

# JAHRESBERICHT 2012/2013



**bvdm.**



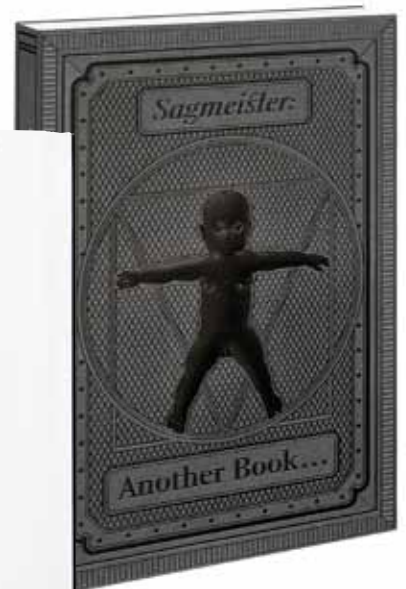
# PRINT BERÜHRT DIE SINNE

Die Neurowissenschaft bestätigt die Wirkung von Print. Und auch im Mittelpunkt des MfG-Awards des bvdm steht, was Print einmalig und unverwechselbar macht: Print überzeugt, vereinfacht, löst Emotionen aus und wirkt häufig nachhaltiger als elektronische Medien.



Raffinesse, Umweltbewusstsein, Vereinfachung, Emotion und Individualität – nach diesen Kriterien werden beim jährlichen MfG-Award die eingereichten Arbeiten von der Jury bewertet.

Welche Botschaften schmecken dem Gehirn? Markenunternehmen und Verlage nutzen die kreativen Möglichkeiten für Druckprodukte, die bei Kunden und Lesern ankommen.



Print schafft Genuss auch bei komplexen Stoffen: Im Spiel von Typografie, Formen, Materialien und Bindetechniken entstehen herausragende Informations- und Imageträger.



Wie einmalig sind Ihre Printprodukte? Reichen Sie sie ein: [www.mfg-award.de](http://www.mfg-award.de)

# DIE ZUKUNFT WIRD GEDRUCKT

## BRANCHENMARKETING FÜR PRINT



*Print ist innovativ und nachhaltig, Print spricht alle fünf Sinne an, ist glaubwürdig und erreicht die Menschen, Print wird geschätzt und ist außerordentlich wirkungsvoll.*



Die deutschen Druck- und Medienbetriebe gehören zu den vielfältigsten und modernsten Industrieunternehmen weltweit. Und Print ist fest verankert in der kulturellen DNA unserer Gesellschaft. In Zeiten, in denen Print von den digitalen Boommedien gerne in den Schatten gestellt wird, zeigen die Verbände Druck und Medien in einer Kampagne daher die wichtigsten Fakten zum Thema Print.

Druckmedien funktionieren und schaffen Mehrwerte – für Druckereien und für deren Kunden. Und es gibt viele Anzeichen dafür, dass dies auch in Zukunft so sein wird. Die Druck- und Medienverbände sagen: Die Zukunft wird gedruckt.

Den Beweis hierfür liefern sie in gut 100 stichhaltigen und inspirierenden Argumenten für den Einsatz und die Wirkung von Zeitungen und Anzeigenblättern, Zeitschriften, Büchern, Beilagen, Prospekten und Flyern, Katalogen, Mailings, Verpackungen oder Corporate-Publishing-Produkten.

Alle Maßnahmen dienen der Überzeugungsarbeit der Druckereien bei ihren Kunden und zeigen, dass das Prinzip Print zukunftsfähig ist. Die Inhalte gibt es auf den Websites der Druck- und Medienverbände sowie auf der Website:

**[www.die-zukunft-wird-gedruckt.de](http://www.die-zukunft-wird-gedruckt.de)**



Rolf Schwarz,  
Präsident



Dr. Paul Albert Deimel,  
Hauptgeschäftsführer

## Print erfindet sich neu

„Restrukturierung“ und „Erneuerung“ – dies sind die Schlüsselbegriffe der Druck- und Medienindustrie im zurückliegenden Jahr.

Der Technologiewettbewerb zwischen den Betrieben und die enormen Kapazitätssteigerungen sowie der Wettbewerb mit elektronischen Medien zeigen enorme Auswirkungen. Die Branche ist in einem Konsolidierungsprozess.

Print verändert sich und wächst: Im Digitaldruck, als Groß- oder Kleinformat, als Books on demand, im Verpackungsdruck und im Sicherheitsdruck. Dazu kommen immer mehr hochwertige Druckprodukte sowie Dekore auf Gebrauchsgütern. Print stößt mit dem dreidimensionalen Druck in eine neue Dimension vor. Druck ist so nicht nur ein Medium und Informationsträger, sondern verhüllt, beschichtet und veredelt Oberflächen und Objekte aller Art.

Print wächst über sich hinaus. Statistisch werden diese großen Marktvolumina zu wenig erfasst und verzerren das Bild unseres allgegenwärtigen Industriezweiges. Auch unsere Branche muss sich mit diesem neuen Selbstverständnis anfreunden, sich öffnen und neu definieren. Mit der neuen Imagekampagne „Die Zukunft wird gedruckt“ setzen die Verbände Druck und Medien ein klares Zeichen für Print und unterstützen die Unternehmen direkt, indem themendifferenzierte Argumente z. B. für deren Kunden vermittelt werden.

Auch der Bundesverband Druck und Medien hat sich räumlich, strukturell und inhaltlich erneuert. Räumlich mit der Sitzverlegung nach Berlin. Strukturell und inhaltlich mit neuen Projektgruppen und Partnern. Neben den Aufgaben als Arbeitgeberverband und technischer Fachverband ist der bvdm mehr denn je als politischer Wirtschaftsverband gefragt. Er gibt der Branche bundesweit eine Stimme, verkörpert sie in Öffentlichkeit und Gesellschaft. Dies ist gerade in diesen schwierigen Zeiten des Umbruchs wichtig. Die Arbeit von Technik + Forschung im bvdm wird interdisziplinärer. Der Digitaldruck – der sich bisher im Interessenverband digicom organisierte – bekommt eine feste Stimme im Verband und im Deutschen Institut Druck.

In der Sozialpolitik geht eine Ära zu Ende. Das Gesicht der Arbeitgeber in den Lohn- und Manteltarifverhandlungen der vergangenen zwei Jahrzehnte war der Vizepräsident des Verbandes, Dr. Wolfgang Pütz. Er gibt den Stab an Sönke Boyens, Boyens Medien GmbH & Co. KG aus Heide, weiter.

Wo immer es möglich ist, erheben wir als Verband die Stimme für die mittelständische Druckindustrie. Beispiel EU-Datenschutzgrundverordnung: Wenn sie, wie von der Kommission vorgelegt, Realität werden würde, kann sie das Aus für viele erfolgreiche Druckereien, für Dialogmarketing und kreative, individualisierte Werbepost bedeuten.

Die instabile Wirtschaftslage muss für die Politik Mahnung sein, keine neuen Belastungen für Betriebe und Arbeitnehmer zu schaffen. Massive Steuer- und Beitragserhöhungen, wirtschaftliche Restriktionen sind aus Sicht der Unternehmer Gift für die Konjunktur und die Druckindustrie. Die Diskussion mit den finanzpolitischen Sprechern der Bundestagsfraktionen über die steuerpolitischen Vorstellungen zur Bundestagswahl anlässlich unseres Unternehmerforums haben die Gefahren für den Mittelstand aufgezeigt.

Das Wohl unserer Unternehmen und Beschäftigten hängt von den politischen Rahmenbedingungen ab. Die Verbände Druck und Medien und ihre Partnerverbände in Berlin und Brüssel brennen für die Anliegen unserer kreativen Industrie.

Rolf Schwarz, Präsident

Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer

## Inhalt

Editorial	1
Wirtschaftliche Lage	3
Sozialpolitik / Recht	7
Wirtschaft	11
Bildung	14
Umwelt	17
Kommunikation	21
Impressionen vom Unternehmerforum 2013	22
Technik + Forschung	27
Verbändenetz	33
Zahlen und Fakten	36
Präsidium; Landesverbände	39

## Impressum

Herausgeber:  
Bundesverband Druck und Medien e.V. (bvdm)  
Redaktion:  
Gabi Schermuly-Wunderlich (verantwortlich),  
Matthias Zwanzig

ISBN 3-88701-256-9  
© 2013 Bundesverband Druck und Medien e. V.  
Friedrichstraße 194–199 | 10117 Berlin  
Telefon 0 30.20 91 39-0 | Telefax 0 30.20 91 39-113  
info@bvdm-online.de | www.point-online.de

Das Werk einschließlich seiner Einzelbeiträge und  
Abbildungen ist urheberrechtlich geschützt. Nachdruck  
mit Nennung des Herausgebers ist gestattet.

Grafik-Design:  
KB-zwo Grafik Design GmbH, Wiesbaden  
Druck und Verarbeitung:  
Druckerei Zeidler, Mainz-Kastel

Gedruckt auf:



**Scheufelen**

PREMIUM WHITE SINCE 1855

bvs matt weiß, 250 g/m<sup>2</sup> (Umschlag),  
bvs matt weiß, 150 g/m<sup>2</sup> (Inhalt)  
phoenixmotion, Xenon, 150 g/m<sup>2</sup> (Umweltteil)

Bildnachweis:  
Bundesverband Druck und Medien e. V.: alle nicht näher  
bezeichneten Bilder.

US 2: Fish & More (obere Reihe), Verlag Hermann Schmidt  
Mainz (mittlere Reihe), OrangeLab (unten links),  
Bernadette Boebel-Mattern (unten rechts)  
US 4: EN GARDE Interdisciplinary (mittlere Reihe),  
OrangeLab (unten links), EIGA Design (unten rechts)  
S. 26: EN GARDE Interdisciplinary (linke Reihe),  
Christian Drexler (mittlere Reihe), Jäger & Jäger (rechte Reihe  
oben), Wehr & Weissweiler (rechte Reihe unten)  
S. 27: Messe Düsseldorf ctilmann  
S. 10: Heidelberger Druckmaschinen AG (rechts)  
fotolia.com: US 1: terex; US 3: eyewave (oben rechts),  
gmg9130 (Mitte links), Henlisatho (unten links); US 4: stokkete  
(oben); US 5: Yuri Arcurs (oben links), yellowj (unten);  
S. 3: Nikolai Sorokin; S. 4: Sergej Khackimullin; S. 5: Peter  
Atkins (oben), israelgd (unten); S. 7: auremar; S. 9: jorisvo  
(oben), lightpoet (unten); S. 10: pogonici (links); S. 11: berlin-  
photos030; S. 12: pojoslav (unten); S. 13: ferkelraggae (oben),  
anna (unten); S. 14: olly (oben); S. 17: Smileus; S. 18: Goinyk  
Volodymyr; S. 19: oksix (unten); S. 21: froxx; S. 25: wellphoto  
(unten); S. 33: Achim Baqué; S. 34: TASPP (rechts);  
S. 36: archerix  
istockphoto.com: US 3: Libby Chapman (oben links), Helder  
Almeida (Mitte rechts), leonard\_c (Mitte unten rechts)



# WIRTSCHAFTLICHE LAGE

*Print hält mit 68 Prozent den größten Anteil an der Marken- und Produktkommunikation. Auch in Zukunft sind die Stärken von Druckprodukten gefragt.*

## **Schwaches Wachstum der Wirtschaft dämpft Druckindustrie**

Die deutsche Wirtschaft ist im Jahr 2012 nicht mehr so stark gewachsen wie im Jahr vorher. Das preisbereinigte Bruttoinlandsprodukt (BIP) liegt nur noch um 0,7 % höher als im Vorjahr. Dennoch erweist sich die deutsche Wirtschaft in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld als widerstandsfähig und trotz der europäischen Rezession.

Die deutsche Druckindustrie kann 2012 dagegen nicht an die Vorjahresergebnisse bei Produktion und Umsatz anknüpfen. Der Produktionsindex sinkt um 3,1 %, der Umsatz um 2,5 % auf 20,52 Milliarden Euro. Lediglich im Januar, Juni, Juli und Oktober 2012 kann der Umsatz gegenüber den gleichen Vorjahresmonaten gesteigert werden. Beim Pro-

duktionsindex liegt der Indexwert nun wieder mit 6,5 Prozentpunkten unter dem Vorkrisenwert des gleichen Zeitraums im Jahr 2008 und mit 98,4 fast auf dem gleichen niedrigen Niveau des Jahres 2010.

Ein Grund liegt in den rückgängigen Printwerbeausgaben. Werbedruck hat mit über 60 % des Produktionsanteils für die deutsche Druckindustrie eine besondere Bedeutung. Nach den Ergebnissen von Nielsen Media Research sinken die Bruttowerbeeinnahmen in 2012 und im ersten Quartal 2013. Printwerbung verliert weiter 4,9 % Werbevolumen. Elektronische Medien legen dagegen 2,7 % zu, der sonstige Wachstumstreiber Internetwerbung allerdings nur um 0,6 %.

## Branche konsolidiert sich langsam

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten sinkt auch in 2012. Im Jahr 2012 beschäftigt die Branche in 9 403 Betrieben insgesamt 151 385 sozialversicherungspflichtige Mitarbeiter, dies sind 2 % bzw. 3 139 Beschäftigte weniger als im Vorjahr. Damit ist der Rückgang allerdings nicht so hoch wie in den Vorjahren (2011: -2,7 %, 2010: -4,3 %, 2009: -4,1 %).

Die Zahl der Betriebe sinkt 2012 um 343 bzw. um 3,5 %, nachdem der Rückgang 2011 noch 297 bzw. -3 % betrug. Die größten Verluste mit -7 % und 2 179 Beschäftigten verzeichnen die stark mittelständischen Betriebe mit 20 bis 49 Beschäftigten.

182 Insolvenzverfahren werden eröffnet. 161 Betriebe scheiden aus dem Markt aus. Die Insolvenzzahlen sinken um 9 % gegenüber 2011. Damit ist der Wert der Insolvenzzahlen weit entfernt vom bisherigen Spitzenwert des Jahres 2003 mit 336 Insolvenzen.

## Investitionen rückläufig

2011 sinkt das Investitionsvolumen nur leicht um 1,6 % gegenüber 2010. (2010: -4,3 %). Das ist das Ergebnis der aktuell veröffentlichten Investitionsstatistik des Statistischen Bundesamtes für Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten. Die Betriebe investieren damit durchschnittlich 6 659 Euro je Beschäftigten, die Investitionsquote als Anteil des Investitionsvolumens am Umsatz beträgt 4,3 %.

## Preise für Druckleistungen steigen

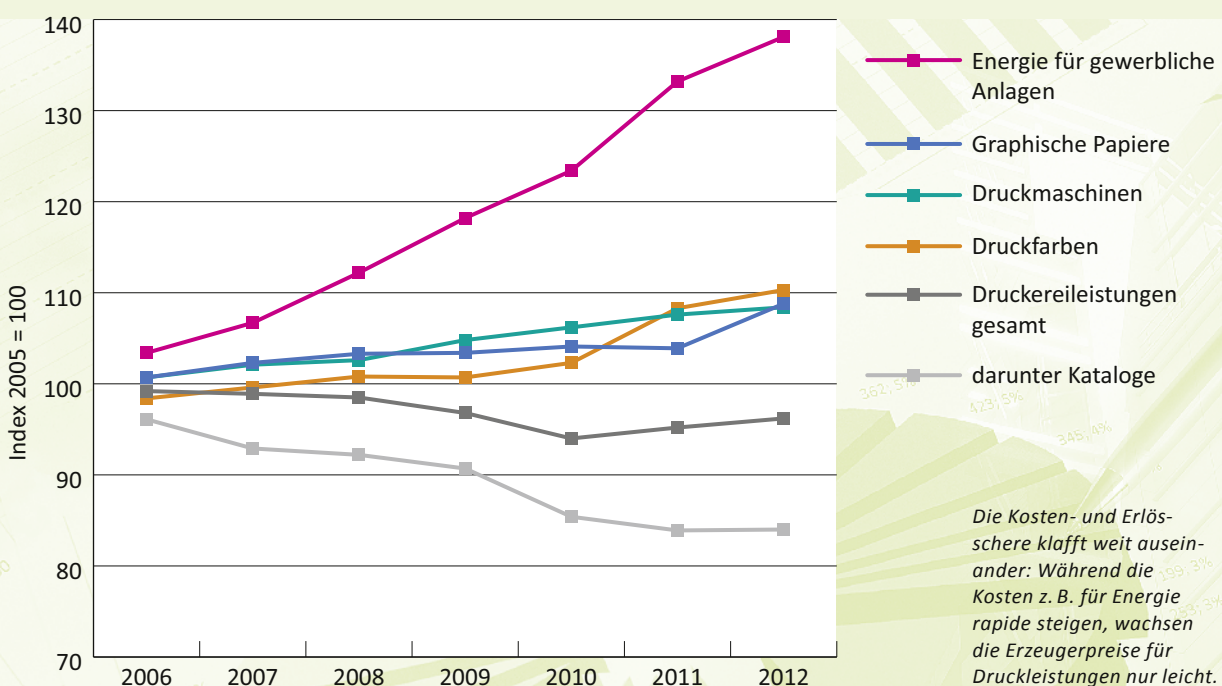
Im zweiten Jahr in Folge steigen seit 2003 die Erzeugerpreise für Druckleistungen 2012 wieder. Die Kostensteigerungen bei Energie und Rohstoffen können dadurch aber bei weitem nicht kompensiert werden.

