

**ZUWACHS** Der *Fachverband Faltschachtel-Industrie e. V. (FFI)* wächst weiter und begrüßt den niederrheinischen Druck- und Verpackungsspezialist *Rhiem Packaging & Print GmbH* als neues Mitglied. Das Unternehmen gehört zur *Rhiem Unternehmensgruppe* aus Voerde, die in Deutschland 320 Mitarbeiter beschäftigt und mit Partnern sowie eigenen Standorten in Europa, USA, Asien, Afrika und Australien agiert.

**EXPANSION** *Constantia Flexibles*, drittgrößter Hersteller von flexiblen Verpackungen weltweit, expandiert und hat am 2. März 2023 eine Vereinbarung zur Übernahme des polnischen Unternehmens für flexible Verpackungen, *Drukpol Flexo*, unterzeichnet.

**ÜBERNAHME** Der Kartonhersteller *Moritz J. Weig GmbH*, Mayen, hat die *Buchmann Karton GmbH*, Hersteller von Faltschachtelkarton aus Anweiler, übernommen. Die Gesellschafter beider Unternehmen haben die Vereinbarung über den Verkauf Anfang März unterschrieben. *Buchmann* soll damit rückwirkend zum 1. Januar 2023 Teil der *Weig-Gruppe* werden. Noch steht die Übernahme allerdings unter dem Vorbehalt der behördlichen Genehmigungen.

**INTEGRATION** Die *Sattler Media Group* hat zum 1. Februar 2023 die Geschäftsaktivitäten der *Borek Media GmbH* integriert. Im Wege eines Asset Deals wurden die Vermögensgegenstände sowie etwa 100 Mitarbeiter der *Borek* in Osterwieck von der *Sattler Logistic Solutions GmbH* übernommen. Der Geschäftsbetrieb von *Borek* soll weitgehend unverändert unter dem Dach *Sattler Media Group* fortgeführt werden.

**EXKLUSIVVERTRIEB** Ab sofort werden in Belgien und Luxemburg die Falzmaschinen und Automatisierungslösungen der *MBO Postpress Solutions GmbH* exklusiv über *Igepa Belux* vertrieben. Das Unternehmen gehört zur deutschen *Igepa Group*, die in 29 Ländern vertreten ist, 3.500 Mitarbeiter beschäftigt und einen Umsatz von 1,8 Mrd. € erzielt.

**INSOLVENT** *Nino Druck* mit Sitz in Neustadt an der Weinstraße hat wegen drohender Zahlungsunfähigkeit einen Antrag auf Einleitung eines Eigenverwaltungsverfahrens gestellt. *Nino Druck* beschäftigt rund 100 Mitarbeiter und produziert im Offset- und Digitaldruck. Zum Service gehören außerdem Druckvorstufen- und Finishing-Angebote.

**BEENDET** *Kern* und *Winkler+Dünnebieber* haben sich darauf verständigt, ihre seit 2007 bestehende Zusammenarbeit bei Kuvertiersystemen nicht weiter fortzuführen. Bestehende Kunden erhalten allerdings weiterhin technischen Support

## CROWN VAN GELDER Nach Insolvenz: Investor gefunden

Die Papierfabrik *Crown Van Gelder B.V.* im niederländischen Velsen-Noord war Anfang Februar in finanzielle Schieflage geraten. Der Papierhersteller hatte Insolvenz angemeldet – hat aber einen (bisher nicht genannten) Investor gefunden. *Crown Van Gelder* produziert mit etwa 200 Mitarbeitern jährlich etwa 160.000 Tonnen Papier. Das Unternehmen gilt als Marktführer bei Rollenpapieren für den High-speed-Inkjet (HSI), bietet zudem Offsetqualitäten, Etikettenpapiere, Verpackungspapiere mit Barrierefunktionen und Spezialitäten auf alternativer Rohstoffbasis.

## DRUCKFARBEN Weiterer Absatzrückgang

Der Absatz von Druckfarben ist 2022 weiter zurückgegangen. Nach Angaben des *Verbands der deutschen Lack- und Druckfarbenindustrie (VdL)* wurden in Deutschland im letzten Jahr rund 211.000 Tonnen verbraucht – ein Minus von 8%. Zum ersten Mal macht dabei der Verpackungsdruck mehr als 50% aus. Insgesamt wurden Druckfarben für Publikationen und Verpackungen im Wert von 925 Mio. € umgesetzt. Die Aussichten für das laufende Jahr sind nach wie vor negativ – die Menge der eingesetzten Druckfarben wird um 4% zurückgehen, der Umsatz

wird inflationsbedingt leicht steigen.

