

**STARK**

**MACHER**



# Jahresmagazin 2023

Verband  
Druck & Medien

**BAYERN**

# Verband Druck- & Medien

**BAYERN**

Mit ihrem neuen, einheitlichen Markenauftritt zeigen die Verbände die Stärke ihrer Verbandsorganisation. Die gemeinsame Marke ist das logische Resultat einer Verbindung, die sich in den vergangenen Jahren eindrucksvoll verstärkt hat. Mit Leidenschaft setzen die Verbände – ebenso wie unsere geschätzten Mitgliedsunternehmen – auf Zusammenhalt, Kooperation und Bündelung ihrer Kräfte. Gemeinsam haben wir die Print Academy ebenso wie eine bundesweite Beratungsgesellschaft ins Leben gerufen. Mit vereinten Kräften machen wir uns stark für zentrale Branchenthemen wie die Nachwuchsgewinnung und Nachhaltigkeit. Gemeinsam bündeln wir die Interessen der Druckbranche gegenüber der Zulieferindustrie, den Gewerkschaften und der Politik – auf regionaler, nationaler und europäischer Ebene. Im Mittelpunkt der neuen Marke steht der Starkmacher. Er ist das Herzstück, der Markenkern. Und das ganz bewusst, denn als Verbände machen wir uns mit vielfältigen Angeboten und Services stark für die Unternehmen und die Branche. Deswegen hat es der Starkmacher auch auf den Titel des Jahresmagazins 2023 geschafft.

Der Verband Druck und Medien Bayern ist und bleibt eine herausragende und nach wie vor eigen-

ständige Gemeinschaft erfolgreicher bayerischer Unternehmerinnen und Unternehmer. Doch unter dem Dach der neuen gemeinsamen Marke zeigen wir noch deutlicher, dass die Landesverbände, der Bundesverband und die Tochtergesellschaften dieselben Werte vertreten. Mit vereinten Kräften unterstützen sie die Unternehmen in ihrer regionalen und bundesweiten Gemeinschaft gleichermaßen und vertreten ihre Anliegen kraftvoll nach außen. Gemeinsam werden wir schlagkräftiger und effizienter. Diese Kraft spiegelt sich in den klaren, selbstbewussten Farben wider und findet ihre Ergänzung in einer Symbolik, die von unvergleichlicher Stärke zeugt. Das „+“-Zeichen symbolisiert den unschätzbaren Mehrwert und Nutzen, den der Verband seinen Mitgliedern und der gesamten Branche bietet. Jetzt und in einer erfolgreichen gemeinsamen Zukunft.

Seien Sie gewiss, dass wir als leidenschaftliche Starkmacher der Druckbranche bereit sind, sämtliche Herausforderungen anzunehmen, unsere Stärke mit voller Überzeugung zu demonstrieren und gemeinsam eine erfolgreiche Zukunft zu gestalten. Viel Spaß mit unserer neuen starken Marke und einem Rückblick auf starke Veranstaltungen und Auftritte des Verbandes Druck und Medien Bayern.



Holger Busch  
Hauptgeschäftsführer



Marian Rappl  
Leiter Kommunikation



# Inhalt



## **DER STARKMACHER**

Eine gemeinsame Dachmarke für die Verbände Druck und Medien

**Seite 6**

## **ZAHLEN, DATEN, FAKTEN**

Die deutsche Druck- und Medienwirtschaft 2022/2023

**Seite 18**

## **GEMEINSAM STARK**

Holger Busch, Philipp von Trotha und Oliver Curdt im Gespräch

**Seite 22**

## **LASST STARKE MARKEN SPRECHEN**

Annika Kaltenthaler im Gespräch

**Seite 30**

## **VDMB-RÜCKBLICK**

Bayerischer Druck- und Medientag 2022

Online Print Symposium 2023

Berufsbildungsmesse Nürnberg

Ausbildungsmessen 2022/2023

VDMB auf dem Landesparteitag der Grünen

VDMB auf dem CSU-Parteitag

Jubiläumstagung VDMÖ

**Seite 36**

## **EINE STARKE GEMEINSCHAFT**

Die Unternehmen des VDMB

**Seite 50**

## **EIN STARKES TEAM**

Informationen, Beratung, Unterstützung

**Seite 52**

Ein Starkmacher ist in der Lage, die Energie, die Stärke und die Widerstandsfähigkeit einer Person, eines Unternehmens oder auch einer Branche zu erhöhen oder zu verbessern. Für die Verbände Druck und Medien steht der Starkmacher symbolisch für die gebündelte Kraft, das Selbstbewusstsein und das Engagement der Verbände für ihre Branche und deren Belange. Er setzt sich aktiv für die Stärkung und Förderung der Mitglieder sowie des Printbereichs ein und vertritt deren Interessen in vielfältiger Art und Weise. Als einzigartiger Partner bietet der Starkmacher ein umfangreiches Leistungsspektrum, darunter Austausch, Beratung, Qualifizierung und Lösungen im Netzwerk, um die Branche in eine erfolgreiche Zukunft zu führen. Sein klares Ziel ist es, den Wert von Print zu erhalten - jetzt und in Zukunft.

Visuell wird der Starkmacher begleitet von der neuen Dachmarke der Verbände Druck und Medien. Das attraktive Markenbild entfaltet eine enorme Kraft. Kurz: Eine starke Bühne, die Raum für die starken Verbände bietet. Die Idee

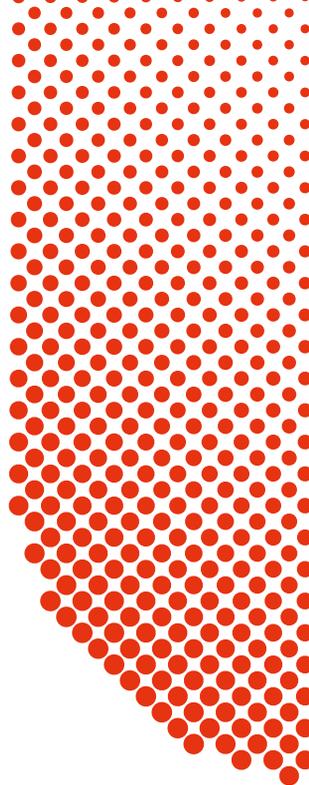
des „Starkmachers“ und der großen Gemeinschaft spiegelt sich zum Beispiel im Pluszeichen des Logos wider. Dabei funktioniert das gesamte Brand Design mit einem klaren Logoprinzip im Kern und der differenzierenden Markenfarbe „Bright Red“ wie ein Baukastensystem: Die flexible Kombination der einzelnen Bestandteile eröffnet einen großen Gestaltungsspielraum von sachlich-ruhig bis mutig-emotional und ermöglicht so unterschiedliche, aber trotzdem einheitliche Umsetzungen.

In diesem neuen Auftritt verschmelzen die DNA, das Wissen und die Kompetenzen der Verbände Druck und Medien zu einem selbstbewussten und klaren Erscheinungsbild. Es ist ein echter Starkmacher entstanden, der sich als Partner der Unternehmen der Welt selbstbewusst und unübersehbar zeigt - für Print und für die Unternehmen der Branche. In der Kommunikation der Verbände und auf deren Webauftritten zeigt der Starkmacher bereits selbstbewusst sein Gesicht. Jetzt ist es an der Zeit, den Starkmacher näher kennenzulernen.



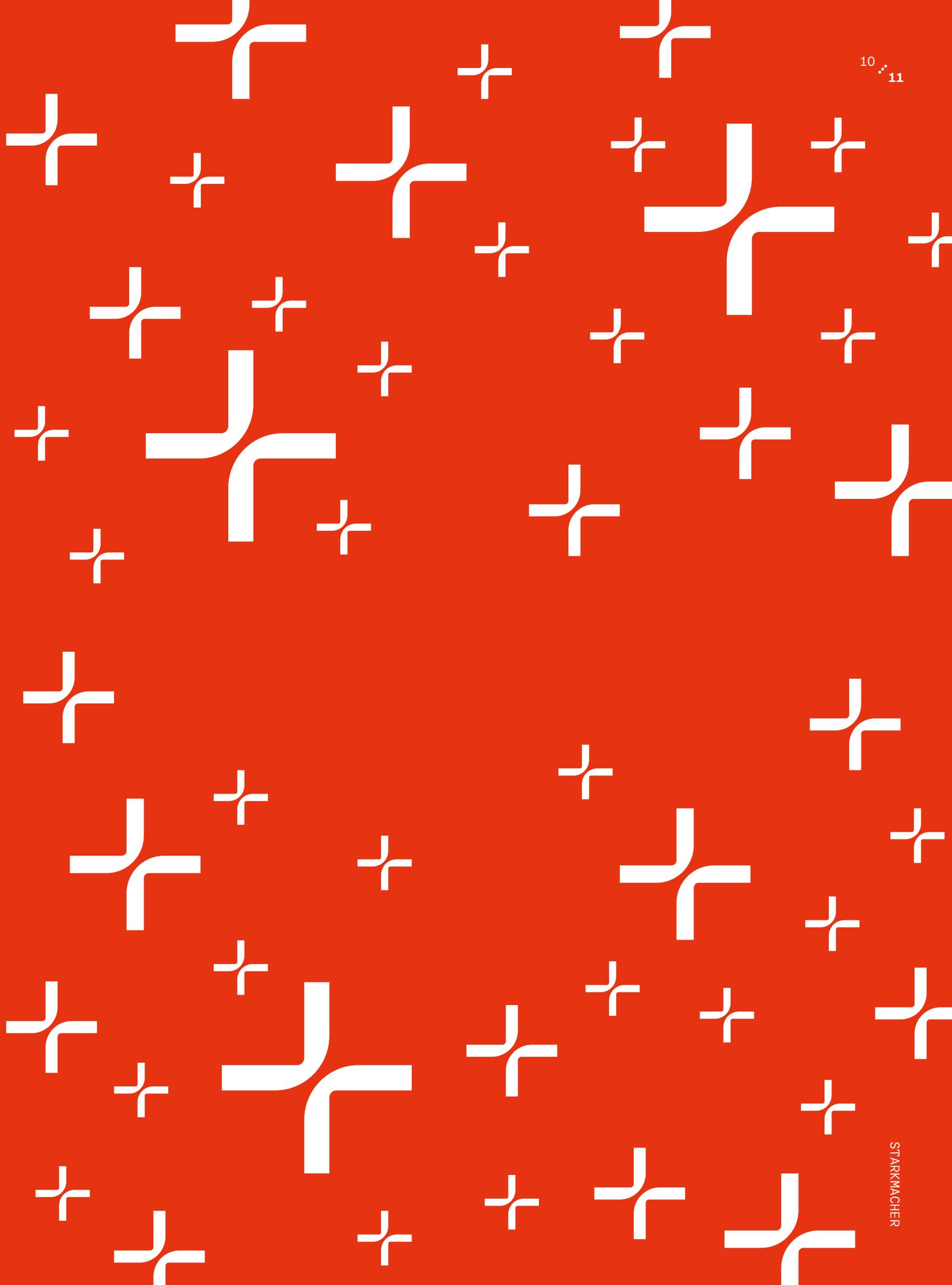
Das Plus ist  
das zentrale  
Designelement.  
Das Bildzeichen  
steht für den  
Mehrwert und  
Nutzen des  
Verbandes.