Die Preise für Druckereileistungen steigen 2012 um 1,1 %, der Indexwert beträgt 96,2, d. h. seit 2005 sinken die Preise um 3,8 %. Der Preisindex für das gesamte Verarbeitende Gewerbe steigt in 2012 dagegen um 1,7 % auf 113,5, d. h. anderen Industriebranchen gelingt es im Durchschnitt eher, moderat steigende Preise durchzusetzen.

Die Kapazitätsauslastung liegt 2012 in der Druckindustrie mit 81,8 % um 0,4 Prozentpunkte höher als im Vorjahr. In der Gesamtindustrie ist diese mit 84 %

## Kosten und Erzeugerpreise in der deutschen Druckindustrie

Quelle: Statistisches Bundesamt, Berechnungen: bvd/m





um 2,2 Prozentpunkte niedriger als im Vorjahr. Die Ertragslage wird in der Druckindustrie seit Jahren negativ beurteilt, erstaunlicherweise sind diese Werte aber 2012 besser geworden. Trotzdem steigt der Erwartungswert für den Personalabbau in der Druckindustrie weiter. Auch in der Gesamtindustrie ist der Saldo erstmals wieder negativ, nachdem 2011 noch Personalzuwachs erwartet wurde.

## Zeitungen und Digitaldruck legen zu

88,1 % des gesamten Produktionsvolumens der Druckindustrie sind Druckerzeugnisse, 11,9 % dementsprechend Druckdienstleistungen. Diese teilen sich in 55 % Druck- und Medienstufen-Leistungen und in 45 % Druckweiterverarbeitungsleistungen auf.

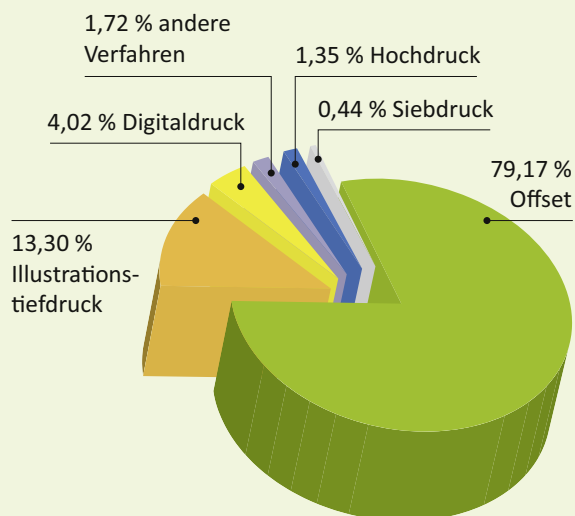
Bei den Druckerzeugnissen können Kataloge um 1,4 % zulegen, da das Produktionsvolumen der Digitaldruckkataloge um 55 % steigt, nachdem es bereits im Vorjahr um 27 % gestiegen war.

Tageszeitungen gewinnen ebenfalls 2,6 %, Wochen- und Sonntagszeitungen 1,7 %. Anzeigenblätter verlieren dagegen 2,4 %, so dass für die gesamte Gruppe Zeitungen und Anzeigenblätter ein Zuwachs um 1,6 % zu Buche steht.

Kalender gewinnen ein Prozent, die Sammelposition „sonstige Drucke“ 1,3 %. Der Jahresproduktionswert

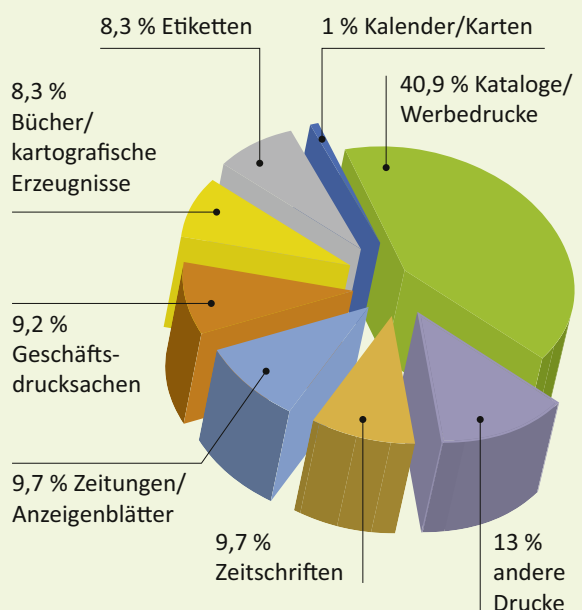
## Produktionsvolumen nach Druckverfahren, Jahr 2012

Quelle: Statistisches Bundesamt, Berechnungen: bvdm



## Struktur der Produktionswerte der Druckerzeugnisse, Jahr 2012, jeweiliger Anteil

Quelle: StBA, Berechnungen: bvdm, Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten





der Zeitschriften mit einem Volumen von 1,33 Milliarden Euro sinkt nach  $-7,3\%$  im Jahr 2011 nun um weitere  $7,7\%$ .

In die Auswertung werden auch Displays und Umverpackungen aus Karton oder Vollpappe berücksichtigt, deren Bedruckvolumen allerdings nicht von der amtlichen Statistik erfasst wird, sondern lediglich ihr Produktionsvolumen. Diese Position weist mit einem Plus von  $25,6\%$  im Jahr 2011 und  $13,1\%$  im Jahr 2010 beachtliche Wachstumsraten auf. Diese erhalten allerdings in 2012 mit  $-0,4\%$  einen kleinen Dämpfer.

### Erwartungen für 2013

Was wird das Jahr 2013 bringen? Die Prognose für das deutsche Wirtschaftswachstum liegt für 2013 in der Untergrenze bei  $0,3\%$  (Sachverständigenrat) bis  $1,3\%$  durch das Institut für Makroökonomie Halle, IMK und Kiel Economics. Die Bundesregierung prognostiziert  $0,5\%$  Bruttoinlandsproduktwachstum, die Bundesbank  $0,4\%$ .

*Die Druckindustrie gilt als sogenannte Nachlaufbranche. Erst mit Zeitverzögerung profitiert sie von Wirtschaftsaufschwüngen – vorausgesetzt diese sind stabil.*

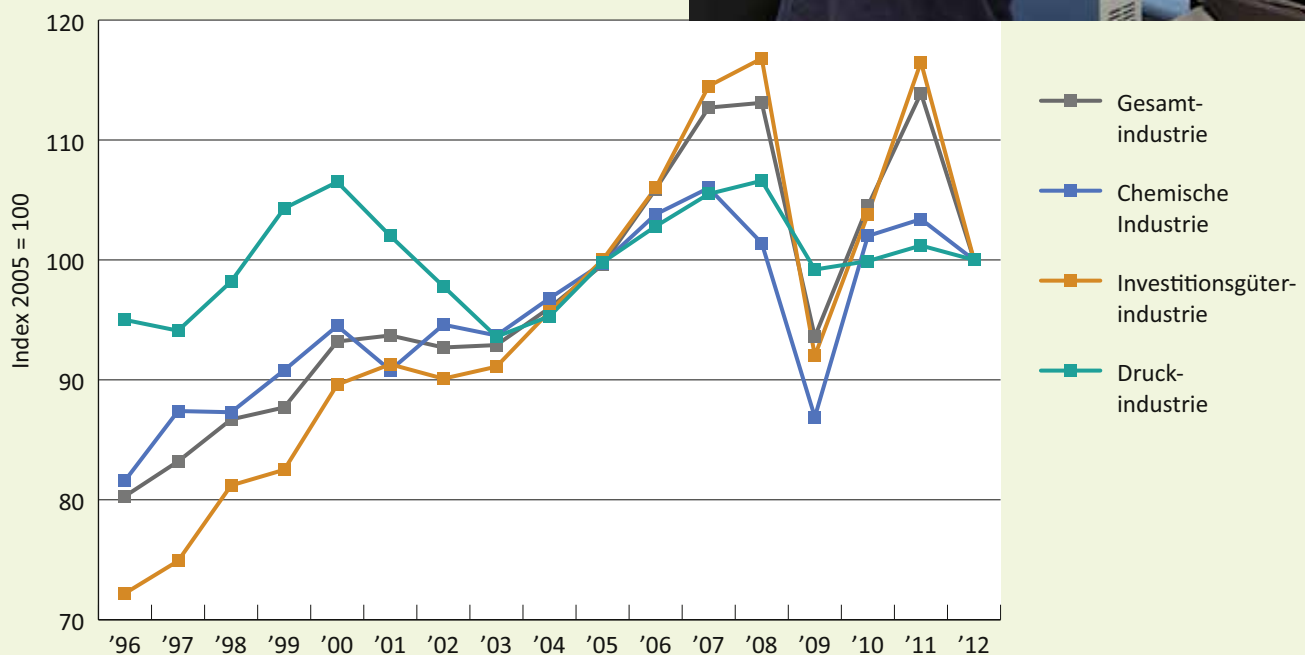
Für 2014 werden von den Wirtschaftsforschungsinstituten Wachstumsraten des Bruttoinlandsprodukts zwischen  $1,5\%$  und  $2,4\%$  erwartet.

Das würde moderate Wachstumsraten für 2013, aber deutlich steigende Wirtschaftswachstumsraten für 2014 bedeuten. Für 2013 wird vom Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) für die Werbeausgaben der Unternehmen kein starker Anstieg, sondern Stagnation auf dem Niveau der Nettowerbeeinhalten des Jahres 2012 erwartet. Für die Werbeinvestitionen wird dagegen ein Anstieg um  $1\%$  auf  $30,04$  Milliarden Euro prognostiziert. Das bedeutet für die Druckindustrie für 2013 keinen Wachstumsschub, d.h. auch keine Besserung der Wirtschaftssituation.



### Produktionsindizes

Quelle: Statistisches Bundesamt



*Sicherheit für Unternehmer und ihre Beschäftigten,  
dafür setzt sich der Bundesverband Druck und Medien  
mit seinen Partnern in Wirtschaft und Politik ein.*

## SOZIALPOLITIK / RECHT



### *Tarifpolitik*

#### **Ende einer Ära**

Im Juni 2012 endete eine Ära in der Tarifpolitik des bvdM. Der Verhandlungsführer und Vizepräsident des bvdM, Dr. Wolfgang Pütz, stellte sich nach 20 Jahren an der Spitze des Sozialpolitischen Ausschusses nicht mehr zur Wiederwahl. Dr. Pütz hat den Strukturwandel der Branche über zwei Jahrzehnte tarifpolitisch begleitet und sein Amt auch in Zeiten langwieriger und harter Arbeitskämpfe mit großem persönlichen Einsatz ausgeübt. Der Erhalt des Flächentarifvertrages war ihm ein besonderes Anliegen. Er hat sich dabei für die Belange sowohl der kleinen als auch der großen Unternehmen der Branche aktiv eingesetzt.

Mit Dr. Pütz gelangen entgegen erheblicher Widerstände aus der Gewerkschaft wichtige Schritte zur Reform des Flächentarifvertrages. Dr. Pütz hat damit



*Dr. Wolfgang Pütz,  
Vizepräsident des  
bvdM*



Sönke Boyens,  
Verhandlungsführer  
des bvdM

entscheidend zur Stabilisierung der Arbeitsbedingungen und Sicherung der Zukunftsfähigkeit der Druckindustrie beigetragen. Für seine Verdienste erhielt er die höchste Auszeichnung der Druckindustrie: den Rudolf-Ullstein-Ring.

## Neuer Vorsitzender des Sozialpolitischen Ausschusses

Die Nachfolge von Dr. Pütz an der Spitze des Sozialpolitischen Ausschusses und das Amt des Verhandlungsführers der Tarifkommission übernimmt Sönke Boyens, geschäftsführender Gesellschafter der Boyens Medien GmbH & Co. KG, Heide. Boyens ist Schatzmeister des bvdM und gestaltet bereits seit vielen Jahren die Tarifpolitik der Branche als Mitglied der Verhandlungskommission maßgeblich mit.

Nach Ansicht des neuen Verhandlungsführers Boyens müssen in den anstehenden Tarifverhandlungen dringend notwendige Änderungen am Tarifwerk angepackt werden, um den Flächentarifvertrag zu erhalten. Gemeinsames Ziel der Tarifpartner müsse es sein, die Branche durch zeitgemäße Arbeitsbedingungen insgesamt zu stärken.

*„Um die Zukunft der Branche und des Flächentarifvertrages zu sichern, müssen wir neue Wege gehen. Wir müssen die Gewerkschaft überzeugen, dass das Verharren in alten Denkweisen nicht zu zeitgemäßen Ergebnissen führen kann.“*

*Sönke Boyens, Verhandlungsführer des bvdM*

## Betriebliche Altersvorsorge mit dem Zukunftsfonds

Die betriebliche Altersvorsorge gewinnt immer mehr an Bedeutung. Diese möglichst einfach und kostengünstig zu gestalten, ist daher ein wichtiges Ziel des bvdM.

Seit 2002 steht der Druck- und Medienindustrie mit dem „Zukunftsfonds Medien, Druck und Papier“ ein leistungsstarkes Branchenmodell der betrieblichen Altersvorsorge zur Verfügung. Gemeinsam mit dem Versicherungskonzern HDI haben die beteiligten Sozialpartner 2012 die Umstellung des Branchenmodells von der bisherigen Pensionskasse auf eine Direktversicherung beschlossen. Damit werden Verwaltungskosten eingespart. Gleichzeitig gewährleistet der Zukunftsfonds weiterhin attraktive Konditionen bei geringem arbeitgeberseitigem Verwaltungsaufwand. Der Neustart des Branchenmodells ist ein Erfolg. Insbesondere die neuen Informationsmaterialien sowie die Beratung durch HDI vor Ort erleichtern den Einstieg in die betriebliche Altersvorsorge.

[www.zukunftsfonds-medien-druck-papier.de](http://www.zukunftsfonds-medien-druck-papier.de)

## Reform der Insolvenzsicherung zu Lasten des Mittelstands verhindert

Gemeinsam mit anderen Verbänden hat sich der bvdM im Jahr 2012 erfolgreich für eine faire Lastenverteilung in der Insolvenzsicherung der betrieblichen Altersvorsorge eingesetzt und die Einführung einer für kleine und mittelständische Unternehmen ungünstigen Beitragsgestaltung im Pensionsversicherungsverein (PSV) verhindert.

Der aus Mitgliedsbeiträgen finanzierte PSV sichert Betriebsrentenansprüche gegen Insolvenz. Künftig sollten Unternehmen, die Rentenansprüche zum Beispiel über Treuhandvermögen absichern, weniger Beiträge zahlen. Dieser Entlastung hätte jedoch nicht zwingend ein geringeres Risiko für den PSV gegenübergestanden. Gleichzeitig wäre es zu einer Beitragssteigerung um etwa 15 % für in der Regel kleine und mittelständische Unternehmen ohne zusätzliche Sicherungsmittel gekommen. Die auch durch den bvdM geäußerten Bedenken haben die Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände veranlasst, die Reform der Beitragsstruktur nicht weiter zu verfolgen.



## Europa: Interessenvertretung und Sozialer Dialog

Über die Mitgliedschaft bei Intergraf, der Dachorganisation der Druck- und Medienbranche in Europa, sorgt der bvdM dafür, dass die Interessen der deutschen Druck- und Medienindustrie auch in Brüssel Gehör finden.