## MANROLAND Personalabbau in Offenbach

Nachdem *Manroland Sheetfed* Ende Oktober 2022 seine Österreich-Tochter in den Konkurs geschickt hat, wurde jetzt bekannt, dass in Offenbach 15% der Belegschaft – in absoluten Zahlen 140 Mitarbeiter – abgebaut werden. Der zur englischen *Langley Holdings* gehörende Hersteller von Bogenoffsetmaschinen gab Ende Februar 2023 bekannt, dass er einen Reorganisationsplan zur Rationalisierung der Produktionsabläufe in seinem Offenbacher Werk erstellt und abgeschlossen hat. Diesem Plan fallen nun 140 Stellen oder rund 15% der fast 900 in Offenbach beschäftigten Mitarbeiter zum Opfer. Der Personalabbau betreffe 120 indirekte Mitarbeiter (Leiharbeiter) vor allem in den Bereichen Verwaltung und Logistik.

Zwar füllten sich die Auftragsbücher nach der Pandemie wieder, es gebe aber nach wie vor Engpässe in der Lieferkette, steigende Preise bei Energie-, Material- und Transport sowie hohe Fehlzeiten beim Personal, betont *Manroland Sheetfed*. Der angekündigte Personalabbau beeinträchtigt die Kapazität zum Bau der für dieses Jahr geplanten 500 Druckwerke (etwa 100 Druckmaschinen) nicht. Auch die Forschung und Entwicklung bei *Manroland Sheetfed* sei von den Rationalisierungsmaßnahmen nicht betroffen. Die Marktorganisation von *Manroland Sheetfed*, die über 40 Vertriebs- und Serviceneiederlassungen weltweit umfasst, ist von der Überprüfung weitgehend unberührt. Kleine Niederlassungen in Österreich und der Schweiz wurden in die deutsche Vertriebs- und Serviceorganisation integriert. Weltweit beschäftigt das Unternehmen rund 1.500 Mitarbeiter. Neben der *Manroland Sheetfed GmbH* in Offenbach gehören zum *Langley*-Geschäftsbereich *Print Technologies* noch die *Druck Chemie GmbH* im schwäbischen Ammerbuch, *BluePrint Products NV* in Belgien und die im Januar 2023 erworbene niederländische *PCO Europe BV*. Der Umsatz der drei Unternehmen mit 1.728 Mitarbeitern (ohne *PCO*) betrug 2022 rund 361 Mio. €, der prognostizierte Umsatz für das laufende Jahr 2023 407,7 Mio. €.

> [www.manroland.com](http://www.manroland.com)



**DRUCKMARKT**  
Macht Entscheider  
**ENTSCHEIDUNGSSICHER**

## NEUER VORSTAND Führungswechsel bei Leonhard Kurz

Führungswechsel bei *Leonhard Kurz*: Die langjährigen Vorstände, WALTER UND PETER KURZ, sind zum 1. Februar, der gleichzeitig auch den Beginn des neuen Geschäftsjahres markierte, aus dem operativen Geschäft ausgeschieden und übernehmen künftig als Vorsitzender beziehungsweise stellvertretender Vorsitzender eines Beiratsgremiums beratende Funktionen.



Gleichzeitig wurde Dr. ANDREAS HIRSCHFELDER, bisheriger

Senior Vice President der Business Area Plastic Decoration, Vorstandsvorsitzender von *Kurz*. Bereits seit 26 Jahren ist Dr. HIRSCHFELDER in unterschiedlichen Positionen im Unternehmen tätig, unter anderem als Geschäftsführer der Tochterunternehmen *PolyIC* und *Burg Design*. Seit 2018 war der Doktor der Organischen Chemie zudem als Senior Vice President für die Kunststoffsparte im Unternehmen verantwortlich und Mitglied der Geschäftsleitung.  
> [www.kurz.de](http://www.kurz.de)

## SEIT JANUAR Sorgfaltspflichten in der Lieferkette

Das »Gesetz über die unternehmerischen Sorgfaltspflichten zur Vermeidung von Menschenrechtsverletzungen in

Lieferketten« (Lieferketten-sorgfaltspflichtengesetz – LkSG) ist am 1. Januar 2023 in Kraft getreten. Es verpflichtet Unternehmen mit mindestens 3.000 Arbeitnehmern (ab 2024 1.000 Mitarbeiter) auf die Einhaltung menschenrechtlicher und umweltbezogener Standards innerhalb ihrer Lieferkette zu achten. So sollen Verletzungen der Menschenrechte, Kinderarbeit und Umweltverschmutzung – auch bei Zulieferern – eingedämmt werden. Auch KMU sollten sich mit dem Gesetz beschäftigen, da sie als Teil größerer Lieferketten mittelbar betroffen sein können. Zur Umsetzung des LkSG hat das *Bundesministerium für Arbeit und Soziales* einen Fragen-und-Antworten-Katalog veröffentlicht (siehe Link unten).

