

# mittendrin

Das Magazin für Kunden, Freunde und Partner des Druckhauses Berlin-Mitte



## Brief und Siegel Zertifizierung erneuert

Seit dem Jahr 2002 wird im Druckhaus Berlin-Mitte nach den gemeinsam erstellten Dokumenten unseres integrierten Qualitäts- und Umweltmanagementsystems auf der Grundlage der internationalen Normen gearbeitet. Im Vordergrund der täglichen Arbeit steht dabei das permanente Bemühen, ökonomisches und ökologisches Handeln als eine unmittelbare Einheit umzusetzen. Dabei wird die Einhaltung und Unterbietung aller auf Bundes- und Landesebene geltenden gesetzlichen Bestimmungen zum Umweltschutz gesichert.

### Mehr als nur zertifiziert - Qualität mit Brief und TÜV-Siegel

Im Oktober diesen Jahres stellte sich das Druckhaus Berlin-Mitte erfolgreich

den Wiederholungsaudits nach DIN EN ISO 9001:2000 und DIN EN ISO 14001:2004. Das Werk II in Großbeeren (Bundesland Brandenburg) wurde in alle Überprüfungen einbezogen. Ebenso erfolgreich bestand das Unternehmen im Sommer die EMAS-Revalidierung, die mit der Umwelterklärung 2008 ihre Veröffentlichung fand. Zuvor hatte das SID Leipzig die notwendige externe Umweltbetriebsprüfung vorgenommen. Doch die Ansprüche in Berlin gehen über die reine Zertifizierung hinaus. Denn die kundenorientierte und ökologische Ausrichtung wurde durch die Zertifizierer des TÜV-Süddeutschland besonders hervorgehoben. Sie bestätigten nicht nur die Normkonformität, sondern wiesen in ihren Berichten darauf hin, dass das Druckhaus Berlin-Mitte

auf allen Ebenen über ein kompetentes und motiviertes Personal verfügt und die ausgeprägte Kundenorientierung der gesamten Organisation sich besonders positiv darstellt. Klimaneutrales Drucken sowie die Strategie der FSC-Produktion sind Ausdruck des breiten Umweltengagements des Druckhauses Berlin-Mitte.

### Umweltschutz konsequent weitergedacht und umgesetzt

Seit Oktober diesen Jahres bezieht das Stammhaus von dem Energieversorger Vattenfall Ökostrom, der pro kWh in seiner Erzeugung nur 40g CO<sub>2</sub> freisetzt, während der bisher eingesetzte Basisstrom eine Emission von 616g CO<sub>2</sub> pro kWh aufwies.

## kurz und news



### Glückwunsch, die Erste

Mehr als 500 Gäste freuten sich im Berliner Grand Hyatt Hotel über die 25 Gewinner der 4. Druck&Medien Awards. Durch das Programm führte Fernseh-Moderatorin Ruth Moschner, den offiziellen Teil beschloss Hellmuth Karasek. Im Mittelpunkt aber standen die Besten der Druckbranche. Wir gratulieren allen Gewinnern und freuen uns schon jetzt auf viel Medienprominenz in Berlin im kommenden Jahr.

### Glückwunsch, die Zweite

Etappenziel erreicht! - so titelte die Pressemitteilung zum zweijährigen Bestehen von ClimatePartner. Im August 2006 von Moritz Lehmkuhl und Tobias Heimpele in München gegründet und mittlerweile mit 25 Mitarbeitern in 7 Ländern vertreten, haben die Klimaschutzberater Maßstäbe bei der Integration des Klimaschutzes in Unternehmensprozesse gesetzt. Eine gute Sache, finden wir, und gratulieren deshalb besonders herzlich. Gemeinsam werden wir weiter an engagierten Zielen arbeiten.

## wann und dann

### Leipziger Buchmesse, Leipzig 12. bis 15. März 2009

Frühlingserwachen - die Leipziger Buchmesse ist traditionell der wichtigste Frühjahrstreff der Buch- und Medienbranche. Die Messe ist die perfekte Kommunikationsplattform und informiert über aktuelle und innovative Trends. Ein ganz besonderes Bücher-Erlebnis ist „Leipzig liest“.

