

2014  
**2015**



Jahresbericht

**bvdm.**

# Der bvdm vertritt die Interessen der Unternehmen auf allen politischen Ebenen. In Deutschland und Europa.

## Bundesrat billigt Gesetz zur Bekämpfung von Zahlungsverzug

Gemeinsam mit anderen Verbänden hatte der bvdm sich aktiv für kürzere Fristen eingesetzt

Kritische Stellungnahme zur EU-Datenschutz-Grundverordnung

## Öffentliche Anhörung im Bundestag zum Thema Mindestlohn

Kritische Stellungnahme des bvdm zur geplanten Einführung eines gesetzlichen Mindestlohnes

## Bundesministerium legt 3. Entwurf der 22. Verordnung der Bedarfsgegenstände-Verordnung (Mineralölverordnung) vor

In Abstimmung mit Experten formuliert der bvdm acht kritische Kernpunkte

## RAL räumt längere Übergangsfrist für Vergabegrundlagen „Blauer Engel“ ein

bvdm begrüßt den von ihm eingeforderten neuen Zeitplan

## KfW-Mittelstandstreffen

bvdm vertritt die Druckindustrie

## Ifo-Branchendialog

bvdm vertritt die Druckindustrie

## Konferenz der Technikerschulen zur Abstimmung von Lehrplänen

bvdm vertritt Rahmenlehrpläne für die Druckindustrie

JUNI

JULI

AUGUST

SEPTEMBER

OKTOBER

Veröffentlichung neuer Beitragsabrechnung der BG ETEM ab 01.01.2015

Verleihung des MfG-Awards 2014 auf der Frankfurter Buchmesse

bvdm präsentiert aktualisierte Technische Richtlinien für Beilagen in Tageszeitungen

Treffpunkt Technik des bvdm, Berlin

Wolfgang Poppen wird neuer Präsident des bvdm

Verleihung des DID-Awards 2014 an Galaxi 2.0 – das Buch

Konferenz der Druck- und Medienverbände Europas in Berlin

Veröffentlichung aktualisierter Muster-AGB

## 1. Deutscher Druck- und Medientag

Hauptvorstandssitzung, München

bvdm und der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel treffen Kooperationsvereinbarung

**Der bvdm unterstützt die deutsche Druckindustrie in den Bereichen Wirtschaft, Sozialpolitik, Recht, Bildung, Umwelt, Technik+ Forschung und Kommunikation.**

## Tagung des Zentralfach- ausschusses Berufsbildung

### Druck und Medien

Abstimmung aktueller  
Ausbildungsthemen

## Anhörung im Bundestag zu Werberestriktionen im Rahmen des Kleinanlegerschutzgesetzes

bvdm argumentiert gegen den Gesetzesentwurf

Erneute Ablehnung der  
Beschneidung des deutschen  
Datenschutzrechts zu Lasten  
der werbetreibenden Wirtschaft

**Anhörung im Bundestag zum Versorgungs-  
ausgleich bei Betriebsrenten** bvdm kritisiert  
den Entwurf und fordert, Regelungen zur  
betrieblichen Altersvorsorge zu reformieren

### Bundesrat verabschiedet Energiedienstleistungsgesetz

bvdm begrüßt die Ausnahme-  
regelung für KMU

Einrichtung der  
bundesweiten  
Arbeitsgruppe zur  
Überarbeitung  
BVT-Merkblätter

### Neuer einheitlicher Gefahrarif der BG ETEM tritt in Kraft

Belange der Druck-  
industrie wurden  
vom bvdm vertreten

Stellungnahme mit anderen  
Verbänden zur drohenden EU-  
Datenschutzgrundverordnung

NOVEMBER

DEZEMBER

JANUAR

FEBRUAR

MÄRZ

APRIL

MAI

JUNI

bvdm-Leitfaden  
„Mindestlohn in  
der Druckindustrie“

Druck & Medien Award,  
bvdm kürt Ausbildungs-  
betrieb des Jahres

Auftakt Seminarreihen  
„Recht an Bildern“,  
„Wettbewerbsrecht“,  
„Mindestlohn und seine  
Rechtsfolgen“

1. Digitaldruck-  
Kongress  
in Düsseldorf

Bernhard Theiss  
erhält den  
Rudolf-Ullstein-  
Preis in Berlin

Wirtschaftliche Lage, Aussichten,  
Prognose 2015. Konjunkturgespräch  
Bundesbank

3. Online Print  
Symposium,  
München

Publikation  
„Geschäftsfeld  
3D-Druck“  
erscheint

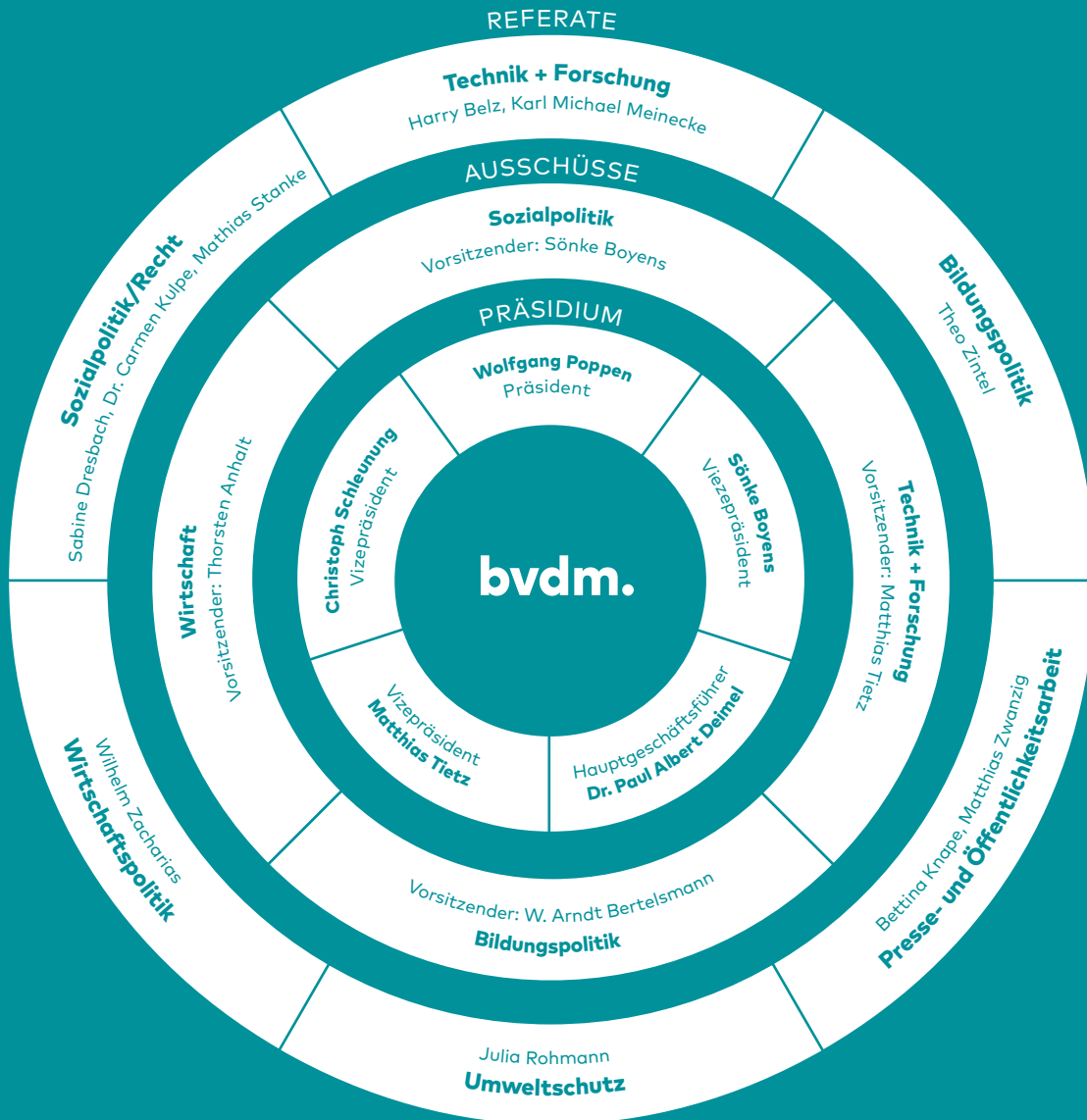
bvdm-Merkblatt  
für Betriebe  
Auftraggeberhaftung  
nach dem  
Mindestlohngesetz

FESPA 2015  
in Köln

Das Siebdruck-Portal  
[www.screenprinting-  
technology.org](http://www.screenprinting-<br/>technology.org)  
geht an den Start

Deutscher Druck- und  
Medientag 2015  
Hauptvorstandssitzung,  
Jahrespressekonferenz  
des bvdm, Berlin

# Präsidium, Ausschüsse und Referate des Bundesverbandes Druck und Medien e. V.



## Hauptgeschäftsstelle Berlin

### 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

[www.bvdm-online.de](http://www.bvdm-online.de) • [info@bvdm-online.de](mailto:info@bvdm-online.de)

### Publikationen

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

## Geschäftsstelle Frankfurt a. M.

### Verlag/Wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb

Hanauer Landstraße 114–116  
60314 Frankfurt a. M.

Telefon +49 (0) 69/48 00 04 01

Fax +49 (0) 69/40 56 26 81

[js@bvdm-online.de](mailto:js@bvdm-online.de)

**Jahresbericht**  
2014 · 2015

**bvdm.**



**05** Editorial

**06** In eigener Sache

**08** Wirtschaft

**18** Sozialpolitik

**26** Recht

**32** Bildung

**40** Umwelt

**46** Technik + Forschung

**58** Kommunikation

**68** Statistischer Anhang

**73** Jahresrückblick





# Editorial

Mit Beginn dieses Jahres wurde der flächendeckende Mindestlohn in Deutschland eingeführt. Das Gesetz beinhaltet eine Reihe von Regelungen, die für die Unternehmen in unserem Land zusätzliche Belastungen darstellen. Aus der Politik ist zu hören, dass der Mehraufwand gerechtfertigt sei. Schließlich könne man den Unternehmern nicht trauen und die bürokratischen Anforderungen seien durchaus vertretbar.

Diese Argumentation zeigt exemplarisch, wie widersprüchlich die Wirtschaft in unserem Land wahrgenommen und auch behandelt wird. In die Leistungsfähigkeit der Unternehmen hat man Vertrauen. Arbeitgebern jedoch wird misstraut. Wachstum der Wirtschaft wird begrüßt, ja regelrecht eingefordert. Der Weg dahin wird jedoch vom Staat zunehmend mit Steinen ausgelegt. Diese gesplante Haltung ist problematisch und gefährlich. Denn sie untergräbt die Säule, auf der Wohlstand und Stabilität in unserem Land ruhen.

Nun argumentieren manche, dass Fortschritt und Leistungsstärke einer Volkswirtschaft auch auf begrüßenswerte gesellschaftliche Entwicklungen und weitsichtige politische Entscheidungen zurückgehen. So würden Umweltauflagen zugleich Effizienzsteigerungen in Unternehmen bewirken. Aufgrund neuer Sicherheitsrichtlinien kämen innovative Produkte auf den Markt. Hohe Sozialstandards trügen dazu bei, dass die Bevölkerung leistungsfähig sei. Ja, das ist alles korrekt.

Aber es funktioniert nur, weil die Unternehmer mitziehen, weil sie sich nicht ausbremsen lassen, weil sie aus einer Not eine Tugend machen – weil sie fähige, engagierte Unternehmer sind. Und es geht auch nur so lange gut, wie der Weg zwischen Freiheit und Reglement nicht zu eng wird.