Weitere Informationen sind auch bei den Landesverbänden des *bvdm* erhältlich.

> [www.bvdm-online.de](http://www.bvdm-online.de)

> [www.csr-in-deutschland.de](http://www.csr-in-deutschland.de)

## FERAG Expansion nach Lateinamerika

Die Schweizer *Ferag* aus Hinwil, Generalunternehmer und Spezialist in der Intralogistik, möchte im lateinamerikanischen Markt wachsen und hat dazu eine Partnerschaft mit der *KraftOne Group* beschlossen. Das Unternehmen hat seinen Sitz in Vila Leopoldina (Brasilien) und bietet im Markt integrierte Logistiklösungen für die gesamte Supply Chain an.

## KOENIG & BAUER PROGNOSEN FÜR 2022 ÜBERTROFFEN

Nach den vorläufigen Geschäftszahlen 2022 hat die *Koenig & Bauer AG* die eigene Prognose sowie die Markterwartungen übertroffen. Der Umsatz liegt mit 1.186 Mio. € am oberen Rand der Erwartungen.



Alle Segmente von *Koenig & Bauer* wie *Digital & Webfed* (mit den Bereichen Digitaldruck, Wellpappen- und flexible Verpackungen), *Sheetfed* (Bild oben) und *Special* haben im Geschäftsjahr 2022 beim Umsatz zugelegt.

Trotz eines herausfordernden Umfelds aus Lieferengpässen, Material- und Energiekostenteuerungen übertraf das EBIT nach Aussage von *Koenig & Bauer* mit rund 22 Mio. € die eigene Prognose. Der Konzernumsatz von 1.186 Mio. € habe am oberen Rand der vorhergesagten Bandbreite gelegen. Im Vorjahr lag der Umsatz auf 1.115,8 Mio. €.

»Insbesondere ab dem dritten Quartal zeigte sich, dass wir uns strategisch richtig auf das veränderte Marktumfeld eingestellt haben. Zudem haben wir unser Effizienzsteigerungsprogramm nochmals intensiviert«, kommentierte Vorstandssprecher Dr. ANDREAS PLESSKE die vorläufigen Zahlen. *Koenig & Bauer* zeigte besonders im 4. Quartal 2022 mit einem Umsatz von 380 Mio. € (Vorjahr 328,4 Mio. €) eine signifikante Steigerung zum Vorjahr.

Das Segment *Digital & Webfed* mit seinen zukunftssträchtigen Bereichen im industriellen Digitaldruck, im Wellpappenbereich sowie im wachsenden Markt der flexiblen Verpackung hat nach den Zahlen von *Koenig & Bauer* einen Umsatz von

140 Mio. € und damit eine deutliche Ergebnisverbesserung erzielt.

Im Segment *Sheetfed* sei der Umsatz von 642,4 Mio. € auf 672 Mio. € gestiegen und weiterhin auf einem profitablen Wachstumskurs. Das Segment *Special* habe 2022 417 Mio. € (390,2 Mio. € im Vorjahr) Umsatz erzielt.

»Die Erfolge insbesondere in den letzten beiden Quartalen des Jahres 2022 bestätigen unseren strategischen Ansatz. Daher sehen wir uns für 2023 sowie darüber hinaus sehr gut aufgestellt und gehen damit einen größeren Schritt in Richtung unserer Mittelfristziele«, erläutert CFO Dr. STEPHEN M. KIMMICH.

Der Auftragseingang betrug zum Jahresende 2022 rund 1,3 Mrd. € und lag damit auf dem erwarteten Niveau und der Auftragsbestand erreichte zum Jahresende 2022 einen Wert von 950 Mio. € und lag damit deutlich über dem Vorjahreswert von 807 Mio. €.

Für das laufende Geschäftsjahr 2023 plant der Vorstand von *Koenig & Bauer* mit einem Umsatz von 1,3 Mrd. € bei einer EBIT-Marge von rund 3%.