Neben diese Lobbyarbeit tritt der 2011 angestoßene Dialog mit dem europäischen Sozialpartner UNI Europa Graphical. Ziel des „Social Dialogue Committee“, dem auch der bvdM angehört, ist es, Informationen über die wirtschaftliche, technische und soziale Lage in der Druck- und Medienbranche sowie weitere Entwicklungen auf EU-Ebene auszutauschen. Ferner wird die Förderung der Aus- und Weiterbildung einen Schwerpunkt im Arbeitsprogramm der nächsten zwei Jahre bilden.

## Branchenzuschläge in der Zeitarbeit

Ab 1. Juli 2013 werden die Löhne der Zeitarbeiter in der Druckindustrie, wie bereits in anderen Branchen, durch Zuschläge in fünf Stufen an das Lohnniveau der Stammbeschäftigten angeglichen. Ein

*Der bvdM erreicht für Kopier- und Medienbetriebe eine reduzierte Betreibervergütung.*

erster Zuschlag von acht Prozent fällt nach vier Wochen Einsatz im Kundenbetrieb an. Durch den höchsten Zuschlag von 45 % werden nach neun Monaten 90 % des Lohns eines vergleichbaren Stammbeschäftigten erreicht. Geregelt sind ausschließlich Branchenzuschläge für gewerbliche Arbeitnehmer. Der bvdM hat die Verhandlungen begleitet und sich erfolgreich dafür eingesetzt, Zuschläge für kurze Einsätze vergleichsweise niedrig zu halten. Zu den neuen Rahmenbedingungen der Zeitarbeit hat der bvdM für Mitglieder der Verbände Druck und Medien einen Leitfaden herausgegeben.

## Wirtschaftsrecht

### Muster-AGB für die Druckindustrie in deutscher und englischer Sprache

Die Druck- und Medienverbände stellen ihren Mitgliedsunternehmen seit Jahren spezielle Muster-AGB zur Verfügung. Die AGB wurden 2012 unter Federführung des bvdM umfassend überarbeitet und an die aktuelle Rechtslage angepasst. Die aktualisierten AGB können Mitgliedsunternehmen der Verbände der Druck- und Medienindustrie in deutscher und englischer Sprache kostenlos bei ihrer Verbandsgeschäftsstelle anfordern.

### VG WORT: Rabatte für Mitglieder bei Betreibervergütung

Die VG WORT hat Anfang des Jahres einen neuen Tarif zur sogenannten Betreibervergütung nach § 54c UrhG veröffentlicht. Unternehmen, die Kopiergeräte oder Multifunktionsgeräte für die entgeltliche Herstellung von Kopien bereithalten und damit die Möglichkeit schaffen, urheberrechtlich geschütztes Material zu kopieren, sind verpflichtet, an die VG WORT diese Betreibervergütung zu zahlen.



Der bvdM hat in langen Verhandlungen für die Mitgliedsunternehmen der Druck- und Medienverbände einen Gesamtvertragsrabatt in Höhe von 20 % ausgehandelt.

## Datenschutzgrundverordnung muss nachgebessert werden

Anfang 2012 hat die EU-Kommission einen Vorschlag für eine Datenschutzgrundverordnung vorgelegt. Der vorgeschlagene Text beschneidet die Werbemöglichkeiten der Industrie so enorm, dass dies gravierende Auswirkungen auf die Druckindustrie hätte. Insbesondere garantiert der Kommissionsentwurf nicht, dass Direktmarketing an Neukunden über spezielle Dienstleister wie Lettershops auch künftig noch möglich bleibt.

Im Januar 2013 hat der Berichterstatter im federführenden Ausschuss des Europäischen Parlaments, Jan Philipp Albrecht, seinen Berichtsentwurf über den Vorschlag für eine EU-Datenschutzgrundverordnung vorgelegt, der ebenfalls Anlass zur Sorge gibt. Sowohl im Kommissionsentwurf als auch im Berichtsentwurf von Albrecht fehlt eine Regelung zur Datenverwendung im Drittinteresse. Der bvdM informiert daher die zuständigen EU-Politiker zu den Auswirkungen für die Branche und setzt sich dafür ein, dass die Datenverarbeitung für zentrale Bereiche des Direktmarketings auch weiterhin ohne Einwilligung zulässig bleibt. Wirtschaftsunternehmen sollen zum Zwecke der Neukundengewinnung auch künftig auf spezialisierte Dienstleister zurückgreifen können.



*Eine neue Datenschutzgrundverordnung darf die Neukundengewinnung über Druckdienstleister nicht beschneiden.*

## Verlängerung der Zahlungsfrist schadet Mittelstand

Der bvdM hat zusammen mit zahlreichen weiteren Verbänden eine gemeinsame Erklärung gegen die geplante Umsetzung der EU-Zahlungsverzugsrichtlinie gegenüber zuständigen Abgeordneten abgegeben und eine grundlegende Überarbeitung des Gesetzesentwurfes gefordert. Der umstrittene Gesetzesentwurf der Bundesregierung sieht eine Zahlungsfrist von 60 Tagen für Unternehmen und eine vorangehende Überprüfungs- oder Abnahmefrist von 30 Tagen vor. Durch die Einführung neuer Abnahme- und Zahlungsfristen in das Bürgerliche Gesetzbuch würde der Zahlungsverzug im Geschäftsverkehr weiter gefördert. Leidtragende wären insbesondere kleine und mittelständische Unternehmer, die künftig noch länger auf ihr Geld warten müssten. Die geäußerte Kritik zeigte offenbar Wirkung: Der rechtspolitische Sprecher der FDP-Fraktion erklärte gegenüber der FAZ, dass die Koalitionsfraktionen ihren Gesetzesentwurf geändert und nun eine einheitliche Höchstfrist von 30 Tagen festgelegt haben. Der bvdM wird die zukünftige Entwicklung beobachten und sich weiterhin einbringen.

*Gefahr für Mittelstand gebannt: Verlängerte Zahlungsfristen sind vom Tisch.*





## WIRTSCHAFT

*Eine starke Stimme des Mittelstandes: Der Bundesverband Druck und Medien vertritt in Berlin und über Intergraf in Brüssel die Interessen der deutschen Druck- und Medienindustrie. Die EU-Datenschutzgrundverordnung, die EU-Richtlinie zur Bekämpfung des Zahlungsverzugs und die weiterhin steigende EEG-Umlage sind Beispiele für die Notwendigkeit einer aktiven Vertretung mittelständischer Interessen.*

## SEPA verändert Zahlungsverkehr

Die Vereinheitlichung des Zahlungsverkehrs ist ein zentraler Punkt auf dem Weg zum europäischen Binnenmarkt. Künftig soll es nach der EU-Verordnung zum Euro-Zahlungsverkehrsraum (Single European Payment Area), kurz SEPA genannt, einheitliche Standards geben, um grenzüberschreitende Zahlungen zu vereinfachen. Alle Banken, Unternehmen, Verwaltungen und Verbraucher sind von SEPA betroffen. Ab Februar 2014 müssen Unternehmen die neuen Zahlverfahren nutzen und statt Kontonummer und Bankleitzahl die IBAN und bei grenzüberschreitenden Transaktionen bis Februar 2016 den BIC verwenden. Auf die Betriebe kommen zahlreiche Umstellungen zu. Der bvdm informiert zusammen mit dem Zentralverband des Deutschen Handwerkes (ZDH) über die notwendigen betrieblichen Veränderungen.

## Benchmarking für Betriebe

Kostenrechnerische Vergleichszahlen sind für Betriebe unverzichtbare Werkzeuge für eine erfolgreiche Unternehmensführung. Der Planbetriebskostenvergleich 2013 von bvdm und printXmedia bietet den Teilnehmern einen exklusiven Auswertungsbericht. Betriebe erhalten kostenstellenbezogene Informationen über durchschnittliche Gemeinkostenstrukturen der Branche im direkten Vergleich zu eigenen Stundensätzen. Neu im Jahr 2013: Jeder Teilnehmer erhält drei Wochen nach dem Einreichen seines Betriebsabrechnungsbogens (BAB) eine individuelle Auswertung seiner betriebs-spezifischen Kostenstellen.

Der Vergleich schafft Transparenz in der eigenen Kostenstruktur und unterstützt die Einordnung der eigenen Kostensätze in die Bandbreite der Wettbewerberdaten. „So können Maßnahmen

zur Kostenoptimierung zielgerichtet herausgefiltert und Verbesserungspotenziale noch früher erkannt werden“, beurteilt Thorsten Anhalt, Vorsitzender des Wirtschaftsausschusses des bvdm, die Vorteile. Ohne großen Aufwand gelangen Unternehmen an sehr individuelle Vergleichszahlen, die an keiner anderen Stelle zur Verfügung stehen.

*„Der Planbetriebskostenvergleich liefert Benchmarks, die zur Beurteilung der eigenen Wettbewerbsstärke unverzichtbar sind.“*



*Thorsten Anhalt,  
Vorsitzender des  
Wirtschaftspolitischen  
Ausschusses des bvdm*

## Rundfunkbeitrag muss weiter überarbeitet werden

Der bvdm und die Partnerverbände konnten bei der Einführung des Rundfunkbeitrages eine ganze Reihe von Detailverbesserungen durchsetzen. Trotzdem sehen bvdm und der Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) den Rundfunkbeitrag in seiner jetzigen Form weiterhin kritisch. Sowohl die befürchteten Unklarheiten bei beitragsrelevanten Definitionen als auch die vorhergesagten Belastungssteigerungen sind eingetreten. Insbesondere mittelgroße Betriebe mit zahlreichen Fahrzeugen und Filialen verzeichnen deutliche Steigerungen des von ihnen abverlangten Rundfunkfinanzierungsbeitrags. Der bvdm bekräftigt seine Kritik am neuen Rundfunkbeitrag und wird auch zukünftig gemeinsam mit dem ZDH und weiteren Wirtschaftsverbänden für Veränderungen eintreten. So fordert der bvdm, dass eine Evaluierung der Neuregelung zeitnah und nicht erst Ende des Jahres 2014 erfolgt.





## Gegen steigende Belastung durch Energiekosten

Die drastische Erhöhung der EEG-Umlage auf einen Rekordwert von 5,3 Cent/kWh zum 1. Januar 2013 stellt für die mittelständische Druckindustrie in Deutschland eine unzumutbare Belastung dar. „Die Ausgaben der Unternehmen für Energie sind seit 2005 um mehr als ein Drittel in die Höhe geschneit. Für unsere deutschen Druckunternehmen entwickeln sich die Energiepreise und die Förderung der Erneuerbaren Energien zu einem gravierenden Wettbewerbsnachteil im international stark umkämpften Printmarkt“, bewertet Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes Druck und Medien, die Lage.

Der Bundesverband Druck und Medien fordert eine Novellierung des Erneuerbare-Energien-Gesetzes. „Der notwendige Ausbau der Erneuerbaren Energien muss ausgewogener und gerechter erfolgen. Ziel muss es sein, die hohen Belastungen für die mittelständischen Unternehmen zu deckeln“, erläutert Deimel die Forderung. Auch hier wird der bvdm im Zusammenschluss mit den Verbänden der Wirtschaft um Bewegung in der Politik kämpfen.

*Digitaldruckaufträge sicher kalkulieren: Ein wichtiges Instrument, um Investitionen und strategische Geschäftsfelder abzuschätzen, wird die neue Digitaldruckkalkulation der Verbände Druck und Medien sein. Das Excel-Tool wird derzeit von printXmedia weiterentwickelt und ist ab Sommer 2013 verfügbar.*

## Wirtschaftsausschuss: Gute Umsatzrenditen mit Print sind möglich

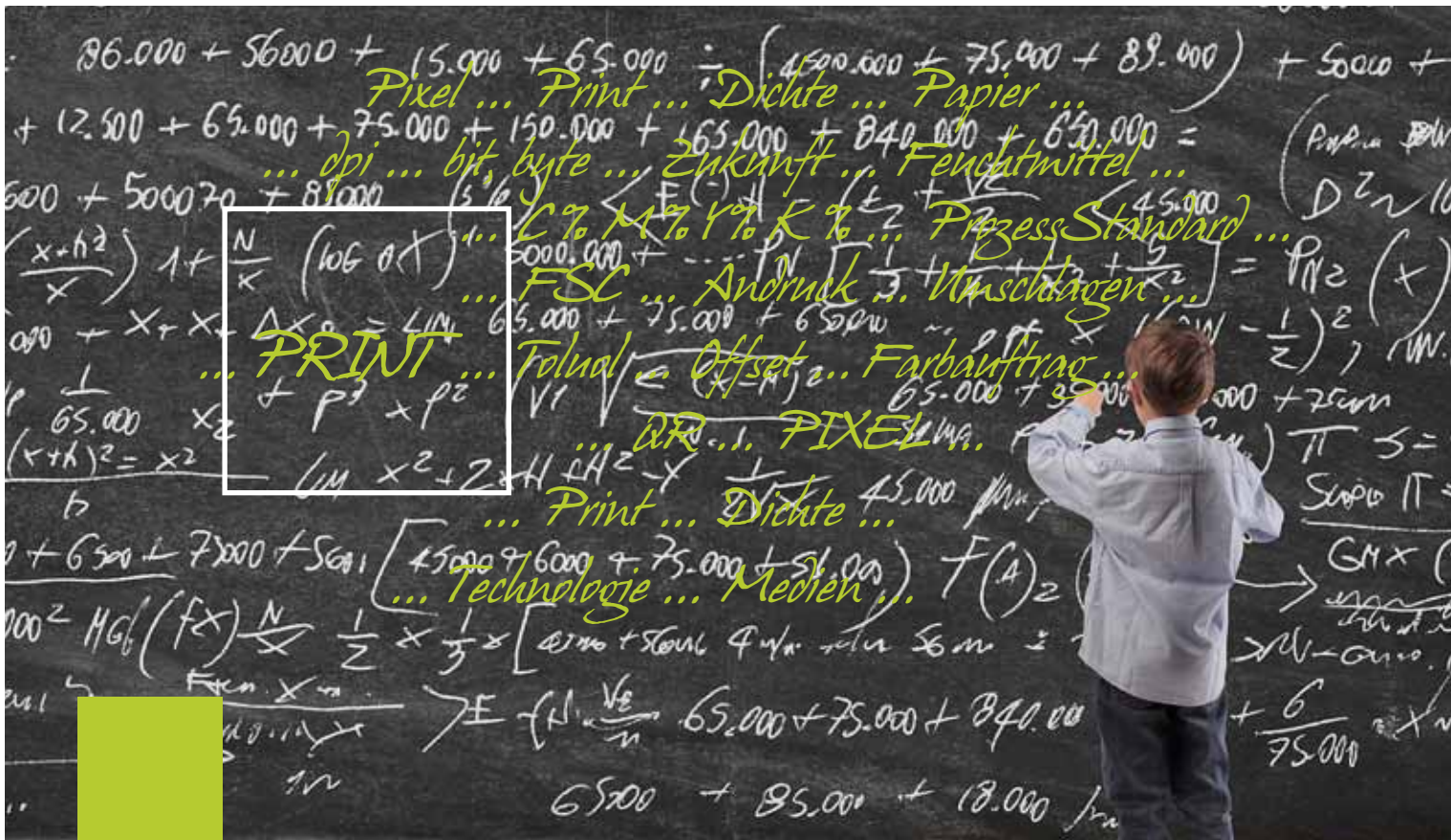
Die Mehrzahl der Unternehmen der Druckindustrie weisen Eigenkapitalquoten von deutlich über 25 % auf. Dies ist das Ergebnis des Bilanzkennzahlenvergleiches 2011 der Verbände Druck und Medien, den Jens Meyer von printXmedia, dem Beraternetzwerk der Verbände Druck und Medien, für den Wirtschaftsausschuss des Bundesverbandes Druck und Medien (bvdm) in Berlin im Februar 2013 vorstellte. „Damit sind die Unternehmen in der Druckindustrie häufig solide aufgestellt und besser als die aktuellen Meldungen über Unternehmensaufgaben vermuten ließen“, so Meyer.

Was macht den Erfolg aus? Unternehmen der Druck- und Medienbranche, die einen Vorsprung vor den Wettbewerbern erreichen wollen, legen Wert auf eindeutige Erfolgsfaktoren, wie z. B. Kundenbindung, Dienstleistungs- und Zielgruppenorientierung, Standardisierung, innovative Produkte oder Prozessoptimierung. Erfolgreiche Unternehmen erzielen damit eine Umsatzrendite von bis zu 12,9 %. „Dies sind die tatsächlichen Alleinstellungsmerkmale“, so Rita Sommerfeld von printXmedia zu den weiteren Ergebnissen des Bilanzkennzahlenvergleiches.