Es nimmt  
gleichzeitig  
visuellen  
Bezug zur Druck-  
branche und  
symbolisiert  
unsere starke  
Gemeinschaft.





Die Farbe Bright Red ist die wichtigste Markenfarbe und differenziert uns vom Wettbewerb.

Sie steht für Frische,  
Nähe, Modernität, Optimismus  
und Gemeinschaft.



**PANTONE®**

Bright Red C

Bright Blue  
C 100  
M 60  
Y 0  
K 0

Deep Blue  
C 100  
M 70  
Y 0  
K 60

Bright Purple  
C 65  
M 70  
Y 0  
K 0

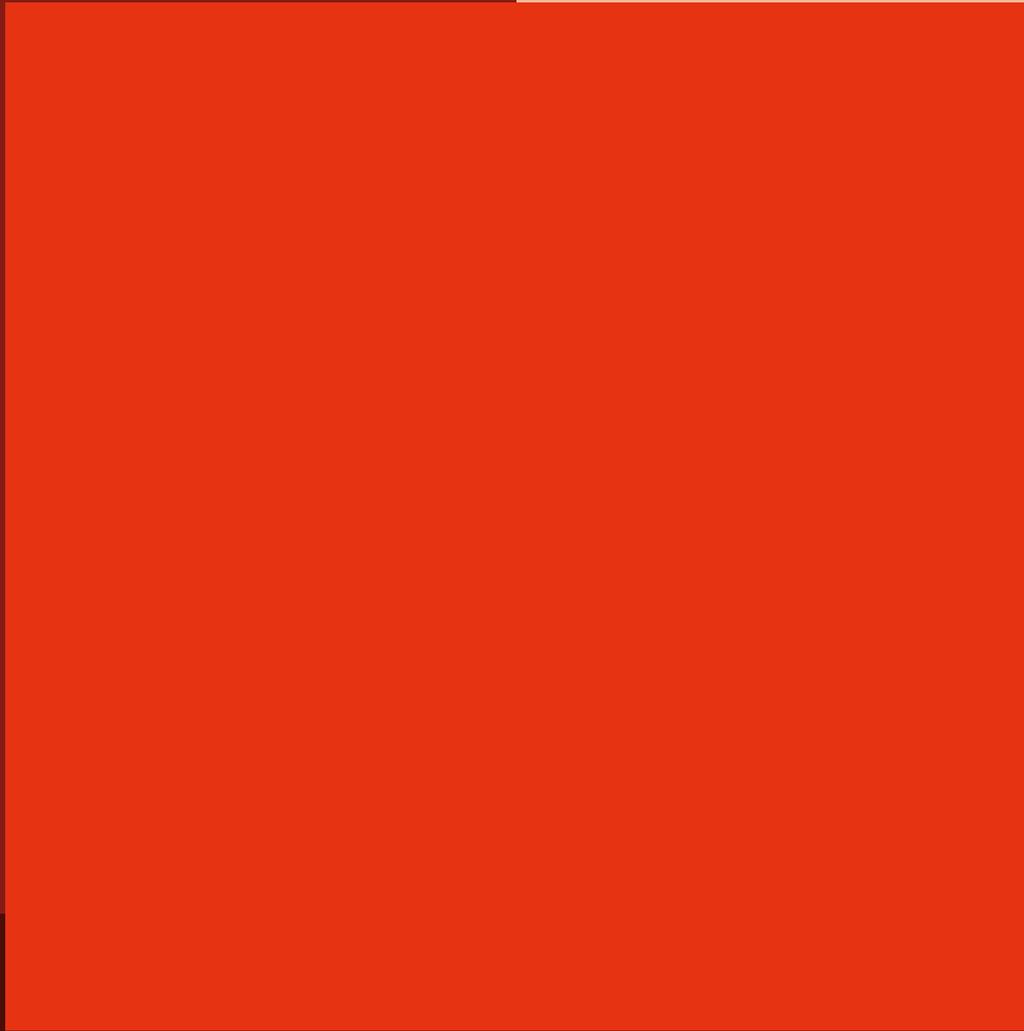
Deep Purple  
C 90  
M 100  
Y 10  
K 0

Bright Pink  
C 0  
M 40  
Y 0  
K 0

Deep Pink  
C 45  
M 100  
Y 40  
K 25

Dark Red  
C 35  
M 100  
Y 100  
K 30

Light Red  
C 0  
M 35  
Y 40  
K 0



Deep Red  
C 40  
M 100  
Y 90  
K 70

# Verband Druck- & Medien

Verband  
Druck- & Medien

BAYERN

Bundesverband  
Druck- & Medien

DEUTSCHLAND

Verband  
Druck- & Medien

BAYERN

Verband  
Druck- & Medien

NORDOST

Verband  
Druck- & Medien

BAYERN

Verband  
Druck- & Medien

NORDWEST

Verband  
Druck- & Medien

BAYERN

Verband  
Druck- & Medien

AKADEMIE BAYERN

Verband  
Druck- & Medien

BAYERN

Die Dachmarke strahlt Selbstbewusstsein aus und stellt die Gemeinschaft in den Fokus. Die Landesverbände präsentieren sich, als Ergänzung zur übergreifenden Wortmarke, auf einer prägnanten Bühne.

Verband  
Druck-Medien

HESSEN

Verband  
Druck-Medien

BAYERN

Verband  
Druck-Medien

MITTELDEUTSCHLAND

Verband  
Druck-Medien

Verband  
Druck-Medien

BAYERN

Verband  
Papier-Medien

SÜDBADEN

Verband  
Druck-Medien

BAYERN

Verband  
Druck-Medien

AKADEMIE NORDWEST

Verband  
Druck-Medien

BAYERN

Verband  
Druck-Medien

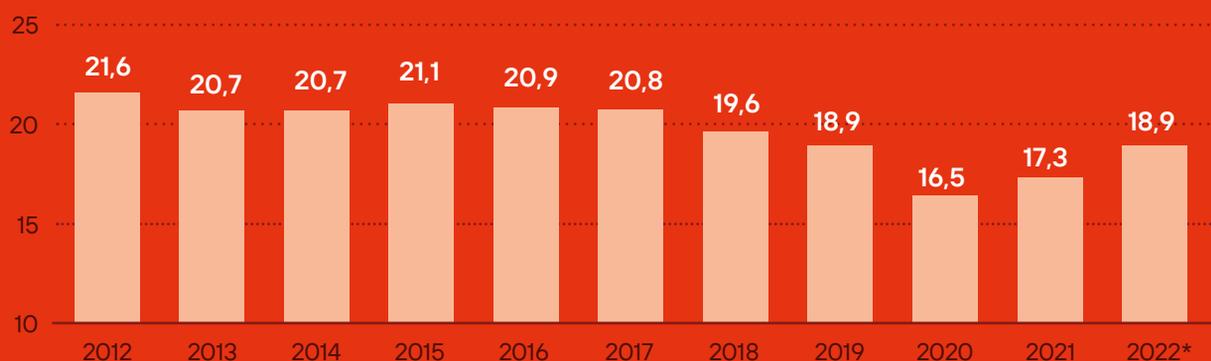
BERATUNG

# Zahlen, Daten, Fakten

Die deutsche Druck- und Medienwirtschaft bewies 2022 trotz schwieriger Marktbedingungen große Stärke.