## HEIDELBERG VOLL AUF KURS NACH DREI QUARTALEN

Starke Nachfrage aus Nordamerika und Europa sowie anhaltendes Wachstum im Verpackungssegment hält die *Heidelberger Druckmaschinen AG* im aktuellen Geschäftsjahr 2022/23 auf Kurs.



Heidelberg bestätigt seine Prognose für das Geschäftsjahr 2022/23. Das Unternehmen geht weiter von einem Umsatzanstieg auf rund 2,3 Mrd. € aus. Auch die Profitabilität soll sich trotz der erwartbaren Kostensteigerungen weiter verbessern.

Nach den von *Heidelberg* bekannt gemachten Zahlen des 3. Quartals von Oktober bis Dezember 2022 hat der Auftragseingang von 630 Mio. € zu einem Auftragsbestand von fast 1 Mrd. € geführt. Gleichzeitig sei der Umsatz um 5% gegenüber dem Vorjahresquartal auf jetzt 609 Mio. € gestiegen.

»Wir hatten ein positives drittes Quartal und konnten den Umsatz und das operative Ergebnis weiter steigern. Die nächsten Monate werden wohl weiterhin im Zeichen zu erwartender Kostensteigerungen bei Material, Energie und Personal stehen«, sagt DR.



LUDWIN MONZ, Vorstandsvorsitzender der *Heidelberger Druckmaschinen AG*. »Wir werden dem mit Preissteigerungen entgegenwirken und unsere Kostendisziplin beibehalten. Daher sind wir sehr zuversichtlich, unsere Jahresziele zu erreichen.« Besonders stark habe das Segment Packaging Solutions (Verpackungsdruck) im 3. Quartal zugelegt. Hier hätte der Auftragseingang den Vorjahreswert von Oktober bis Ende Dezember 2022 um 18% überstiegen. Über die neun Monate des lau-

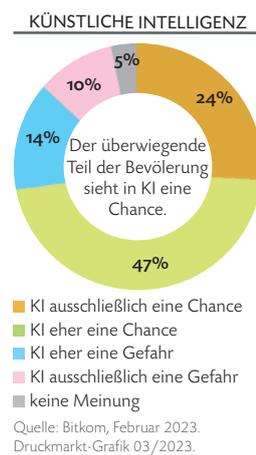
fenden Geschäftsjahres hinweg habe sich der Auftragseingang um 5% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum verbessert. Auch der Umsatz liegt nach neun Monaten mit 812 Mio. € gut 22% über dem Vorjahr, teilte *Heidelberg* mit. Selbst der Akzidenz- und Werbedruck (Segment Print Solutions) steigerte den Umsatz nach neun Monaten auf 898 Mio. €, während der Auftragseingang leicht rückläufig war.

Das noch junge Segment Technology Solutions mit der *Wallbox* konnte aufgrund der geänderten Förderpolitik für Elektromobilität in Deutschland nicht an das Vorjahreswachstum anschließen.

Trotz wirtschaftlicher Unsicherheiten habe der Auftragseingang nach neun Monaten mit 1.859 Mio. € fast das Niveau des Vorjahres erreicht (1.888 Mio. €), heißt es bei *Heidelberg* weiter. Der Umsatz hätte in allen drei Quartalen des laufenden Geschäftsjahres die jeweiligen Vorjahreswerte übertroffen und mit 1.729 Mio. € rund 10% über dem Vorjahr (1.565 Mio. €) gelegen. Das Ergebnis nach Steuern sei ebenfalls deutlich auf 54 Mio. € (Vorjahreszeitraum: 40 Mio. €) angestiegen.

## KI Mehrheit sieht eine Chance

Die meisten Menschen meinen, dass Künstliche Intelligenz unsere Gesellschaft in den kommenden Jahren spürbar verändern wird – oder das schon tut. Und trotz des gerne beschworenen Szenarios der Massenarbeitslosigkeit lassen sich rund drei Viertel der Bundesbürger ab 16 Jahren nicht erschrecken und sind einer repräsentativen Umfrage im Auftrag des *Digitalverbands Bitkom* der Meinung, dass KI eine Chance ist.



79% sind zudem überzeugt, dass KI die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft stärken wird – vor drei Jahren lag der Anteil noch bei 66%. Zwei Drittel wünschen sich heute, dass KI genutzt wird, wenn die Technologie ihnen konkrete Vorteile bringt, etwa in der Medizin oder im Verkehr. 51% geben an, heute bereits im Alltag regelmäßig Produkte und Dienste wie etwa Sprachassistenten zu nutzen, die auf KI basieren. 35% fürchten jedoch, dass der Mensch durch Maschinen entmündigt

wird. Nur 26% gehen davon aus, dass KI die großen Erwartungen nicht erfüllen wird.