Unternehmen, die dagegen vergleichbar sind in ihrer Produktion und Dienstleistung, wozu für Kunden selbstverständliche Kriterien wie Liefertreue, Qualität, Preis und Flexibilität zählen, erzielen dagegen lediglich Umsatzrenditen von circa 2,9 %. „Damit können sich Betriebe nicht mehr vom Wettbewerb abgrenzen“, so Sommerfeld.







## BILDUNG

### Interview



Theo Zintel, Leiter  
Bildungspolitik beim  
Bundesverband Druck  
und Medien

#### Unternehmen müssen dem Fachkräftemangel entgegenwirken

##### Gibt es einen Fachkräftemangel in der Printbranche?

**Theo Zintel:** Fachkräftemangel wird seit einigen Jahren von den Schlüsselbranchen der Wirtschaft allenthalben beklagt. Hier gilt es gegenzusteuern, indem auch Klein- und Mittelbetriebe verstärkte Personalentwicklungsmaßnahmen einsetzen. Die beste Maßnahme ist nach wie vor die Ausbildung. Will man langfristig auf dem Ausbildungsmarkt punkten, muss man zwangsläufig mehr in Ausbildungsmarketing investieren.

##### Wie finden Betriebe geeignete Bewerber?

**Theo Zintel:** Auf der Suche nach dem geeigneten Bewerber für einen Ausbildungsplatz stehen dem Unternehmer die Bildungsreferenten der Verbände zur Seite. Viele Unternehmen nutzen den vom bvdM entwickelten Eignungstest, der von einigen Verbänden auch als Dienstleistung für die Mitgliedsbetriebe angeboten wird.

Unentbehrlich ist allerdings auch weiterhin eine professionelle Unternehmenspräsentation. Insbesondere auf regionaler Ebene, sei es auf Bildungsmessen oder in Schulen, kann die Zielgruppe direkt angesprochen werden. Egal welche Nachwuchswerbemaßnahmen eingesetzt werden, es gilt, das eigene Profil, seine Stärken und Vorzüge herauszustellen. Wird dies konsequent in strategische Konzepte einbezogen, sollten langfristig keine oder weniger Probleme mit Facharbeitermangel auftreten.



## Mediengestalter erweitern Ausbildungsspektrum

Im Rahmen der Novellierung der Ausbildungsordnung für Mediengestalter wurden neue Qualifikationsmodule entwickelt. Die Verordnung über die Berufsausbildung zum Mediengestalter Digital und Print tritt am 1. August 2013 in Kraft. Für die Auszubildenden erleichtert die Einbeziehung in ein breit aufgestelltes Berufsbild die Chance, auch jenseits spezialisierter Betriebe eine Anstellung zu finden. Mit 3D-Grafikerstellung, Social-Media-Marketing und Content-Erstellung sowie der Möglichkeit, im großformatigen Digitaldruck ausbilden zu können, entstehen für Druck- und Medienbetriebe neue, zukunftsorientierte Ausbildungsmöglichkeiten.

## Nachwuchswerbung stärken

Werbung zum Nachwuchs in den Unternehmen gehört natürlich in die „neuen“ Medien. Diese werden mit Homepages wie [www.die-medientechnologen.de](http://www.die-medientechnologen.de), der Facebook-Seite „Die Medientechnologen“ und dem Nachwuchswerbefilm „Die Medienmacher – Print & Digital“ auf Youtube

bedient. Auf der Fanpage „Die Medientechnologen“ findet man auch eine Ausbildungsplatzbörse für Medientechnologen, in der Mitgliedsbetriebe freie Ausbildungsplätze kostenlos einstellen können. Immer mehr Unternehmen nutzen diesen Service.

### **Bester Ausbildungsbetrieb**

*Die Karl Knauer KG in Biberach, Baden, ist bester Ausbildungsbetrieb des Jahres 2012. Der bvdm prämierte das Unternehmen im Rahmen der Druck & Medien-Award-Gala im Oktober 2012 in Berlin. Von rechts: Moderatorin Enie van de Meiklokes mit Richard Kammerer, Karl Knauer KG, und Dr. Paul Albert Deimel, bvdm.*



**„JuCaPlus“ –  
Gestaltungswettbewerb des ZFA:**

Alle zwei Jahre richtet der ZFA den Gestaltungswettbewerb für Mediengestalter aus. Teilnehmen können Auszubildende, die ihre Berufsausbildung zum Mediengestalter Digital und Print abschließen. In 2012 haben 455 Mediengestalter ihre Abschlussarbeiten eingereicht. Das Ergebnis: viele kreative Konzepte für das fiktive Ferien- und Jugendcamp JuCaPlus.



**Know-how-Transfer:  
Über 800 Angebote der Verbände  
Druck und Medien**

Das Bildungsangebot der Verbände Druck und Medien reicht von der inhaltlichen Erarbeitung einzelner Rahmenpläne über Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen bis hin zur Erstellung von Prüfungsarbeiten, Ausbildungsplänen und der Durchführung von Eignungstests zu Beginn der Ausbildung. Hierbei steht die betriebliche Beratung im Vordergrund. Informationsbroschüren über neue Berufsbilder und Weiterbildungsregelungen, konkrete Handlungsleitfäden für einzelne Ausbildungsberufe sowie Broschüren für den betrieblichen Einsatz zur Nachwuchswerbung runden das Portfolio ab.

Die Dozenten der Bildungszentren und Akademien der Verbände Druck und Medien kennen die Herausforderungen der grafischen Industrie, denen sie sich jeden Tag stellen. Dabei wird auf ein breites Praxiswissen zurückgegriffen, das durch technische Beratung und Entwicklung von Problemlösungen in Betrieben der Druck- und Medienindustrie aufgebaut wurde. Neueste Software-Entwicklungen und

innovative Technologie-Trends werden aufgegriffen und in den Informationsveranstaltungen und Seminaren weitervermittelt. Modernste und praxisbezogene Ausstattung, beispielsweise ein kompletter Print-Workflow, bildet die Basis für optimales und effizientes Lernen. Das breite Kursangebot mit über 800 Seminaren im Bundesgebiet richtet sich an Fach- und Führungskräfte der Branche sowie in spezifischen Lehrgängen auch an Auszubildende.

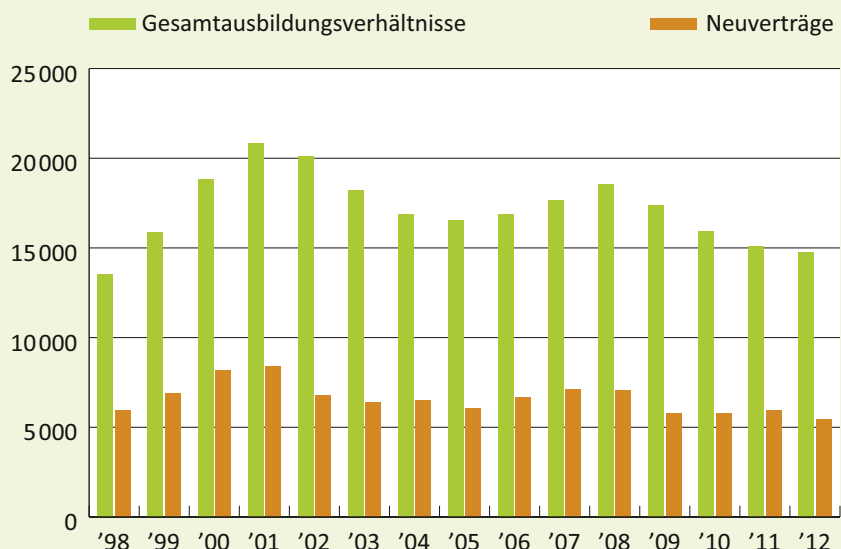
Seminare aus den Bereichen Management, Marketing, Betriebswirtschaft, Umwelt, Recht und Kundenberatung, Druck- und Mediovorstufe sowie dem Druck sind speziell auf die Bedürfnisse der Branche zugeschnitten.

Einführungslehrgänge und Prüfungsvorbereitungskurse unterstützen die Betriebe in der Ausbildung des Nachwuchses. Berufsbegleitende mehrjährige Weiterbildungen zum Medienfachwirt Print, Medienfachwirt Digital, Industriemeister Printmedien, die von den Bildungseinrichtungen der Verbände Druck und Medien durchgeführt werden, garantieren ein durchgängiges Angebot auf allen Ebenen der beruflichen Bildung.

**Ausbildungsverträge 1998 bis 2012**

Quelle: ZFA/BPA April 2013

14 722 Jugendliche lernen zurzeit einen Beruf in der Druck- und Medienindustrie. Die Zahl der neu abgeschlossenen Ausbildungsverhältnisse der Druckbranche ist im Jahre 2012 gegenüber 2011 um 8,5 % gefallen. Sie liegt jetzt bei 5 445 neuen Ausbildungsplätzen. Während sich die Situation auf dem Ausbildungsstellenmarkt für die Jugendlichen aufgrund der demografischen Entwicklung weiter verbessert hat, konnten viele Betriebe in den starken Regionen Ausbildungsplätze nicht mehr mit qualifizierten Bewerbern besetzen.





UMWELT

# *Gemeinsam für den Klimaschutz*

*Das Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP) legte 2012 einen neuen Bericht zum Klimaschutz vor. Danach reichen die bisher weltweit getätigten Anstrengungen nicht aus, die Klimaerwärmung bis zum Jahre 2020 auf maximal zwei Grad zu beschränken.*

*Angesichts der weltweit steigenden Emissionen ist eine Erderwärmung auf mehr als vier Grad Celsius wahrscheinlich. Das heißt: Die Klimaschutzbemühungen müssen deutlich intensiviert werden.*



### **Trend zum „grünen Drucken“**

Die deutsche Druckindustrie geht bei der Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen mit gutem Beispiel voran. 12 000 Tonnen CO<sub>2</sub> wurden mithilfe der Klimainitiative der Verbände Druck und Medien im Jahr 2012 kompensiert. Setzt sich der Trend des ersten Quartals fort, so kann für 2013 nochmals mit einer deutlichen Steigerung gerechnet werden. Denn in den ersten drei Monaten des Jahres wurden 15 % mehr CO<sub>2</sub> ausgeglichen als im Vergleichszeitraum 2012.

Basis dieses Erfolges ist der Klimarechner, mit dessen Hilfe die im Druckprozess entstehenden Emissionen kalkuliert werden können. Dieses Werkzeug steht für den Offsetdruck, den Digitaldruck, den Siebdruck, den Tiefdruck sowie für den Verpackungsdruck zur Verfügung. Seit dem Frühjahr 2013 kann der Rechner auch in der Briefumschlagherstellung genutzt werden.

### **Klimarechner ein Erfolg**

Seit Gründung der Klimainitiative im Jahr 2008 wurden bereits über 10 000 Kompensationen durchgeführt. Pro Quartal wird die Möglichkeit des CO<sub>2</sub>-Ausgleichs inzwischen rund 900-mal genutzt. Das entspricht durchschnittlich 15 Kompensationen pro Arbeitstag. So nutzen bereits mehr als 350 Druckereien den CO<sub>2</sub>-Rechner der Druck- und Medienver-

bände, um ihren Kunden klimaneutrale Druckprodukte anzubieten. Diese Zahlen belegen die hohe Akzeptanz und das gesteigerte Bewusstsein für die Notwendigkeit eines nachhaltigen unternehmerischen Handelns in der Druckindustrie. Daher wird die Zahl der Druckereien, die sich der Klimainitiative anschließen, auch weiterhin steigen.

### **Gruppensertifizierung für nachhaltig produzierte Papiere**

Die vom bvdM eingeführte Gruppensertifizierung für die Verwendung von Papieren nach PEFC- und FSC-Standard stieß auf großes Interesse bei den Mitgliedsbetrieben der Verbände. Die Gruppensertifizierung bietet den Vorteil, dass Druckereien weniger administrativen Aufwand haben und die Kosten geringer ausfallen als bei einer Einzelzertifizierung. Die Nutzung des Logos bleibt dabei jedoch uneingeschränkt möglich. Mittlerweile verwenden 54 Betriebe die Gruppensertifizierung über den bvdM. Betriebe, die die Anforderungen der Betriebsgrößen erfüllen, erhalten das Zertifikat und können ihren Kunden Druckprodukte mit PEFC- oder FSC-Logo anbieten.



*Julia Rohmann, Umwltreferentin des bvdM: „Die Druckindustrie engagiert sich – gemessen an ihrer Größe – sehr viel mehr als manch andere Industrie.“*

## Neues Label für Nachhaltigkeit

Am 16. August 2012 wurde das EU Ecolabel für bedrucktes Papier eingeführt. Das freiwillige Programm richtet sich an Unternehmen, denen die Nachhaltigkeit ihrer Printprodukte ebenso am Herzen liegt wie eine ressourcenschonende Produktion. Anhand von zehn Kriterien kann dieser Anspruch an das eigene Handeln überprüft werden. Dabei wird nicht nur die Umweltfreundlichkeit der eingesetzten Rohstoffe (FSC- oder PEFC-Zertifizierung) betrachtet. Auch werden verbotene beziehungsweise erlaubte Inhaltsstoffe mit Höchstgrenzen definiert und kontrolliert. Die Zertifizierung stellt darüber hinaus hohe Anforderungen an die Wiederverwertbarkeit der Produkte und die Energieeffizienz in der Produktion.

[www.eu-ecolabel.de](http://www.eu-ecolabel.de)

## Mineralölfreie Druckfarben

Lebensmittelverpackungen sollten so gestaltet sein, dass von ihnen keine nachteiligen Wirkungen auf die Lebensmittel übergehen. Trotzdem gab es in der Vergangenheit einige wenige Fälle, bei denen Mineralöle in Lebensmitteln nachgewiesen wurden. Laboruntersuchungen haben ergeben, dass der Ursprung der Rückstände aufgrund der geringen Konzentrationen nicht eindeutig einer Quelle zugeordnet werden kann.

Die involvierten Industrien arbeiten an der Behebung des Missstandes. Die Verpackungsindustrie arbeitet an Barrieren. Die Druckfarbenhersteller entwickelten mineralölfreie Farben. Im Zeitungsdruck werden Druckversuche mit alternativen Farben durchgeführt. Diese Anstrengungen benötigen Zeit, denn auch die kosten- und prozesstechnischen Auswirkungen müssen berücksichtigt werden.

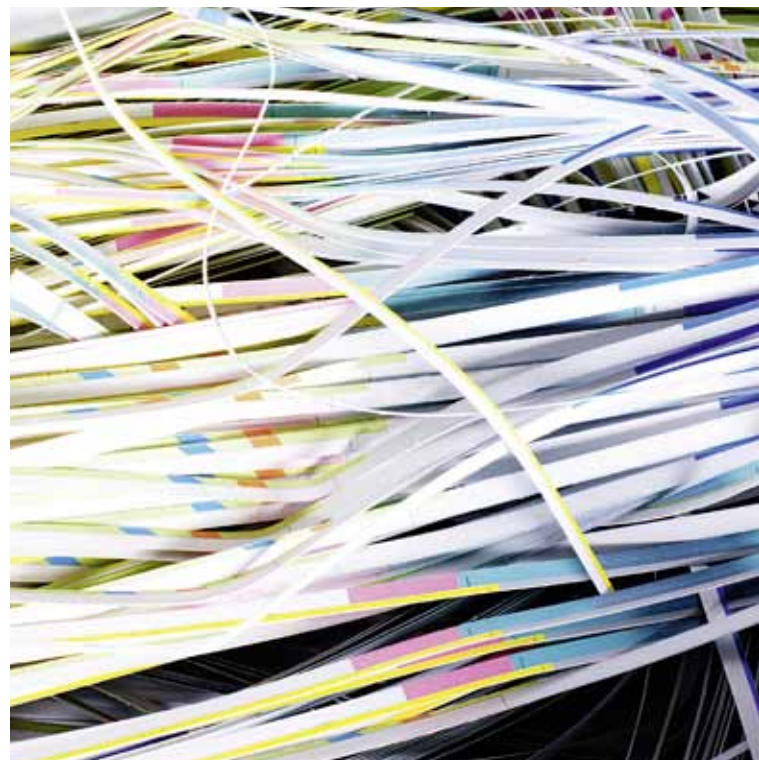
## Politische Unterstützung statt Aktionismus

Die Verbände Druck und Medien sowie deren printXmedia-Dienstleistungsgesellschaften stehen den Betrieben bei der ständigen Verbesserung der

Umweltbilanz zur Seite. Jährlich erhebt der bvdM Umweltkennzahlen im Zeitungs- und Tiefdruck sowie im Akzidenzoffsetdruck und vergleicht diese zu den Vorjahren. Vieles ist im Laufe der Jahre erreicht worden, manches aber ohne Zweifel noch zu tun.