## Umsatzentwicklung

Umsatz in der Druck- und Medienwirtschaft in Milliarden Euro



Berichtskreis: Unternehmen mit mehr als 22.000 EUR Jahresumsatz  
Quelle: Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Bundesamts, Datenstand: April 2023

\* Prognose des bvd/m

# Auszubildende

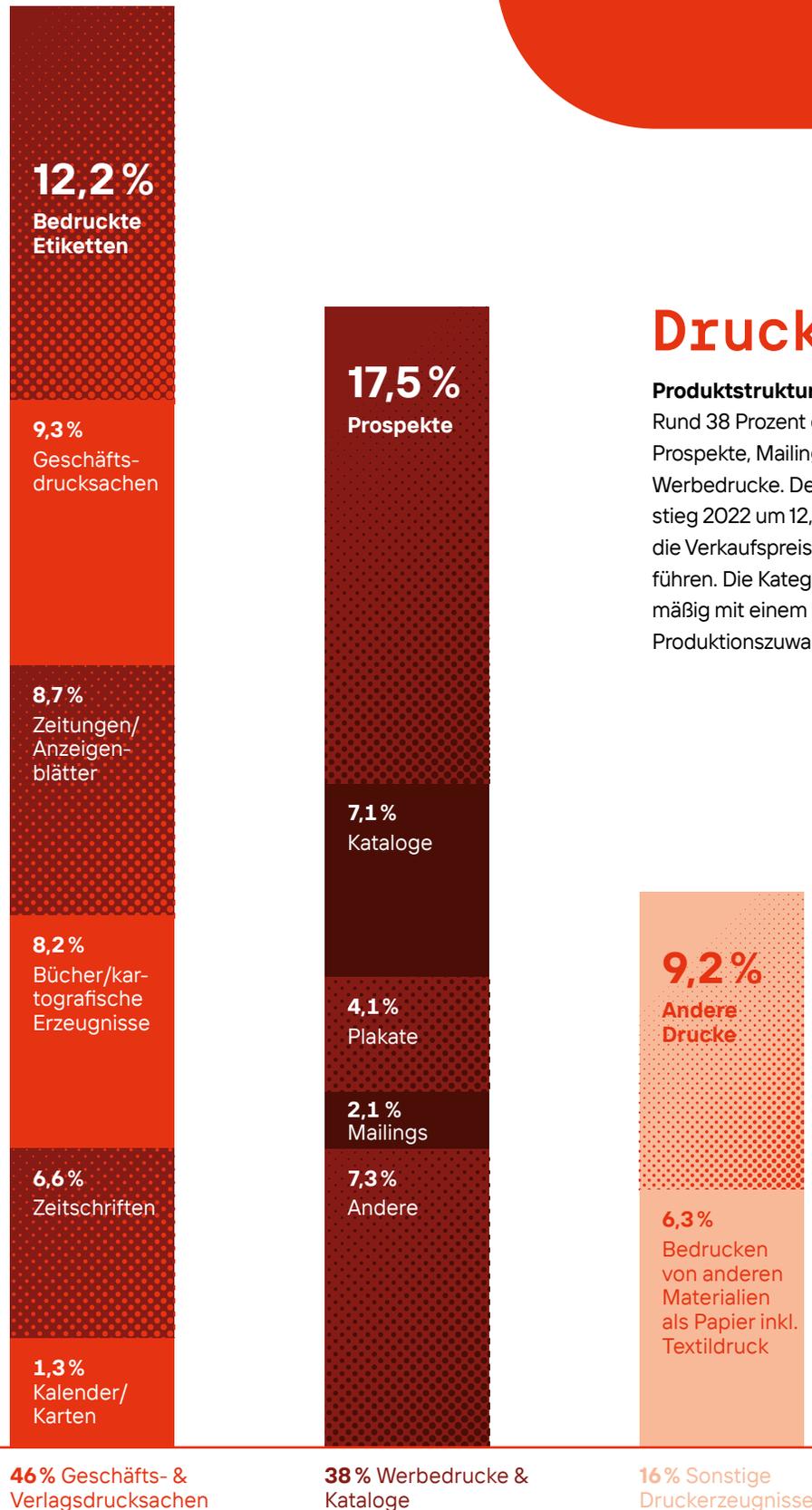
Gesamtausbildungsverträge 2022

**8.723**

Azubis

**110.523**

Beschäftigte



## Druckerzeugnisse

### Produktstruktur 2022

Rund 38 Prozent der Druckerzeugnisse sind Kataloge, Prospekte, Mailings, Geschäftsberichte, Plakate und andere Werbedrucke. Der Produktionswert der Druckerzeugnisse stieg 2022 um 12,5 Prozent an. Ein Großteil davon ist auf die Verkaufspreiserhöhungen des letzten Jahres zurückzuführen. Die Kategorie der Prospekte erzielte dabei wertmäßig mit einem Plus von rund 19,4 Prozent den größten Produktionszuwachs im Vorjahresvergleich.

Aufgrund der Revision des Güterverzeichnis für Produktionsstatistiken (GP) ist ein Vergleich mit den Jahren vor 2019 nur noch bedingt möglich · Vorläufige Werte Rundungsdifferenzen möglich · Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten  
Quelle: Statistisches Bundesamt · Datenstand: April 2023 · Berechnungen: bvdm

# Betriebsstruktur

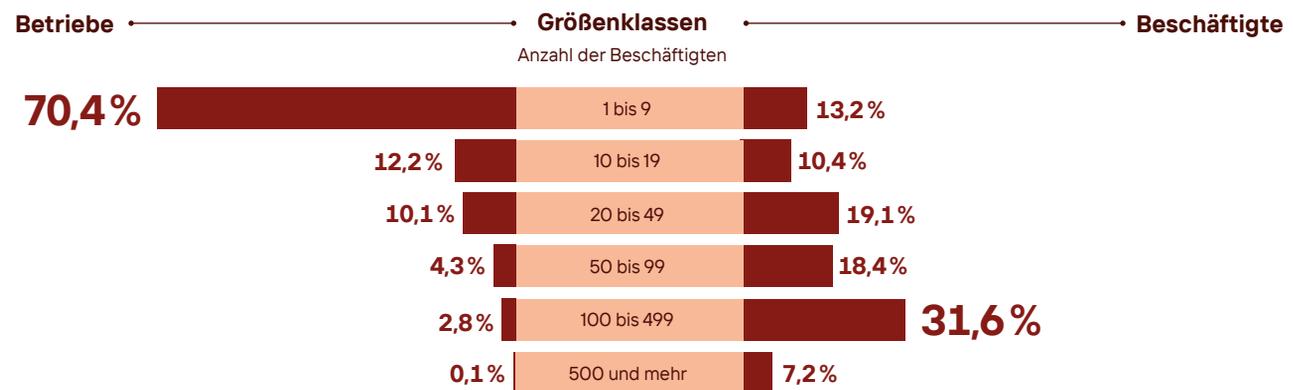
Betriebs- und Beschäftigtenstruktur 2022

**6.853**

Betriebe insgesamt

**110.523**

sozialversicherungspflichtig Beschäftigte insgesamt



Rundungsdifferenzen sind möglich  
 Berichtskreis: Betriebe ab einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten  
 Quelle: Bundesagentur für Arbeit · Stichtag: 30.06.2022 · Berechnungen: bvd/m

46%  
Online und  
Mobile

34%  
Print

20%  
Fernsehen  
und andere

- 10,1% Postalische Direktwerbung
- 6,6% Tageszeitungen
- 5,3% Fachzeitschriften
- 4,9% Anzeigenblätter
- 3,1% Außenwerbung
- 2,5% Publikumszeitschriften
- 1,1% Verzeichnismedien
- 0,4% Wochen- & Sonntagszeitungen

## Der Werbemarkt in Deutschland

### Netto-Werbeeinnahmen 2022

Die Netto-Werbeeinnahmen 2022 erzielten laut ZAW insgesamt 25.685 Mio. Euro (Vorjahr: 25.833 Mio. Euro), ein Minus von 0,6 Prozent. Der Bereich Print erzielte 8.706 Mio. Euro (Vorjahr: 8.858 Mio. Euro), ein Minus von 1,7 Prozent.

Vorläufige Werte · Rundungsabweichungen möglich  
 Quelle: Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft (ZAW)  
 Datenstand: Mai 2023 · Berechnungen und Darstellung: bvd/m

# SEITEN WENDE

**160** JAHRE  
papierbegeistert

2023. Und es geht rund: Nach bewegten und unglaublich spannenden 160 Jahren auf dem Geschichtsbuchdeckel schreiben wir fleißig und inspirierter denn je weiter an der eigenen Erfolgsstory. Sie beginnt im Jahr 1863 mit der Gründung durch Carl Berberich. Sie erzählt von unbeirrbarem Mut, von Expansion, Zerstörung und Wiederaufbau. Vom Geist des Bewahrens und der Kraft der Neuerfindung. Von Menschen, die das Familienerbe prägen und mit Herz und Verstand weiterführen. Von der nie endenden Leidenschaft und Begeisterung für Papier. Dem Rohstoff, auf dem unsere Geschichte Seite für Seite, Kapitel für Kapitel fortgeschrieben wird. Wer mehr davon möchte: Bitte weiterblättern ...

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



# Gemeinsam stark

Die Geschäftsführer der Verbände Druck und Medien Bayern, NordOst und Nord-West, Holger Busch, Philipp von Trotha und Oliver Curdt, im Gespräch.

Die Verbände Druck und Medien stellen sich effizient und schlagkräftig für die Zukunft auf, um auch in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten ihren Mitgliedern erstklassige Services bieten zu können. Dafür bündeln sie ihre Kompetenzen und steigern mit einer gemeinsamen Dachmarke bundesweit ihre Sichtbarkeit.

### Die Druck- und Medienbranche wandelt sich rasant. Was bedeutet das für die Verbände Druck und Medien?

**Curdt:** Unsere Branche erlebt seit vielen Jahren einen fast schon dramatischen Wandel. Es geht um einen tiefgreifenden Transformationsprozess, der vor allem von einer wachsenden Digitalisierung, einem veränderten Kundenverhalten und einer anhaltenden Konsolidierung geprägt ist.

**Trotha:** Ganz zu schweigen von den zwei Corona-Jahren und den so noch nicht dagewesenen Herausforderungen durch Papierknappheit, Energiepreiserhöhung und Inflation. Das forderte die Unternehmen in einer bis dahin noch nicht gekannten Intensität.