Das größte europäische Lesefest mit über 1.900 Events an 350 Veranstaltungsorten sollte man nicht verpassen. Info: [www.leipziger-buchmesse.de](http://www.leipziger-buchmesse.de)



### komma & wwm, München 21. und 22. Januar 2009

Am 21. und 22. Januar 2009 öffnen die 6. komma - fachmesse für kommunikation und marketing und die 11. Werbemittelmesse im Münchner M.O.C. Veranstaltungszentrum wieder ihre Tore. Namhafte Hersteller und Marken präsentieren Werbemittel-Neuheiten, kompetente Konzepte und aktuelle Entwicklungen und neue Services. Die strukturierten und visuell gegliederten Fachmessen garantieren dem Fachpublikum zwei erfolgreiche Messetage, denn viele interessante Fachvorträge sind im Eintrittspreis enthalten. Info: [www.komma.com](http://www.komma.com)

# klar text

Verehrte Leserinnen und Leser,  
liebe Kunden und Freunde.

Für unseren Bundespräsidenten, Horst Köhler, ist Nachhaltigkeit das Konzept der Zukunft. Denn Nachhaltigkeit gibt nach Ansicht von Bundespräsident Köhler die Antwort darauf, wie wir den kommenden Generationen weltweit



ihre natürlichen, wirtschaftlichen und sozialen Lebensgrundlagen sichern können.

Um Antworten geben zu können, müssen wir Fragen stellen. Müssen unser Handeln und unsere Konzepte permanent hinterfragen. Egal wie gut oder professionell die aktuelle Situation zu sein scheint, wir können sie jetzt und in Zukunft gemeinsam kontinuierlich verbessern.

Wir, die Mitarbeiter des Druckhauses Berlin-Mitte, unsere Kunden und Lieferanten haben nach- und hinterfragt. Deshalb geben wir zukunftsorientierte Antworten. Antworten zu den dringlichsten Themen unserer Zeit: Umweltschutz, Ausbildung und Arbeitsplatzsicherung, Qualität, Kommunikation und auf viele wichtige Fragen mehr. Mehr hierzu lesen Sie in unserem aktuellen Nachhaltigkeitsbericht - einfach anrufen und wir senden Ihnen gerne Ihr persönliches, digital-druckfrisches Exemplar.

Ich möchte mich zum Jahresende nicht nur bei Ihnen, liebe Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, verehrte Kunden, Partner, Freunde und allen Lesern bedanken. Ich darf Sie bitten, mit uns auch in 2009 gemeinsam Fragen und Antworten zu formulieren. Unser gesamtes Team freut sich auf diese engagierte Zusammenarbeit.

Ihr Herbert Preißler

# Im Dialog

## Agentur muehlhausmoers

Die Agentur muehlhaus & moers kommunikation ist mittendrin. Und das schon seit 1990. Jetzt also auch mit einer Dependence in Berlin. Herzlich Willkommen. Wir sprachen mit Geschäftsführer Hans-Jürgen Moers über Ziele, gemeinsame Kunden und verantwortungsvolles Handeln.

**mittendrin:** muehlhaus & moers entwickelt und produziert für seine Kunden Magazine, Zeitschriften, Geschäftsberichte und weitere Kommunikationsmittel. Mitte 2007 haben Sie dafür neben Ihrem Hauptsitz in Köln eine Dependence in Berlin eröffnet. Was hat Sie zu diesem Schritt bewogen?

**Hans-Jürgen Moers:** Berlin ist für Kommunikationsfachleute ein spannender Markt, der sich stetig entwickelt. Für unseren Berliner Kunden Vattenfall Europe AG arbeiten wir bereits seit Ende 2006, sodass es für uns ein sequenter Schritt war, vor Ort in der unmittelbaren Nähe des Kunden ein Büro zu eröffnen. Und mit der GE-WOBAG und dem Deutschen Technikmuseum Berlin sind inzwischen noch weitere Kunden hinzugekommen, die wir vor Ort betreuen.

**mittendrin:** Welche Projekte realisieren Sie für Vattenfall?

**Hans-Jürgen Moers:** Wir arbeiten vornehmlich für die Unternehmenskommunikation der Holding von Vattenfall Europe, wo die übergeordneten Projekte des Konzerns angesiedelt sind. Dazu gehören der Geschäftsbericht, den wir in diesem und im letzten Jahr produziert haben, die Unternehmensbroschüre, der Umweltbericht, der konzernweite, rund 360 Seiten umfassende Weiterbildungskatalog, themenspezifische Publikationen sowie die Mitarbei-



terzeitschrift, die wir in Zusammenarbeit mit der rund zehnköpfigen Vattenfall-Redaktion produzieren.