Um die notwendigen Investitionen in neue Technologien zu fördern, ist es wichtig, bei staatlichen Maßnahmen insbesondere kleine Unternehmen unter 50 Beschäftigten zu berücksichtigen. Diese stellen das Grundgerüst der Wirtschaft dar. Mittelstand erst bei mehr als 200 Mitarbeitern und Jahresumsätzen von 50 Millionen Euro anzusetzen, geht in eine falsche Richtung. Druckunternehmen in ihrer ganzen Bandbreite besitzen Möglichkeiten, den Umweltschutz weiter voranzubringen. Kleinere und mittlere Unternehmen haben noch ungenutzte Potenziale. Auf dem Weg zu einer nachhaltigen Produktion gilt es, diese zu nutzen und die Bemühungen engagierter Unternehmer politisch zu unterstützen.

*Die Druckbranche forscht nach Wegen zur Vermeidung von Mineralölrückständen in Recyclingpapier.*





[www.twosides.info](http://www.twosides.info)

## Print and Paper have a great environmental story to tell

### Two Sides: Nachhaltigkeit und Print gehören zusammen

Seit 2008 setzt sich Two Sides für ein starkes Vertrauen in die Produkte und Dienstleistungen der Druck- und Papierindustrie ein.

Two Sides ist eine europäische Initiative von Unternehmen und Verbänden der Wertschöpfungskette Print. Dazu zählen Zellstoff-, Papier-, Farben- und chemische Industrie, die in Druckvorstufe und Papierveredelung tätigen Betriebe sowie das Verlags- und Druckgewerbe. Gemeinsames Ziel ist es, die verantwortungsvolle und nachhaltige Produktion und Verwendung von Print zu fördern.

Die Mitglieder eint die Überzeugung, dass Papier und Druck neben ihren spezifischen Vorteilen auch durch Nachhaltigkeit bestechen. Gegen weitverbrei-

tete Missverständnisse in Bezug auf die Nachhaltigkeit von Druckprodukten setzt die Initiative die gezielte und fundierte Information der Öffentlichkeit. Dies geschieht beispielsweise im Rahmen der globalen Kampagne „No Wonder You Love Paper“. In Zeitungen und Magazinen wirbt diese für die Vorteile von papierbasierten Medien. Denn: Grundlage von Printprodukten ist Holz, ein nachwachsender Rohstoff. Nachhaltig bewirtschaftete Wälder, eine hohe Recyclingquote und verantwortungsbewusstes Energiemanagement machen Papier zu einem nachhaltigen Rohstoff.

### Google zeigt sich einsichtig

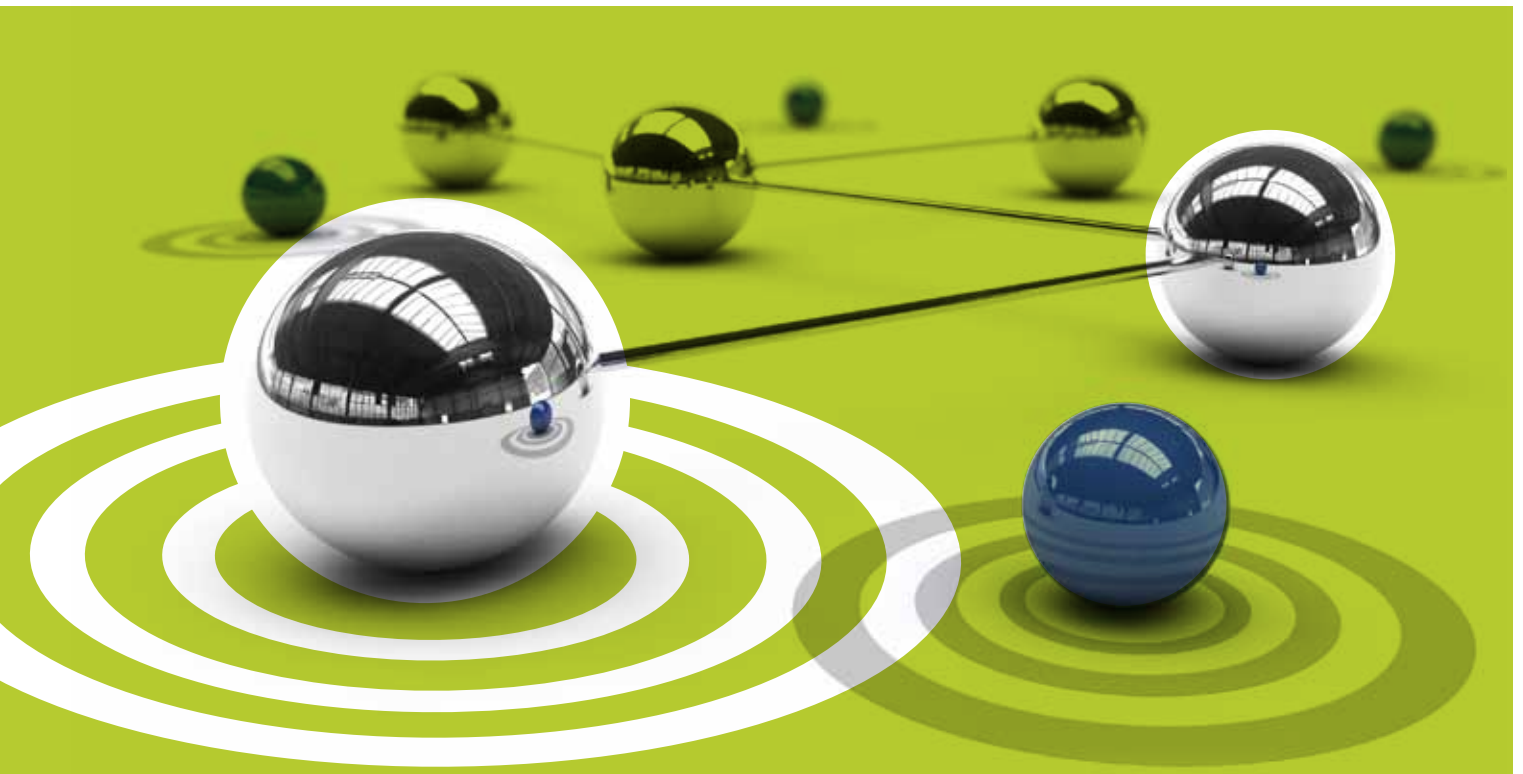
Two Sides greift auch direkt dort ein, wo mit falschen Argumenten der Ruf der gesamten Industrie und ihrer Produkte Gefahr läuft, beschädigt zu werden. So geschehen in der Auseinandersetzung mit dem Internetgiganten Google. Dieser versuchte, mit seiner „Go Paperless 2013“-Offensive für neue digitale Büroanwendungen zu werben. Der Suchmaschinenkonzern rief zum Papierverzicht auf und argumentierte dabei mit Umweltschutz.

Diese Argumentation war nicht hinnehmbar: Zwar verzichten elektronische Services auf Papier. Doch steht dem der enorme Verbrauch wertvoller Ressourcen zur Herstellung elektronischer Geräte gegenüber. Diese sind nur mit großem Aufwand dem Wertstoffkreislauf wieder zuzuführen. Oft enden elektronische Geräte als umweltschädlicher Sondermüll. Darüber hinaus verbraucht die Nutzung elektronischer Dienste durch Serverparks und Endgeräte enorm viel Energie.

Mit einem offenen Brief wandte sich Two Sides an den Vorstandsvorsitzenden des Konzerns. Der bvdm unterstützte die Initiative mit Pressemitteilungen und Öffentlichkeitsarbeit. Die Argumentation von Two Sides fand durch die begleitende Pressearbeit eine breite Öffentlichkeit. Letztendlich ruderte Google zurück. Äußerungen über eine verbesserte Ökobilanz durch den Verzicht auf Papier sind nun in der Kampagne nicht mehr zu finden.



*Der bvdm unterstützt Two Sides: Zum Forum Verlagsherstellung der Frankfurter Buchmesse 2012 diskutierten Druck- und Verlagsexperten (unten). Oben Martyn Eustace, Two Sides (London) und Laetitia Reynaud, Intergraf.*



*Interessen zu vertreten, heißt kommunizieren. Der Austausch von Ideen und Meinungen ist dabei ebenso wichtig wie das Formulieren von Forderungen.*

## KOMMUNIKATION

### **Print zeigt Power**

Im vergangenen Jahr wurden Printprodukte im Wert von über 20 Milliarden Euro gedruckt. Der Online-werbemarkt betrug dagegen nur eine Milliarde Euro. Trotz der Schnelligkeit des Internets und des Hypes um die neuen Medien darf dieser hohe Stellenwert von Print und seine Führungsposition im Medienvergleich nicht vergessen werden.

### **Kampagnen & Kongresse**

„Die Zukunft wird gedruckt“ ist daher die Headline einer neuen Kampagne der Verbände Druck und Medien (siehe Umschlagsklappe). Gleichzeitig bringt sich der bvdM stärker in die EU-weite Imagekampagne „Print Power“ ein. Die Initiative Print Power ist ein Schulterschluss von Verbänden und Firmen in Europa für das Medium Print. Print Power kommuniziert in Round-Table-Gesprächen, Kampagnen und Veranstaltungen die Argumente für Print.

So z. B. beim Future Summit 2012 „The Power of Print“, zu dem Print Power und die Zeitschrift w&v im November 2012 nach München eingeladen hatten. Namhafte Kommunikationsexperten führender deutscher Unternehmen diskutierten mit Experten aus der Marketing- und Kommunikationsszene über den idealen Medienmix und die Vorzüge von Print.

### **Positionen politisches Gewicht geben**

Mit der Sitzverlegung des bvdM nach Berlin hat der Verband die Interessenvertretung zu allen relevanten druckspezifischen und mittelstandspolitischen Themenfeldern verstärkt. Zentrales Thema für die Kommunikation des bvdM bleibt der Strukturwandel der Druckindustrie und die Wege, wie die Verbände ihre Organisations- und Leistungsstruktur an die neuen Anforderungen anpassen.





## Impressionen vom Unternehmerforum 2013

*Ein Empfang in den neuen Geschäftsräumen des bvdM war der Auftakt des Gesellschaftsabends und des Unternehmerforums 2013.*





*Der Gesellschaftsabend im Berliner Museum für Kommunikation bot Raum für Gespräche und Austausch im feierlichen Ambiente.*

*Vertreter der Bundestagsfraktionen stellten dem Publikum des Unternehmerforums ihre steuerpolitischen Konzepte vor. Die unterschiedlichen Ansätze führten zu einer lebhaften Debatte.*



## Wahl, Werbung, Wachstum: Was hilft Print?

Was beflügelt die Druckindustrie? Werbung in gedruckten Medien? Eine mittelstandsfreundliche Politik? Zum Unternehmerforum der Deutschen Druck- und Medienindustrie des Bundesverbandes Druck und Medien am 24. April 2013 diskutierten die Unternehmer unter der Moderation von Daniel Goffart, Leiter des Hauptstadtbüros des Focus, mit Vertretern der Bundespolitik über Wege zur Stärkung des Mittelstandes. Erörtert wurden diese Fragen nach einer Keynote von Dr. Karen Horn, Geschäftsführerin der Wert der Freiheit gGmbH, von den finanzpolitischen Experten der Bundestagsparteien: Dr. Michael Meister (stellvertretender Fraktionsvorsitzender der CDU), Joachim Poß (stellvertretender Fraktionsvorsitzender der SPD), Dr. Hermann Otto Solms (Vorsitzender des Arbeitskreises Wirtschaft und Finanzen der FDP), Kerstin Andreae (Vorsitzende des Arbeitskreises Wirtschaft, Arbeit, Soziales, Finanzen und Haushalt, Bündnis 90/Die Grünen).

Rolf Schwarz, Präsident des Bundesverbandes Druck und Medien, appellierte an die Politiker:

*„Die konjunkturelle Lage sollte für die Politik Mahnung sein, keine neuen Belastungen für Betriebe und Arbeitnehmer zu schaffen. Auch neue Reglementierungen des Arbeitsmarktes ersticken jede positive Aussicht.“*

*Torsten Bardohn, Büro Bardohn, Hamburg, überzeugte mit der ermunternden Botschaft der neuen Kampagne „Die Zukunft wird gedruckt.“*



## Online-Print ist Wachstumsmarkt

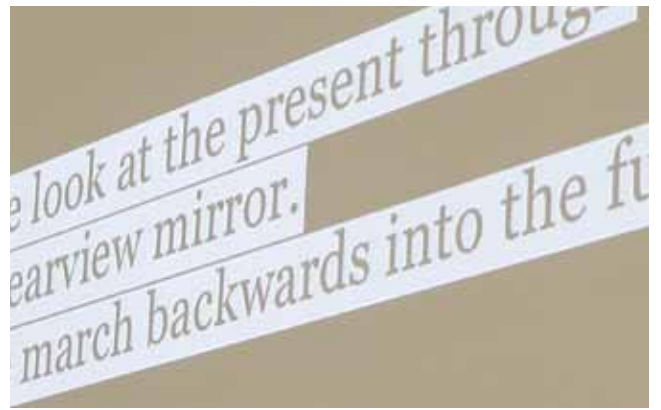
Der Online-Handel mit Printprodukten hat enorme Zuwachsraten. Die aktuellen Gewinner der Druck- und Medienindustrie sind die Online-Drucker. Dies ist das Ergebnis des Online-Print-Symposiums am 21. und 22. Februar 2013 in München. Mit mehr als 200 Besuchern war die erste gemeinsame Leitveranstaltung von bvdM, Fogra und zipcon consulting ein herausragender Erfolg. Geschäftsfelder, Lösungen und Trends im Online-Druck standen auf der Agenda des Symposiums.

Wichtige Erkenntnis: „Online-Print steht nicht nur großen Unternehmen, sondern auch kleinen Unternehmen offen. Der Marktzugang zu diesem Geschäft ist aber auch völligen Newcomern möglich. Darin liegt ein Risiko für etablierte Druckereien. Diese müssen also die Herausforderungen erkennen und annehmen und dürfen sich nicht auf den Erfolgen der Vergangenheit ausruhen“, appellierte Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdM, an die Unternehmer.

Bereits jeder zweite Deutsche kauft online. Dies hat auch Einfluss auf den Online-Print-Markt. Nach der EPOS-Studie von zipcon consulting erreicht Online-Print im Jahr 2014 ein Umsatzvolumen von circa 2,3 Milliarden Euro in der DACH-Region (Deutschland/Österreich/Schweiz).

*Jahrespressekonferenz 2012: bvdM-Hauptgeschäftsführer Dr. Paul Albert Deimel stellte die Positionen und den Jahresbericht des Verbandes vor.*





### Forum Verlagsherstellung 2012

„Neues Denken“ – dieses Motto der Frankfurter Buchmesse 2012 war auch Leitsatz für das Forum Verlagsherstellung zur Messe. Über 1 000 Fachbesucher informierten sich auf dem dreitägigen Fachforum vom 10. bis 12. Oktober in Frankfurt am Main. Neue innovative, granulare Geschäftsmodelle, Self Publishing, Monetarisierungsstrategien, Vernetzung zu Enhanced Books, Lean & Green, Print oder E-Books, gekauft oder geliehen – das Forum Verlagsherstellung bot viele Ansätze für die Verlage und Medienhäuser der Zukunft. Fazit: Die gängigen Produktions- und Vertriebswege der Verlage und die Rollen der Medien- und Inhaltenanbieter lösen sich auf. Stattdessen eröffnet die Digitalisierung für alle Beteiligten neue Chancen: Autoren, Medienhersteller, Verlage und Infrastrukturanbieter. Das neue Denken verändert die Buchbranche international radikal.