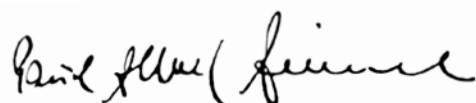
Genau dafür setzen sich die Verbände ein. Sie fördern den Fortschritt, die Innovationsfreudigkeit und das

Unternehmertum. Sie unterstützen ihre Mitglieder in der Anpassung ihrer Geschäftsmodelle und Produktionsabläufe an neue technologische Herausforderungen und bieten umfassende Beratung – vor allem in Zeiten, in denen reichlich Steine im Weg liegen. Gleichzeitig setzt sich der Bundesverband Druck und Medien zusammen mit seinen Partnerverbänden für die Interessen der Druck- und Medienbranche ein. Auf politischer Ebene in Deutschland und Europa. Das ist gerade in einem Klima, in dem das Vertrauen in die Unternehmer schwindet, besonders wichtig.

Der Bundesverband  
Druck und Medien setzt sich  
für die Interessen der  
Druck- und Medienbranche  
ein. Auf politischer Ebene  
in Deutschland und Europa.

In einem Land wie Deutschland mit guten Löhnen, hohen Sozialstandards und einem funktionierenden Interessenausgleich müssen sich Unternehmer – und damit Arbeitgeber – nicht klein machen lassen. Im Gegenteil: Sie müssen gehört werden. Gerade in einer immer internationaler agierenden Wirtschaft muss die Position unserer Unternehmen gestärkt werden. Im Sinne des Wirtschaftsstandortes Deutschland und damit auch im Sinne unserer Gesellschaft.

Überzeugen Sie sich auf den folgenden Seiten von der Leistungsfähigkeit des Bundesverbandes Druck und Medien für seine Mitglieder und die gesamte Druck- und Medienbranche.



Dr. Paul Albert Deimel,  
Hauptgeschäftsführer des bvdM

# Neuwahl des Präsidiums auf der Jahreshauptversammlung

Auf der Jahreshauptversammlung des Dachverbandes der deutschen Druckindustrie, am 27.06.2014 in München, wurde Wolfgang Poppen zum neuen Präsidenten gewählt. Er tritt die Nachfolge von Rolf Schwarz an, der nach 11-jähriger Amtszeit nicht mehr kandidierte, sondern die Funktion des Schatzmeisters übernahm. Wolfgang Poppen ist Mitglied des Sozialpolitischen Ausschusses. In seiner Antrittsrede in München unterstrich er die Bedeutung der engen Zusammenarbeit der Landesverbände mit dem Bundesverband. Poppen, Gesellschaftervertreter, Geschäftsführer und Verleger der Badischen Pressehaus GmbH & Co. KG mit deren Tochterunternehmen Freiburger Druck, ist außerdem Vorsitzender des Verbandes Papier, Druck und Medien Südbaden e.V.

„Die gemeinsame Definition von Aufgaben und die gut abgestimmte Arbeitsteilung führen zu genau der Unterstützung, die die Unternehmen der Branche brauchen.“

*Wolfgang Poppen*



*Wolfgang Poppen*

Als Vizepräsidenten des bvdM gewählt wurden Sönke Boyens, Boyens Media-PRINT GmbH & Co. KG, gleichzeitig Vorsitzender des sozialpolitischen Ausschusses; Rolf Schwarz, Druck- und Verlagshaus Thiele & Schwarz GmbH, gleichzeitig neuer Schatzmeister des bvdM; Matthias Tietz, Rheinisch-Bergische Druckerei GmbH, gleichzeitig Vorsitzender des Verbands-Ausschusses Technik + Forschung sowie Christoph Schleunung, Schleunungdruck GmbH.



*Rolf Schwarz*  
\*22. Februar 1946  
\*11. November 2014

## Abschied von Rolf Schwarz

Rolf Schwarz hat 2003 das Amt des Präsidenten des Bundesverbandes Druck und Medien e.V. übernommen und es elf Jahre geführt. Er hat die Branche in schwierigen Zeiten vertreten und sich mit ganzer Kraft auf die Zukunft unserer Industrie konzentriert: die Transformation im technologischen Wandel.

Im Sommer 2014 hat er nicht wieder für das Amt kandidiert, sondern das Amt des Schatzmeisters des bvdM übernommen. Viel länger, als es das Schicksal wollte, hätten wir seiner Unterstützung und seiner Erfahrung noch bedurft. Im Namen der gesamten Druckindustrie sagen wir danke.

➤ Seite 85  
bvdm-Präsident  
Wolfgang Poppen  
mit dem strahlenden  
Preisträger



## Höchste bundesdeutsche Auszeichnung des grafischen Gewerbes für Bernhard Theiss

Bernhard Theiss, seit 1987 Verleger und Herausgeber zahlreicher Zeitungen, erhielt am 26.02.2015 den Rudolf-Ullstein-Preis. Die feierliche Preisverleihung fand in Berlin im Axel-Springer-Hochhaus statt.

Mit dem Ullstein-Preis würdigt das Kuratorium der Ullstein-Stiftung Persönlichkeiten, die sich in besonderer Weise um die kulturelle und wirtschaftliche Entwicklung der Branche verdient gemacht haben.

Die von Bernhard Theiss mitentwickelten Standards tragen erheblich zur Qualität in der Druckproduktion in Deutschland bei.

Bernhard Theiss, 21. Träger des Preises, war von 1997 bis 2014 Vizepräsident im Präsidium des bvdm sowie Vorsitzender des Ausschusses Technik+Forschung. Er erkannte frühzeitig die Möglichkeiten der Digitalisierung als Chance zur Vernetzung und setzte Maßstäbe für entsprechende Standards zur Qualitätssicherung. Als einer der Ersten in Deutschland reagierte Theiss Mitte der 90er Jahre auf die prognostizierte Nachfrage nach vierfarbigen Zeitungen. Heute tragen die von Bernhard Theiss mitentwickelten Standards erheblich zur Qualität in der Druckproduktion in Deutschland bei.

Der Preis in Form des Ullstein-Ringes wurde überreicht durch den Vorsitzenden des Kuratoriums der Ullstein-Stiftung und Präsidenten des Bundesverbandes Druck und Medien, Wolfgang Poppen.

**Wirtschaft**

Das Jahr 2014 war für die deutsche Wirtschaft wechselhaft und dynamisch. Veränderungen im nationalen wirtschaftspolitischen Umfeld sowie geopolitische Risiken im nahegelegenen Ausland sorgten bei Unternehmen für Verunsicherungen und führten in vielen Bereichen zu einer Eintrübung des Geschäftsklimas.

In der Jahresbilanz schließlich konnte ein höheres Wirtschaftswachstum verzeichnet werden als im Vorjahr. Primärer Treiber war dabei die gestiegene Inlandsnachfrage. Profitiert hat von dieser Entwicklung auch die Nachfrage nach Druckerzeugnissen.



# Wirtschaftliche Lage der deutschen Druckindustrie

*Die Druck- und Medienbranche ist nach wie vor von Umstrukturierungen geprägt. Verschiebungen von Werbebudgets und sinkende Auflagen bei Zeitungen führen immer noch zu Einschnitten. Dennoch ist in der Industrie auch wieder Optimismus spürbar.*

## Leichte Steigerung bei Umsatz und Produktion

Die deutsche Druckindustrie konnte 2014 das Umsatz- und Produktionsniveau des Vorjahres leicht übertreffen. Der arbeitstäglich bereinigte Umsatzindex von Betrieben mit 50 und mehr Beschäftigten stieg sowohl nominal (0,3 Prozent) als auch real (0,8 Prozent) an. Die Entwicklung der nicht bereinigten Umsätze wuchs allerdings real um 0,4 Prozent.

Auf ein Wachstum verweist auch der Produktionsindex von Druckbetrieben mit 20 und mehr Beschäftigten. 2014 stieg dieser um 0,7 Prozent auf 95,0 Zähler. Trotz dieser erfreulichen Entwicklung liegt das Produktionsniveau mit 5 Punkten weiter unter dem des Basisjahres 2010 und 11 Punkte unter dem Vorkrisenniveau des Jahres 2008.

Basierend auf diesen Indikatoren schätzt der bvdm den Branchenumsatz für 2014 auf nominal 20,8 Mrd. Euro und preisbereinigt auf 20,6 Mrd. Euro. Dies entspräche einer Steigerung um 0,6 Prozent bzw. 1,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Zugrunde liegen dieser Prognose sowohl eine positivere Beurteilung der Geschäftslage seitens der Druckereien als auch die Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Bundesamtes.

## Druckvorstufe und -weiterverarbeitung erfreuen sich gesteigener Nachfrage

2014 wurde von Betrieben mit 20 und mehr Beschäftigten insgesamt ein Produktionswert in Höhe von 15,2 Mrd. Euro erzielt – dasselbe Niveau wie im Vorjahr. Der Dienstleistungssektor innerhalb der Druckindustrie erfreute sich dabei einer regen Nachfrage.

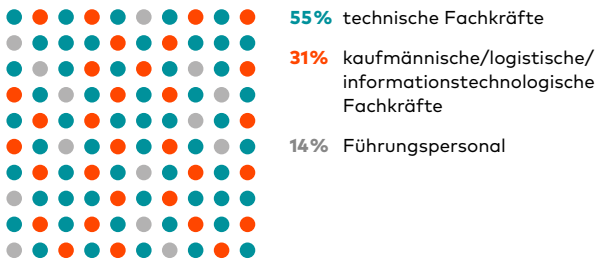
Sein Produktionswert verbesserte sich um 1,2 Prozent. Die Herstellung von Druckprodukten ging dagegen um 0,1 Prozent zurück. Diese Verringerung ist zum einen auf die negative Entwicklung bei Zeitschriften und Büchern zurückzuführen, aber auch das Segment „sonstige Erzeugnisse“ (z. B. Druck von Kundenkarten und anderen Materialien als Papier) schrumpfte.

Positiv entwickelte sich indes die wertgrößte Produktgruppe der Werbedrucke und Kataloge (0,7 Prozent). Bedruckte Etiketten verzeichneten ein Wachstum von 3,5 Prozent. Vom starken Anstieg des Produktionswertes von Tageszeitungen (8,0 Prozent) angestoßen, legte auch die Kategorie Zeitungen/Anzeigenblätter zu.

### Betriebe und Beschäftigte

Während sich die Umsätze und Produktionszahlen stabilisierten, verringerte sich die Anzahl der Betriebe und Beschäftigten weiter. Am 30. Juni 2014 existierten in Deutschland nach Angaben der Bundesagentur für Arbeit und Berechnungen des bvdm 8.842 Druckbetriebe mit mindestens einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Im Jahr davor lag die Anzahl der Unternehmen noch 3,3 Prozent höher. Zusammen beschäftigten diese Druckhäuser 142.599 Mitarbeiter. Dabei handelte es sich zu 55 Prozent um technische Fachkräfte, zu 14 Prozent um Führungspersonal sowie zu 31 Prozent um Mitarbeiter kaufmännischer, logistischer, informationstechnologischer und weiterer Berufsbereiche.