**mittendrin:** Bei den Projekten, die Sie realisieren, handelt es sich vornehmlich um Printobjekte. Welchen Stellenwert hat für Sie das äußere Erscheinungsbild dieser Produkte?

**Hans-Jürgen Moers:** Der erste Eindruck einer Broschüre zum Beispiel ist oftmals entscheidend für die weitere Rezeption. Denn im ersten Schritt gilt es, beim Betrachter Aufmerksamkeit zu erzeugen, damit er trotz knappem Zeitbudget bereit ist, sich mit der Broschüre zu beschäftigen. Dies geschieht in erster Linie, neben selbstverständlich der Thematik, über eine adäquate Gestaltung und auch über die Produktion der Broschüre.

**mittendrin:** Spielt bei der Produktion der Printobjekte klimaneutrales Drucken eine Rolle?

**Hans-Jürgen Moers:** Dies ist ein sinnvoller Benefit Ihres Hauses, den wir mittlerweile auch für die Vattenfall-

Produktionen nutzen. Sämtliche Printobjekte werden auf zertifiziertem Naturpapier produziert - und das nun auch klimaneutral. Denn gerade ein Unternehmen wie Vattenfall, das sich auf allen Ebenen mit großem Einsatz für den Umweltschutz engagiert, will auch hier seinen Beitrag leisten.

**mittendrin:** Sie sprachen vom spannenden Berliner Markt für Kommunikationsfachleute. Wie beurteilen Sie die weitere Entwicklung?

**Hans-Jürgen Moers:** Meiner Einschätzung nach wird sich Berlin weiter positiv entwickeln. Denn die Anziehungskraft, die die Hauptstadt zum Beispiel auch auf Unternehmen ausübt, wird immer stärker. Der entstehende neue Großflughafen wird diese Entwicklung weiter beschleunigen. Und mit jedem neuen Unternehmen entstehen weitere Chancen für interessante Projekte.

**mittendrin:** Vielen Dank für die interessanten Ein- und Ausblicke. Wir freuen uns auf weitere gemeinsame, spannende Projekte und wünschen Ihnen und Ihrem Team viel Erfolg in Berlin.



## Wer macht denn sowas?



### Herausgeber

Druckhaus Berlin-Mitte GmbH • Schützenstraße 18 • 10117 Berlin  
Telefon: +49 (0)30 - 203 53 203 • Telefax: +49 (0)30 - 203 53 275  
info@druckhaus-berlin-mitte.de • www.druckhaus-berlin-mitte.de

### Ausgabe

mittendrin, drei '08

### Gesamtherstellung

Druckhaus Berlin-Mitte GmbH

### Redaktion

Kornelia Altenburg (V.i.S.d.P.)  
altenburg@druckhaus-berlin-mitte.de

### Projektleitung

Stephan Olier  
eMail: stephan.olier@hepv.de

### Quellen- und Bildnachweis

www.climate-partner.com, www.kom-ma.com, www.vattenfall.de  
www.buchmesse-leipzig.de, www.druck-medien.net www.you.de,  
www.photocase.de, www.muehlhaus-moers.de, DBM-Archiv

### Technische Angaben

Druckauflage: 6.900 Exemplare  
Papier: 130 g/m<sup>2</sup> PlanoArt, FSC-Zertifiziert,  
Maschine: KBA Rapida 105-6 CX ALV2  
Magazinformat: 32,0 x 49,0 cm



klimaneutral

Diese Ausgabe „mittendrin“ wurde natürlich klimaneutral gedruckt

# teamplayer

Fragen Sie einfach mal in die Runde. Viele werden sagen, er ist unser Bester. Und das gleich im doppelten Sinne. Obwohl es im Druckhaus Berlin-Mitte ja nur Beste gibt. Ganz bescheiden ausgedrückt. Und so bescheiden ist auch Jens Fischer. Heute Teamleiter und der Mann für die komplizierten Projekte. Und, ganz im Vertrauen, er weiss es. Nicht nur, dass er richtig gut ist, sondern dass sein Ehrgeiz und Einsatz Gold wert sind. Denn die Karriere war steil. Fast wie im Bilderbuch, im klimaneutral gedruckten. In nur 10 Jahren vom Azubi über den Drucker an der Maschine zum teamleitenden Projektmanager. Nicht schlecht, oder?

Zuhause ist er der Beste für Töchterchen Anika. Und sie für ihn. Wenn er dann noch mit seinem Hobby, dem anspruchsvollen Kochen, brilliert, ist die Eingangsfrage zweifelsfrei beantwortet.