*Interviews für Presse, Radio und TV: Der bvdm kommuniziert die Stärken von Print und fordert Entlastung für mittelständische Druckunternehmen.*

### Kontakte über alle Medienkanäle

Über Fach- und Wirtschaftspressekonferenzen, Veranstaltungen und Messen sucht der bvdm den Austausch mit der Fachöffentlichkeit und Entscheidern aus Politik und Wirtschaft. Dazu nutzt der bvdm auch Social-Media-Kanäle wie Google+ und Facebook. Unter [www.druckindustrie.de/+](http://www.druckindustrie.de/+) informiert und kommuniziert der bvdm druckspezifische Themen. Auch die Fangemeinde, die unter dem Twitter-Profil „Der\_bvdm“ dem Verband folgt, wächst kontinuierlich.





*Botschafter für Print: Die Gewinner des MfG-Awards 2012 bei der Preisverleihung in Wiesbaden.*

## MfG-Award prämiert starke Printmedien

Der MfG-Award 2013 – der Designwettbewerb für herausragende Druck-Erzeugnisse des Bundesverbandes Druck und Medien – stellt die Stärken gelungener Druck-Erzeugnisse heraus. Im Mittelpunkt des bvdm-Wettbewerbes steht, was Print einmalig und unverwechselbar macht: Print überzeugt, vereinfacht, löst Emotionen aus und wirkt häufig nachhaltiger als elektronische Medien. Nach dem großen Erfolg des Relaunchs in 2012 baut der bvdm den Wettbewerb in 2013 aus. In der neuen Kategorie „Individualität“ werden besonders persönliche und individuell auf den Nutzer bezogene Printprodukte ausgezeichnet.

*Kreativ und überzeugend sind die eingereichten Arbeiten des MfG-Awards.*



*Die neue Image-broschüre der Verbände Druck und Medien stellt die breiten Leistungen für Mitglieder dar.*



## Neues Corporate Design des Verbandes

Mit dem Startschuss zur drupa 2012 und dem Umzug des bvdm nach Berlin entwickelte die Öffentlichkeitsarbeit einen neuen Außenauftritt des bvdm mit neuen Geschäftspapieren, Pressemappen, Webannern, Anzeigen und mehr. Auch die Internetseite wird nun einem Face-Lifting unterzogen.



*Wettbewerbsfähigkeit braucht technischen Fortschritt.  
Gemeinsam mit seinen Partnern forscht der bvdm für  
eine effiziente und nachhaltige Produktion.*

## TECHNIK + FORSCHUNG

### **Ausschuss Technik + Forschung gibt sich neue Struktur**

Technik + Forschung (T+F) im Bundesverband Druck und Medien arbeitet zunehmend interdisziplinär und gibt sich eine neue Struktur. Diese ist angesichts der Trends zu hybriden Technologien, Medienkonvergenz und mehrkanaliger Marktbearbeitung unverzichtbar. Ziel ist es, Mitgliedsunternehmen in Zukunft weiter praxisingerechte Lösungen, Hilfestellungen und Informationen für eine qualitätsorientierte und wirtschaftliche Druck- und Medienproduktion zu bieten.

Die Struktur des Ausschusses passt sich aktuellen Erfordernissen an. Als neues Technologiefeld kommt der Digitaldruck hinzu, dessen Belange bisher von digicom, der Interessengemeinschaft Digitaldruck, vertreten wurden. Im Bereich Druckweiterverarbeitung wird künftig auch die Logistik behandelt. Außerdem soll die Arbeit der Technologiefelder Tiefdruck

und Heatset-Rollenoffsetdruck stärker aufeinander bezogen werden. Gestärkt wird der Bereich Umweltschutz + Sicherheit als neuer, eigenständiger Fachbereich.

Die Sacharbeit wird fortan verstärkt in temporären Projektgruppen organisiert. Technik + Forschung erarbeitet so schnelle Antworten auf drängende Markt- und Technologiefragen.

In enger Kooperation mit der Fogra werden die Forschungsaktivitäten intensiviert. Für diese Zukunftsaufgaben sollen mehr öffentliche Fördermittel eingeworben werden. Der Ausschuss baut darüber hinaus die Zusammenarbeit mit dem printXmedia-Beraternetzwerk der Druck- und Medienverbände aus. Dies gewährleistet, dass Bedürfnisse der Branche zügig in die Arbeit einfließen und deren Ergebnisse die Unternehmen auf direktem Wege erreichen.



Bei der Produktion der Referenzdrucke des Altona-Test-Suite-Anwendungspaketes wurde ein hoher Aufwand betrieben, um Abweichungen und Schwankungen um die vorgegebenen Sollwerte so gering wie möglich zu halten.

## Medienvorstufe

### Altona Test Suite 2.0: Qualitätstool für Print

Die Altona Test Suite 2.0 ist das Anwendungspaket für die Daten- und Prozesskontrolle im standardisierten Druck. Sie gilt als wichtiger Beitrag zur internationalen Einführung, Anwendung und Weiterentwicklung der Prozess-Standardisierung gemäß ISO 12647. Das Anwendungspaket enthält eine DVD mit den Test-Suite-Dateien, Charakterisierungsdaten und ICC-Profilen gemäß Standard-Druckbedingungen nach ISO 12647 und Referenzdruckserien von diesen Daten. Die ATS 2.0 ist ein



Gemeinschaftsprojekt von Bundesverband Druck und Medien (bvdM), European Color Initiative (ECI), Forschungsgesellschaft Druck (Fogra) und der Ugra, St. Gallen. Die Projektleitung, Produktion und Herausgabe liegen beim bvdM.

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

### Expertenrat: ISO 3664 zu Normlicht birgt Probleme



Roland von Oeynhausen,  
Otterbach Medien, Rastatt

„Mit der geänderten ISO 3664:2009 zum Normlicht – Erhöhung des UV-Anteils – sind Probleme bei der visuellen Abmusterung beim Hardcopyproof und beim Monitorproof aufgetreten. Die neue Norm

wurde leider ohne vorherige Praxistests eingeführt. Die Empfehlungen des bvdM (z. B. Filterscheibe, Einbau durch Hersteller) erlauben weiterhin einen sachgerechten Einsatz von Normlicht-Arbeitsplätzen.“

### Neue ISO 12647 kommt ab 2014

Die Revision der Normserie ISO 12647 wird vom bvdM gemeinsam mit ECI, Fogra, WAN-Ifra und weiteren im Normgremium ISO TC 130 umfassend vorangetrieben. Mit neuen Versionen der Normserie ISO 12647 kann ab Anfang 2014 gerechnet werden. Die Einführung in die Praxis erfolgt in den Folgemonaten.

Beispielsweise wird die ISO 12647-2, Prozesskontrolle im Offsetdruck, systematische Weiterentwicklungen und Verbesserungen der aktuell gültigen Norm enthalten. Acht statt bisher fünf Papierkategorien erlauben eine deutlich bessere Abdeckung aller Produkte am Markt. Druckbedingungen werden für AM- und FM-Raster bereitgestellt. Die Anpassung von Sollwerten für Volltöne, Tonwertzunahmen bzw. Tonwertkurven an den aktuellen Stand der Technik gewährleistet eine praxisgerechte Nutzung. Die Kontinuität der Prozesskontrolle im Offsetdruck wird durch diese Revision gewahrt.



Welche Unterstützung benötigen Digitaldruckunternehmen von ihrem Verband? In der Deutschen Parlamentarischen Gesellschaft diskutierten Unternehmer über Strategien.



Holger Busch, Geschäftsführer des Verbandes Druck und Medien Bayern, moderierte und stellte innovative Druckbeispiele vor.

## Digitaldruck

### Expert Group Digital Print: Plattform für den Digitaldruck

„Der Digitaldruck braucht eine starke Lobby“ – darin sind sich die Innovatoren im Digitaldruck einig. Sie trafen sich auf Einladung des Bundesverbandes Druck und Medien am 11. April in der Deutschen Parlamentarischen Gesellschaft in Berlin. Ihr Ziel: über unternehmerische Grenzen hinweg Anwendungsfelder, Potenziale und Maßnahmen für Druckverfahren und Unternehmen auszuloten. Wichtigstes Ergebnis: Imagearbeit für Print, Netzwerkarbeit für Unternehmer, politisches Lobbying für den Digitaldruck, Entwicklung von Standards, Aus- und Weiterbildung, Geschäftsmodelle und die Schaffung von Markttransparenz werden von den Teilnehmern als wichtigste Handlungsfelder gesehen.

#### Imagearbeit für Print

Die Qualität von digitalen Drucken ist hoch, die Veredlungsmöglichkeiten sind enorm. Dennoch haben dies die Kunden noch nicht verinnerlicht. Eine Maßnahme stellt dabei die Marketingkampagne „Die Zukunft wird gedruckt“ dar.

#### Netzwerk für Unternehmer

Neue Technologien und Workflows, Materialien und Marktsegmente – Pioniere eines Marktes machen auch schmerzhaft Erfahrungen. Vermeiden lässt sich dies durch Netzwerkkontakte. Die Verbände schaffen diese Plattform. Sie bieten ein Netzwerk zwischen Anwendern, Zulieferern und Kunden. Dazu wird das beim bvdM angesiedelte Deutsche Institut Druck (DID) seine Arbeit ausbauen.

#### Politische Lobbyarbeit für den Digitaldruck

Braucht der Digitaldruck eine Stimme in der Politik? Ein Blick auf die politische Agenda signalisiert den

Bedarf. Beispiel 1: die geplante EU-Datenschutzgrundverordnung. Wird sie nach den vorgelegten Plänen umgesetzt, befürchtet der bvdM existenzielle Einbußen für Digitaldrucker. Beispiel 2: Umweltschutz. Wie gut lassen sich Digitaldrucke de-inken und recyceln? Ziel ist: Das Druckverfahren darf nicht stigmatisiert werden.

#### Schaffen von Standards

Die Verbände Druck und Medien entwickeln Standards, beraten zu technischen und betriebswirtschaftlichen Fragen und betreiben Innovationsförderung. Der Prozessstandard Digitaldruck ist ein solcher Standard. Die Verbände begleiten die Unternehmen bei der Zertifizierung.

#### Schulung: Aus- und Weiterbildung

Daten- und Colormanagement sowie Vertrieb – hier sehen Unternehmer den größten Schulungsbedarf. Der Digitaldruck erfordert interdisziplinäre Kenntnisse der Fachkräfte. Diesen Anforderungen müssen die Schulungsangebote entsprechen. Die Verbände bieten sie an und entwickeln sie weiter.

#### Geschäftsmodelle & Markttransparenz

„Künftiges Wachstum wird mit sinkenden Margen erarbeitet“, so die Prognose der Unternehmensberatung Infotrends. Die Strategie entscheidet über den Erfolg. Die Verbände und ihre Beratungsgesellschaften printXmedia unterstützen durch Benchmarking, Bilanzkennzahlenvergleiche und individuelle Analysen.

Fazit: Die Verbände schaffen eine Plattform für alle Digitaldruckanwender und geben dem Digitaldruck eine starke Stimme.



# Druck und Druckweiterverarbeitung

## ProzessStandard Offsetdruck stößt auf große Resonanz

Die im Herbst 2012 erschienene Neuauflage des Handbuchs ProzessStandard Offsetdruck wurde in der Branche gut aufgenommen. Schon wenige Wochen nach dem Erscheinen war mehr als ein Viertel der gedruckten Auflage verkauft.

Zum Erfolg der Neuauflage haben vor allem der Fokus auf eine praxisorientierte Vermittlung von

Wissen und nachvollziehbare Anleitungen zum Handeln beigetragen. Mit zahlreichen Diagrammen, Tabellen und Infografiken werden dem Anwender komplexe Sachverhalte auf anschauliche Weise vermittelt.

Inhaltlich geht die Neuauflage des ProzessStandards Offsetdruck weit über die Beschreibung von Maßnahmen zum Erreichen vorgegebener Sollzustände hinaus. Die empfohlenen Prozessschritte werden durch fundierte Hintergrundinformationen erläutert.

*„Soll- und Messwerte erfüllen nur ihren Zweck, wenn der Anwender sie sinnvoll interpretieren kann. Dabei hilft ihm das Handbuch.“*

Harry Belz, bvdM,  
Autor des Handbuchs



### Stimmen der Anwender:

Umfassender, praxisnäher, besser.

Dieter Kleeberg zum neuen ProzessStandard Offsetdruck, Deutscher Drucker, Nr. 33/2012

Schön, dass nun alles Relevante in einem Handbuch vereint ist und nicht in mehreren Regelwerken nachgeschaut werden muss. Auch kommt das Handbuch nicht so trocken daher und macht Spaß beim Lesen.

Henning Rose, Wegner GmbH, Stuhr

Seit vielen Jahren leben wir den ProzessStandard Offsetdruck (PSO) im Hause Steinbacher. Anfänglich war es ein schwieriger und steiniger Weg, bis wir die

Ergebnisse erzielt haben, die gefordert sind. Das Handbuch „ProzessStandard Offsetdruck“ ist ein unverzichtbares Hilfsmittel auf dem Weg zum PSO und für alle Fragen zum PSO. Dieses Werk ist trotz der Menge an Seiten übersichtlich gestaltet, eine klare Gliederung hilft dabei, Fragen schnell und kompetent zu klären. Bei der internen Weiterbildung der Mitarbeiter ist es ebenfalls sehr hilfreich und anschaulich.

Für mich ist es ein täglicher Begleiter bei der Einhaltung und Kontrolle sämtlicher PSO-Vorgaben.

Lutz Richter, Steinbacher Druck GmbH, Osnabrück

## Praxisnahe Begleitung des Druckprozesses

Neben dem Druck mit Sonderfarben und auf aufgehellten Papieren behandelt das Handbuch nun auch die Prozesssteuerung bei der Produktion von lackierten bzw. folienkaschierten Druck-Erzeugnissen. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Kontrolle des Fertigungsprozesses anhand von Monitorproofs, Testformen und Testdrucken. Auch die organisatorischen Aspekte der Qualitätssicherung und ein spezieller Abschnitt zur technischen Reklamationsbearbeitung unterstreichen die Alltagsorientierung des Handbuchs. Der ProzessStandard Offsetdruck ist Bezugspunkt für die Kommunikation der am Druckprozess beteiligten Parteien. „Viele Reklamationen haben ihre Ursache in Kommunikationsproblemen, die schon im Vorfeld der Druckproduktion auftreten“, so Harry Belz, Autor der Werke. Das Handbuch kann hier Abhilfe schaffen. Es informiert über realistische Produktionsziele und begleitet den gesamten Produktionsprozess, so dass diese möglichst exakt erreicht werden.



## Elektrostatikprobleme im Sieb- und Tampondruck vermeiden

Elektrostatische Aufladungen üben immer wieder einen störenden Einfluss auf Druckprozesse und deren Ergebnisse im Sieb- und Tampondruck aus. Um die Hintergründe zu beleuchten und Möglichkeiten der Vermeidung aufzuzeigen, beauftragten der Fachbereich Siebdruck und das Deutsche Institut Druck (DID) eine Studie bei der Fogra. Die Ergebnisse werden in naher Zukunft durch den bvdM veröffentlicht. Neben typischen Fehlerbildern und Gefahren beschreibt die Publikation, wie elektrostatische Aufladung entsteht und wie sie gemessen werden kann. Den Abschluss bilden hilfreiche Tipps zur Beseitigung bzw. Vermeidung des ungewollten Phänomens.

## Neue Norm für Zeitungsformate

Die DIN 16604 „Zeitungen – Papierformate und Anzeigen-Satzmaße“ legt Seitenformate, Satzspiegel, Spaltenbreiten etc. für die bekannten

Zeitungsformatklassen „Berliner“, „Rheinisches“ und „Nordisches“ fest. Seit der letzten Ausgabe 2007 dieser Norm ist ein Anpassungsbedarf entstanden. Der bvdM betreibt federführend die Revision der DIN 16604 in Abstimmung mit WAN-Ifra und der Zeitungs-Marketing-Gesellschaft (ZMG). Dabei werden die bewährten Formatklassen beibehalten, es gibt Änderungen im Detail bei Maßen und Toleranzen.

## Internationale Abstimmung bei Tiefdruckpapieren

Für den Tiefdruck steht 2013 eine Neuauflage „Klassifikation der Tiefdruckpapiere“ an. Die erste Ausgabe in deutscher und englischer Sprache wurde vom bvdM 2006 veröffentlicht. Die Abstimmung en détail mit den Papierherstellern zu allen marktrelevanten Papieren ist dabei die Herausforderung. Zweck der Klassifikation ist die internationale Verständigung zwischen Druckereien, Druckkunden und Papierherstellern zu den eingesetzten Papieren und ihren Eigenschaften.