**Busch:** Und wie die Märkte und die Unternehmen sich ändern, müssen sich auch die Verbände ständig anpassen. Neue Themen beeinflussen unsere Aufgaben und Services. Dass wir als Verbände dies grundsätzlich beherrschen, haben wir vor allem in der Corona-Zeit bewiesen. Aber wir dürfen in der Veränderung nicht nachlassen. Stillstand ist auch hier Rückschritt.

### Was heißt das konkret?

**Busch:** Bereits 2020 haben unsere drei Verbände ein Reformprojekt angestoßen, das zum Ziel hatte, die grundsätzliche Struktur der acht Landesverbände sowie des Bundesverbandes zukunftsfest zu machen. Wir haben uns dabei klar zur föderalen Struktur bekannt, denn die Landesverbände sind die Heimat der einzelnen Mitglieder. Hier geht es um Nähe, Netzwerk und Services vor Ort.

**Trotha:** Und um einen schlagkräftigen Bundesverband, der in Berlin sichtbar ist und der Branche in der Bundespolitik eine starke Stimme gibt. Kurz: acht starke Landesverbände und einen schlagkräftigen Bundesverband. Nicht zu vergessen Intergraf, unsere Stimme in Brüssel. Entscheidend ist aber ein deutlich stärkeres Miteinander der Verbände als in der Vergangenheit.

**Curdt:** Sehr deutlich wird das neue Miteinander im obersten Lenkungsgremium, dem Präsidium des Bundesverbandes. In diesem haben neben den drei Unternehmensvertretern und dem Hauptgeschäftsführer des bvdM nun auch drei Landesverbands-geschäftsführer ihren Sitz. Wir wollen damit die Arbeit von Haupt- und Ehrenamt, von Landesverbänden und Bundesverband noch stärker verzahnen als in der Vergangenheit, um so mehr Schlagkraft für die gesamte Verbandsorganisation zu gewährleisten.





**„Wir wollen in Zukunft  
auf allen wichtigen  
Themenfeldern noch  
effizienter und  
wirkungsvoller  
zusammenarbeiten.“**

 Oliver Curdt, Geschäftsführer  
Verband Druck und Medien Nord-West e. V.



# „Wir setzen auf Einheit und Stärke unter einer gemeinsamen Dachmarke, und nicht auf Zersplitterung.“

 Philipp von Trotha, Geschäftsführer  
Verband Druck und Medien NordOst e. V.

## Was ändert sich sonst noch?

**Curdt:** Wir wollen in Zukunft auf allen wichtigen Themenfeldern noch effizienter und wirkungsvoller zusammenarbeiten. Dazu haben wir wichtige Aufgabengebiete definiert und zu diesen dann verbandsübergreifende KompetenzCenter ins Leben gerufen.

## Zum Beispiel?

**Busch:** Für Zukunftsthemen wie Nachhaltigkeit oder Personal bündeln wir unsere Kräfte. Auch die bislang drei Beratungsgesellschaften des VDM haben wir bereits zusammengeschlossen. Damit heben wir schon jetzt Synergien, bauen Doppelarbeit ab und werden schlagkräftiger. Genau das gilt auch für unser neues KompetenzCenter Marketing/Kommunikation. Hier werden Kampagnen, Flyer, Messestände und Online-Kommunikation an einer zentralen Stelle für alle Verbände entwickelt und umgesetzt.

**Trotha:** Ein weiteres Leuchtturmprojekt ist die Print Academy, in der wir über alle Verbandsgrenzen hinweg nun einheitlich und bundesweit Online-Weiterbildung anbieten. Das ist wesentlich effizienter, als wenn jeder einzelne Landesverband etwas Eigenes entwickelt. Und wir sind erfolgreich damit. Die Zahlen zeigen, wie sehr die Unternehmen unser neues Angebot nutzen.

## Wird diese neue Gemeinsamkeit auch von außen wahrnehmbar?

**Busch:** Auch hier haben wir einen Riesenschritt unternommen. Bislang operierte jeder Verband mit seinem eigenen Logo und seiner eigenen Website. Das signalisierte vor allem Vielfalt und fehlende Zusammengehörigkeit. Von unseren Stakeholdern konnten wir damit nicht als starke und wirkungsvolle Einheit wahrgenommen werden.

**Curdt:** Und das hat sich fundamental geändert. Denn statt Logovielfalt setzen wir nun auf einen starken gemeinsamen einheitlichen Markenauftritt. Gemeinsamkeit und Zusammengehörigkeit werden nun erlebbar. Und obendrein haben wir mit der Dachmarke auch einen gemeinsamen Absender für Gemeinschaftsprojekte der Verbände.

**Trotha:** Wir setzen also auf Einheit und Stärke, und nicht auf Zersplitterung. Hier bestand daher dringender Handlungsbedarf – und das sind wir mit viel Energie angegangen. Am Ende haben sich sechs Landesverbände, der bvdm und die Beratungsgesellschaft entschlossen, künftig unter einer gemeinsamen Dachmarke aufzutreten.

### Das klingt nach einem Quantensprung.

**Curdt:** Ja, das ist es in der Tat. Dass so viele unterschiedliche Organisationen mit eigenen Traditionen und eigenen, über viele Jahre gelebten Marken eine neue gemeinsame Dachmarke entwickeln, kann man sicherlich als außerordentlich bezeichnen.

**Busch:** Schließlich müssen in den einzelnen Verbänden alle wesentlichen Akteure mitgenommen werden: die Vorstände, die Mitglieder, die Mitarbeitenden. Und alle beteiligten Verbände müssen sich auf einen einzigen Vorschlag einigen. Keine ganz leichte Aufgabe, wo doch viele Verbände mit ihrem bisherigen Markenauftritt auch recht gut gefahren sind.

**Trotha:** Umso wichtiger war es daher, den Prozess der Dachmarkenentwicklung professionell aufzusetzen und wichtige Akteure wie die Mitgliedsunternehmen aktiv einzubinden.

### Wie lief dieser Prozess ab?

**Busch:** Mit der renommierten Markenagentur Zeichen & Wunder haben wir von Anfang an einen Partner an Bord gehabt, der uns mit seiner ganzen Erfahrung sicher durch den komplexen Prozess gelotst hat. In mehreren Workshops mit Unternehmens- und Verbandsvertretern wurden so die Grundlagen unserer gemeinsamen Markenidentität gelegt.

**Trotha:** Der Prozess war wegen Corona komplett digitalisiert. Er war hervorragend strukturiert und die mitunter sehr intensiven Diskussionen haben nie in eine Sackgasse geführt. Das gesamte Dachmarkenteam ist immer gemeinsam abgebogen und das Ergebnis kann sich sehen lassen.

**Curdt:** Volle Zustimmung! Ich war mir zu Beginn nicht sicher, ob es möglich sein wird, alle Akteure immer im Boot zu haben. Doch der Konsens, der zu der neuen Dachmarke geführt hat, war stark und kam bei allen mit großer Überzeugung und von Herzen.

### Und herausgekommen ist nicht nur eine starke Dachmarke, sondern auch der Starkmacher. Was hat es damit auf sich?

**Trotha:** Unsere Markenidentität setzt sich aus vielen Werten zusammen, die uns ausmachen und prägen. Konstituierend ist vor allem die Gemeinschaft, also unser nahes Miteinander mit unseren Mitgliedern, welche den Unternehmen Gewinn und Nutzen bringt. Diese Gemeinschaft wird durch das besondere „+“ in unserem neuen Markenauftritt widergespiegelt.

**Busch:** Im Zentrum unserer gemeinsamen Markenidentität steht der „Starkmacher“. Der Starkmacher ist damit unser Herzstück, denn als Verbände machen wir uns stark für unsere Branche und unsere Unternehmen. So helfen wir den Mitgliedern, stark zu sein und zu bleiben. Ganz nach dem Motto: Starker Verband. Starke Druck- und Medienindustrie. Wir finden, das trifft es ausgezeichnet.

**Curdt:** Aus dem Starkmacher leitet sich dann auch die Gestaltung unsere neuen Dachmarke ab. Ein ins Auge stechendes, wirkungsvolles Orange in Kombination mit dem klaren und souveränen Schriftzug „Verband Druck + Medien“ bringt es auf den Punkt. So werden wir ab sofort gemeinsam wirkungsstark wahrgenommen. ❖

**„Im Zentrum unserer gemeinsamen Markenidentität steht der ‚Starkmacher‘, denn wir machen uns stark für die Branche und die Unternehmen.“**

# Alles startet mit uns.

Als 360°-Dienstleister für Papier, Verpackung, Großformatdruck und Logistik gestalten wir mit Ihnen die Zukunft der Print-Welt.

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

**inapa**

•• Annika Kaltenthaler, Creative Director bei Zeichen & Wunder, im Gespräch mit Marian Rappl vom Verband Druck und Medien Bayern

Annika Kaltenthaler studierte Design an der Hochschule für Gestaltung Schwäbisch Gmünd und ist Creative Director bei Zeichen & Wunder. Über 20 Jahre Erfahrung bei namenhaften Agenturen im Bereich Brand Design und Strategy und über 27 renommierte Design Awards zeichnen sie aus.

# Lasst starke Marken sprechen

**Annika Kaltenthaler zeigte den Verbänden Druck und Medien den richtigen Weg zur starken Marke.**

**Was macht eine starke Marke aus?**

Starke Marken erkennt man daran, dass sie etwas zu sagen haben. Sie sind relevant und haben eine Bedeutung für die Zukunft. Sie differenzieren sich von ihrem Umfeld, sind eigenständig, unverwechselbar und glaubwürdig.

**Wie entwickelt man eine starke Marke?**

Das Wichtigste für eine starke Marke ist ein solides Fundament. Und das kann man nur von innen heraus entwickeln. Am besten mit den Menschen zusammen, die tagtäglich mit der Marke arbeiten, sie sehr gut kennen und leben.