Eine breite Mehrheit von 88% wünscht sich aber zugleich, dass KI-Software in Deutschland besonders gründlich geprüft und erst nach Zulassung in Geräten genutzt werden darf. 34% fordern zugleich, dass KI in bestimmten Anwendungsbereichen verboten werden sollte.

Die meisten Menschen meinen, dass Künstliche Intelligenz unsere Gesellschaft in den kommenden Jahren spürbar verändern wird – oder das schon tut. 28% sagen, die Veränderungen seien bereits feststellbar, 30% erwarten das in den kommenden fünf Jahren, 13% in den nächsten zehn und 11% in den nächsten 20 Jahren. Nur 8% rechnen damit frühestens in mehr als 20 Jahren und gerade einmal 4% glauben, dass KI die Gesellschaft nie spürbar verändern wird.

Eine repräsentative Online-Umfrage des *Instituts Civey* für das *Handelsblatt Morning Briefing* zeigt zwar auch, dass die Deutschen in der KI-Revolution keineswegs einhellig die große Bedrohung sehen, wie sie oft dargestellt wird. Eine Mehrheit von 57,8% glaubt »auf keinen Fall« oder »eher nicht«, dass ihr Arbeitsplatz durch KI bedroht sein könnte. 23,9% sehen jedoch »auf jeden Fall« oder »eher ja« eine Bedrohung. Der Rest ist unentschieden.

## EIN JAHR PPA Programmatic Print Alliance

Am 20. Januar 2022 tagte das Europa-Parlament in Straßburg und brachte den *Digital Services Act* (DSA) auf den Weg. Noch am Abend desselben Tages vereinbarten der *f.mp. Fachverband Medienproduktion* und *Maertterer one-to-one* die Gründung der *Programmatic Print Alliance*.



Seitdem nutzt die PPA das Momentum des anbrechenden Cookie-losen Zeitalters.

Der *Digital Services Act* soll 2023 als EU-Gesetz in Kraft treten. Zusammen mit dem *Digital Markets Act* (DMA) wird damit in Euroland eine Zukunft ohne Cookies eingeläutet. Die PPA und ihre inzwischen 20 Mitglieder und zwei Partnerverbänden nutzen dies mit Pilotprojekten und durch Präsenz in der Öffentlichkeit, bei

Events und der Mitwirkung bei Fachmessen. So war die PPA in der *Goethe Universität* in Frankfurt am Main auf dem *Fundraising-Symposium* am 23. und 24. März 2023 vor Ort und gestaltete den Abschlussvortrag ›Programmatic Print im Donor Centered Fundraising‹.

Nach dem großen Erfolg von 2022 wird die PPA am 16. und 17. Mai 2023 das Thema ›Programmatic

Print‹ wieder präsentieren: eine Bühne, ein großer Saal, zwei Tage, zehn Referenten. Den Rahmen bildet die *Print & Digital Convention* im Kongress-Zentrum der *Messe Düsseldorf*.

Auch an der *DMEXCO DialogArea 2023* werden PPA-Mitglieder teilnehmen.

> [www.programmatic-print.org/de](http://www.programmatic-print.org/de)

## MODEL-GRUPPE Neuer Rekordumsatz

Die auf dem Gebiet Verpackungen aus Voll- und Wellkarton tätige *Model-Gruppe* aus Weinfelden in der Schweiz steigerte im vergangenen Geschäftsjahr ihren konsolidierten Gruppenumsatz von 1,07 Mrd. CHF auf 1,21 Mrd. CHF, was einem Zuwachs von 14% ent-



spricht. Dieser ergab sich durch einen höheren Durchschnittspreis der Verpackungen wegen der markant gestiegenen Papier-, Karton- und Energiepreise. Die *Model Gruppe* beschäftigt etwa 4.500 Mitarbeiter, davon knapp 800 in der Schweiz. Die Investitionen erreichten mit 152 Mio. CHF ähnlich wie im Vorjahr (156 Mio. CHF) wieder einen Spitzenwert. Schwerpunkte waren eine vollautomati-

tisierte Intralogistik in Weinfelden, zwei neue Wellkartonmaschinen inklusive Neubauten für Nymburk (CZ) und Bilgoraj (PL) sowie erste Ausgaben im Zusammenhang mit der Großbaustelle in der Papierfabrik in Eilenburg (Sachsen). Die *Model-Gruppe* stellte an ihren 15 Produktionsstandorten in der Schweiz, in Deutschland, Polen, Tschechien und Kroatien

*Sitz der Model-Holding AG in Weinfelden in der Schweiz.*

knapp 1,4 Mrd. m<sup>2</sup> Wellkartonverpackungen beziehungsweise Wellkartonbögen (Rückgang von 13%) und 466.000 Tonnen Verpackungspapiere für die Wellkartonherstellung her, was einer Steigerung von 14% gegenüber dem Vorjahr entspricht. An den Kartonfaltschachtelstandorten wurde das Volumen um 5% auf 19.030 Tonnen erhöht.