Die internationale Norm ISO 12647-4 (ProzessStandard Tiefdruck) liegt als ISO/DIS in revidierter Fassung vor. Projekteditor ist der bvdM. Die Abstimmung im ISO TC 130 wurde im Mai 2013 positiv abgeschlossen. Mit einer Herausgabe der endgültigen Norm ist bis Ende 2013 zu rechnen. In die Norm sind alle Neuerungen des Tiefdruckprofils „PSR V2“ eingeflossen, fünf Standarddruckbedingungen für LWC-Papiere, SC-Papiere etc., die im Tiefdruck weit verbreitet sind. Der PSR V2 wurde von bvdM, ECI, ERA mit den europäischen Tiefdruck-Anwendern erarbeitet.

*Welche Papiere sind für den Tiefdruck geeignet? Eine neue Norm bestimmt auch die Anforderungen für den Druck.*





*PrintStars 2012: Der DID-Award zeichnet innovative Produkte und Lösungen der Druckweiterverarbeitung aus.*



## **DID-Award 2012 für Celesio Geschäftsbericht**

Der „Celesio Geschäftsbericht 2011“ war Gewinner des vom bvdM organisierten DID-Award 2012. Der DID-Award für Druckweiterverarbeitung wird gestiftet von der Gruppe Druckweiterverarbeitung im Deutschen Institut Druck (DID). Der Wettbewerb fördert besonders gelungene, innovative und kreative Lösungen der industriellen Druckweiterverarbeitung.

bvdM-Hauptgeschäftsführer Dr. Paul Albert Deimel zur Preisverleihung in Stuttgart: „Unser Gewinner besticht auf den zweiten Blick: beim Anfühlen, Aufschlagen, Durchblättern, Sehen und Erleben. Hier stimmt alles: die Konzeption, die Verarbeitung und die Verbindung der Botschaft mit der technischen Ausführung. Dieser Geschäftsbericht ist keine Pflichtpublikation, sondern ein gelebter Imageträger, eine glaubwürdige und überzeugende Visitenkarte für die Werte eines Unternehmens.“

Weiterverarbeitet wurde das ausgezeichnete Produkt, das in der Kategorie Geschäftsberichte ebenfalls siegte, von der Josef Spinner Großbuchbinderei GmbH, Ottersweier, und der Eberl Print GmbH, Immenstadt, die auch für den Druck verantwortlich war. Ebenfalls ausgezeichnet wurden die Agentur Strichpunkt GmbH, Stuttgart, und der Auftraggeber, die Celesio AG, Stuttgart.




## **Deutsches Institut Druck: Branchenübergreifendes Engagement**

Im Deutschen Institut Druck engagieren sich die Zulieferer des Wirtschaftsbereiches Druck und Medien für die Branche. So haben sich rund 40 renommierte Firmen dem Deutschen Institut Druck angeschlossen, um in verschiedenen Arbeitsgruppen gemeinsam mit den Anwendern aktuelle Themen der Druck- und Medienindustrie zu diskutieren und weiterzuentwickeln. Dies geschieht in speziellen Gruppen für die Bereiche Siebdruck, Tampondruck, Tiefdruck und Druckweiterverarbeitung, Offsetdruck und Digitaldruck. Die Mitglieder fördern mit ihren Beiträgen in erster Linie Forschungsvorhaben und Marktuntersuchungen, die der Bundesverband Druck und Medien in Kooperation mit Forschungsinstituten durchführt.

### **DID stärkt Digitaldruck und Wahrnehmung von Print**

Der Digitaldruck wird in Zukunft an Bedeutung gewinnen. Dieser Entwicklung wird das Deutsche Institut Druck Rechnung tragen, indem es seine Arbeit auf diesem Feld intensiviert. Neben technischen Fragestellungen wird die Auseinandersetzung mit Märkten, Strategien und Geschäftsmodellen stärker in den Mittelpunkt rücken.

Zukünftig soll sich das Deutsche Institut Druck verstärkt der öffentlichen Wahrnehmung des Kultur-gutes Print widmen. Das DID setzt dabei auf die Synergien einer verstärkten Anbindung an die europäische Initiative Print Power.



*Politische Entscheidung und technische Entwicklung haben Einfluss auf unternehmerisches Handeln. Ein Netzwerk zu anderen Wirtschaftszweigen und über die Grenzen der Bundesrepublik hinaus ist unabdingbar, um Belange effektiv zu vertreten.*

## VERBÄNDENETZ

**Der Bundesverband Druck und Medien arbeitet eng mit nationalen und internationalen Branchen-, Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbänden wie BDA, ZDH, Intergraf oder FESPA zusammen.**

### **Internationales**

Die Interessenvertretung in den europäischen Gremien gewinnt immer mehr an Bedeutung. Denn immer öfter wird die Gesetzgebung von Europa beeinflusst. Der europäische Dachverband Intergraf verleiht seinen Mitgliedern aus 21 Ländern eine starke Stimme in Brüssel.

Um der veränderten Rolle von Print gerecht zu werden, passte Intergraf 2012 den Untertitel seines Logos an. Traditionell bezog sich dieser allein auf die Druckindustrie und eng verknüpfte Bereiche. Jedoch ist Druck nunmehr eines von vielen verschiedenen Werkzeugen in der Kommunikation. Mitgliedsorganisationen erweitern ihren Fokus und bieten zusätzlich digitale Dienstleistungen an. Um diesen Tatsachen gerecht zu werden, wurde der Untertitel in „Europäischer Verband für Druck und digitale Kommunikation“ geändert.

### **Für realistische Ziele beim Umweltschutz**

Zwei Themen dominierten die europäische umweltpolitische Diskussion in 2012: Zum einen war dies die EU-Holzverordnung, zum anderen das EU-Ökolabel für Druckprodukte. Letzteres ist eine neu eingeführte, freiwillige Kennzeichnung für gedruckte Produkte, die strenge Umweltkriterien erfüllen. Intergraf stellte in der Diskussion über die Kriterien zur Vergabe sicher, dass sich die Auflagen für Druckereien nicht außerhalb eines erreichbaren Rahmens bewegen.

Im März 2013 trat die EU-Holzverordnung in Kraft. Diese soll gewährleisten, dass auf dem europäischen Markt kein illegal geschlagenes Holz gehandelt wird. So müssen nun auch Druckereien nachweisen, von wem sie Papier oder Holzprodukte gekauft haben. Intergraf hat hierzu einen Leitfaden verfasst, der Drucker über die neuen Bestimmungen informiert. Derzeit umfasst die Verordnung noch keine fertigen Produkte. Dafür wird sich der Verband allerdings 2015 einsetzen, wenn die Bestimmungen überprüft werden.

## Abschlusskonferenz zum EU-Projekt „Restrukturierung“

Mit knapp einhundert Teilnehmern aus 18 Ländern fand am 18. September 2012 in Brüssel die Abschlusskonferenz des EU-Projektes „Sozial verantwortliche Restrukturierung in der Druckindustrie“ statt. Unter Beteiligung des Bundesverbandes Druck und Medien und anderer europäischer Mitgliedsverbände war die internationale Vereinigung der Druckindustrie Intergraf gemeinsam mit Uni Europa Graphical erfolgreich beim Einwerben von Projektmitteln für das wichtige Thema des Strukturwandels bei der EU-Kommission gewesen. In Workshops in sieben verschiedenen EU-Ländern beteiligten sich außerdem ca. 300 Teilnehmer.

Ergebnis des EU-Projektes: Alle Unternehmen in den beteiligten Ländern sehen sich ähnlichen Problemen, aber auch Chancen gegenübergestellt. Beatrice Klose, Generalsekretärin von Intergraf: „Unternehmen der Druckindustrie, die den Strukturwandel und die notwendigen Restrukturierungen aktiv gestalten und ihre Beschäftigten in diesen Prozess einbeziehen, werden diejenigen sein, die ihre Wettbewerbsfähigkeit in ihren zukünftigen Marktplätzen sichern können.“

*Beatrice Klose,  
Generalsekretärin von  
Intergraf*



## FESPA: Ein halbes Jahrhundert für den Druck

Auf der FESPA 2013 vom 25. bis 27. Juni 2013 in London wurde das 50-jährige Jubiläum des Verbandes gebührend gefeiert. Die Galanacht anlässlich des Jahrestages bot Gelegenheit zum Rückblick auf die



Geschichte des Verbandes und einen großartigen Ausblick – sowohl auf einige bedeutende Sehenswürdigkeiten der Metropole als auch auf die Zukunft der Branche und der FESPA selbst. Bereits seit 1962 organisiert FESPA als weltweit führende Vereinigung der

Sieb-, Digital- und Textildrucker Messen und Kongresse in diesen Segmenten. Die 37 Mitgliedsorganisationen auf nationaler Ebene profitieren von diesem Engagement, fördert dies doch nicht zuletzt den Wissensaustausch und die Vernetzung in den Branchen. Über 650 Aussteller zeigten zur FESPA 2013 die neuesten Anlagen und Verbrauchsmaterialien für den Digitaldruck, Siebdruck, den industriellen Bedarf und die Textildekoration.

## Mitteuropäische Konferenz

Standardisierung im Großformatdruck sowie der Einsatz von nachhaltigen Technologien in diesem Markt waren Schwerpunktthemen während der Mitteleuropäischen Konferenz. Diese fand am 24. Oktober 2012 in Frankfurt am Main statt. Rund 70 Teilnehmer besuchten die von den drei deutschsprachigen Mitgliedsverbänden der FESPA – dem deutschen bvdm, dem Schweizer Verband Werbetechnik und Print (vwp) sowie dem Verband Druck & Medientechnik Österreich – organisierte Veranstaltung. Führende Industriespezialisten hielten informative Vorträge und versorgten die Teilnehmer mit wertvollen Hinweisen und



Anregungen zur Entwicklung von Geschäftsideen. Grüne Themen befanden sich dabei ganz oben auf der Agenda. Nicht nur die erfrischende Offenheit, sondern auch die teilweise deutlich unterschiedlichen Standpunkte regten dabei zu lebhaften Diskussionen und zum Gedankenaustausch an.

## Nachhaltiger Druck mit dem „Planet Friendly Guide“

Bereits 2004 veröffentlichte die FESPA ihren „Planet Friendly Guide“. Dieser unterstützt Unternehmen der Mitgliedsverbände auch außerhalb der diversen Veranstaltungsformate in ihrem Bestreben um eine nachhaltige Produktion. Dank der fortlaufenden Aktualisierung, die einmal im Quartal vorgenommen

wird, hat sich dieser zum umfangreichsten Werk seiner Art entwickelt. So stellt der „Planet Friendly Guide“ unter anderem wertvolle Informationen zum Aufbau eines Umweltmanagements bereit. Darüber hinaus klärt er über rechtliche Grundlagen in der EU auf. Best-Practice-Beispiele zeigen, wie eine erfolgreiche Umsetzung der Anregungen in der Praxis gestaltet werden kann.

## 20 Jahre im Dienste der Bundesinnung für das Flexografen-Handwerk

Zwanzig Jahre stand Frank Werner, Stempelspirale Linden, an der Spitze der Bundesinnung für das Flexografen-Handwerk. Er leitete nicht nur die Geschichte der Innung, sondern er vertrat darüber hinaus die Interessen seines Handwerkes im Fachbereich Flexografie des Bundesverbandes Druck und Medien. Werner setzte sich besonders für Auszubildende, Jungfacharbeiter und Jungmeister ein. Er engagierte sich für die Förderung junger Menschen sowohl im Gesellen-Prüfungsaufgaben-Erstellungsausschuss als auch im Meisterprüfungsausschuss. Am Dienstag, den 23. April 2013, zeichnete der Bundesverband Druck und Medien Frank Werner im Rahmen des

Gesellschaftsabends der Druck- und Medienindustrie mit der Goldenen Ehrennadel der Druckindustrie aus.

Am 7. Juni 2013 wurde Uwe W. Hermann, Weeber Stempel und Schilder, Pforzheim, zum neuen Vorsitzenden der Innung gewählt, nachdem Frank Werner sein Amt niedergelegt hatte.



Hans Höhn (rechts) und Frank Werner (2. v. r.) erhalten die Goldene Ehrennadel der Druckindustrie von bvdm-Hauptgeschäftsführer Dr. Paul Albert Deimel und bvdm-Präsident Rolf Schwarz (links).



### Kurzinterview

*Hellmuth Frey, Vorsitzender der Bundesinnung für das Siebdrucker-Handwerk, zu den Trends und Anwendungsfeldern im Siebdruck und den Stärken der Innungsbetriebe.*

#### Wohin entwickelt sich der Siebdruck?

Gedruckte Schaltungen für Computer, Unterhaltungselektronik, technische Geräte jeder Art, Frontblenden, Bedienungsdisplays, CD-Dekoration, keramischer Siebdruck für Porzellandekoration, heizbare Heckscheiben, Druck von Klebern, Leitpasten – Siebdruck ist seit langem ein fester Bestandteil in der industriellen Fertigung. Hier kann der Siebdrucker mit seinem Wissen und den technischen Möglichkeiten des Verfahrens ein kompetenter Zulieferer für die Industrie sein oder werden.

Siebdruck ist aber besonders spannend in den Möglichkeiten der Werbung, der Kunst und der Informationsvermittlung. Der künstlerische Siebdruck, die Serigrafie, ist ein spannendes Thema und gibt neue kreative Impulse. In der textilen Fertigung wird Sieb-

druck zur Dekoration und Kennzeichnung eingesetzt. T-Shirts, Fahnen, Banner und Stoffbahnen werden im Siebdruck gefertigt.

Ein starkes Segment im Siebdruck ist die Veredlung geworden. Durch die Möglichkeiten der unterschiedlichen Schichtstärken und der Vielfältigkeit der Substrate erreicht man interessante und überraschende Effekte.

#### Wie können sich die Handwerksunternehmen erfolgreich aufstellen?

Die Unternehmen müssen die Stärken des Handwerks nutzen. Das heißt: flexibel mit den Möglichkeiten der Betriebsgröße agieren, eine fachlich hervorragende Beratung liefern und die Ausbildung der Mitarbeiter mit den neuen Ausbildungsordnungen fördern. In Kooperation mit Kollegenbetrieben und anderen Gewerken können Handwerksbetriebe dem Kunden Komplettlösungen anbieten.

#### Wie kann die Innung dabei helfen?

Mit der Innung können Betriebe kompetente Kollegen und Partner finden, die helfen, das eigene Angebot zu erweitern. Die Angebote der Innungen wie beispielsweise Veranstaltungen, Versicherungen und Firmensuche stärken die Position am Markt.

# ZAHLEN UND FAKTEN

## Konjunkturindikatoren für die deutsche Druckindustrie

Konjunkturindikator Gesamtbranche	Jahr 2012		Jahr 2011	
	absolut	ggü. Vj. in %	absolut	ggü. Vj. in %
Umsatz in Mio. € nominal	20.522 <sup>[1]</sup>	-2,5	21.048 <sup>[2]</sup>	1,7
Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten <sup>[3]</sup>	151.385	-2,0	154.524	-2,7
Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten	Jahr 2012			
	absolut	ggü. Vj. in %		
Umsatz in Mio. € nominal	12.746			-2,5
real	13.250			-3,5
davon Auslandsumsatz	1.731			-4,9
je Beschäftigten in €	168.190			-2,9
Exportquote in %	13,6			-2,5
Zahl der Betriebe	594			0,7
Anzahl der Beschäftigten	75.784			0,4
Arbeitsstunden in 1.000	114.745			-0,1
Bruttolohn-/Gehaltssumme in Mio. €	2.691			-0,1
in % des Umsatzes	21,1			2,4
je Beschäftigten in €	35.508			-0,5
Erzeugerpreisindizes (2005=100)				
Druckereileistungen gesamt	96,2			1,1
Zeitungsdruckpapier	101,8			-0,9
Grafische Papiere und Pappen in Bogen oder Rollen	108,8			-3,2
Druckfarben	110,3			1,8
Druckmaschinen	108,4			0,7
<b>Verarbeitendes Gewerbe gesamt</b>	<b>113,5</b>			<b>1,7</b>
<b>Energie, gewerbliche Anlagen</b>	<b>138,1</b>			<b>4,0</b>

<sup>[1]</sup> Schätzung auf Basis der Umsatzsteuerstatistik 2011 für die Gesamtbranche, die Daten für 2012 werden wegen des langen Melde- und Auswertungszeitraums erst im April 2014 veröffentlicht, für 2013 erst im April 2015

<sup>[2]</sup> nach der nun vorliegenden Umsatzsteuerstatistik 2011. Die geschätzten Umsatzzahlen im Jahresbericht 2011/2012 lagen vorsichtig geschätzt bei 20,7 Mrd. Euro.