**Warum eine Marke? Was sind die Vorteile? Eine Marke für mehrere Verbände – geht das?**

Ein gemeinsamer Markenauftritt kann sehr viel Kraft entfalten; nach innen und nach außen. So erhöht die neue Dachmarke die Sichtbarkeit und die kommunikative Präsenz für alle Verbände. Die damit vermittelte Einheit sorgt zudem intern für ein starkes Zusammengehörigkeitsgefühl.

Durch die Bündelung aller kommunikativen Kräfte werden die Präsenz und der Wiedererkennungswert deutlich erhöht. So wird sichergestellt, dass die gemeinsamen Werte und Ziele einheitlich verstanden werden. Nicht zuletzt wirken sich die beschriebenen Synergieeffekte wirtschaftlich positiv aus: Ressourcen werden geschont, die Effizienz wird erhöht.

**Welche Herausforderungen gibt es, wenn man mit vielen Akteuren zu tun hat?**

Heterogene, basisdemokratische Gremien machen einen Entscheidungsprozess nicht einfach – gerade, wenn immer wieder gerne über Geschmack diskutiert wird. Besonders, wenn es konkret wird, kann es herausfordernd sein, eine für alle zufriedenstellende Lösung zu finden. Hierbei hilft ein gutes strategisches Fundament. Dieses bietet Orientierung und fungiert als Filter für alle weiteren Entscheidungen.

Neben den Herausforderungen gibt es aber auch viele Chancen: denn unterschiedliche Blickwinkel ermöglichen ein vollumfängliches Bild der Marke.

**Wie lief der Markenprozess ab?**

Das Projekt wurde in einem intensiven mehrmonatigen Prozess mit verschiedenen Modulen realisiert. Digitale Strategie- und Kreativworkshops, Management Summerys und Präsentationen bildeten die Basis für den gemeinsamen Austausch.

In der Markenentwicklung gibt es feste Meilensteine und Phasen: beginnend mit Recherche und Analyse, Brand Identity, Markenarchitektur, Naming bis hin zum Brand Design. Am Ende steht die strategische und visuelle Basis für die Umsetzung eines ganzheitlichen und individuellen Markenerlebnisses.

**Was waren die wichtigsten Faktoren, die Sie bei der Entwicklung der Dachmarke berücksichtigt haben?**

Wir haben immer das gesamte Spektrum an Anforderungen an eine Marke im Blick. Dies geht von handwerklichen Themen bis zu inhaltlich-strategischen Fragestellungen. Für die Schaffung einer neuen gemeinsamen Dachmarke ist besonders die Definition eines gemeinsamen Wertesets relevant. Und natürlich, dass die Umsetzung dann zu den definierten Werten passt und von der Zielgruppe verstanden wird.

**Wie haben Sie die verschiedenen Markennwerte der einzelnen Verbände in die Entwicklung der Dachmarke einbezogen?**

Die Vertreterinnen und Vertreter der Landesverbände wurden von Anfang an mit einbezogen. Über unsere Workshops und Diskussionsrunden konnten wir deren Input direkt berücksichtigen. Darüber hinaus wurden wir zu Beginn des Projekts großzügig mit Briefingunterlagen versorgt. Letztendlich ging es vor allem darum, ein gemeinsames Zukunftsbild zu schaffen und sich darauf zu verständigen.

**Was ist schließlich rausgekommen?**

Das Ergebnis ist ein ganzheitlicher Markenkosmos. Angefangen bei der Markenidentität, die das Fundament des visuellen Markenauftritts und der gesamten Kommunikation vom Verband Druck und Medien nach innen sowie nach außen bildet. Konkret ist entstanden: Ein Markenmodell mit Markenwerten und zugehörigen Formulierungen. Eine Vision als individuelles und großes Zukunftsbild, die die wesentlichen Themen definiert, inspiriert und motiviert. Eine Mission, die einen konkreten Handlungsauftrag formuliert und beschreibt, wie das Ziel erreicht werden kann. Und ein prägnantes Logo für alle Verbände und das einheitliche Brand Design, das die Identität in ein visuelles Bild übersetzt, das nach außen hin unverwechselbar ist. Durch dieses konsistente, einprägsame Design wird der VDM wiedererkennbarer und mit Attraktivität aufgeladen. „Starkmacher“ steht im Zentrum der Marke.

### **Was ist denn eigentlich ein „Starkmacher“?**

„Starkmacher“ kann man ganz wörtlich verstehen, denn der VDM macht sich stark für seine Branche und seine Mitglieder. Mit einem einzigartigen Leistungsspektrum bieten die Verbände Austausch, Beratung, Qualifizierung und Lösungen im Netzwerk an. Als Partner der Unternehmen setzt der VDM immer wieder Impulse und führt die Druckbranche in eine Zukunft, aus der sie nicht wegzudenken ist.

### **Wie gehen Sie bei der Gestaltung eines Markenlogos vor und welche Faktoren beeinflussen die Auswahl von Farben, Schriftarten und anderen Designelementen?**

Wir betrachten und analysieren alles, was bereits vorhanden ist, schließen Elemente aus, beziehen Learnings, Erfahrungen aus allen Verbänden mit ein und definieren im ersten Kreativworkshop genaue Ziele. Wir analysieren den Wettbewerb und entwickeln kreative Konzepte aus der Identität heraus. Die Idee des „Starkmachers“ und der großen Gemeinschaft spiegelt sich zum Beispiel im Pluszeichen des Logos wider. Das Logo strahlt Selbstbewusstsein aus und stellt die Gemeinschaft in den Fokus. Die strahlende und kraftvolle Markenfarbe „Bright Red“

differenziert den VDM vom Wettbewerb und steht für die definierten Werte. Diese sind Frische, Nähe, Modernität, Optimismus und Gemeinschaft. Die definierten Sekundärfarben bringen die Markenfarbe noch weiter zum Strahlen und bieten ihr eine plakative Bühne. Bei der Typographie wurde darauf geachtet, dass eine sauber anwendbare, perfekt konstruierte Schrift ausgewählt wird, die durch viele Schriftschnitte eine hohe Flexibilität aufweist und für alle Medien und Kanäle geeignet ist. Das gesamte Brand Design funktioniert wie ein Baukastensystem: Für die Gestaltung stehen eine Reihe definierter Layout-Elemente zur Verfügung und die flexible Kombination der einzelnen Bestandteile eröffnet einen großen Gestaltungsspielraum von sachlich-ruhig bis mutig-emotional und ermöglicht so unterschiedliche, aber trotzdem einheitliche Umsetzungen.

### **Warum ist „Verband Druck und Medien“ eine starke Marke?**

Weil sie die gesammelte Kompetenz der Regionalverbände unter sich vereint. Weil sie den vielen Verbänden und dem Bundesverband eine gemeinsame Stimme gibt. Weil sie starke Werte hat und diese auch gelebt werden.



### **Über Zeichen & Wunder**

Zeichen & Wunder verbindet schon immer Markenstrategie, Markendesign und Kommunikation im Raum – analog und digital, fundiert und wirksam. Im Ranking des IF Design Award zählt Zeichen & Wunder zu den Top Ten der erfolgreichsten Brand Design Studios der letzten fünf Jahre. Kunden sind u. a. BMW Group, Deuter, Herrmannsdorfer Landwerkstätten, München Tourismus, Landeshauptstadt München und das Sporthaus Schuster.



FLYERALARM

# Von der Druckerei – für die Druckerei



- ▲ Persönliche Ansprechpartner:innen
- ▲ Individuelle Angebote & Produktberatung
- ▲ Exklusive Konditionen & Rabatte
- ▲ Große Auswahl an zertifizierten Produkten
- ▲ Vielzahl an Veredelungsmöglichkeiten

**Wir sind für Sie da:**  
**Ihr Team Branchenconsulting für die Druckindustrie**

✉ [printers@flyeralarm.com](mailto:printers@flyeralarm.com) ☎ +49 931 465840 43

[flyeralarm.com](https://flyeralarm.com)





Wir erhalten und gestalten  
den Wert von Print.  
Jetzt und in Zukunft.



Der Vorstand des VDMB (v.l.): Oliver Stapfer,  
Andreas Ullmann, Christoph Schleuning,  
Thomas Feuerlein, Holger Busch, Thomas  
Maul und Matthias Manghofer

# Europäische Perspektiven für Print

**Auf dem Bayerischen Druck- und Medientag diskutierten die Teilnehmenden über die aktuellen Herausforderungen für die Druckindustrie.**

Der Bayerische Druck- und Medientag 2022 in Regensburg behandelte die zahlreichen Herausforderungen für viele Druckereien im Freistaat. Gerade die internationalen Krisen, wie die Pandemiebekämpfung, die Energieversorgung und der Krieg in der Ukraine, unterstreichen die Notwendigkeit, bei der Lösung von Beginn an in europäischen Dimensionen zu denken. Christoph Schleunung, Landesvorsitzender des VDDB, rief eindrücklich in Erinnerung: „Eine der wichtigsten Lehren aus den aktuellen Krisen lautet: Wir leben in einer europäischen Schicksalsgemeinschaft. Bei aller Unterschiedlichkeit dieser enormen Herausforderungen – es sind allesamt Krisen von internationaler Dimension und Tragweite. Ein starkes, handlungsfähiges Europa ist für unsere Zukunft wichtiger denn je“, so Schleunung. Er betonte aber auch, dass eine verlässlich agierende Politik unverzüglich eine langfristig bezahlbare und zuverlässige Energieversorgung in den Blick nehmen muss.