### Beschäftigte in Druckereien nach Berufsbereichen

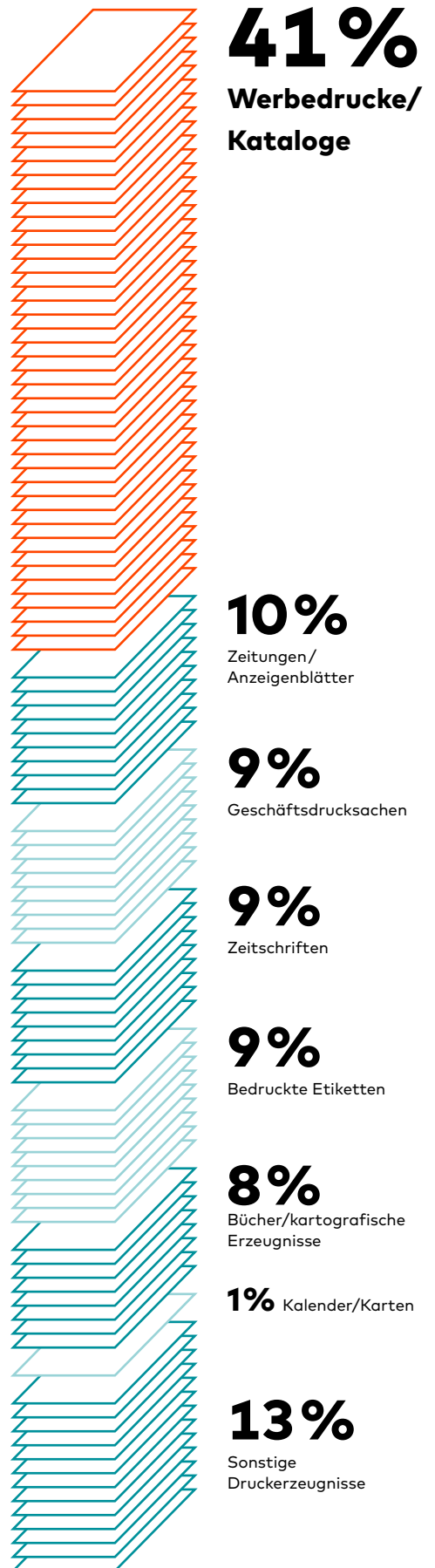


### Bekannte Probleme bestehen weiter

Die Betriebe agierten 2014 in einem zunehmend aggressiveren Geschäftsumfeld und senkten als Reaktion in der ersten Jahreshälfte erneut die Preise auf ihre Leistungen. Einige hielten den Konkurrenzdruck nicht aus, schieden aus dem Markt aus oder gingen in Konkurs. Gegenüber dem Vorjahr verringerte sich die Zahl der Insolvenzen jedoch um über 40 Prozent – ein bemerkenswerter Rückgang. So wurden insgesamt 107 Insolvenzverfahren mit einer Forderungssumme in Höhe von 141,4 Mio. Euro eröffnet, von denen 2.137 Beschäftigte betroffen waren.

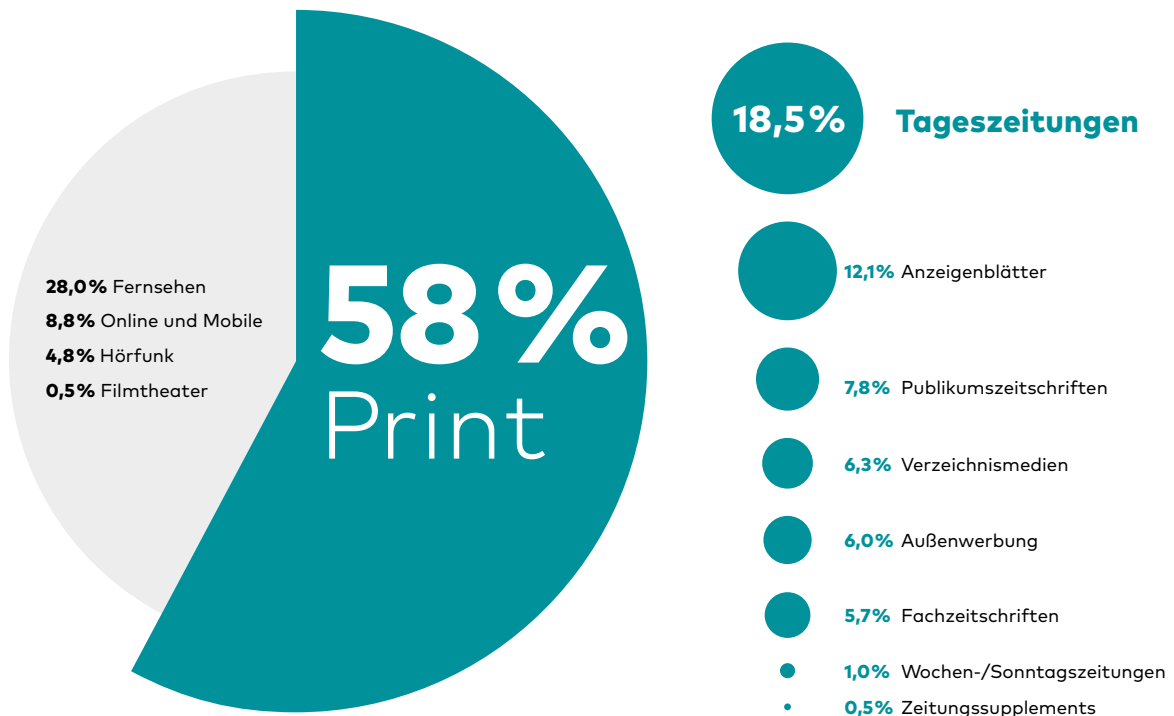
Die anhaltende Konsolidierung und Umstrukturierung in der Druckindustrie wird zunehmend durch Entwicklungen in der Werbeindustrie vorangetrieben. Die Druckerzeugnisse sind direkt zu 41 Prozent (Werbedrucke/Kataloge) und indirekt zu 20 Prozent (Zeitschriften, Zeitungen/Anzeigenblätter und Kalender/Karten) werbeabhängig. Das heißt, stagnieren die Werbeausgaben für Print, so stagniert auch die Produktionstätigkeit der Druckindustrie. 2014 konnten Printprodukte von der positiven Entwicklung des Bruttowerbemarktes wiederholt nicht profitieren und schlossen auf dem Niveau des Vorjahres.

### Produktionswerte 2014



Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen: bvdm

### Nettowerbeeinnahmen nach Werbeträgern 2014



Quelle: Zentralverband der deutschen Verlagswirtschaft (ZAV); Berechnungen: bvd/m

### Aussichten für 2015

Auch die Entwicklung des laufenden Jahres wird größtenteils vom Fluss der Werbebudgets in Print abhängen. Einiges deutet allerdings darauf hin, dass sich deren Umschichtung von Print hin zu alternativen Medien künftig um einiges beschleunigen wird. Dies lässt sich beispielsweise an der Ende 2014 vom Leipziger Verwaltungsgericht erlaubten Ausstrahlung regionaler Werbespots durch bundesweit sendende TV-Unternehmen voraussehen. Regionale Verlagserzeugnisse wie Zeitungen, Zeitungssupplements etc. werden hierdurch langfristig unter zusätzlichen Konkurrenzdruck geraten.

Die saisonbereinigten Geschäftserwartungen von Druckbetrieben im ersten Quartal 2015 waren etwas pessimistischer als in vergleichbaren Perioden der letzten fünf Jahre. Die Betriebe gingen außerdem vom weiteren Personalabbau sowie nicht ansteigenden Preisen aus. Auf der anderen Seite schöpften Drucker neuen Mut und planten, mehr in Maschinen und Umstrukturierungsmaßnahmen zu investieren.

Die Druckindustrie dürfte vom allgemeinen wirtschaftlichen Wachstum profitieren.

Auch vom allgemeinen wirtschaftlichen Wachstum dürfte die Druckindustrie profitieren. Die Bundesregierung erwartet für 2015 einen preisbereinigten BIP-Anstieg von 1,5 Prozent, der insbesondere von steigender Inlandsnachfrage getragen werden soll. Aufgrund des starken Jahresauftakts prognostizieren die Wirtschaftsforschungsinstitute in ihrer Frühjahrsprognose sogar ein reales Wachstum von 2,1 Prozent. Durch den unmittelbaren Zusammenhang des privaten Konsums mit Verpackungen sowie Werbedrucken aller Art dürfte die Produktion dieser auch 2015 an Bedeutung und Wert zunehmen.

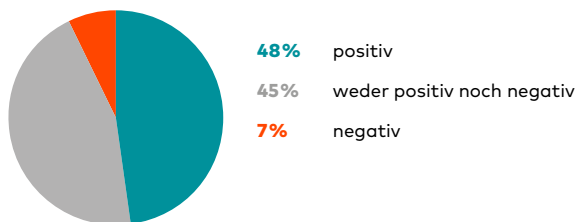


# Internationale Druckbranche blickt überraschend optimistisch in die Zukunft

Die Resultate des zweiten „drupa Global Trends“ report von Oktober 2014 zeigen aktuelle Entwicklungen und die wichtigsten Eckdaten der weltweiten Printbranche auf.

Demnach bewerten die 1.100 Befragten (Entscheidungsträger der internationalen Druckindustrie und ihrer Zulieferindustrie) die aktuelle wirtschaftliche Situation ihres Unternehmens positiv. Auf die Frage „Wie bewerten Sie die Aussichten für die kommenden zwölf Monate?“ haben 48 Prozent der befragten Druckdienstleister eine Verbesserung der wirtschaftlichen Situation erwartet und nur 7 Prozent eine Verschlechterung. Ähnlich positiv sind die Ergebnisse bei der weltweiten Zulieferindustrie: 51 Prozent rechnen mit einer Verbesserung und nur 8 Prozent mit einer Verschlechterung.

## Wirtschaftliche Aussichten Druckdienstleister



Deutlich differenzierter fallen die Ergebnisse bei den einzelnen untersuchten Parametern aus:

1. Die Umsätze der Druckdienstleister steigen weiterhin – aber weniger ausgeprägt. 39 Prozent der Druckdienstleister melden eine Steigerung ihrer Umsätze, während nur 22 Prozent einen Rückgang verbuchen. Doch dieses positive Saldo von 17 Prozent liegt weit unter den 27 Prozent der ersten Umfrage (Februar 2014).

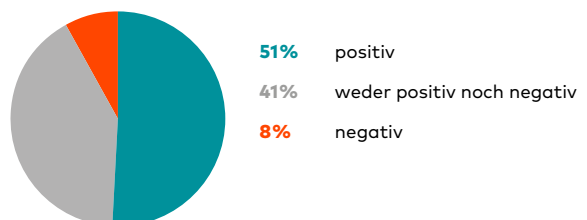
2. Die Margen der Druckdienstleister sinken weiter. Fast die Hälfte (43 Prozent) der befragten Druckdienstleister berichtet über sinkende Margen; lediglich 16 Prozent konnten diese erhöhen. Positive Ausnahmen sind hier die Märkte Nordamerika und der

Mittlere Osten, in denen 29 bzw. 28 Prozent eine Steigerung der Margen meldeten.

3. Digitaldruck ist (noch) kein Umsatzbringer im großen Maßstab. So schnell der Anteil von Digitaldruck im gesamten Drucktechnologiemix auch weiterhin steigt, werden die meisten Umsätze aber nach wie vor durch konventionellen Druck generiert. Lediglich 10 Prozent der befragten Druckdienstleister erzielten 2014 mehr als 25 Prozent ihres Umsatzes im Digitaldruck (2013: 7,9 Prozent).

4. Druckdienstleister setzen nicht auf druckfremde Leistungen. Oft als neues Geschäftsfeld empfohlen – in der Realität aber noch nicht angekommen: Lediglich 27 Prozent der befragten Druckereien erzielen mehr als 10 Prozent ihres Umsatzes mit druckfremden Leistungen (z. B. Asset Management für Kunden, Pflege von Datenbanken etc.).

## Wirtschaftliche Aussichten Zulieferer



Zieht man ein vorläufiges Fazit des zweiten „drupa Global Trends“ report, so fällt es durchaus positiv aus – auch wenn einzelne Parameter einen negativen Trend implizieren. Gestützt wird dieser Optimismus durch die Investitionspläne, die sowohl Druckdienstleister als auch Zulieferfirmen angegeben haben.

