

Der VDM Nord-West tagte im Signal Iduna Park

Dortmund, 24. Mai 2013 - gestern kamen Mitglieder, Mitarbeiter und Gäste zur ersten gemeinsamen Jahreshauptversammlung des VDM Nord-West nach dem Zusammenschluss des Verbandes NRW und Nord zusammen. Über 230 Teilnehmer sind der Einladung ins Stadion gefolgt und lauschten neben den künstlichen Fan-Gesängen spannenden Vorträgen als auch einer regen Podiumsdiskussion. Der Verband stellte zudem die neue Imagekampagne für Printprodukte vor.

"Die Zukunft wird gedruckt" - einmal mehr noch betonte Herr Curdt, Geschäftsführender Vorstand des größten deutschen Druck- und Medienverbandes, diese wichtige Aussage und stellte im Rahmen der Jahrestagung die gleichnamige gemeinsame Imagekampagne der Druck- und Medienverbände Deutschlands vor, die gleichzeitig Mottogeber des Tages war. Die Frage "Wie sieht es um die Zukunft von Print aus?" kann Herr Curdt zwischenzeitlich mit einem wissenden Lächeln abtun. Er antwortet dann: "Print wächst - analog zu digital", denn die Fakten sprechen für sich! "Druckerschwärze hat eine Autorität, von der andere Farben nur träumen können." Das Vertrauen in Gedrucktes ist nach wie vor enorm - besonders im Bereich der regionalen Informationen ist Print die unangefochtene Nummer Eins und dient als erste Informationsquelle des Tages. Diese und mehr Fakten präsentierte der Geschäftsführer seinem Publikum und gab damit Anlass aufzuatmen. Interessierte können die Details unter www.die-zukunft-wird-gedruckt.de nachlesen und sogar selbst nutzen und z.B. den Film auf ihrer Webseite einbinden.

Dennoch: neben Print bietet die Druck- und Medienlandschaft viele weitere hoch interessante Themen und stellt die Unternehmen damit stets vor neue Herausforderungen. "Die deutschen Druckereien gehören zu den vielfältigsten und modernsten Industrien weltweit." - so Curdt. Beispiele lieferten die Vorträge einzelner Redner wie Dr. Michael Fries, CEWE Color GmbH, Oliver Multhaupt, WAZ New Media GmbH und Thorsten Dreesman, printfactory GmbH. In dieser Reihenfolge stellten Sie unter der Moderation von Bernd Zipper, Zipcon Consulting und Katharina Matters, Verband Druck + Medien, Möglichkeiten vor, wie „Online“ „Print“ ergänzt und befruchtet.

Dr. Reinhard Laumanns, Vorsitzender des Verbandes, begrüßte zur Versammlung auch den Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes, Herrn Dr. Paul Albert Deimel in Dortmund: „Zur Mitgliederversammlung haben wir in den Signal Iduna Park eingeladen, weil die Stadionlage ein besonders inspirierender Ort ist. Hier wird in der Saison Spitzenfußball der ersten Bundesliga und der Champions League geboten – heute sind wir, die erste Liga aus dem Bereich Druck und Medien, hier zu Gast.“

Laumanns gab auch eine Antwort auf die Frage nach der Zukunft von Print: „Print wächst, Print ist nachhaltig und innovativ und Print erreicht alle 5 Sinne der Menschen auf eine äußerst effiziente Art. Mit einem Satz: Die Zukunft wird gedruckt!“ Das ist die Kernbotschaft der neuen Kampagne der Druck- und Medienverbände in Deutschland, die in Dortmund vorgestellt wurde.

Geschäftsführer Curdt gab einige Fakten aus der Kampagne bekannt: „Einen Java-Programmierer suchen Sie wahrscheinlich im Internet. Aber wo suchen Sie einen Schreiner oder eine Fleischerei-Fachverkäuferin? Genau, per Stellenanzeige. 83 Prozent der Jobsuchenden geben an, die Stellenanzeigen in Tageszeitungen für die Arbeitsplatzsuche zu nutzen. 27 Prozent geben sogar an, dass Stellenanzeigen in Tageszeitungen für sie die wichtigste Quelle bei der Jobsuche ist.“

Und auch die Arbeitgeber teilen laut Kampagne des Verbandes diese Vorliebe: In einer Studie des ifo Instituts gaben 58 Prozent der befragten Personalchefs an, bei der Mitarbeitersuche auf Printmedien zu setzen – mehr als bei allen anderen Kanälen. Warum auch nicht?