# Review: immer mittendrin

## Messerückblick: mailingtage und PostPrint

Als sich auf der 9. Fachmesse für Direkt- und Dialogmarketing in Nürnberg, in Fachkreisen unter dem Markenbegriff „mailingtage“ geschätzt, Kommunikationsprofis aus ganz Europa über zukünftige Trends informierten, waren das Druckhaus Berlin-Mitte und die Partner aus dem EUROPA-DIALOG-Netzwerk mal wieder gemeinsam mittendrin.

Im Vergleich zum Vorjahr freuten sich alle Aussteller über 20 % Besucherzuwachs. Bei der steigenden Zahl hochkarätiger Kommunikationsentscheider aus allen

Branchen sind die „mailingtage“ ein Muss und fester Messe-Highlight geworden.

### Umwelt- und Klimaschutz machte Besucher nicht nur neugierig

Auf besonders großen Zuspruch bei den Marketingexperten stießen im Umfeld der Printproduktion „FSC-Zertifizierung“ und „Klimaneutrales Drucken“. Erfreulicherweise resultierten aus vielen spannenden Gesprächen auch Anfragen und Aufträge. Sicher eine gute Voraussetzung und Ansporn für die „mailingtage“ im Juni 2009.

### Messetriologie in Berlin mit Wachstumspotenzial für 2009

Die diesjährige PostPrint, Fachmesse für Druck und Weiterverarbeitung ließ durch die Kombination mit dem 4. Brandenburger Direktmarketingtag „bbdt“ und der Fachmesse „directexpo“ für den regionalen Mittelstand auf eine hohe Besucherfrequenz hoffen. Auch wenn die Erwartungen diesbezüglich etwas zurückblieben, so lassen doch die vielen interessanten Workshops und Vorträge renommierter Referenten auf eine starke PostPrint 2009 hoffen.



Spandau gebündelt. Das neue Haus schafft die bestmöglichen Voraussetzungen, um noch erfolgreicher, effizienter und umweltfreundlicher zu produzieren.

### Große Herausforderung, modernste Technik und fantastische Zukunftsperspektive

Für die gesamte Belegschaft und die Geschäftsleitung stellt der geplante Umzug im laufenden Betrieb und bei gleichzeitiger, reibungsloser Produktionssicherung eine große Herausforderung dar. Am zukünftigen Gesamtstandort steht neben der vorhandenen auch neue, nochmals modernere Technik zur Verfügung. Entsprechend der ökonomischen Ausrichtung werden bei der Erweiterung der Produktion die Großformate im Fokus stehen. Zur Sicherstellung höchster Effizienz, verbunden mit optimalem Umweltschutz, kommen für das neue Werk nur technisch-technologisch ausgereifte Lösungen in Betracht. „BvT“ heißt dieses Konzept intern - Investition nur in die „Beste verfügbare Technik“. „Für das Druckhaus Berlin-Mitte, unsere Kunden, Mitarbeiter und Lieferanten ist dieser neue Standort eine wichtige, elementare und spannende Zukunftsentscheidung“, freut sich Geschäftsführer Herbert Preißler.

# Preview: Mitte goes Spandau

Eine große Baustelle - und zwar im Sinne des Wortes - ist der Neubau am zukünftigen Standort in Berlin Spandau. Zwar schwingt ein wenig Wehmut mit, die traditionellen Räume in Berlin-Mitte zu verlassen, in denen die Wurzeln des heutigen Druckhauses liegen, aber die

Vorteile eines neuen Werkes, das bis 2010 stehen soll, überwiegen.

### Zusammenführung, Teil 2

Die Zusammenführung von Ost- und Westdeutschland wurde im alten „Zeitungs-

viertel“ quasi hautnah mitgestaltet. Auf dem Gelände des „Siemens Technoparks“ beginnt ab Ende 2009 wieder eine neue Zusammenführung, natürlich in kleinerem Maßstab. Schrittweise werden die bisherigen Betriebsteile und Standorte im neuen, modernen Werk in



# Nachhaltigkeit am neuen Standort

## Ökonomische Aspekte

- Einsatz großformatiger Druckmaschinen im Bogenformat bis maximal 130 x 185 cm, um 64 Seiten DIN A4 optimal zu produzieren
- Nutzung einer Großfalzmaschine zur Verarbeitung von 2 x 32 Seiten ohne vorgelagerten Schneideprozess
- JDF-Vernetzung und Nutzung der elektronischen Auftragsasche
- Optimale innerbetriebliche Logistik und Einführung der RFID-Technik
- Erweiterung der Plattenbelichtung zur Produktionssicherung
- Umfassende Mitarbeiterschulungen