Der teilweise markante Konsumrückgang führte auch zu einer sinkenden Nachfrage nach Wellkartonverpackungen. Da sich gleichzeitig in der vorgelegerten Wertschöpfungsstufe der Papierherstellung die Energiekosten vervielfachten, ergab sich trotz Nachfragerückgang eine Preissteigerung. Die *Model-Gruppe* rechnet damit, dass sich der Absatzrückgang auch im laufenden Jahr fortsetzen wird. Trotzdem werden für 2023 Investitionen von mehr als 200 Mio. CHF geplant, wovon der Umbau der Papierfabrik Eilenburg von grafischen auf Verpackungspapiere den Löwenanteil ausmacht. Die Maschine wird zwischen August 2023 und Februar 2024 abgestellt und komplett umgebaut. Eine weitere Großbaustelle besteht bereits im polnischen Bilgoraj, wo eine neue Wellkartonfertigungshalle mit vollautomatischem Halb- und Fertigfabrikatelager entsteht. Die *Model Group* entwickelt, produziert und liefert Verpackungen von der Transportverpackung bis zur hochveredelten Pralinen- und Parfumbbox.  
> [www.modelgroup.com](http://www.modelgroup.com)

## CONNECT TO SMART SERVICES

Der Service wird bei Müller Martini immer smarter. Mit vernetzten Lösungen profitieren unsere Kunden von einem umfassenden Service-Support, der erstklassige Produktqualität, Zusatznutzen und langfristige Profitabilität garantiert.

[mullermartini.com](http://mullermartini.com)

Your strong partner.

MÜLLER MARTINI

## WETTBEWERB

### Werbung für Werbung

Die Verbände Druck und Medien suchen auch 2023 die kreativsten Auszubildenden der Branche und rufen zur Teilnahme am Gestaltungswettbewerb auf. Es winken bis zu 750 € Preisgeld sowie Zeitschriftenabos. Die Gewinnerarbeiten werden zudem im Magazin *Nutzen* und weiteren Publikationen präsentiert.

»Werbung für die Werbung« ist das Motto des 32. Gestaltungswettbewerbs der Verbände.

Die Aufgabe ist, ein Plakat zu gestalten, das Werbekunden davon überzeugt, dass sie mit Werbung auf Flächen im öffentlichen Raum ihre Zielgruppe erreichen, ihren Verkauf steigern, Mitglieder gewinnen, Umsatz machen oder sich von der Konkurrenz abheben.

Alle Auszubildenden sowie Umschüler der Branche sind herzlich eingeladen, ihre Entwürfe zum Thema »Werbung für die Werbung« bis zum 23. Juni 2023 online einzureichen. Bewertet werden die Arbeiten von einer zehnköpfigen Jury aus Fachleuten der Druck- und Medienbetriebe sowie Kommunikationsagenturen.

Alle Informationen über den Gestaltungswettbewerb 2023 mit Teilnahmebedingungen und Vorgaben für die Abgabe der Entwürfe unter [www.bvdm-online.de/gestaltungswettbewerb](http://www.bvdm-online.de/gestaltungswettbewerb)

## GBH MEDIENPOLICE

# ALLE VERSICHERUNGEN IN EINER POLICE

Der Geschäftsbereich Druck- und Medien des Versicherungsmaklers *Gayen & Berns • Homann GmbH (GBH)* blickt auf ein erfolgreiches Jahr 2022 zurück. Erneut gelang es, Druck-Unternehmen für die *MedienPolice* zu gewinnen und das Absicherungsportfolio der Kunden zu erweitern.



1899 gegründet, gehört *Gayen & Berns • Homann* mit über 240 Mitarbeitenden an 13 Standorten zu den wenigen noch inhabergeführten, großen und unabhängigen Versicherungsmaklern in Deutschland.