## **Entlastung statt Belastung**

Über die Zeitenwende in Europa und die damit einhergehenden Herausforderungen für die Wirtschaft in Deutschland und Bayern referierte auf dem Bayerischen Druck- und Medientag die CSU-Europa-abgeordnete Prof. Dr. Angelika Niebler: „Die Situation in Europa ist extrem angespannt. Wir müssen jetzt schnell handeln. Maßgeblich sollte jedoch sein, wie wir am schnellsten zu einer spürbaren Entlastung für unsere Bürgerinnen und Bürger und unsere Unternehmen kommen. Leben und Wirtschaften in der ganzen Europäischen Union muss bezahlbar bleiben. Entlastung statt Belastung ist das Gebot der Stunde.“

## **Print unterstützt den grünen und digitalen Wandel**

Intergraf-Generalsekretärin Beatrice Klose, die die Interessen der europäischen Druckunternehmen in Brüssel vertritt, warf in ihrem Vortrag einen Blick auf die vielfältigen Herausforderungen der Branche auf

europäischer Ebene. „Papier- und Energiekrise, aber auch steigende Umweltauflagen bedrohen Druckunternehmen in ganz Europa. Druckerzeugnisse sind unverzichtbar für die Lieferketten von Lebensmitteln und Medikamenten sowie für die Förderung von Bildung, Demokratie und Kultur. Sie fördern die Weitergabe von Informationen und die Integration in einer digitalen Welt, die nicht automatisch alle Menschen einschließt“, ist sich Klose sicher und bekräftigt: „Politische Entscheidungsträger, die Druckerzeugnisse übersehen, müssen regelmäßig an deren Bedeutung erinnert werden. Print unterstützt damit den grünen und digitalen Wandel in Europa.“

### **Schleunung als Vorsitzender wiedergewählt**

Neben der Diskussion der aktuellen Branchenthemen wurde auch der Vorstand des VDMB für drei Jahre neu gewählt. Die Mitgliedsunternehmen des Verbandes Druck und Medien Bayern bestätigten dabei Christoph Schleunung, geschäftsführender Gesellschafter der Schleunungdruck GmbH und der Druckhaus Mainfranken GmbH in Marktheidenfeld, erneut als ihren Landesvorsitzenden für weitere drei Jahre.

Der bayerische Verband nahm auf seinem Druck- und Medientag Europa in den Blick (v.l.): Beatrice Klose, Intergraf-Generalsekretärin, Christoph Schleunung, Landesvorsitzender des VDMB, Prof. Dr. Angelika Niebler, CSU-Europa-abgeordnete, und Ulrich Stetter, Präsident von Intergraf.



# Das war der Bayerische Druck- und Medientag 2022 in Regensburg



Die Partnerausstellung bot den Gästen des Bayerischen Druck- und Medientages die Gelegenheit, sich über die Produkte und Dienstleistungen der Sponsoren zu informieren, sich mit ihnen auszutauschen und zu vernetzen.

Rund 200 Teilnehmende informierten sich, diskutierten und nutzten das größte süddeutsche Branchentreffen für den intensiven Austausch.





• In einer Podiumsdiskussion sprachen Dr.-Ing. Oliver Kranert, Druckerei C.H.Beck, Thomas Reitemann, E.ON Deutschland, Dr. Jörg Sensburg, 2H GmbH & Co. KG, und Jürgen Winkler, ONLINEPRINTERS, über wichtige Branchenthemen.



• Im Rahmen des Bayerischen Druck- und Medientages haben sich auch die bayerischen Juniorinnen und Junioren das erste Mal zusammengefunden und vernetzt.



•• Bei einem feierlichen Empfang standen der Austausch und das Netzwerken im Vordergrund.

•• Beim Festabend wurde die großartige Gemeinschaft des Verbandes Druck und Medien Bayern besonders erlebbar.





# DRUCK UND DESIGN DIE KONFERENZ



**MÜNCHEN** DIE MACHEREI  
**17. OKTOBER 2023**

Faszinierende Printprodukte, spannende Impulsvorträge, praxisbezogene Workpanels und vor allem die gelungene Vernetzung von Druckern, Kreativen und Kunden – das alles bietet Druck und Design – die Konferenz.

PREMIUMSPONSOREN



GMUND



inapa



[WWW.DRUCKUNDDSIGN.ORG](http://WWW.DRUCKUNDDSIGN.ORG)

# „Evolutionsreaktor und Motor der Druckindustrie“

Das Online Print Symposium begeisterte 300 Teilnehmende aus aller Welt und lieferte wertvolle Impulse zu Nachhaltigkeit, KI und Metaverse.

„Wir haben noch viele Kapitel vor uns, die es zu schreiben gilt“, zog Robert Keane, Gründer und CEO von Cimpress, das Fazit unter seine Keynote. Die von Robert Keane beschriebene Aufbruchstimmung konnte man auf dem zehnten Online Print Symposium überall spüren: Die Jubiläumsausgabe des Leitevents der Onlineprint-Industrie setzte mit einem Themenmix, der von aktuellen Trends über Nachhaltigkeit, Mass Customization vs. Mass Production und das

Metaverse bis zur Künstlichen Intelligenz reichte, wertvolle Impulse für die erfolgreiche Zukunft der Onlineprint-Industrie. Ein besonderes Highlight des OPS 2023 war zudem die Auszeichnung des „First Pioneer of Global Online Print“, bei der mit Robert Keane und Thorsten Fischer (Gründer Flyeralarm) tatsächlich zwei Wegbereiter des Onlineprints gemeinsam auf der Bühne standen.



Onlineprint auf großer Bühne: Die Moderatoren Bernd Zipper (l.) und Jens Meyer (r.) im Gespräch mit Dr. Michael Fries, Vistaprint (2. v.l.), und Ralf Dittmann, WKS Gruppe



••• In der Start-up-Session des OPS sprühte es vor Innovation und Gründergeist. Martin Rider, Gründer von ayke, berichtet mit Begeisterung von seinen Ideen.

#### **KI: Die größte Revolution nach Gutenbergs Druckerpresse?**

Die OPS-Bühne bot in diesem Jahr auch den Rahmen für das Thema Künstliche Intelligenz. Mit Dominik Haacke und Tobias Kaase von der mediaprint solutions GmbH gaben zwei Experten Einblick in die Umsetzung eines eigenen KI-Projektes. Die von ihnen entwickelte KI erlaubt es, Aufträge bereits im Vorfeld zu planen und zu optimieren. So ist es möglich, Prozesse und Produktion vorausschauend zu steuern und auf diesem Weg Zeit und Ressourcen zu sparen. Apropos Innovation: Die gab es auch in den Insight Pitches in geballter Form. Denn auch in diesem Jahr haben sechs spannende Start-ups ihre Geschäftsideen vorgestellt.

Jörg Schieb, Digitalexperte der ARD und Fachbuchautor, half in seiner Closing Keynote des Online Print Symposiums 2023, die aktuellen Entwicklungen rund um ChatGPT-4, Sprachmodelle und Bildergeneratoren einzuordnen, und erklärte, welche Innovationskraft in diesen Technologien steckt und warum diese für die Zukunft von enormer Bedeutung sind. Denn eines ist ganz sicher: „Künstliche Intelligenz ist gekommen, um zu bleiben!“, davon ist Schieb überzeugt.

#### **Der Countdown zum OPS 2024 ist bereits gestartet**

„Die Stimmung auf dem zehnten Online Print Symposium war großartig – und toppt alle unsere Erwartungen. Wer sieht, wie intensiv hier die Themen



••• Volles Haus beim 10. Online Print Symposium 2023 im Science Congress Center Munich. Das wichtigste Event der Onlineprint-Industrie zieht Branchengrößen wie Newcomer gleichermaßen an und bietet eine internationale Plattform zum Austausch.

diskutiert und neue Kontakte geknüpft werden, der versteht auch, warum Onlineprint der Motor für die gesamte Druckindustrie ist“, resümierte Moderator und Mitveranstalter Bernd Zipper. Und Jens Meyer ergänzt: „Auf dem OPS trifft sich das Who is Who des Onlinedrucks. Ein internationaler Treffpunkt für alle, die sich für Onlineprint begeistern. Und der schönste Erfolg ist, wenn die Teilnehmenden zum Abschied sagen: Wir sehen uns beim OPS 2024!“

**Der Termin für das nächste OPS steht bereits fest: Am 14. und 15. März 2024 wird sich die Onlineprint-Community wieder im Science Congress Center in München-Garching treffen. Diesen Termin sollten sich alle schon jetzt im Kalender markieren.**

# Auszeichnung für besonders gelungene Berufsorientierung

Das Engagement des Verbandes Druck und Medien Bayern in der Nachwuchsgewinnung wurde von der Bayerischen Staatsregierung im Rahmen der Ausbildungsmesse Berufsbildung in Nürnberg ausgezeichnet: Der Verband erhielt einen Preis für seine „besonders gelungenen Berufsorientierungsveranstaltungen und -maßnahmen“. Im Rahmen seiner Nachwuchsarbeit bietet der Verband ein breites Portfolio an Maßnahmen zur Berufsorientierung und Nachwuchsgewinnung. Zum einen stellt er breit gefächerte zielgruppengerechte Informationen digital und gedruckt über die Ausbildungsberufe und die beruflichen Perspektiven in der Druck- und Medienwirtschaft zur Verfügung. Er informiert Ausbildungs- und Berufsberater in Kooperation mit

der Bundesagentur für Arbeit in allen bayerischen Bezirken – jeweils in Kooperation mit Mitgliedsunternehmen. Zudem ist er auf zahlreichen Ausbildungsmessen mit Ausbildungsbetrieben für Jugendliche sowie mit Eltern und Lehrern in ganz Bayern präsent. Die bayerische Arbeitsministerin, Ulrike Scharf, zeigte sich begeistert: „Sie zeigen, wie Motivation und Begeisterung für eine duale Ausbildung geht! Mit neuen Wegen und innovativen Ideen schaffen Sie es, junge Menschen nicht nur zu informieren, sondern für eine Ausbildung zu begeistern. Gerade im Hinblick auf den hohen Fachkräftebedarf müssen wir alles unternehmen, um junge Menschen auf ihrem Weg ins Berufsleben bestmöglich zu unterstützen.“



••• Voller Freude nehmen Verena Rembeck, Christoph Görke und Marian Rappi für den VDMB den Preis samt Scheck entgegen. Überreicht wurde der Preis von hochrangigen Vertretern des Bayerischen Arbeitsministeriums, der IHK, der Handwerkskammer sowie der Vereinigung der bayerischen Wirtschaft.