## Ökologische Aspekte

- Effiziente Umsetzung von Energiesparmaßnahmen, um die Betriebskosten um 40 % zu senken
- Verbesserung des Druckhallenklimas, Reduzierung der Geräuschemissionen und Umsetzung eines Beleuchtungskonzeptes (Einbindung von Tageslicht)
- Kühlen und Heizen über Wärmepumpen unter Nutzung der Abwärme aus den Druckmaschinen sowie Installation einer zentralen Wasseraufbereitungs- und Luftbefeuchtungsanlage
- Entsorgungcenter im Gebäude
- Inbetriebnahme einer eigenen Farb-

mischstation, auch zur Verwertung von Farbresten

- Zentrale Farb- und Lackversorgung sowie Puderabsaugung an allen Druckmaschinen
- Projektbeginn zum alkoholfreien Drucken
- EMAS-Registrierung am neuen Standort

## Soziale Aspekte

- Belüftung der Sozial- und Besprechungsräume mit CO<sub>2</sub>-Steuerung
- Ausstattung der Sanitäreinrichtungen mit einem Wassersparsystem

- Fortführung der gesundheitsfördernden Maßnahmen durch optimales Raumklima und gezielte Senkung der Arbeitsplatzgrenzwerte (AGW)
- Gewährleistung einer hohen Arbeitssicherheit und Vorbereitung auf die OHSAS-Zertifizierung
- Kooperation mit Schulen und Beitritt zur Sportgemeinschaft am neuen Standort

## Weitere Ziele

- Bewerbung um den „Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2008“, der durch den Bundespräsidenten vergeben wird
- ...

...mehr Ziele und Ideen lesen Sie in unserem aktuellen Nachhaltigkeitsbericht 2008 „Erlebnis Druckhaus Berlin-Mitte“.



## YOU 2008: Messebericht hautnah von Max, Jonas und Georgia

Wir sind drei Lehrlinge im Druckhaus Berlin-Mitte. Max und Jonas die Drucker und Georgia die Buchbinderin. Unsere Aufgabe bestand darin, im Namen unseres Ausbildungsbetriebes Jugendliche über unsere Ausbildungsberufe zu informieren und Lehrlinge anzuwerben.

Wir haben die Besucher einfach direkt angesprochen und ihnen alle gestellten Fragen sachgemäß beantwortet. Und das mit Erfolg. Die Attraktionen und Angebote der Messe gingen dabei selbstverständlich nicht spurlos an uns vorüber. Jonas lernte ein wenig X-Board fahren während Max und Georgia sich ein künstliches Tattoo machen ließen und ihre Fähigkeiten im Frisbeeerfen perfektionierten. Uns, und wir glauben auch allen Besuchern, hat die Messe viel Spaß gemacht.

Europas größte Jugendmesse  
**YOU**  
 music • sports • lifestyle • education

## are welcome

### Top-Event im Epizentrum trendig-urbanen Lebens - natürlich in Berlin

Über 150.000 Besucher im Alter von 14 bis 22 Jahren besuchten die YOU 2008 in Berlin - die Metropole und das Epizentrum trendig-urbanen Lebens für über 6 Millionen Menschen. Die YOU bietet einen umfassenden Erlebnisraum, das breite Spektrum schafft eine überwältigende Akzeptanz. Sport, Karriere, Beauty, Gaming, Mode und Musik - alles was das Leben junger Menschen bestimmt. Unternehmen und Marken werden positiv angenommen, weil die YOU nicht primär als Werbeveranstaltung identifiziert wird. Eine begleitende Online-Aktivität verlängert die Phase aktiver Kommunikation und vergrößert den Kreis der erreichten Jugendlichen. Von Anfang an ist die YOU in den Medien präsent. Verschiedene TV- und Radio-Sender beteiligen sich traditionell mit Musik-Events, Live-Sendungen und aktuellen Features. Die YOU hat Prime-Time-Format. Alle jugendrelevanten Print-Titel berichten über die YOU, die auch ein eigenes Magazin mit einer Gesamtauflage von 150.000 Exemplaren herausgibt.