<sup>[3]</sup> Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stichtagsdaten jeweils zum 30.6. des Jahres  
Quelle: Statistisches Bundesamt, Berechnungen: jeweils bvdm, Stand: 17.6.2013

## Zahl der Betriebe und sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Druckindustrie 2012

Beschäftigten-Größenklasse	Betriebe			sozialversicherungspflichtig Beschäftigte		
	Anzahl	Anteil %	% ggü. Vj.	Anzahl	Anteil %	% ggü. Vj.
1 bis 9	6.604	70,2	-3,4	20.772	13,7	-3,1
10 bis 19	1.222	13,0	-2,9	16.696	11,0	-2,3
20 bis 49	937	10,0	-7,3	28.356	18,7	-7,1
50 bis 99	354	3,8	0,0	23.764	15,7	-0,8
100 bis 499	274	2,9	0,4	50.424	33,3	-1,0
500 und mehr	12	0,1	9,1	11.373	7,5	7,5
<b>Gesamt</b>	<b>9.403</b>	<b>100,0</b>	<b>-3,5</b>	<b>151.385</b>	<b>100,0</b>	<b>-2,0</b>
<b>Veränderung ggü. dem Jahr 2000 in %</b>			<b>-32,5</b>			<b>-32,1</b>

Stichtag: jeweils 30.6.

Quelle für Tabelle und Grafik: Bundesagentur für Arbeit, Berechnungen: bvdm  
Berichtskreis: Betriebe ab einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten

## Kostenstruktur der deutschen Druckindustrie

Kostenstruktur Druckindustrie	Mio. €	Veränderungen gegenüber Vorjahr in %		
		2011	2010	2009
<b>Materialverbrauch</b>	<b>8.075</b>	<b>7,8</b>	<b>-5,6</b>	<b>-3,3</b>
Roh-, Hilfs-, Betriebsstoffe	6.856	10,9	-6,9	-1,7
darunter: Energieverbrauch	392	4,8	-4,9	-6,3
Einsatz Handelsware	130	-27,5	45,7	-44,3
Kosten Lohnarbeiten	1.090	-3,5	-3,5	-4,7
<b>Personalkosten</b>	<b>4.350</b>	<b>-0,2</b>	<b>-5,9</b>	<b>-1,0</b>
darunter: Bruttolohn- und Gehaltssumme	3.499	-0,5	-4,8	-2,2
Gesetzliche Sozialkosten	636	-0,3	-4,6	-0,5
Sonstige Sozialkosten	83	-8,1	-43,9	59,6
Kosten für Leiharbeitnehmer	132	13,9	6,6	-16,4
<b>Finanzaufwand</b>	<b>1.531</b>	<b>-3,8</b>	<b>-7,2</b>	<b>5,6</b>
darunter: Abschreibungen	717	0,9	-8,5	0,7
Mieten, Pachten	610	-5,5	-3,8	-0,2
Fremdkapitalzinsen	204	-13,1	-12,1	48,4
<b>Sonstige Betriebskosten</b>	<b>2.154</b>	<b>4,0</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,2</b>
<b>Ausgewählte Kosten insgesamt</b>	<b>16.111</b>	<b>3,9</b>	<b>-5,1</b>	<b>-1,4</b>

Berichtskreis: Unternehmen mit 20 und mehr Beschäftigten

Quelle: Kostenstrukturstatistik, Statistisches Bundesamt, Berechnungen: bvdm



## Netto-Werbeinnahmen in Deutschland

Werbeträger	2012			2000		
	Mio. €	ggü. Vj. in %	ggü. 2000 in %	Anteile in %	Mio. €	Anteile in %
Fernsehen	4.051	1,8	-13,9	22,0	4.705	20,1
Tageszeitungen	3.232	-9,1	-50,7	17,5	6.557	28,1
Werbung per Post	2.864	-4,1	-15,3	15,5	3.383	14,5
Anzeigenblätter	2.001	-2,9	11,7	10,9	1.792	7,7
Publikumszeitschriften	1.281	-11,0	-43,0	7,0	2.247	9,6
Verzeichnis-Medien	1.096	-3,8	-13,6	6,0	1.268	5,4
Online-Angebote	1.079	9,0	605,2	5,9	153	0,7
Außenwerbung	868	-3,1	16,4	4,7	746	3,2
Fachzeitschriften	858	-1,9	-32,3	4,7	1.267	5,4
Hörfunk	720	1,6	-1,8	3,9	733	3,1
Wochen-/Sonntagszeitungen	199	-7,0	-28,4	1,1	278	1,2
Filmtheater	88	3,5	-49,7	0,5	175	0,7
Zeitungssupplements	82	-3,5	20,6	0,4	68	0,3
<b>Gesamt</b>	<b>18.419</b>	<b>-3,2</b>	<b>-21,2</b>	<b>100,0</b>	<b>23.372</b>	<b>100</b>

Quelle: Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft, Berechnungen: bvdM

## Produktionsvolumen deutsche Druckindustrie 2012

Produktionswerte	Mio. €	Veränderungen gegenüber Vorjahr in %		
	2012*	2012	2011	2010
Werbedrucke/Kataloge	5.675	-3,4	4,1	-1,5
davon: Kataloge	1.103	1,4	0,2	-4,7
Plakate	423	0,6	3,3	-0,4
Geschäftsberichte	60	-7,8	-6,6	-7,5
andere Werbedrucke und -schriften	4.088	-4,9	5,5	-0,6
Geschäftsdrucksachen	1.272	-4,8	2,5	-0,1
Zeitschriften	1.339	-7,7	-7,3	-6,0
Zeitungen/Anzeigenblätter	1.352	1,6	3,5	-7,5
davon: Tageszeitungen	901	2,6	4,3	-7,2
Wochen-, Sonntagszeitungen	223	1,7	12,8	2,5
Anzeigen-/Annoncenblätter	228	-2,4	-6,5	-14,7
Bücher/kartografische Erzeugnisse	1.145	-0,8	-0,2	-1,0
Bedruckte Etiketten	1.146	-3,7	4,3	5,8
Kalender/Karten	138	0,7	6,0	-0,5
Sonstige Druck-Erzeugnisse	1.805	1,3	3,8	9,3
<b>Summe Druck-Erzeugnisse</b>	<b>13.872</b>	<b>-2,7</b>	<b>2,3</b>	<b>-0,7</b>
Druck- und Mediovorstufe	1.038	-3,8	5,0	2,7
Druckweiterverarbeitung	841	-12,4	2,5	-12,7
<b>Summe Druckleistungen</b>	<b>1.879</b>	<b>-7,9</b>	<b>3,8</b>	<b>-5,3</b>
<b>Summe alle Erzeugnisse/Leistungen</b>	<b>15.751</b>	<b>-3,3</b>	<b>2,5</b>	<b>-1,3</b>

\*) Vorläufige Ergebnisse

Berichtskreis: vierteljährliche Produktionserhebung bei Betrieben 20+

Quelle: Statistisches Bundesamt, Berechnungen: bvdM

## Präsidium, Vorsitzende und Geschäftsführung des Bundesverbandes Druck und Medien e. V.

### Präsidium

**Rolf Schwarz**

Präsident

**Christoph Schleunung**

Vizepräsident

**Dr. Wolfgang Pütz**

Vizepräsident

**Bernhard Theiss**

Vizepräsident und  
Vorsitzender des Ausschusses  
Technik + Forschung

**Sönke Boyens**

Schatzmeister und Vorsitzender  
des Sozialpolitischen Ausschusses

**Dr. Paul Albert Deimel**

Hauptgeschäftsführer

### Vorsitzende der Arbeitsausschüsse

**Sozialpolitik**

Sönke Boyens

**Bildungspolitik**

W. Arndt Bertelsmann

**Wirtschaft**

Thorsten Anhalt

**Technik + Forschung**

Bernhard Theiss

### Vorsitzende der Fachbereiche

**Medienvorstufe**

Michael Adloff

**Flexografie**

Frank Werner

**Offsetdruck**

Wolfgang Brügelmann

**Tiefdruck**

N. N.

**Siebdruck**

Hellmuth Frey

**Zeitung**

Bernhard Theiss

**Druckweiterverarbeitung**

Franz-Rudolf Vogl

### Geschäftsstelle Berlin

**Hauptgeschäftsführung**

Dr. Paul Albert Deimel  
Ruth Hirschhäuser (Assistentin)  
Anja Bütow (Buchhaltung)

**Bundesverband****Druck und Medien e.V. (bvdm)**

Friedrichstraße 194-199  
10117 Berlin  
Telefon +49 (0) 30.20 91 39-0  
Fax +49 (0) 30.20 91 39-113  
E-Mail: info@bvdm-online.de  
Internet: www.bvdm-online.de

**Publikationen:**

www.point-online.de

### Abteilungen

**Sozialpolitik/Recht**

Sabine Dresbach  
Dr. Carmen Kulpe  
Mathias Stanke  
Beatrice Thoma (Assistentin)

**Bildungspolitik**

Theo Zintel  
Beatrice Thoma (Assistentin)

**Presse- und  
Öffentlichkeitsarbeit**

Gabi Schermuly-Wunderlich  
Matthias Zwanzig  
Jacqueline Thorein (Assistentin)

**Wirtschaftspolitik**

N.N.

**Technik + Forschung**

Harry Belz  
Karl Michael Meinecke  
Nicole Jawinski (Assistentin)

**Umweltschutz**

Julia Rohmann  
Nicole Jawinski (Assistentin)

### Geschäftsstelle Frankfurt a. M.

**Verlag**

Hanauer Landstraße 114–116  
60314 Frankfurt a. M.  
Telefon +49 (0) 69.48 00 04 01  
Fax +49 (0) 69.40 56 26 81  
Email: js@bvdm-online.de

Gabi Schermuly-Wunderlich  
Judith Sax (Vertrieb)

## Die Druck- und Medienverbände



**Verband Druck und Medien  
in Baden-Württemberg e. V.**  
Zeppelinstraße 39  
73760 Ostfildern-Kemnat  
Telefon 07 11.4 50 44-0  
Fax 07 11.4 50 44-15  
info@verband-druck-bw.de  
www.verband-druck-bw.de

Vorsitzender: Axel Ebner  
Geschäftsführer: Dr. Alexander Lägeler



**Verband Druck und Medien  
Bayern e. V.**  
Friedrichstraße 22  
80801 München  
Telefon 0 89.33 03 60  
Fax 0 89.33 03 61 00  
info@vdmb.de  
www.vdmb.de

Vorsitzender: Christoph Schleunung  
Geschäftsführer: Holger Busch



**Landesverband Druck und Medien  
Bremen e. V.**  
Schillerstraße 10  
28195 Bremen  
Telefon 04 21.36 80 20  
Fax 04 21.3 68 02 49  
mchristmann@uvhb.de  
www.druck.uvhb.de

Vorsitzender: Siegfried von der Wehl  
Geschäftsführer: Marcel Christmann



**Verband Druck und Medien  
Hessen e. V.**  
Hanauer Landstraße 114 –116  
60314 Frankfurt am Main  
Telefon 0 69.9 59 67 80  
Fax 0 69.95 96 78 90  
info@vdmh.de  
www.vdmh.de

Vorsitzender: Rolf Schwarz  
Geschäftsführer: Dirk Glock



**Verband Druck und Medien  
Mitteldeutschland e. V.**  
Melscher Straße 1  
04299 Leipzig  
Telefon 03 41.86 85 90  
Fax 03 41.8 68 59 28  
info@vdmsta.de  
www.vdmsta.de

Vorsitzende: Martina Radlbeck  
Geschäftsführerin: Antje Steinmetz



**Verband Druck und Medien  
NordOst e. V.**

*Geschäftsstelle Berlin:*  
Am Schillertheater 2  
10625 Berlin  
Telefon 0 30.3 02 20 21  
Fax 0 30.3 01 40 21

*Geschäftsstelle Hannover:*  
Bödekerstraße 10  
30161 Hannover  
Telefon 05 11.33 80 60  
Fax 05 11.3 38 06 20  
info@vdmno.de  
www.vdmno.de

Vorsitzender: Frank Dallmann  
Geschäftsführer: Harald Bareither



**Verband Druck + Medien  
NordWest e. V.**

*Geschäftsstelle Lünen:*  
An der Wethmarheide 34  
44536 Lünen  
Telefon 0 23 06.20 26 20  
Fax 0 23 06.2 02 62 99

*Geschäftsstelle Hamburg:*  
Kattrepel 2, Montanhof  
20095 Hamburg  
Telefon 0 40.3 99 28 30  
Fax 0 40.39 92 83 22  
info@vdmnw.de  
www.vdmnw.de

Vorsitzender: Dr. Reinhard Laumanns  
Geschäftsführer: Oliver Curdt



**Verband Druck und Medien  
Rheinland-Pfalz und Saarland e. V.**  
Friedrich-Ebert-Straße 11–13  
67433 Neustadt / Weinstraße  
Telefon 0 63 21.85 22 75  
Fax 0 63 21.85 22 21  
verband@druckrps.de  
www.druckrps.de

Vorsitzende: Rita Endres-Grimm  
Geschäftsführer: Thomas Gans



**Verband Papier, Druck und Medien  
Südbaden e. V.**  
Holbeinstraße 26  
79100 Freiburg  
Telefon 07 61.79 07 90  
Fax 07 61.7 90 79 79  
vpdm@medienverbaende.de  
www.medienverbaende.de

Vorsitzender: Wolfgang Poppen  
Geschäftsführer: Rainer A. Goller



**Bundesverband Druck  
und Medien e.V.**

# PRINT SCHÄRFT DEN BLICK



*Bits und Bytes kann man weder riechen noch schmecken und man kann sie auch nicht anfassen. Gedrucktes dagegen ist multisensorisch und berührt die Sinne. Darum bleibt Print beim Leser besser in Erinnerung als elektronische Botschaften.*

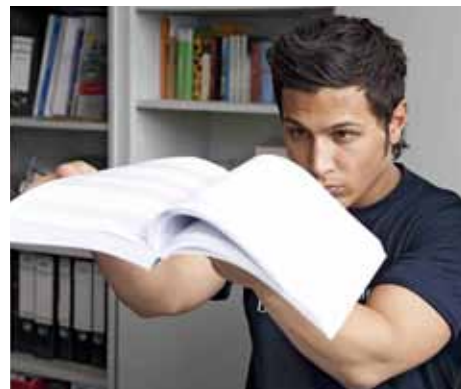


*Typografie, Design, Papier und hochwertige Druckkunst sind die Zutaten für preisgekrönte, erfolgreiche Printprodukte.*



*Die eingereichten Arbeiten beim MfG-Award des bvdM zeigen, was Print kann.*

# PRINT IST HIGHTECH



Die Druck- und Medienindustrie verändert ihr Gesicht. Sie ist heute hochindustriell und nutzt modernste Technik. Dabei bleibt sie sehr persönlich. Denn hier arbeiten Menschen mit gutem Blick für das, was Print besonders macht. Mediengestalter und Medientechnologen schaffen Printprodukte mit Zukunft.

[www.die-zukunft-wird-gedruckt.de](http://www.die-zukunft-wird-gedruckt.de)



Diese Broschüre wurde gedruckt auf BVS matt, FSC®-MIX und phoenixmotion, (Credit Material).



Druckauftrag:  
Jahresbericht BVDM 2012/2013  
Auflage: 3.500 Exemplare  
Auftraggeber:  
Bundesverband Druck und Medien e. V.  
Friedrichstraße 194-199  
10117 Berlin

	CO <sub>2</sub>
Material	2.423 Kg
Produktion	106 Kg
Entsorgung	-109 Kg
Druckauftrag gesamt	2.419 Kg

Berechnung konform zu DIN/ISO 14040 und DIN/ISO 14044.

Protokoll erstellt am 13.06.2013





**bvdm.**

---

**Bundesverband Druck und Medien e. V.**  
Friedrichstraße 194-199 | 10117 Berlin  
Telefon 030.20 91 39-0 | Fax 030.20 91 39-113  
[www.bvdm-online.de](http://www.bvdm-online.de) | [www.point-online.de](http://www.point-online.de)