••• Wofür der Verband die Auszeichnung verdient hat, zeigte er mit seinem bunten Stand auf der Messe. Dort informierte er die Besucherinnen und Besucher über die Ausbildungsmöglichkeiten in der Druck- und Medienindustrie.



## Großer Andrang am Druck- und Medienstand

Mit seinem bunten Messestand warb der VDMB auch im vergangenen Jahr für die spannenden Ausbildungsberufe der Druck- und Medienbranche. Der Stand des VDMB ist auf den Berufsinformationstagen in ganz Bayern ein wahrer Publikumsmagnet. Schülerinnen und Schüler aller Schularten nutzen die Gelegenheit, in Gesprächen mit den VDMB-Print-Experten sowie „echten“ Auszubildenden die Berufs-

bilder der Druck- und Medienwirtschaft kennenzulernen und sich über freie Ausbildungsstellen bei VDMB-Mitgliedsunternehmen zu informieren. Heiß begehrt waren auch die „Wolpertinger-Taschen“, die sich die Besucher an einer Siebdruckmaschine selbst bedrucken konnten. Theorie und Praxis waren so am Stand gleichermaßen hautnah zu erleben.



••• Komm ins Team Medien! So lautet die Aufforderung am Messestand des VDMB. Mit zahlreichen Infoangeboten und in Einzelgesprächen bringt der Verband Schülerinnen und Schülern eine Ausbildung in der Druck- und Medienbranche näher.

# Nachhaltigkeit im Fokus auf dem Grünen-Parteitag

Der VDMB zeigte auf dem Landesparteitag der Grünen, wie nachhaltig Print sein kann. Im Gespräch mit wichtigen Landespolitikerinnen und -politikern schilderte der VDMB die aktuellen Herausforderungen für Unternehmen der Druckbranche und betonte, wie entscheidend verlässliche politische Rahmenbedingungen für die Wirtschaft sind.

In den Gesprächen mit den beiden Fraktionsvorsitzenden und Spitzenkandidaten für die Landtagswahl, Katharina Schulze und Ludwig Hartmann,

aber auch mit den beiden Landesvorsitzenden Eva Lettenbauer und Thomas von Sarnowski wies der VDMB auf die dringende Notwendigkeit des Abbaus von bürokratischen Belastungen der Betriebe in Deutschland hin. „Die Unternehmen brauchen vor allem Planungssicherheit, gerade auch, was die sichere und bezahlbare Energieversorgung angeht. Hier ist in besonderer Weise der grüne Wirtschaftsminister gefragt“, betonte Marian Rappl für den VDMB. ❖



❖ Das Führungsduo der bayerischen Grünen, Katharina Schulze und Ludwig Hartmann, gemeinsam mit Marian Rappl (r.) am Stand des VDMB

❖ Der VDMB im intensiven Austausch mit der Politik: Marian Rappl im Gespräch mit der bayerischen Landesvorsitzenden Eva Lettenbauer



## Wirtschaft trifft Politik: VDMB auf dem CSU-Parteitag

Angesichts der schwierigen wirtschaftlichen Lage setzte sich der VDMB beim Parteitag der CSU in Augsburg für eine nachhaltige Stärkung der bayerischen Druck- und Medienunternehmen ein. Holger Busch und Marian Rappl führten konstruktive Gespräche mit Ministerpräsident Dr. Markus Söder, weiteren Mitgliedern des bayerischen Kabinetts sowie relevanten Funktions- und Mandatsträgern. Sie plädierten für die Stärkung des Printmedienstandorts Bayern, denn die Unternehmen der bayerischen Printmedienbranche sind ein wichtiger Faktor für die gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklung Bayerns. Neben einem klaren Bekenntnis der Mandatsträger zum Druck- und Medienstandort Bayern konnten weiterführende Gespräche und Treffen vereinbart werden.



Spitzengespräch: Ministerpräsident Dr. Markus Söder im Austausch mit Holger Busch



Friedrich Merz, Vorsitzender der CDU/CSU-Bundestagsfraktion, tauschte sich mit den Vertretern der bayerischen Wirtschaft aus.

# VDMB baut Kooperation mit Österreich aus

Mit einer groß angelegten Jubiläumstagung feierte der Verband Druck und Medien Österreich in Wien sein 150-jähriges Bestehen. Der VDMB, vertreten durch seinen Vorsitzenden Christoph Schleunung und seinen Hauptgeschäftsführer Holger Busch, gratulierte dem Kollegenverband zum großen Jubiläum. Die Verbände Bayern und Österreich unterhalten seit vielen Jahren eine enge Kooperation. Diese schließt auch die Aktivitäten der verbandseigenen Beratungsgesellschaft in Österreich ein, die durch den Geschäftsführer Jens Meyer sowie durch Technikberater Dirk Müller vertreten war. Dr. Paul Albert

Deimel, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes Druck und Medien, überbrachte die Glückwünsche der gesamten deutschen Druckverbände.

Der VDMB nutzte das Jubiläum für ein anschließendes Arbeitstreffen mit dem VDMÖ, bei dem der Ausbau der bestehenden Kooperation zwischen Bayern und Österreich vereinbart wurde. Dazu gehören gemeinsame Vorstandssitzungen der Verbände, die wechselseitige Nutzung von Beratungs-, Seminar- und Veranstaltungsangeboten wie auch die Verstärkung der Zusammenarbeit in wichtigen Branchenthemen.



Peter Sodoma, Geschäftsführer Verband Druck & Medientechnik, Dr. Paul Albert Deimel, bvdmb, Gerald Watzal, Präsident des VDMÖ, Holger Busch und Christoph Schleunung, beide VDMB (v.l.)

# 11 Wege, wie Sie heute mehr aus Ihrem Marketing herausholen



Der Guide für Printmarketing ist ein 40-seitiger Leitfaden voller Insights, der Marken hilft, mehr für ihr Budget zu bekommen.

Sie wollen genau wissen, was Print alles für Ihre Marke tun kann? Da gibt es einiges...