Seit mehr als 15 Jahren bietet *GBH* die *MedienPolice* an. In der *Police* sind in einem einzigen Vertragswerk – branchenspezifisch und individuell angepasst – alle relevanten Versicherungen enthalten, die ein Druckbetrieb heute benötigt. Hierzu zählen Sach-, Betriebsunterbrechungs-, Haftpflicht-, Maschinen- und Elektronikversicherung, aber auch Themen wie Cyber Security, Datenverlust- und Transportversicherung.

Auch eine Haftpflichtversicherung für Unternehmensleiter oder eine Absicherung für den Fuhrpark können in das Paket einbezogen werden.

Zu den Besonderheiten der *Police* zählt die »Goldene Regel« in der Sach- und Maschinenversicherung. Sie besagt, dass im Gebrauch befindliche Maschinen/Geräte zu 100% entschädigt werden – auch wenn ihr Zeitwert unter 40% des Neuwertes liegt.

### Betriebliche Krankenversicherung

Neben den Bereichen IT und Cyber Crime entwickelte sich 2022 die betriebliche Krankenversicherung besonders gut. Wird sie von einem Unternehmen angeboten, erhalten Mitarbeitende einfach und schnell Zugang zu wertvollen Zusatzleistungen – zum Beispiel bei Zahnersatz,

der Brille, Vorsorge oder privatärztlichen Behandlungen. Vergleichbar ist das Modell daher mit der privaten Zusatzversicherung, die man ergänzend zur gesetzlichen Krankenversicherung abschließt. Die Leistungen der Krankenversicherung durch den Arbeitgeber sind dabei für Mitarbeitende in vollem Umfang steuer- und sozialabgabenfrei.

Hat das Unternehmen mehr als fünf Mitarbeitende und schließt die betriebliche Krankenversicherung im Rahmen eines Gruppentarifs ab, müssen die Mitarbeitenden auch keine Gesundheitsfragen beantworten: Es besteht sofortiger Versicherungsschutz. Eine Mitversicherung von Familienangehörigen ist zu vereinbarten Bedingungen ebenfalls möglich. Bei einem Arbeitgeberwechsel oder dem Renteneintritt kann der Vertrag privat weitergeführt werden.

Für Arbeitgeber gilt: Mit der betrieblichen Krankenversicherung lassen sich Mitarbeitende gewinnen und binden. Die Prämie, die für Mitarbeitende anfällt, kann vollständig oder anteilig im Rahmen des Sachbezugs genutzt werden. Der monatliche Maximalbetrag, der dabei pro Person aufgewendet werden darf, liegt bei 50 €.

> [www.medien-police.de](http://www.medien-police.de)

## SMARTPHONES

### 73% nutzen Schutzhüllen

Weniger Schäden, weniger Kratzer: Ein Großteil der Smartphones in Deutschland werden vor äußeren Einflüssen und Risiken geschützt. 73% verwenden eine Schutzhülle für ihr Smartphone und 68% haben eine Schutzfolie auf das Display geklebt. Insgesamt setzen damit 93% auf mindestens eine Schutzmaßnahme – 47% haben beides im Einsatz.

Das hat der Digitalverband *Bitkom* bei einer repräsentativen Befragung herausgefunden. Schließlich verbessere die längere Nutzung eines Smartphones die Umweltbilanz



eines Smartphones, so der Verband. Zwar hätten die Hersteller die Geräte unempfindlicher gegen Wasser oder Stöße gemacht, doch mit einer guten Hülle könne das Smartphone auch im Falle einer größeren Ungeschicklichkeit unbeschädigt und nutzbar bleiben.

Dass es sich bei den Hüllen um Druckprodukte handelt, dürfte den meisten Benutzern nicht bewusst sein.

BMEL

## WERBEVERBOT FÜR SÜSSIGKEITEN?

Ende Februar kündigte Bundesernährungsminister Cem Özdemir an, an Kinder gerichtete Werbung für Lebensmittel mit zu viel Zucker, Fett und Salz künftig einzuschränken.