Mehr Informationen unter [www.drupa.de](http://www.drupa.de)

# Die Wertschöpfungskette der deutschen Druck- und Medienindustrie

Die Produkte der Druckindustrie sind überall. Kein Wirtschaftszweig, keine Branche kommt ohne sie aus. Der Großteil der Aufträge resultiert aus der gewerblichen Wirtschaft. Sie braucht Verpackungen, Gebrauchsanweisungen, Formulare, Berichte, Plakate, Flyer oder Etiketten. Und sie ordert bedruckte Tapeten, Fußböden, Folien, Displays, Keramik, Chips, Batterien, Tastaturen oder auch Mäuse und bedient damit wiederum ihre eigenen Märkte. Das macht zusammen über 85 Prozent ihres Auftragsvolumens aus. Rund 20 Prozent davon kommen aus dem Verlagswesen – für Zeitungen, Zeitschriften und Bücher.

Aber auch im Privaten steht Druck hoch im Kurs. Hier werden knapp 9 Prozent des gesamten Volumens

beauftragt. Für die Einladungskarte zur Hochzeit, über Abibücher bis zum Fotobuch geben die Deutschen knapp 2 Mrd. Euro für Print aus (ohne Zeitungen, Zeitschriften und Bücher!).

Von dieser „natürlichen Omnipräsenz“ bedruckter Materialien und Produkte in unserem Alltag leben freilich nicht nur die Drucker (und ihre Kunden), sondern auch die Zulieferer der Druck- und Medienindustrie. Die Größten sind die Papierhersteller, die Druckfarbenlieferanten sowie die Händler und Produzenten von Klebstoffen. Aber auch Energiedienstleister, Maschinenhersteller, Unternehmensberater, Wachdienste oder Grundstücksvermieter profitieren von einer gesunden Druckindustrie.

## Zuliefererbranchen

Druckindustrie **11,9%**  
 Papierherstellung **7,9%**  
 Vermietung von beweglichen Sachen **3,7%**  
 Grundstücks- und Wohnungswesen **2,5%**  
 Chemische Industrie **2,2%**  
 Reparatur, Instandhaltung und Installation von Maschinen und Ausrüstungen **2,2%**  
 Stromversorgung **1,9%**  
 Rechts-, Steuer- und Unternehmensberatung **1,5%**  
 Großhandelsleistungen (ohne Kfz) **1,3%**  
 Vorbereitende Baustellen-, Bauinstallations- und sonstige Ausbauarbeiten **1,0%**  
 Wach- und Sicherheitsdienstleistungen **1,0%**  
 Sonstige **8,2%**

**3,4 Mrd. € / 15,5%**  
 Ausländische Vorleistungen

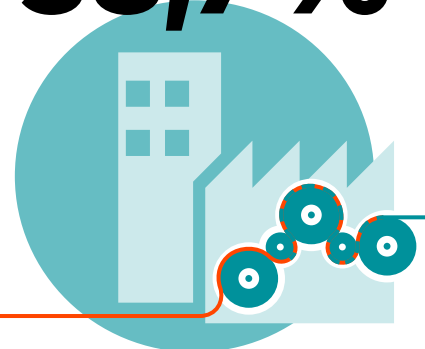
**0,1 Mrd. € / 0,5%** Gütersteuern

# 45,3%

**9,9 Mrd. €**  
**Inländische Vorleistungen**

## Druckindustrie

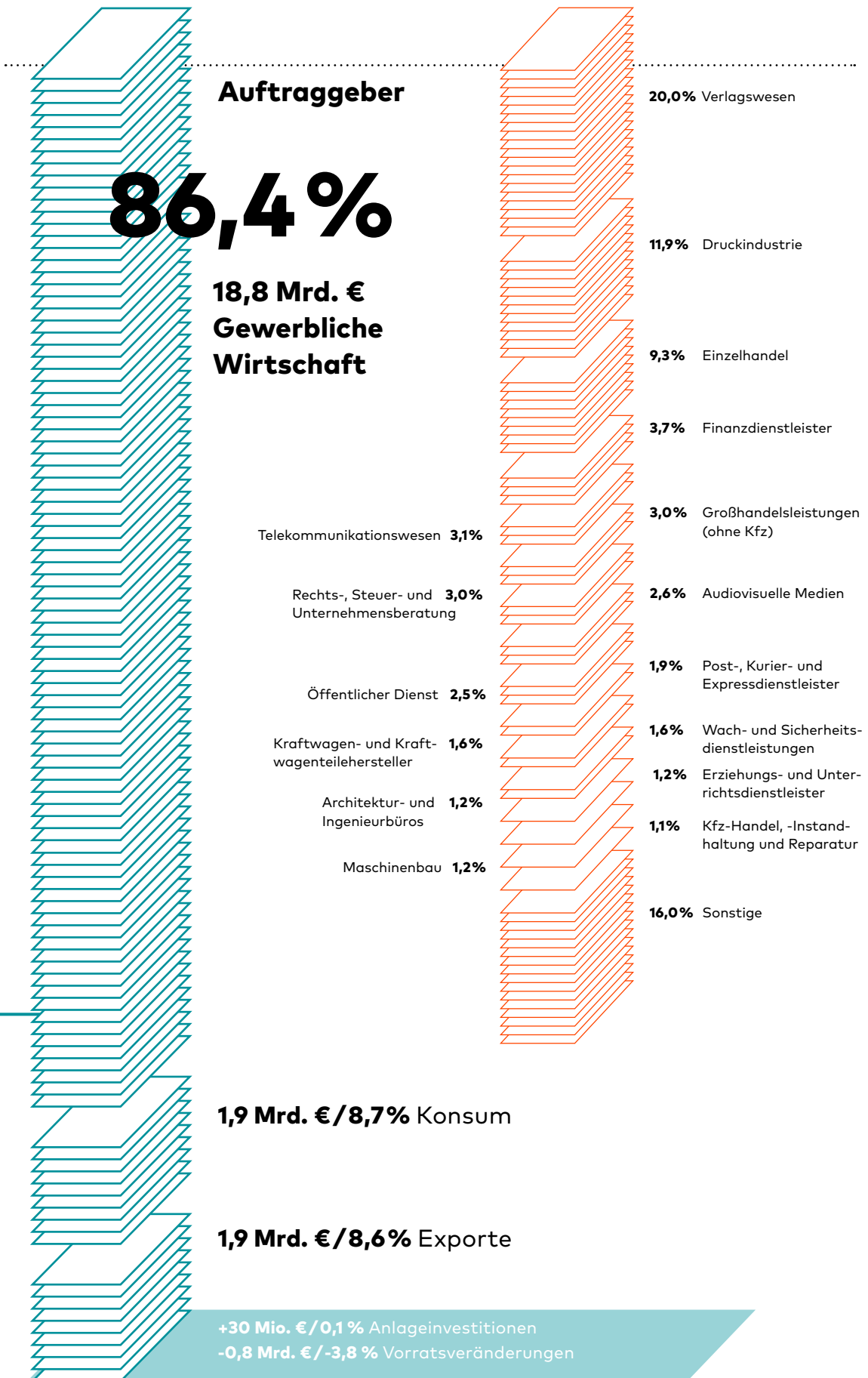
# 38,7%



**8,4 Mrd. €**  
**Bruttowertschöpfung**

**Gesamtsumme Produktionswert: 21,8 Mrd. €**

Quelle: Input-Output-Rechnung des Statistischen Bundesamts 2014; Berichtsjahr: 2010; Berechnungen: bvdw



**Gesamtsumme Produktionswert: 21,8 Mrd. €**

# E-Business in der Druckindustrie

Auch das dritte Online Print Symposium, am 26. und 27. März 2015 in München, hat gezeigt, welchen Stellenwert das Internet für Drucker hat. Alle Wachstumsprognosen der letzten Jahre sind deutlich übertroffen worden.

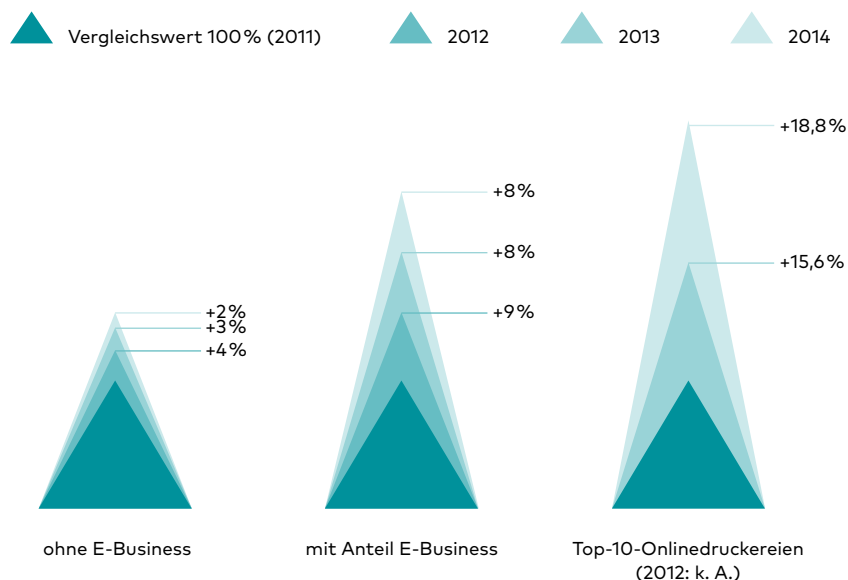
„Wer denkt, das Internet sei die Zukunft, der lebt nicht mehr in der Gegenwart.“

Petra Tränkner, dt. Aphoristikerin

Rund 5,1 Mrd. Euro Umsatz pro Jahr generiert die Branche aktuell über Online-Kanäle im deutschsprachigen Raum. Damit ist der Onlinedruck zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor der Druckindustrie geworden. Online-Anbieter sind heute in allen Sparten der Branche im Markt aktiv und werden es – in unterschiedlichen kundenorientierten Facetten und Ausprägungen – zukünftig immer stärker sein. Selbst sehr handwerkliche Ausrichtungen des Druckgewerbes sind über das Netz enorm erfolgreich. Online bietet also die Chance, mit neuen Geschäftsmodellen neue Potenziale und Kundengruppen zu erschließen. Voraussetzung dafür ist die Kompetenzerweiterung in Bereichen wie IT, Webshop-Programmierung und E-Commerce. Unternehmen, die diesen Ausbau nicht aus eigener Kraft leisten können oder wollen, bieten sich strategische Kooperationen an.

Sowohl im Bereich Qualifizierung als auch für die Geschäftsfelderweiterung durch Kooperationen sind die Druck- und Medienverbände erste Ansprechpartner der Branche.

## Umsatzentwicklung von Druckunternehmen im deutschsprachigen Raum



# Digital boomt

*In einem stark umkämpften Markt reicht es nicht mehr, in der traditionellen Bahn „Farbe auf Papier“ zu denken. Fünf große Trends sind die Treiber für den Digitaldruck.*



## Digitalisierung/ Web-to-Print

### Entstehen von Print-Websites

Endverbraucher designt individuelles Druckprodukt

Lieferung per Post oder Abholung

### Angebotsausweitung

*Anfangs nur Papier, jetzt auch T-Shirts, Kaffeebecher, Handy-Cases etc.*



## Kürzere Laufängen

### Kleinere Losgrößen

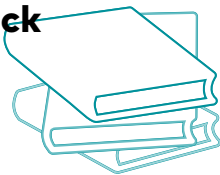
Kostengünstiger Druck bei Losgröße eins

*Individuelle Marketingkampagnen für verschiedene Zielgruppen*

### Variabler Datendruck

Möglichkeit kürzerer Laufängen, dadurch verschiedene Kampagnen möglich

## Individueller Druck



### Druck on demand

Bei Publikationen mit unsicherem Erfolg  
Kostengünstiger Nachdruck bei Bedarf

### Micro-Zoning

Individualisierung durch flexible Technologie  
Standortspez. Werbung

*Wissenschaftliche Veröffentlichungen für Nischensegmente*

*Lokale Werbung in landesweiter Zeitung*

*Individualisierte Lehrbücher*



## Übergroße Formate

Mit Digitaldruck können große Formate gedruckt werden

Neue Möglichkeiten für hochwertige Werbung

*Große Displays, Plakate, Poster*

*Baustellen-/ Gebäudehüllen*



## Emerging Industrial

Früher einheitliche Muster lassen sich jetzt aufgrund von Drucktechnik und variablen Daten anpassen

*Individuelle Muster (z. B. Fliesen, Fußböden, Möbel)*

# Sozialpolitik

Position beziehen für die Branche – dazu gehören nicht nur umfassende Rechtskenntnisse, sondern auch ein Gespür für das Wesentliche. Die Aktivitäten des bvdm im Bereich Sozialpolitik sind breit gefächert. Die Unterstützung der Landesverbände Druck und Medien bei der rechtlichen Beratung in der gesamten Bandbreite des Arbeits- und Sozialrechts zählt ebenso dazu wie die politische Interessenvertretung und die juristische Verantwortung bei den Lohn- und Manteltarifverhandlungen der Druckindustrie. Im Bereich Sozialpolitik hat der bvdm die Interessen der Branche stets im Blick.