Nach dem formalen Teil des Tages lotste dann Alfred "Aki" Schmidt die über 230 Gäste durch "sein" Stadion und begeisterte mit Insiderwissen und Anekdoten. Gerade für Fußballfans war dies ein gelungener Abschluss eines vielfältigen Tages, der am Abend im „Strobels“ seinen Ausklang fand. Bleibt nur zu wünschen, dass Borussia Dortmund morgen in Wembley ähnlichen Erfolg vermelden kann.

Ansprechpartner beim VDM Nord-West e.V.:

Oliver Curdt

Geschäftsführender Vorstand

Tel: 02306-20262-15

Fax: 02306-20262-99

Mobil: 0163-2026215

curdt@vdmnw.de

www.vdmnw.de

Der Verband Druck + Medien Nord-West e.V. (VDM NW) ist mit rund 800 Mitgliedsunternehmen der größte Arbeitgeber- und Dienstleistungsverband der Druck- und Medienindustrie in Deutschland. Beheimatet in Düsseldorf, Lünen bei Dortmund und Hamburg berät der VDM NW in juristischen, technischen, betriebswirtschaftlichen, bildungspolitischen sowie ökologischen Fragestellungen. Mitglieder erhalten zudem Zugriff auf aktive Beratung und Unterstützung vor Ort sowie ein umfassendes Aus- und Weiterbildungsprogramm in modernen Akademien an drei Standorten und im Printhouse.

Einige weitere ausgewählte Zusatzinformationen zur Kampagne, speziell für Zeitungen und Anzeigenblätter, die gerne verwendet werden dürfen:

Auch für den Zeitungsbereich enthält die Kampagne wichtige Fakten und Informationen, die die Bedeutung der Tageszeitung und sowie der Anzeigenblätter unterstreichen:

- 46,7 Millionen Bürger in Deutschland greifen täglich zur gedruckten Zeitung. Damit erreichen Zeitungen 71 Prozent der Deutschen. Die Leselust ist dabei in allen Alters- und Bevölkerungsgruppen stark ausgeprägt. Mit Zeitungen können damit praktisch alle Bevölkerungsgruppen erreicht werden – und das Tag für Tag.
- Der „carbon footprint“ beim Lesen einer Tageszeitung liegt laut Forschungen des Königlich-Schwedischen Instituts für Technologie um 20 Prozent niedriger, als der, der beim Aufnehmen derselben Nachrichtenmenge am PC über das Internet entsteht.
- Eine einzelne Person, die ein Jahr lang eine Tageszeitung bezieht und liest, ist für den Ausstoß von 28 kg CO₂ pro Jahr verantwortlich. Das Äquivalent bei 30 Minuten Computernutzung am Tag entspricht

35 kg CO₂. Dabei ist noch nicht berücksichtigt, dass eine Zeitung von mehreren Nutzern gelesen wird. Damit ist Print nachhaltiger als das Internet.

- Geschäftsführer Curdt: „Anzeigenblätter sind eine lokale Macht. Titelanzahl, Auflagen und Umsatzentwicklung folgen über die letzten Jahre hinweg einem stabilen Trend: aufwärts. Derzeit erscheinen rund 1.400 verschiedene Anzeigenblätter mit einer Gesamtauflage von 93 Millionen Exemplaren pro Woche. Das macht im Jahr über 4,8 Milliarden Exemplare. Der erwirtschaftete Umsatz liegt schon im zweiten Jahr in Folge über der zwei Milliardenengrenze.“
- Print erreicht jeden. Und das sogar ziemlich gut. Die durchschnittliche Ausgabe eines Anzeigenblatts wird von zwei Dritteln der über 14-jährigen Deutschen gelesen. Das sind rund 41 Millionen Menschen, die Gedrucktes Woche für Woche in ihr Leben integrieren.
- Anzeigenblätter sind für 75 Prozent der Leser eine wichtige Informationsquelle. Drei von vier Lesern greifen vor mindestens jedem zweiten Einkauf zu ihrem Anzeigenblatt. Anzeigen werden in diesem Umfeld als nützlich und informativ wahrgenommen. Sie helfen rund 72 Prozent dabei, preiswerte Angebote auszuwählen. Aber nicht nur die Anzeigen werden positiv bewertet: 71 Prozent schätzen die Geschäfte, die hier mit Anzeigen werben, als seriös ein. Näher dran an Deutschlands Shoppfern geht kaum.