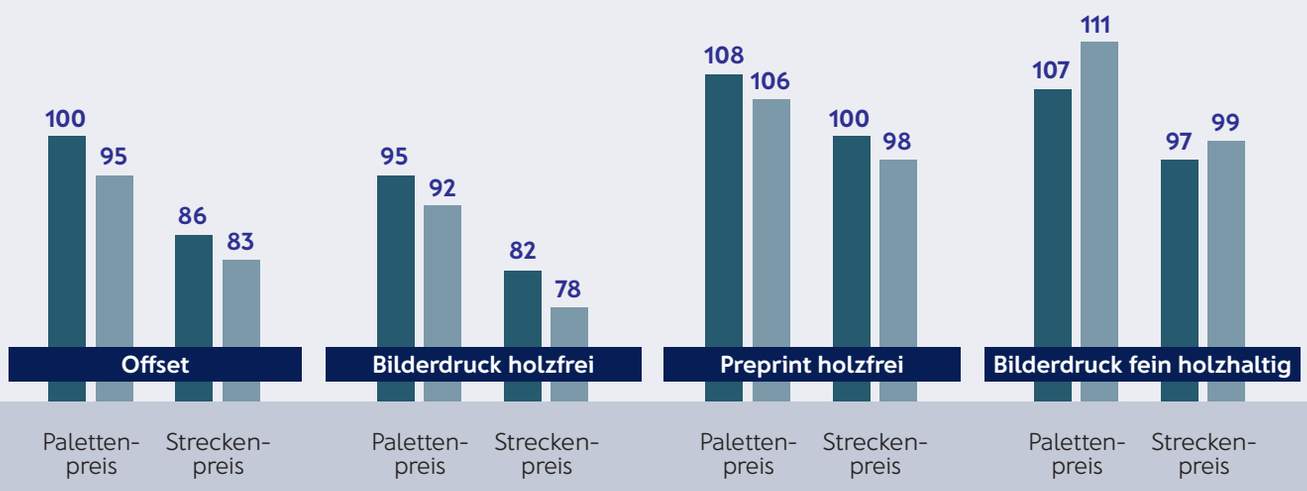
Der Papierpreisindex liefert Ihnen erste verlässliche Eckdaten über die realen Preisentwicklungen der wichtigsten Papiersortenbereiche des Papiermarktes. Er basiert auf dem größten Papiermarkt-Benchmarksystem für alle wichtigen Papiersorten des deutschen Marktes.

Der Papierpreisindex für Juli 2026 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 2025.

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



Die gelbe Karte für den Arbeitnehmer

In der Personalarbeit ist die Abmahnung ein wichtiges Instrument. Sie fungiert als „gelbe Karte“ und warnt Arbeitnehmer vor Fehlverhalten, bevor es zu gravierenden Konsequenzen wie einer Kündigung kommt.

Der Arbeitnehmer soll durch die Abmahnung nicht bestraft, sondern zu einem künftig vertragsgemäßen Verhalten angehalten werden. Gleichzeitig ist die Abmahnung im Regelfall auch notwendige Voraussetzung einer verhaltensbedingten Kündigung. Deshalb sollte der Arbeitgeber spätestens zu einer förmlichen Abmahnung greifen, wenn er davon überzeugt ist, das Arbeitsverhältnis auf absehbare Zeit beenden zu müssen. Sieht er hingegen bei einem vertragswidrigen Verhalten tatenlos zu, kann dies das (falsche) Signal an den Arbeitnehmer senden, sein Fehlverhalten werde toleriert oder verziehen. Damit eine Abmahnung wirksam ist, müssen folgende Voraussetzungen erfüllt sein:

1. Feststellung des beanstandeten Verhaltens und der Pflichtverletzung (Rügefunktion)

In der Abmahnung muss das missbilligte Verhalten so genau bezeichnet werden, dass der Arbeitnehmer klar erkennen kann, wodurch genau er seine Pflicht aus dem Arbeitsvertrag verletzt hat. Die verletzte Haupt- oder Nebenpflicht muss benannt werden. Ein unbeteiligter Dritter muss die Abmahnung ohne weitere Nachfragen verstehen können.

Tipp: Beschreiben Sie das Fehlverhalten mit Datum, Uhrzeit, Ort, Vorfall, Beteiligten und ggf. Schaden oder Auswirkungen. Alle W-Fragen müssen beantwortet werden: wann, wo, wer, was, wie, warum, welche Folgen? Pauschale Formulierungen wie wegen mangelhafter Leistungen, wegen Unzuverlässigkeit, wegen Unpünktlichkeit oder wegen Vertrauensverlusts sind unzureichend.

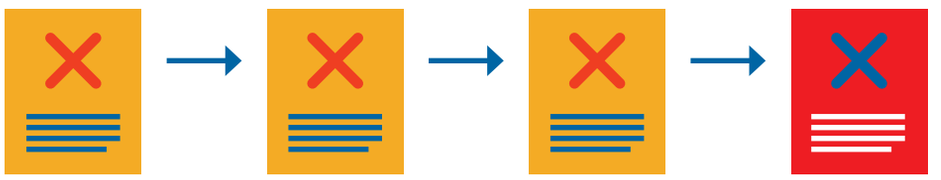
Tipp: Für jeden Verstoß sollten Sie eine separate Abmahnung erteilen. Anderenfalls kann eine Abmahnung insgesamt unwirksam sein, wenn in ihr mehrere Vertragsverstöße gerügt werden, von denen nicht alle zutreffen.