# Zukunftssichere Tarifverträge in der Druckindustrie – Utopie oder bald Realität?

*Auch ohne Lohnrunde stand die Tarifpolitik 2014/2015 im Fokus des bvdM. Ziel der durch den letzten Tarifabschluss angestoßenen Gespräche ist ein zukunftsfähiges Tarifwerk für die gesamte Branche.*

Im April 2014 hatten sich der bvdM und die Gewerkschaft ver.di über den Abschluss eines neuen Lohnabkommens für die gewerblichen Arbeitnehmer der Druckindustrie verständigt. Inhalt dieser auf 27 Monate angelegten Vereinbarung ist zum einen eine Lohnerhöhung zum 1. Mai 2014 um 3 Prozent und eine weitere Erhöhung der Tariflöhne zum 1. April 2015 um weitere 1 Prozent. Daneben haben die Tarifpartner vereinbart, Verhandlungen auch zur Reform des Manteltarifvertrages und seiner Anhänge aufzunehmen.

Hintergrund dieser Verhandlungsverpflichtung ist die Tatsache, dass das Tarifwerk für die gewerblichen Arbeitnehmer der Druckindustrie die betriebliche Realität nicht mehr abbildet. Die tariflichen Regelungen haben mit der technischen Entwicklung in der Branche und den Anforderungen des Strukturwandels nicht Schritt gehalten. Aufgabe der Tarifpartner ist es nun, diesen Reformstau zu beseitigen und so die Akzeptanz der Tarifverträge in der Branche wieder zu erhöhen.

Der bvdM hatte daher in den Tarifverhandlungen 2014 deutlich gemacht, dass eine Modernisierung des Manteltarifvertrages dringend erforderlich ist. Ziel der Arbeitgeber ist ein reformiertes Tarifwerk, das die Druckbranche im weiteren Strukturwandel begleitet, die Wettbewerbsfähigkeit der Branche auch gegenüber den neuen Medien sichert und den Arbeitnehmern attraktive Arbeitsbedingungen und Perspektiven für die Zukunft bietet. Dabei sollten beide Seiten, Arbeitgeber wie Arbeitnehmer, ihre Vorstellungen von modernen Arbeitsbedingungen einbringen können.

Die Tarifvertragsparteien haben die Zeit seit Abschluss des Lohnabkommens genutzt: Auf Seiten des bvdM fanden im Vorfeld zu den Gesprächen mit der Gewerkschaft ver.di umfangreiche interne Vorbereitungen statt. Zu den verschiedensten Themengebieten des Manteltarifvertrages wurden durch den Sozialpolitischen Ausschuss des bvdM (SPA) Arbeitsgruppen gebildet, in denen interessierte Unternehmensvertreter engagiert ihre Expertise einbrachten. Die dabei entwickelten Vorschläge hat sich der SPA als Grundlage für die Position der Arbeitgeber zu eigen gemacht.

In den sich anschließenden vertraulichen Tarifgesprächen zwischen dem bvdM und ver.di haben sich die Tarifpartner intensiv über die Vorstellungen und Erwartungen ausgetauscht, die beide Seiten an eine Reform des tariflichen Regelwerks knüpfen. Dabei fanden die bisherigen Gespräche zwischen dem bvdM und ver.di in sachlicher und konstruktiver Atmosphäre statt. Es zeigte sich aber auch, dass die Vorstellungen der Arbeitgeber und der Gewerkschaft von einem modernen Tarifwerk sich noch in wesentlichen Punkten unterscheiden.

Sowohl der bvdM als auch ver.di müssen nun die Kraft aufbringen, sich der gemeinsamen Verantwortung für die Zukunft der Branche zu stellen und Lösungen zu finden, die den Betrieben und Beschäftigten der Druckindustrie gleichermaßen gerecht werden. Dies ist aus Sicht des bvdM aber nur dann realistisch, wenn die Tarifpartner gemeinsam einen Weg finden, den dringend reformbedürftigen Manteltarifvertrag samt Anhängen zukunftssicher zu gestalten.



# Mindestlohn, Pistolen und Bürokraten

*Wer vor Jahresfrist noch annahm, auf Grund des komfortablen Lohnniveaus in unserer Branche der Einführung des Mindestlohnes zum 1. Januar 2015 gelassen entgegensehen zu können, dürfte inzwischen eines Besseren belehrt worden sein.*

Spätestens wenn eine Busladung bewaffneter Uniformierter Betriebsgelände und Produktionsräume samt verschreckter Kundschaft und Mitarbeitern umstellt. Nicht um einen Anti-Terror-Einsatz handelt es sich dabei, wie man befürchten könnte. Vielmehr um die Manifestation des Vertrauens der Regierung in die Gesetzestreue der deutschen Unternehmer; beziehungsweise des Verdachts, dass es damit nicht weit her sein könne.

Es zieht sich wie ein roter Faden durch die Gesetzesvorhaben der Großen Koalition: ein spürbares Misstrauen gegenüber Unternehmern, Sozialpartnern und den Arbeitsvertragsparteien. Mindestlohn, Regulierung von Zeitarbeit und Werkverträgen, Entgelttransparenzgesetz: Der Staat mischt sich in immer mehr Bereiche der Arbeitsbeziehungen ein. Und der Zoll wird zur Arbeitsrechts-Sonderpolizei, die den Unternehmer wie einen Missetäter unter Kontrolle hält.

Grund für den Kontrollwahn im Fall Mindestlohn, so die Ministerin, sei, dass „wer ein Gesetz einführt, auch seine Durchführung kontrollieren muss“. Vertrauen in die Arbeitsvertragsparteien, Betriebs- und Sozialpartner sowie die Arbeitsgerichtsbarkeit als bewährte Mittel der Durchsetzung geltender Regeln ist offenbar nicht vorhanden. Die Regierung wäre besser beraten gewesen, hätte sie statt auf Kontrolle mehr Wert auf eine saubere Formulierung des Gesetzes gelegt. Das Gesetz, das so grundlegend in die Arbeitsbedingungen aller Arbeitnehmer eingreift, erweist sich im Praxistest als nicht voll durchdacht.

Schadensbegrenzung wird nun mittels Durchführungsverordnungen betrieben und – bisher dem Juristen als Rechtsquelle unbekannt – mit Broschüren und Pressemitteilungen. So sehen sich Firmen mit ständig neuen Verlautbarungen von BMAS, Rentenversicherung, Zoll und Arbeitsrechtsexperten aller Couleur konfrontiert, die versuchen, die Lücken des Gesetzes zu beheben. Welcher Linie die Gerichte folgen werden, ist dabei längst nicht ausgemacht.

## Zentrale Fragen bleiben

Die Regelungen zu Arbeitszeitkonten sind so unklar formuliert, dass sie kaum umzusetzen sind. Die Rechtmäßigkeit eines gleich bleibenden Monatslohns bleibt fraglich. Die Anrechnung von Urlaubs- oder Weihnachtsgeld ist umstritten. Die Reichweite der Auftraggeberhaftung ist ungeklärt.

Der bvdm hat bereits im Gesetzgebungsverfahren seine Bedenken gegen die Einführung des Mindestlohnes deutlich gemacht und setzt sich weiterhin dafür ein, die Belastungen für die Unternehmen zu reduzieren und bestehende Unklarheiten zu beseitigen.



*Der umfangreiche Mindestlohnleitfaden unterstützt die Mitgliedsbetriebe bei der Umsetzung der neuen Vorschriften.*

**€ 8,50**

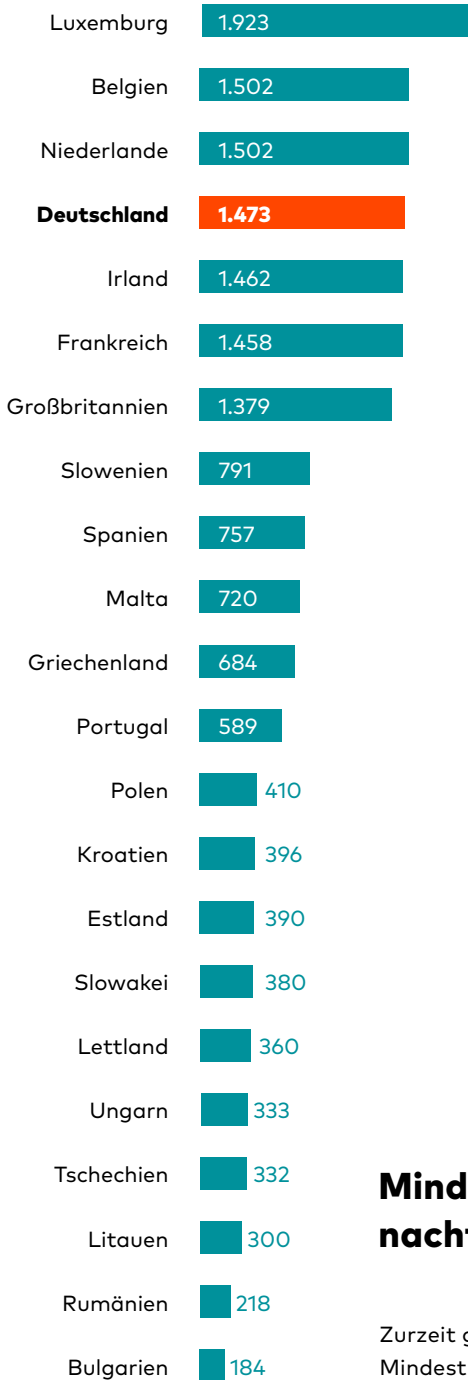
## bvdm bietet Leitfaden und Seminare

Den Mitgliedern der Verbände Druck und Medien steht der bvdm gemeinsam mit den Landesverbänden mit Rat und Tat zur Seite: Der umfangreiche Mindestlohnleitfaden des bvdm sowie die in vielen Landesverbänden mit Unterstützung des bvdm durchgeführten Seminare stoßen auf große Resonanz der Mitgliedsunternehmen.

**Höhe der Mindestlöhne in Europa**

In Euro pro Monat

Datenquelle: Eurostat (Stand 26.02.2015)

**Auftraggeberhaftung nach dem Mindestlohngesetz – Bürokratie wie nie**

Das Mindestlohngesetz stellt die Unternehmen in Deutschland vor zahlreiche Umsetzungsprobleme, die der Gesetzgeber offenbar nicht berücksichtigt hat. Auch die Unternehmen der Druck- und Medienindustrie haben damit zu kämpfen. Insbesondere die im Gesetz enthaltene Auftraggeberhaftung hat zu großer Verunsicherung in den Betrieben geführt.