Dabei gibt es keine Belege (auch nicht aus Ländern, die Werbung bereits verboten haben) dafür, dass Werbeverbote mit der Reduzierung von Übergewicht in irgendeinem Zusammenhang stehen. Das Einzige, was damit erreicht wird, ist eine Einschränkung der Vielfalt. »Das Ministerium arbeitet am falschen Ende«, bewertet ZAW-Präsident Andreas F. Schubert (Zentralverband der deut-

»Werbeverbote gehen an den lebenswirklichen Herausforderungen vorbei. Die Wirkung von Werbung im Hinblick auf den kategorialen Verzehr von Salz, Zucker und Fett wird vom BMEL verkannt. Werbung für Lebensmittel hat Einfluss auf die Marktanteile beworbener Produkte. Sie ist erwiesenermaßen aber nicht in der Lage, das Ernährungsverhalten von Kindern ungünstig in Richtung Übergewicht zu beherrschen.«



schen Werbewirtschaft ZAW e. V.) den Vorstoß des Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL). »Die untaugliche Verbotspolitik nimmt in Kauf, die Refinanzierung von Medien und Sport weitgehend zu beschädigen und den Wettbewerb, darin eingeschlossen den Markterfolg von Innovationen, auszuschalten.« »Die Behauptung des BMEL, es gehe um zielgerichtete Vorschläge, ist irreführend. Tatsächlich ist eine massive Überregulierung geplant«, ergänzt Bernd Nauen, Hauptgeschäftsführer ZAW.

Die Gründe für kindliches Übergewicht haben viele Gründe und sind deshalb nicht mit einer einzelnen Maßnahme wie einem Werbeverbot zu lösen. Dabei könnte der Staat selbst bei der Gemeinschaftsverpflegung in Kitas und Schulen für eine bessere Ernährung sorgen. Zudem wäre es sinnvoller, die Ernährungs- und Medienkompetenz (auch der Eltern) zu stärken und vor allem etwas gegen die Bewegungsarmut von Kindern zu tun. Weniger Werbung animiert Kinder nicht zu mehr Bewegung.

INTERNETVERKEHR

## ZUNAHME 2022 UM EIN VIERTEL

Immer mehr Bewegtbilder in der Online-Werbung, Streaming, Onlineverkäufe sowie digitale Services und Anwendungen: All diese Entwicklungen belasten das weltweite Netz. Und mehr noch: Die dadurch entstandenen CO<sub>2</sub>-Emissionen sind deutlich höher, als viele vermuten würden.



Blick in ein Rechenzentrum. Der Datenverkehr nimmt scheinbar unaufhörlich zu, was zum Ausbau der Serverkapazitäten führt.

Der Datenverkehr im Internet hat 2022 um ein Viertel zugenommen, teilt DE-CIX mit. In die Statistik des Internetknotenbetreibers in Frankfurt am Main, der zu den größten weltweit gehört, flossen neben den Daten des Frankfurter Netzknotens auch Werte aus den Verteilstellen in Mumbai, New York, Madrid und anderen DE-CIX-Standorten ein.

An den Internetknoten wurden 2022 insgesamt mehr als 48 Exabyte Daten ausgetauscht. 2021 lag der gesamte Datendurchsatz noch bei 38 Exabyte (1 Exabyte entspricht 1 Mrd. Gigabyte).

Internetknoten dienen dem Datenaustausch. Ein Internet Exchange (IX) beziehungsweise Internet Exchange Point (IXP) ist eine Infrastruktur, die es Internet Service Providern (ISPs) und anderen Netzwerkanbietern ermöglicht, Daten auszutauschen.

Weltweit existieren ungefähr 340 IXPs, von denen sich etwa 165 in Europa und rund 80 in Nordamerika befinden. Weltweit größter kommerzieller Internetknoten ist der in Frankfurt. Das Unternehmen bietet seine Dienste in mehr als 40 Metropolregionen in Europa, Afrika, Nordamerika, dem Nahen Osten, Indien und Südostasien an.

Die Infrastruktur ist notwendig, um den geschätzten 4,9 Milliarden Internetnutzern weltweit (2021) die Dienstleistungen des Netzes zugänglich zu machen. Die Region mit den meisten Nutzern ist Asien mit 2,79 Milliarden Onlinern (allein in China rund 1,01 Milliarden). Darauf folgt die Region Europa mit 744 Millionen Onlinern vor Nordamerika mit rund 348 Millionen Usern.



*Schädlicher als Fliegen*

Der Trend, dass im Internet immer mehr Daten übertragen werden, wird sich fortsetzen. Das ergibt sich schon aus der Tatsache, dass immer mehr Druckprodukte eingestellt wurden, die nunmehr als App oder sonstige Anwendung ins Internet abwandern. Auch Streaming-Dienste für Musik und Video wachsen weiter und auch Videokonferenzen tragen zu diesem wachsenden Datenverkehr bei. Das alles hat mit Nachhaltigkeit nicht viel zu tun. Nach den jüngsten Zahlen übersteigen die CO<sub>2</sub>-Emissionen, die durch das Internet verursacht werden, den als besonders schädlich apostrophierten weltweiten Flugverkehr.