2. Aufforderung zu künftigem, vertragsgetreuem Verhalten (Ermahnungsfunktion)

Die Darstellung des künftigen vertragsgerechten Verhaltens ist wichtig, damit dem Arbeitnehmer klar ist, was künftig von ihm erwartet wird.

Beispiel: Bei Leistungsdefiziten sollten konkrete Ziele vorgegeben werden, etwa die Fehlerquote auf ein bestimmtes Niveau zu senken. Zudem empfiehlt sich, den Arbeitnehmer im Zusammenhang mit einem abgemahnten Verstoß zu unterrichten oder nachzuschulen und dies zu dokumentieren, zum Beispiel über Arbeitsanweisungen, Sicherheitsbestimmungen etc.





Hinweis: Die Zahl der erforderlichen Abmahnungen hängt stets von der Schwere des Verstoßes und den Umständen des Einzelfalls ab. Bei leichteren Verstößen gehen häufig drei Abmahnungen einer Kündigung voraus. Bei hartnäckigem, uneinsichtigem Verhalten des Arbeitnehmers kann eine Kündigung auch ohne vorherige Abmahnung zulässig sein. Durch zu viele Abmahnungen wegen gleichartiger Pflichtverletzungen kann hingegen die Warnfunktion so geschwächt werden, dass trotz eines weiteren Vertragsverstoßes nicht mehr gekündigt werden kann.

3. Hinweis auf Bestandsgefährdung des Arbeitsverhältnisses bei Wiederholung (Warnfunktion)

Der Arbeitgeber muss den Arbeitnehmer in der Abmahnung darauf hinweisen, dass bei Wiederholung des gleichen oder gleichartigen Fehlverhaltens arbeitsrechtliche Konsequenzen bis hin zur Kündigung drohen.

Frist

Grundsätzlich sind bei Ausspruch einer Abmahnung keine besonderen Fristen einzuhalten. Es wird jedoch empfohlen, die Abmahnung zeitnah nach dem Vertragsverstoß zu erteilen. Anderenfalls kann die Abmahnung unzulässig sein, da der Arbeitnehmer von einer Verzeihung oder Nichtsanktionierung ausgehen dürfte (z. B. nach sechs oder mehr Monaten).

Form

Abmahnungen können grundsätzlich mündlich oder schriftlich ausgesprochen werden, es sei denn, es ist eine bestimmte Form im Arbeitsvertrag oder in einer Betriebsvereinbarung vorgesehen. Aus Dokumentations- und Beweisgründen sollten Abmahnungen jedoch schriftlich erteilt werden.

Der Arbeitgeber ist berechtigt, die schriftlich erteilte Abmahnung in der Personalakte zu archivieren. Lässt er sich den Empfang der Abmahnung auf der für die Personalakte vorgesehenen Mehrfertigung vom Arbeitnehmer quittieren, kann er dadurch im Streitfall den Zugang der Abmahnung nachweisen.

Die Juristen der Verbände Druck und Medien unterstützen ihre Mitglieder bei der rechtssicheren Formulierung von Abmahnungen. ◘



von Anne-Kathrin Hiddemann
Syndikusrechtsanwältin
vpdm südbaden

Grafik: eamesBot – shutterstock.com

TERMINE

2026

09.10.2026
Jahrestagung dmpi
Stuttgart

07.-11.10.2026
Frankfurter Buchmesse
Frankfurt am Main

28.-29.10.2026
Symposium UV-Druck
München

29.10.2026
Druck&Medien Awards
Berlin

29.-30.10.2026
Creative Paper Conference
München

03.11.2026
IFH Media Day
Krefeld

04.-05.11.2026
Paper Summit, DIE PAPIERINDUSTRIE
Berlin

13.11.2026
Vertriebskongress 2026
Düsseldorf

2027

03.-05.03.2027
wetec
Stuttgart

09.-11.03.2027
InPrint
München

06.-09.04.2027
FESPA Global Print Expo
München

13.-14.04.2027
Online Print Summit
München

16.-18.06.2027
Deutscher Druck- und Medientag und Mitgliederversammlung Verband Druck und Medien Bayern
München

29.-30.06.2027
PRINT DIGITAL CONVENTION
Düsseldorf

NEU im Kartonstortiment bei OVOL:

MM Topliner Smart & MM MCM – Vorderseite mehrfach gestrichen, Rückseite pigmentiert, weiß/grau

MM Topliner Smart – GD Liner
| 210 und 230 g/qm
| ideal für kaschierte Wellpappe

MM MCM – Chromo-Duplexkarton GD2
| 250, 300, 350, 400, 450 und 500 g/qm
| ideal für Verpackungen im Konsumgüterbereich

Ob Konsumverpackung
oder kaschierte Wellpappe:

Die richtige Oberfläche macht den Unterschied – im Druck, in der Wirkung und im Auftritt.



OVOL

OVOL.DE



Speedmaster CX 104.
Unser globaler Bestseller.

Mit über 950 Installationen in mehr als 60 Ländern ist sie die meist verkaufte HEIDELBERG Maschine der aktuellen Generation – gebaut für Qualität, Effizienz und Verlässlichkeit. Die Speedmaster CX 104 überzeugt mit flexiblen Konfigurationen, nahtloser Integration in den Prinect Workflow und starker Performance im Alltag. Eine echte HEIDELBERG – gemacht für Druckereien, die keine Kompromisse eingehen.

heidelberg.com/de/cx104

Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH
Gutenbergring, 69168 Wiesloch, Deutschland
Telefon +49 6222 82-67456, heidelberg.com

HEIDELBERG