**Konsequenzen der rechtsunsicheren Umsetzung**

Die Unsicherheiten, die sich aus der nicht eindeutigen Ausgestaltung der Auftraggeberhaftung ergeben, führen zu sonderbaren Entwicklungen: Geschäftspartner fordern sich derzeit gegenseitig dazu auf, Haftungsfreistellungen von erheblichem, teilweise absurd-kuriosen Umfang zu unterzeichnen. Dies selbst dann, wenn die Voraussetzungen für eine Auftraggeberhaftung überhaupt nicht vorliegen. Das führt zu einem großen bürokratischen Aufwand für die Unternehmen und auch zu Unmut und Sorge über die Reichweite der geforderten Klauseln.

**Merkblatt des bvdm**

Der bvdm hat auf diese unbefriedigende Situation und die zahlreichen Anfragen reagiert und ein umfangreiches Merkblatt erarbeitet, mit dem er den Mitgliedsunternehmen der Verbände Druck und Medien eine Hilfestellung an die Hand gibt, um die bestehenden Unsicherheiten, soweit derzeit möglich, zu beseitigen.

**Mindestlohn sorgt für Wettbewerbsnachteile innerhalb der EU**

Zurzeit gelten in 22 der 28 EU-Mitgliedstaaten gesetzliche Mindestlöhne. Mit dem Mindestlohn i. H. v. 8,50 Euro pro Stunde gehört Deutschland zur Spitzengruppe. Hochgerechnet auf eine 40-Stunden-Woche ergibt sich für Deutschland ein Mindestlohn i. H. v. 1.473 Euro pro Monat. In 70 Prozent der EU-Staaten mit Mindestlohn liegt dieser jedoch unter 1.000 Euro pro Monat. In wiederum der Hälfte dieser Länder liegt er sogar unter 500 Euro monatlich, in Polen und der Tschechischen Republik beträgt er mit 410 Euro bzw. 332 Euro pro Monat fast nur ein Viertel bzw. ein Fünftel des in Deutschland geltenden Mindestlohns.

Datenquelle: Eurostat

# Pay and forget? „Nahles-Rente“ vergisst Reformen

*Auch wenn das Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) dem Wunsch der Gewerkschaften nach einem obligatorischen Arbeitgeberbeitrag zur betrieblichen Altersvorsorge nicht nachgegeben hat, stößt sein im Januar 2015 vorgelegter Vorschlag für ein „Neues Sozialpartnermodell Betriebsrente“ auf Widerstand. Auch der bvdm hat sich über die Gremien der BDA kritisch zu dem Vorschlag geäußert.*

Grundidee des Vorschlags, der zur Verbreitung der betrieblichen Altersvorsorge in kleinen und mittleren Unternehmen (KMUs) beitragen soll, ist, dass Tarifvertragsparteien Pensionskassen oder Pensionsfonds als gemeinsame Einrichtungen schaffen, die dem Arbeitgeber die Ausfallhaftung nach dem Betriebsrentengesetz abnehmen. Über die Beitragszahlung hinaus träfen den Arbeitgeber keine Verpflichtungen – „pay and forget“ nennt dies der Nahles-Vorschlag. Kann die Einrichtung die Rentenleistung nicht erbringen, soll der Pensions-Sicherungsverein als Ausfallbürge einspringen. Eine Reduzierung von Haftungsrisiken scheint zwar positiv, beim näheren Hinsehen zeigen sich aber die Schwächen des Entwurfs. Ob er geeignet ist, eine Verbreitung der betrieblichen Altersvorsorge in KMUs zu fördern, ist zu bezweifeln.

Es drängt sich der Eindruck auf, dass das BMAS die Folgen seiner verfehlten Rentenpolitik auf die Sozialpartner abwälzen will. Das teure Rentenpaket des letzten Jahres führt dazu, dass Arbeitnehmer künftig auf Grund des sinkenden Rentenniveaus noch stärker als bisher auf eine zusätzliche Altersvorsorge angewiesen sind. Die anhaltende Niedrigzinsphase schwächt die Betriebsrenten zusätzlich. Dennoch ist die Politik bisher nicht bereit, Reformen zur Vereinfachung des Systems der betrieblichen Altersvorsorge vorzunehmen oder neue steuerliche Anreize zu setzen.

Eine Bevorzugung von Pensionskassen und Pensionsfonds ist nicht nachvollziehbar und würde zu einer Benachteiligung bestehender Systeme führen. Gemeinsam mit der Gewerkschaft ver.di und dem Hauptverband Papier- und Kunststoffverarbeitung (HPV) hat der bvdm mit der HDI-Versicherung den „Zukunftsfonds Medien, Druck und Papier“ als Branchenlösung der betrieblichen Altersvorsorge geschaffen, die auf vielfachen Wunsch aus den Unternehmen auf Direktversicherungen umgestellt wurde. Warum sollte eine Enthftung des Arbeitgebers nicht auch in einem solchen beaufsichtigten Durchführungsweg möglich sein?

Zudem setzt der Entwurf an der falschen Stelle an: die (zumeist nur theoretische) Ausfallhaftung ist nicht

der entscheidende Grund für die fehlende Verbreitung der betrieblichen Altersvorsorge in KMUs. Vielmehr empfinden viele Betriebe die bestehenden Regelungen als zu kompliziert und lassen sich von Bürokratie und Durchführungskosten abschrecken. Das neue Sozialpartnermodell wird die Betriebliche Altersvorsorge auch für Geringverdiener nicht attraktiver machen. Diese erwirtschaften kaum Betriebsrentenleistungen oberhalb der Grundsicherung, die finanzielle Investition lohnt sich aus ihrer Sicht daher nicht. Hier müsste die Politik ansetzen. Ferner sollte auch der staatliche Förderrahmen so geschnitten sein, dass Unternehmen die Betriebsrenten für alle Mitarbeiter über einen einzigen Durchführungsweg organisieren können.

Schließlich ist auch eine Verlagerung des Ausfallrisikos auf den Pensionsversicherungsverein (PSV) nicht akzeptabel. Neu gegründete Einrichtungen trügen durch die zunächst kaum vorhandenen Mittel und die anhaltende Niedrigzinsphase ein hohes Risiko, in finanzielle Schieflage zu geraten. Das Einstandsrisiko für solche Einrichtungen ist daher derzeit kaum abzuschätzen. Dementsprechend hohe Beiträge an den PSV würden allerdings die Rendite und damit die Attraktivität der neuen Einrichtungen schmälern.

Der bvdm wird für eine Wahrung der Interessen der Branche Sorge tragen.

Auf Grund der Kritik insbesondere auch der Arbeitgeberverbände hat die Arbeitsministerin in einigen Punkten des Entwurfs inzwischen Gesprächsbereitschaft signalisiert. So soll die Möglichkeit der Enthftung auch für bereits bestehende Einrichtungen nutzbar und nicht mehr ausschließlich auf Pensionskassen oder Pensionsfonds beschränkt sein. Schriftliche Entwürfe existieren hierzu allerdings bisher nicht. Der bvdm wird das weitere Verfahren gemeinsam mit der BDA und weiteren Verbänden begleiten und für eine Wahrung der Interessen der Branche Sorge tragen.

# Sicher ist sicher

*Der bvdm vertritt die Interessen der Arbeitgeber in der BG ETEM. Neben der Unterstützung der Betriebe in Fragen des Arbeitsschutzes steht dabei auch die Kostenbelastung im Vordergrund.*

## **Weichenstellung in der BG ETEM – eine Entscheidung für die Zukunft**

Die Berufsgenossenschaft Energie, Textil, Elektro und Medien (BG ETEM) ist die gesetzliche Unfallversicherung für die Arbeitnehmer in den Betrieben unter anderem in den Branchen Druck und Papierverarbeitung.

Eine größere Solidar-  
gemeinschaft mit  
vielen Schultern ist  
besser in der Lage,  
Risiken aufzufangen.

Der bvdm wirkt in zahlreichen Gremien der BG ETEM mit und vertritt dort die Interessen der Mitglieder der Verbände Druck und Medien. Dazu gehört auch, dass Erhöhungen von Beiträgen auf das Notwendigste beschränkt bleiben, damit die Belastung für die Unternehmen weiterhin tragbar bleibt. Daneben steht der bvdm den Mitgliedsbetrieben der Verbände Druck und Medien für Fragen rund um das Thema Berufsgenossenschaft zur Verfügung und informiert über aktuelle Entwicklungen in der BG ETEM.

## **Neue Berechnungsbasis für Beiträge**

Eine wichtige Weiche für die zukünftige Arbeit der BG ETEM wurde im Jahr 2014 gestellt. Die Gremien der Berufsgenossenschaft entschieden sich unter

Mitwirkung des bvdm, ab dem 1. Januar 2015 einen einheitlichen Gefahrntarif für alle innerhalb der BG ETEM vertretenen Branchen einzuführen.

Der Gefahrntarif dient – neben anderen Berechnungsfaktoren – der Ermittlung der Beiträge der Unternehmen zur Berufsgenossenschaft und muss von Gesetzes wegen spätestens alle sechs Jahre überprüft und von der Selbstverwaltung der Berufsgenossenschaft neu beschlossen werden. Maßgeblich für die Ermittlung des Gefahrntarifs ist dabei vor allem das Verhältnis zwischen den Ausgaben, die die Berufsgenossenschaft für Entschädigungsleistungen aufbringen muss, und der Gesamtlohnsumme der Branche. Oder anders gesagt: Je weniger Kosten für Unfälle und Berufskrankheiten anfallen, desto günstiger wird der Beitrag.

Mit der Vereinheitlichung des Gefahrntarifs sollte einerseits ein Zeichen dafür gesetzt werden, dass sich die unterschiedlichen Branchen innerhalb der BG ETEM in Fragen der Unfallversicherung als Einheit betrachten. Andererseits soll dieser Schritt auch dazu beitragen, einer nicht mehr handhabbaren Belastung durch immer weiter steigende Kosten vorzubeugen. Denn eine größere Solidargemeinschaft mit vielen Schultern, wie sie durch die Vereinheitlichung des Gefahrntarifs entsteht, ist immer besser in der Lage Risiken aufzufangen, als eine kleine Gruppe mit nur wenigen Mitgliedern.

Von besonderer Bedeutung ist die Vergrößerung der Solidargemeinschaft daher für die Druckindustrie, da die Branche seit einiger Zeit hinsichtlich der Zahl der versicherten Mitarbeiter eine rückläufige Entwicklung zu verzeichnen hat. Insgesamt können durch die Einführung des neuen einheitlichen Gefahrntarifs

und die daraus resultierende größere Solidargemeinschaft zukünftige Kostensteigerungen zum Teil aufgefangen werden.

### Aus 2 mach 1

Für eine Übergangszeit galten – bedingt durch Fusionen mehrerer Berufsgenossenschaften in den vergangenen Jahren – innerhalb der BG ETEM zwei verschiedene Gefahrntarife nebeneinander. Dies war zum einen der Gefahrntarif für die Unternehmen der Branchen Energiewirtschaft, Textil und Elektro, also Betriebe der ehemaligen BG ETE, sowie zum anderen der Gefahrntarif für die Betriebe des Bereichs Druck und Papierverarbeitung, also Betriebe der ehemaligen Berufsgenossenschaft Druck und Papier (BGDP).

Der Gefahrntarif der ehemaligen BGDP endete zum 31. Dezember 2014. Ab dem 1. Januar 2015 musste deshalb eine neue Grundlage für die Einstufung der dort betreuten Betriebe beschlossen werden. Im Rahmen der notwendigen Neuaufstellung des Gefahrntarifs für die Unternehmen der BGDP wurden mehrere denkbare Ansätze für neue Gefahrntariflösungen geprüft und erörtert.

In der Folge sprachen sich die zuständigen Gremien der Berufsgenossenschaft dafür aus, in der gesamten BG ETEM einen einheitlichen Gefahrntarif einzuführen, der ab dem 1. Januar 2015 für sämtliche Unternehmensbereiche der BG ETEM gilt. Der bvdm hat diesen Schritt befürwortet und in den beteiligten Gremien an der Reform des Gefahrntarifs mitgewirkt. Begleitend dazu hat der bvdm mittels einer Handreichung ausführlich über die Änderungen im Gefahrntarif berichtet.