# EUROPA (im) DIALOG

Das Druckhaus Berlin-Mitte passt sich den Marktbedingungen der Zukunft an. Märkte sind immer in Bewegung. Jürgen Schmitt, Leiter Fotografie und Prepress der Quelle GmbH in Nürnberg, bringt es auf den Punkt: „Der Trend zeigt eindeutig, dass in Zukunft komplette Paketlösungen gefragt sind. Vom Beginn der Wertschöpfung bis zum Ende.“ Denn die meisten Kunden haben heute weder Infrastruktur noch Men-Power, um komplexe Projekte selbst zu stemmen. In Zukunft werden die Anbieter erfolgreich sein, die das gesamte Handling anbieten können - vom ersten Konzept bis zur Posteinlieferung.

### Marktveränderungen im Blick, Kundenwünsche im Fokus

Auf diese Marktbedingungen wird ein vom Druckhaus Berlin-Mitte mitinitiiertes Netzwerk maßgeschneidert. EUROPADIALOG versteht sich als Netzwerk aus spezialisierten Unternehmen der Druck-, Lettershop-, Logistik- und Onlinebranche, die gemeinsam komplexe, optimierte Lösungen generieren. Hierzu zählen:

- Printprodukte im Digital-, XXL-, Offset- oder Rollenoffsetdruck

- Wurfsendungen ebenso wie zielgruppengenaue Mailingversand
- alle Formen der kreativen Kundenkommunikation im Dialog- und Online-Marketing



Die wichtigsten Kundenvorteile liegen auf der Hand:

- Verkürzung der Produktionsprozesse und damit verbundene Zeitersparnis
- Reduzierung des Abstimmungsaufwands bei umfangreichen Projekten
- Produktsicherheit
- Gewährleistung hoher Qualitätsstandards
- Kostenoptimierung

Kernkompetenzen im EUROPADIALOG Netzwerk sind Produktentwick-

lung und komplexe Mediendienstleistungen.

Das Leistungspotenzial aller Partner nutzend, werden neue Produkte bzw. Dienstleistungen entwickelt, die gemeinsam vermarktet werden. Im Netzwerk wird eine Ideenbox geführt, in der alle Produktvorschläge gesammelt, geprüft und veredelt werden, um die erfolgsversprechenden Ideen in einzelnen Projekten zur Marktreife zu entwickeln und durch die Netzwerkmitglieder in den Markt einzuführen.

### Maximale Ergebnisse, gesamtgesellschaftliche Lösungen

Das Netzwerk setzt sich das Ziel, komplexe Mediendienstleistungen einschließlich der Logistik anzubieten. Die Markterkenntnisse des Netzwerkes signalisieren den verstärkten Bedarf potenzieller Kunden bzw. vorhandener Kunden an komplexen Mediendienstleistungen.

Mehr Informationen finden Sie unter [www.europadialog.de](http://www.europadialog.de).

# Ausbildung im Druckhaus Berlin-Mitte



Karrierestarter im Druckhaus Berlin-Mitte: Denis Wagner (Drucker), Florian Ahlisch (Fachlagerist), Tino Koffke (Buchbinder), Marian Liefeldt (Mechatroniker), Jonas Meden (Drucker), Sören Müller (Industriekaufmann)

Seit September diesen Jahres weht wieder ein frischer, junger Wind durch das Druckhaus Berlin-Mitte, denn nun lernen sechs neue Auszubildende einen Beruf im Druckhaus mit den modernsten Umweltstandards.

Am 2. September 2008 veranstaltete die Druckhaus Berlin-Mitte GmbH ein Azubi-Treffen, zu welchem die Geschäftsleitung die verantwortlichen Ausbilder und die sechs neuen Auszubildenden

eingeladen hat. Die Auszubildenden trafen sich dort das erste Mal und stellten sich und ihren angehenden Beruf vor.

### 14 mal Karrierestart in der Druck- und Medienbranche

Bei den Auszubildenden handelt es sich um zwei angehende Drucker, einen Buchbinder, einen Fachlageristen, einen Mechatroniker und einen Industriekaufmann. Zusammen mit den Auszubilden-

den im zweiten und dritten Lehrjahr befinden sich nun 14 junge Karrierestarter im Druckhaus in Ausbildung.

Die hochwertige Ausbildung junger Menschen ist eine Investition in die Zukunft. „Wir haben einen hohen Anspruch an unsere Mitarbeiter“, erklärt Geschäftsführer Herbert Preißler die Ausbildungsinitiative. „Deshalb machen wir uns gemeinsam dafür stark, dass bereits ab dem Karrierestart alles perfekt läuft.“