**Einfach Code scannen und persönliches Exemplar sichern für mehr Marketing-Insights.**



sappi

# Eine starke Gemeinschaft

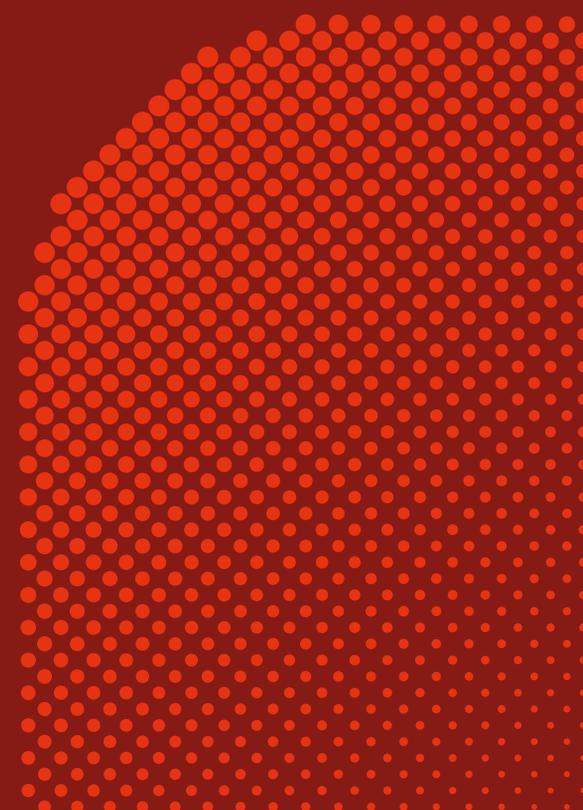
2H GmbH & Co. KG • A. Miller Zeitungsverlag KG • ADV-Augsburger Druck- und Verlagshaus GmbH • ADVERMA Advertising & Marketing GmbH • Allgäuer Zeitungsverlag GmbH • AURIO GmbH • Baumann Druck GmbH & Co. KG Mediengruppe Oberfranken • Berufsbildungswerk München • BIRKAN GmbH • bonitasprint GmbH • Braun & Elbel GmbH & Co. KG Verlag Weißenburger Tagblatt • Canon Production Printing Germany GmbH & Co. KG • CCL Label GmbH • Chiemgau Druck e.K. Offsetdruckerei • Christoph Grasmück Druckerei • CITO-SYSTEM GmbH • Cl. Attenkofersche Buch- und Kunstdruckerei KG • CMD Factory GbR • Creditreform Nürnberg Aumüller KG • Creditreform Regensburg Aumüller KG • creo Druck & Medienservice GmbH Mediengruppe Oberfranken • data-media Gesellschaft für Unternehmensberatung mbH • DATEV eG P4-Leitung / DLSZ • Delp Druck & Medien GmbH • Deni Druck & Verlags GmbH • Der Dersch Offsetdruck Dersch GmbH & Co. KG • Diakonie Hasenberg e.V. Junge Arbeit Siebdruck • die printzen GmbH • Dieter Kempa Etiketten GmbH • DIMETRIA-VdK gGmbH • Dinauer GmbH • Distler Druck & Medien GmbH • Don Bosco Druck & Design • dpv Druck und Papierveredelung eine Zweigniederlassung der Gebr. Geiselberger GmbH • Druck & Medien Schreiber GmbH • DruckArt c/o Gebr. Geiselberger • Druckerei Brunner GmbH • Druckerei C.H. Beck • Druckerei Carl Hessel GmbH • Druckerei Cityprint Stephan Spindler • Druckerei F.A. Streit GmbH • Druckerei Franz Gerstner • Druckerei Hügelschäffer GmbH • Druckerei Köhler & Co. GmbH • Druckerei Lanzinger • Druckerei Lochner e.K. • Druckerei Max Götz GmbH Graphische Kunstanstalt • Druckerei Nötzold Inh. Peter Hantschel e.K. • Druckerei Offprint • Druckerei Paul GmbH & Co. KG • Druckerei R. Rückert e.K. • Druckerei Rupert Huber • Druckerei Schmerbeck GmbH • Druckerei Vogl GmbH & Co. KG • Druckerei Willi Müller Inh. Frank Grudnick • Druckerei X. Diet e.K. • Druckhaus Abraham GmbH & Co. KG • Druckhaus Frank GmbH • Druckhaus Mainfranken GmbH • Druckhaus Schmid • druckpruskil.gmbh • Druckservice Klanikow • Druckservice Kreiter GmbH • DZO Druckzentrum Oberfranken GmbH & Co. KG Mediengruppe Oberfranken • ECG Energie Consulting GmbH • effektiv Druck + Veredelung e.K. • EGGER Druck + Medien GmbH • Emmy Riedel Buchdruckerei und Verlag GmbH • Erhardi Druck GmbH • ESTA DRUCK GMBH • Euro-Druckservice GmbH • eurolaser GmbH • F&W Druck- und Mediacenter GmbH • Farbendruck Brühl GmbH • Felix Böttcher GmbH & Co. KG Geschäftsstelle München • FIZ-Media GmbH & Co. KG • FotoSatz SatzStudio Pfeifer GmbH • Fr. Ant. Niedermayr Graphische Kunstanstalt GmbH & Co. KG • Frankenpost Verlag GmbH • Fränkische Landeszeitung GmbH • Franz Schoder Druck GmbH & Co. KG • Friedrich Pustet GmbH & Co. KG • Friedrich Robl KG Druck + Medien • G.H. Hofmann Druckerei Inh. Jürgen Sommerer • Gayen & Berns Homann GmbH • GC Graphic Consult GmbH • Gebr. Bremberger GmbH & Co. KG • Gebr. Geiselberger GmbH • Gebrüder Voit GmbH • Giesecke+Devrient Currency Technology GmbH • Giesecke+Devrient GmbH • GL-WerbeStudio Gerhard Lage • Gotteswinter und Fibo Druck- und Verlags GmbH • GPI Munich GmbH • Grafik+Druck unglaub.zell • Graphis-Druck GmbH • gugath media print gmbh • H.O. Schulze KG • Hamm Werbung GmbH & Co. KG • Hans Schmidt Werbeverpackungen GmbH • Haßfurter MEDIENPARTNER GmbH & Co. KG • HDI Versicherung AG Generalvertretung Jahreis • Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH • Hermann Millizer GmbH Schwabacher Tagblatt • Herrmann GmbH Offsetdruckerei • Himmer GmbH Druckerei & Verlag • Hinckel-Druck GmbH • Hofmann GmbH & Co. KG Druck + Medien • Holzer Druck und Medien Druckerei und Zeitungsverlag GmbH + Co. KG • hubergroup Deutschland GmbH • Huhtamaki Flexible Packaging Germany GmbH & Co. KG • hummeldruck Druckerei Felix Hummel • Hupfaut Druck Daniel Hupfaut • Industrie-Druck Haas GmbH • InForm Etiketten GmbH & Co. KG • innoKART GmbH • ITSMedia GmbH • Joh. Walch GmbH & Co. KG • K. Schmidle Druck und Medien

GmbH • Kaiser Medien GmbH e • KARL RÄDISCH GmbH & Co KG Offsetdruck • KAWI Druck Reinhold Käufer und Alexander Grebner GbR • KDD Kompetenzzentrum Digital-Druck GmbH • Kelly-Druck GmbH • Kiderle & Sohn GmbH • Koenig & Bauer AG • Kollerer Druck KG • Kollin Mediengesellschaft mbH • Komar Products GmbH & Co. KG • Kummor GmbH • Kunze Medien AG • Kuthal Print GmbH & Co. KG • L/M/B Druck GmbH Louko • Lacher Druck GmbH & Co. KG • LEONHARD KURZ Stiftung & Co. KG • Longo Deutschland GmbH • Louis Hofmann Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG • Ludwig Irrgang Druck GmbH • M.W. Bauer GbR • Main-Post GmbH • MAINTTEAM Bild Text Kommunikation GmbH • Mang + Co Buch- und Verlagsdruckerei GmbH & Co. KG • marketing gabler • Mayer & Söhne Druck- und Mediengruppe GmbH & Co. KG • Mayr Miesbach GmbH • Medien-Versicherung a. G. Karlsruhe • Mehringer reprosatz-studio • meisterdruck GmbH • mfv moderne formulartechnik druck und verlagsgesellschaft mbh • Miraprint Offsetdruck Beiner KG • Mittelbayerisches Druckzentrum GmbH • Motherson Innovations Lights GmbH & Co. KG • multi-druck J. Hanneschläger GmbH & Co. KG • myposter GmbH • Nachbar Druck GmbH • Nagl Papierverarbeitung GmbH • Niedermayr Kommunikation GmbH • Niedermayr IT GmbH • Nordbayerische Zeitungs- und Zeitschriftenzustellgesellschaft mbH • novaconcept schorsch GmbH • Nußrainer Druckweiterverarbeitung • Oberpfalz Medien - Der neue Tag Oberpfälzischer Kurier Druck- und Verlagshaus GmbH • Oberpfalzmedien Logistik GmbH • Offsetdruck Dorfmeister • Offsetdruckerei Alfons Butt e. K. • Onlineprinters GmbH • Optimo Siebdruck GmbH • Ortmaier Druck GmbH • OVB GmbH & Co. KG • Papierwerk Landshut Mittler GmbH & Co. KG • Passavia Druckservice GmbH & Co. KG • Pfeiffer Verlag und Medienservice GmbH & Co. KG Hersbrucker Zeitung • PNP Sales GmbH • Pollin Electronic GmbH • posterXXL GmbH • Presse-Druck- und Verlags-GmbH • Pressevertrieb Untermain Aschaffenburg GmbH & Co. KG • Pressevertrieb Untermain Aschaffenburg Land GmbH & Co. KG • print and Pixel Druck und Medien GmbH • Pscherer GmbH • PuK Krämer GmbH • Raimund Weber GmbH & Co. KG • RATHGEBER GmbH & Co. KG • Rausch Druck GmbH • REFeka remasterd GmbH • Reprotechnik Staudacher GmbH • Richard Knauer GmbH • RIEBL-Siebdruck GmbH • Rieder Druckservice GmbH • RMO Druck GmbH • Rolf Gerstl Offsetreproduktion • RÖMERDRUCK Bamberg Offsetdruck-Verlag-Buchdruck • Roos GmbH • Rottner & Keller - Satz + Druck • RUDOLPH DRUCK OHG • S+G Druck GmbH & Co. KG • Scheck Druck GmbH & Co. KG • Schilderfabrikation Moedel GmbH • Schleunungdruck GmbH • Schneider Printmedien GmbH • SCHOCK Druck + Papierverarbeitung GmbH • Scholz Druck GmbH • Schöler GmbH • Schreiner Group GmbH & Co. KG • Seismografics JK GmbH • SeiwaldMedia GmbH Satz Typo Print • Siegfried Viechter Offset-Buchdruck-Fotosatz-Handsatz • Spintler Druck und Verlag GmbH • SpintlerDigital GmbH • SPRINTIS Schenk GmbH & Co. KG • Staudigl-Druck GmbH & Co. KG • Stempel Kroul GmbH • Stempel-Herbst GmbH • Stempel-Service Gärtner e.K. • Süddeutscher Verlag GmbH • Süddeutscher Verlag Zeitungsdruck GmbH • Tengler Druck GmbH • Thamm-Medien Druckerei Werner Thamm • Tychsen Mattina GmbH signs & displays • Typosatz W. Namisla GmbH • Typoservice Friedrich Drska Inhaberin Sabrina Sutor • TYROLLER Grafische Dienstleistung • Uhl-Media GmbH • Universal Medien GmbH • Verlag „Der Bote“ Hanns Bollmann GmbH & Co. KG • Verlag Nürnberger Presse Druckhaus Nürnberg GmbH & Co. KG • Verlag und Druckerei Main-Echo GmbH & Co. KG • Verlag Weiss • VERLAGSDRUCKEREI SCHMIDT GmbH • Vetterling Druck & Medien KG • Vier-Türme GmbH Benedict Press • Vochezer Druck GmbH • Vogel Druck und Medienservice GmbH • Wälischmiller Druck und Verlags GmbH • Wenng Druck GmbH • Wiesendanger medien GmbH • Wolnzacher Anzeiger E. Kastner KG • Zehrer Laminierungen • Ziegler Verlags OHG

# Ein starkes Team

Mit umfassender Expertise und einem einmaligen Netzwerk bieten wir unseren Mitgliedern Informationen, Beratung, Unterstützung und Qualifizierung für die erfolgreiche Unternehmensführung.





**„Stärke entspringt  
nicht physischer  
Kraft, sondern einem  
unbeugsamen Willen.“**

 Mahatma Gandhi