## Psychische Belastungen in der Gefährdungsbeurteilung

Arbeitgeber sind gesetzlich dazu verpflichtet, auf Basis einer Beurteilung der Arbeitsbedingungen zu ermitteln, welche Maßnahmen des Arbeitsschutzes erforderlich sind. Bei dieser Gefährdungsbeurteilung sind auch psychische Belastungen zu berücksichtigen.

Um Arbeitgeber bei dieser Aufgabe zu unterstützen, veröffentlichte die BG ETEM einen Praxisleitfaden mit entsprechenden Empfehlungen. Die Broschüre richtet sich insbesondere an Unternehmen und betriebliche Arbeitsschutzakteure und unterstützt diese praxisnah bei der Bewertung von psychischen Belastungen. Der bvdm hat sich maßgeblich in den Gremien der Berufsgenossenschaft dafür eingesetzt, dass diese das Thema aufgreift. Die Handlungshilfe ist nicht zuletzt Ergebnis dieser Bemühungen.



Die Broschüre kann im Medienshop der BG ETEM bestellt werden:  
 ↗ [www.bgetem.de](http://www.bgetem.de)

**Recht**

Die Rahmenbedingungen für die Druck- und Medienbranche ändern sich ständig. Der Bundesverband Druck und Medien setzt sich dafür ein, dass die Positionen der Branche bei der Erstellung von Gesetzen und in Verordnungen berücksichtigt werden. Ein besonderer Schwerpunkt ist dabei die EU-Datenschutz-Grundverordnung, denn hier drohen nachteilige Folgen für die Druck- und Medienwirtschaft, die es abzuwenden gilt.

Daneben vertritt der bvdm die Interessen der Druck- und Medienindustrie aber auch in Verhandlungen mit den Verwertungsgesellschaften. Außerdem stellt er Muster-AGB zur Verfügung und unterstützt die Landesverbände bei der rechtlichen Beratung zu allen Fragen des Wirtschaftsrechts.



# Der mühsame Weg zur EU-Datenschutz-Grundverordnung

*Bereits Anfang 2012 hatte die EU-Kommission einen Vorschlag für eine Datenschutz-Grundverordnung vorgelegt.*

*Die europaweit geltende Verordnung soll die aus dem Jahr 1995 stammende EU-Datenschutz-Richtlinie ersetzen.*

Nach dem erklärten Willen der EU-Kommission sollen die Online-Rechte des Einzelnen auf Wahrung der Privatsphäre gestärkt werden. Außerdem haben die EU-Mitgliedstaaten die Vorschriften der Datenschutz-Richtlinie aus dem Jahr 1995 unterschiedlich umgesetzt. Eine einheitliche Regelung soll der aktuell bestehenden Fragmentierung in der Europäischen Union wirksam begegnen.

Individualisierte Druckprodukte und adressiertes Direktmarketing sind für die Unternehmen der Druckindustrie unverzichtbar.

## **Bisherige Entwürfe bedrohen Druckindustrie**

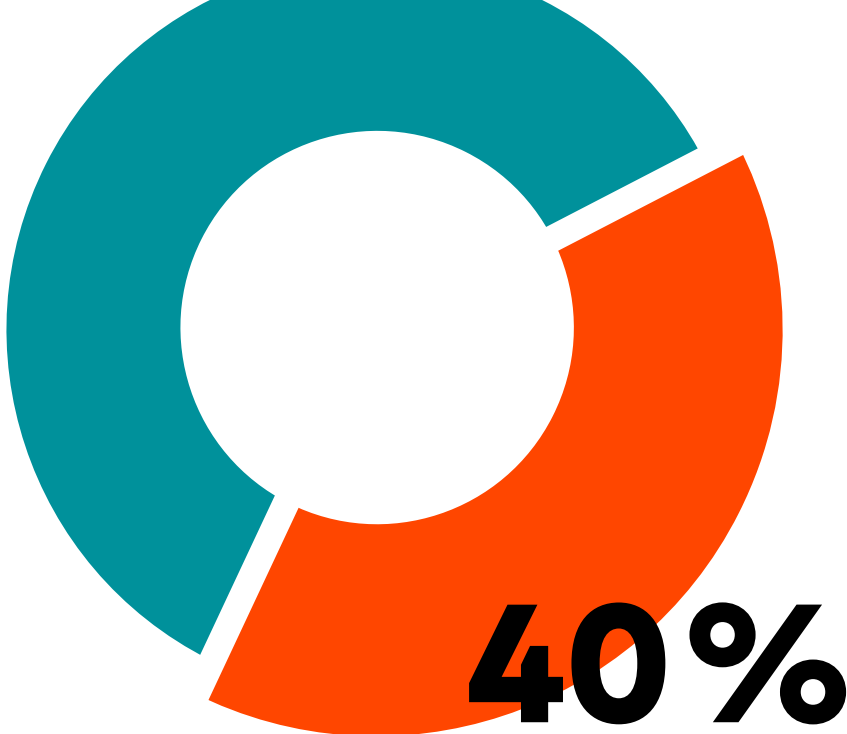
Der von der EU-Kommission vorgeschlagene Text der EU-Datenschutz-Grundverordnung beschneidet die Werbemöglichkeiten der Industrie in solch einem

Umfang, dass dies spürbare Auswirkungen auf die Druckindustrie hätte. Insbesondere garantiert der Kommissionsentwurf nicht, dass sachgerechtes Direktmarketing an Neukunden über spezielle Dienstleister wie Lettershops auch künftig noch möglich sein wird.

Individualisierte Druckprodukte und adressiertes Direktmarketing sind für die Unternehmen der Druckindustrie jedoch unverzichtbar. Von 2005 bis 2013 ist der Printanteil an den Bruttowerbeausgaben durch eine Verschiebung der Werbeausgaben zu den digitalen Medien bereits von 51,9 Prozent auf 37,6 Prozent gesunken. Dabei ist die deutsche Druckindustrie zu mindestens 40 Prozent ihres Umsatzes werbeabhängig. Durch eine neue Datenschutzverordnung in der Fassung des Kommissionsentwurfs sind somit weitere erhebliche Umsatzeinbußen zu befürchten. Der bvdm hat daher sowohl selbst als auch gemeinsam mit anderen Verbänden zuständige Ministerien und Politiker über die Auswirkungen auf die Branche informiert und sich für notwendige Änderungen eingesetzt.

Im März 2014 hat das Europäische Parlament in erster Lesung beraten und für zahlreiche Änderungen der von der EU-Kommission vorgelegten Datenschutz-Grundverordnung gestimmt.





# 40%

**des Umsatzes der  
deutschen Druckindustrie  
sind werbeabhängig**

Der verabschiedete Kompromiss des Europaparlaments stellt in werbewirtschaftlicher Hinsicht für die Druckindustrie zumindest eine Verbesserung gegenüber dem Kommissionsentwurf dar. Insbesondere soll die Datenverarbeitung unter bestimmten Voraussetzungen auch zur Wahrung der berechtigten Interessen Dritter zulässig sein.

Die Verwendung der Adressen Dritter ist für die Neukundengewinnung in der Wirtschaft von herausragender Bedeutung.

Ein gutes Jahr später, am 13. März 2015, hat sich der Rat für Justiz und Inneres der EU (JI-Rat) auf eine partielle allgemeine Ausrichtung zu den für die Druckindustrie besonders relevanten Artikeln festgelegt. Allerdings schließt dies künftige Änderungen der vorläufig vereinbarten Regelungen nicht aus. Aus Sicht der Druckindustrie stellt dieser Entwurf

zwar eine Verbesserung gegenüber dem Kommissionsentwurf dar, da in dem Vorschlag die berechtigten Interessen Dritter Berücksichtigung finden. Im Ergebnis aber bleibt auch die im JI-Rat erzielte politische Einigung in entscheidenden Punkten deutlich zu Lasten der werbetreibenden Wirtschaft hinter dem deutschen Recht zurück. Derzeit bestehende spezifische Erlaubnistatbestände stünden nach den vorliegenden Entwürfen nicht mehr zur Verfügung. Damit drohen schwerwiegende Folgen – auch für die Druckindustrie.

#### **Ausblick**

Der Rat strebt eine Gesamteinigung zur Datenschutzgrundverordnung für Juni 2015 an, um dann zügig Trilogverhandlungen aufzunehmen.

Die Verwendung der Adressen Dritter ist für die Neukundengewinnung in der Wirtschaft von herausragender Bedeutung. Der bvdm setzt sich daher weiterhin dafür ein, dass die Datenverarbeitung für zentrale Bereiche des Direktmarketings auch zukünftig ohne Einwilligung zulässig bleibt und Wirtschaftsunternehmen zum Zwecke der Neukundengewinnung auch künftig auf spezialisierte Dienstleister zurückgreifen können.

# Änderungen im Insolvenzanfechtungsrecht in Sicht

Der bvdm hat sich zusammen mit anderen Verbänden für eine Reform des Insolvenzanfechtungsrechts starkgemacht und eine gemeinsame Erklärung zu gesetzgeberischen Korrekturen im Recht der Insolvenzanfechtung gegenüber zuständigen politischen Ansprechpartnern abgegeben.

Hintergrund der Initiative ist die ausufernde Anwendung der Insolvenzanfechtung durch Insolvenzverwalter bezüglich Rechtshandlungen, die bis zu zehn Jahre zurückliegen. Diese Praxis kann bei den in der Druckindustrie üblichen Vereinbarungen von langen Zahlungszielen, Zahlungsaufschüben und Ratenzahlungsvereinbarungen zu dramatischen Folgen führen, wenn Rechtsgeschäfte bis zu zehn Jahre später vom Insolvenzverwalter angefochten werden und die daraus erhaltenen Zahlungen zurückerstattet werden müssen.

Auch aufgrund der Kritik der Verbände hat das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz Mitte März 2015 einen Referentenentwurf eines Gesetzes zur Verbesserung der Rechtssicherheit bei Anfechtungen nach der Insolvenzordnung und nach dem Anfechtungsgesetz vorgelegt. Der Gesetzesentwurf verfolgt das begrüßenswerte Ziel, den Wirtschaftsverkehr von Rechtsunsicherheiten zu entlasten. Zudem sollen die Möglichkeiten der Insolvenzanfechtung punktuell geändert werden, um übermäßige Belastungen des Geschäftsverkehrs zu vermeiden. Gleichwohl sind in der Umsetzung einige Punkte des Entwurfs, wie die Verwendung unbestimmter Rechtsbegriffe gerade angesichts des erklärten Ziels größerer Rechtssicherheit, kritisch zu sehen. Der bvdm wird das Gesetzesvorhaben daher weiterhin aktiv begleiten.

## Verhandlungen mit der VG WORT zur Betreibervergütung

Vor dem Hintergrund einer Entscheidung des Bundesgerichtshofs (I ZR 28/11) forderte die VG WORT den bvdm zu Verhandlungen zur Betreibervergütung nach § 54c UrhG auf, um Vergütungssätze für Privatkopien von digitalen Vorlagen für Digitaldrucker festzulegen. Die VG WORT kündigte 2014 an, noch im selben Jahr Auskunftsansprüche gegenüber einzelnen Betrieben geltend machen zu wollen, sofern es zu keiner Einigung mit den Verbänden kommen sollte. Der bvdm setzt sich in den Verhandlungen dafür ein, dass digitale Produktionsdruckmaschinen ab einer gewissen Druckgeschwindigkeit von der Vergütungspflicht ausgenommen werden.

## **bvdm lehnt Verbands- klagerecht bei Datenschutz- verstößen ab**

Im Februar 2015 hat die Bundesregierung einen Gesetzesentwurf zur Verbesserung der zivilrechtlichen Durchsetzung von verbrauerschützenden Vorschriften des Datenschutzrechts vorgelegt. Der bvdm sieht den Gesetzesentwurf kritisch. Danach soll zum besseren Schutz der Rechte der Verbraucher unter anderem das Unterlassungsklagengesetz (UKlaG) geändert werden. Zukünftig sollen neben den betroffenen Verbrauchern und den Datenschutzaufsichtsbehörden auch bestimmte Verbände und Kammern (z.B. Verbraucherzentralen, Industrie- und Handelskammern, Handwerkskammern) gegen die unzulässige Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung von Verbraucherdaten durch Unternehmer zu kommerziellen Zwecken, wie z.B. Werbezwecken, vorgehen können. Die zuständige Datenschutzbehörde soll dabei vor einer Gerichtsentscheidung von dem Gericht gehört werden.

Der Bundesrat fordert in seiner Stellungnahme von Ende März 2015, dass weitere Verstöße als die in dem Regierungsentwurf genannten nach dem UKlaG verfolgt werden können. Zugleich regt der Bundesrat die Aufnahme einer Regelung an, nach der die anspruchsberechtigten Stellen bereits vor der außergerichtlichen Geltendmachung oder Klageerhebung zur Anhörung der zuständigen Datenschutzaufsichtsbehörde verpflichtet sein sollen. Dadurch soll unter anderem dem Risiko paralleler Rechtsstreitigkeiten vorgebeugt werden.

Die Aufsichtsbehörden haben bereits ausreichende Befugnisse, Datenschutzverstöße zu ahnden und zu unterbinden.

Der bvdm sieht – ebenso wie andere Verbände – den Regierungsentwurf als kritisch an. Zum einen besteht bereits kein rechtlicher Bedarf für eine Ausweitung der Klagebefugnis. Die Aufsichtsbehörden haben ausreichende Befugnisse, Datenschutzverstöße zu ahnden und zu unterbinden. Zum anderen erscheint die Errichtung eines parallelen zivilrechtlichen Rechtsdurchsetzungssystems zur Ahndung von Datenschutzverstößen aber auch als solches bedenklich. Denn in Abhängigkeit davon, welche Stelle einen vermeintlichen Verstoß gegen das Datenschutzrecht geltend macht, kann sich eine unterschiedliche Gerichtsbarkeit ergeben. Dies aber kann zu unterschiedlichen Beurteilungen desselben Sachverhalts führen. Hinzu kommt, dass die unparteiische Kontrolle im Falle der Rechtsdurchsetzung durch private Verbände aufgrund deren spezifischer Interessen unter Umständen nicht garantiert ist.

**Bildung**

Zur Sicherung des Fachkräftebedarfs stehen auch die Druck- und Medienunternehmen vor neuen Herausforderungen. Heute reicht es nicht mehr, die Potenziale der Unternehmensregion auszuschöpfen. Es muss auch gelingen, überregional und sogar europaweit Fachpersonal zu rekrutieren.

Dazu bedarf es einer neuen, offeneren Willkommenskultur im Land und aktiver Kommunikation über moderne und hochattraktive Berufsfelder seitens der Betriebe. Die Druck- und Medienwirtschaft bietet darüber hinaus zukunftsfähige Weiterbildungskonzepte für Unternehmen und ihre (zukünftigen) Beschäftigten.



# Kluge Köpfe sind die Voraussetzung für Innovationen

*2014 verzeichnete die Druck- und Medienwirtschaft einen leichten Rückgang der neuen Ausbildungsabschlüsse.*

*Die Ausbildungsquote lag bei 8,4 Prozent – verglichen mit der gesamten Industrie ist dies ein überdurchschnittlicher Wert.*

13.167 Jugendliche lernten 2014 einen Beruf in der Druck- und Medienwirtschaft. Die Zahl der neu abgeschlossenen Ausbildungsverträge lag im Jahr 2014 bei 4.985. Das sind mit 1,44 Prozent leicht weniger als im Jahr 2013, aber die Ausbildungsquote (Anteil der Auszubildenden an der Gesamtbeschäftigtenzahl) in unserer Branche ist mit 8,4 Prozent immer noch überdurchschnittlich hoch. Trotz der hohen Ausbildungsquote und der großen Bereitschaft, überdurchschnittlich auszubilden, stehen die Unternehmen vor dem Hintergrund des demografischen Wandels vor der Herausforderung, alle Potenziale zur Besetzung von Ausbildungsplätzen auszuschöpfen.

Dem Wettbewerb um die Besten des Landes stellt sich die Branche, die sich in einem strukturellen Konsolidierungsprozess befindet. Die Druck- und Medienwirtschaft bietet attraktive Berufsbilder und zukunfts-fähige Weiterbildungsprofile.

Nach wie vor klagen Unternehmen aber über mangelnde Voraussetzungen von Schulabgängern für eine Berufsausbildung. So blieben auch 2014 Ausbildungsstellen unbesetzt, insbesondere in den Ausbildungsberufen Medientechnologie Druck und Druckverarbeitung. Der Trend zum Studium setzt sich weiter fort. Immer mehr Schulabgänger mit Hochschulreife ziehen ein Studium einem Ausbildungsplatz vor.

Dass auch andere Branchen rückgängige Ausbildungsabschlüsse zu verzeichnen haben, zeigen u.a. die Ausbildungszahlen des Mediengestalters, der neben

der Druckindustrie mehrheitlich in der Werbebranche ausgebildet wird. Bereits im dritten Jahr ist hier ein Rückgang der Neuverträge zu verzeichnen, gegenüber 2013 um 2,61 Prozent. Die Ausbildungsabschlüsse beim Beruf Medientechnologie Druck sind um 2,18 Prozent zurückgegangen.

Nach wie vor klagen Unternehmen über mangelnde Voraussetzungen von Schulabgängern für eine Berufsausbildung.

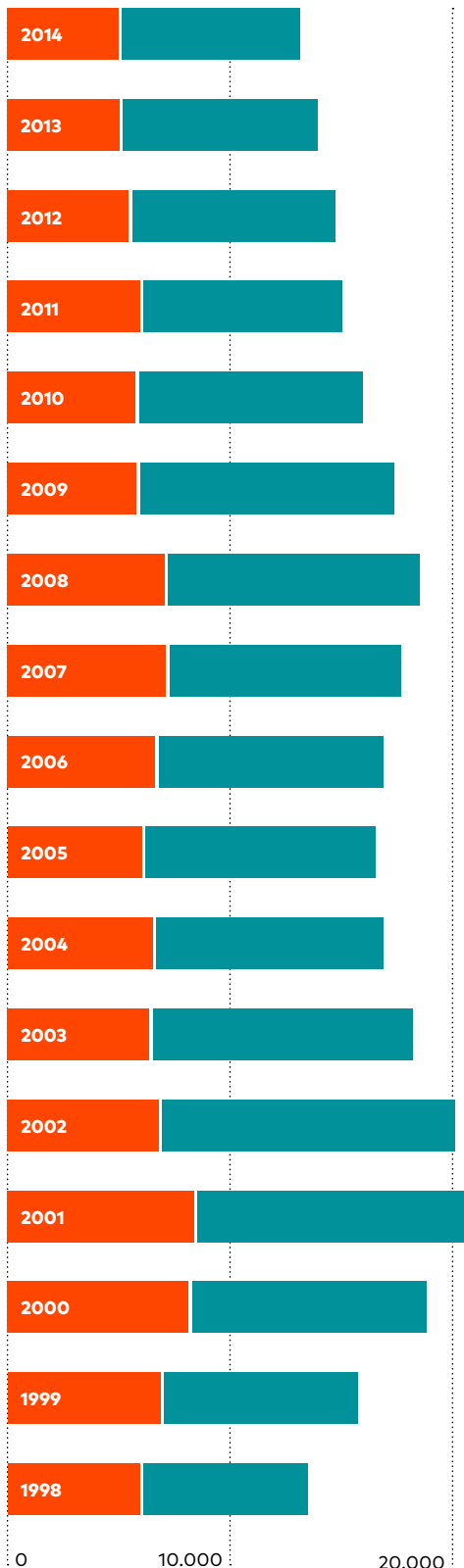
2014 wurden 851 Ausbildungsverträge neu abgeschlossen. Der Rückgang beim Medientechnologen Siebdruck beträgt unter einem Prozent und lag aktuell bei 131 neuen Ausbildungsverträgen. Bei den Medientechnologen Druckverarbeitung ist ein leichtes Plus von 0,7 Prozent zu verzeichnen. 2014 waren das 287 Ausbildungsverträge (2013: 285).

Auch die Packmitteltechnologien haben um 3,22 Prozent zugelegt, so dass sich insgesamt in der Druckweiterverarbeitung einschließlich der Packmittelherstellung ein Plus von 4,86 Prozent ergab.

## Ausbildungsverträge

Ausbildungsjahr 1998–2014

■ 1. bis 3. Ausbildungsjahr  
 ■ 1. Ausbildungsjahr



Quelle: ZFA/bvdm Mai 2015

# Erfolgreich in betrieblicher Qualifikation

Ausbildungsordnungen müssen sowohl den Anforderungen der Unternehmen entsprechen als auch Jugendlichen eine berufliche Perspektive für die Zukunft geben. Deshalb hat die Politik auf Initiative des bvdm gemeinsam mit ver.di und den Kammerorganisationen zeitgemäße, flexible Ausbildungsordnungen erlassen. Das Spektrum der Ausbildungsmöglichkeiten wird aufgrund von Marktbeobachtungen und Technikanalysen ständig erweitert.

Durch betriebliche Qualifizierung besteht für Unternehmen die Chance, das Leistungsangebot zu erweitern und neue Geschäftsfelder und Märkte zu besetzen.

Seit 2013 gibt es erstmals neue Qualifizierungsmodule für 3D-Grafik, Content-Erstellung, SocialMedia-Marketing und den großformatigen Digitaldruck. Damit besteht für Unternehmen die Chance, das Leistungsangebot zu erweitern und neue Geschäftsfelder und Märkte zu besetzen.

Die Verbände haben – basierend auf Umfragen bei ihren Mitgliedsunternehmen – ihre Weiterbildungsangebote in Richtung Marketing und Vertrieb deutlich verstärkt. Denn entsprechende Fachkenntnisse sind auch für strategische Entscheidungen im Unternehmen unentbehrlich.

Heute bieten die Verbände dazu nicht nur Lehrgänge wie „Verkaufskonflikte lösen und Umsätze generieren“, „Mitarbeitergespräche souverän führen“ oder „Vertrieb und Marketing für Druckbetriebe“ an, sondern auch Abschlüsse wie „Marketing-Experte für die Druck- und Medienindustrie“, „Zertifizierter Vertriebsmanager/Kundenmanager“ oder spezielle Managementprogramme für die Unternehmensführung.

Damit unterstützen die Verbände die Unternehmen, frühzeitig die Weichen für ihre erfolgreiche Zukunft zu stellen.

## Fachkräftemangel auch in der Druck- und Medienwirtschaft

Wie kaum eine andere Volkswirtschaft agiert Deutschland durch seine starke Exportorientierung global. Dabei ist das hiesige duale Ausbildungssystem ein entscheidender Standortfaktor für die Unternehmen, die im internationalen Wettbewerb stehen. Nun aber werden gut ausgebildete Fachkräfte knapp. Um sich auch zukünftig einen wirtschaftlichen Spitzenplatz in der Welt sichern zu können, propagieren Experten daher seit einigen Jahren die stärkere Öffnung des Landes für Zuwanderer. Für Fachkräfte und solche, die es dank des guten Ausbildungssystems werden würden.

Schon heute bleibt in einigen Regionen für Klein- und Mittelbetriebe nur noch ein Restpotenzial übrig, wenn Jugendliche von den großen Wirtschaftsbereichen umworben werden.

Doch betrifft die Entwicklung auch kleinere und mittlere Unternehmen in der Druck- und Medienwirtschaft? Die Antwort lautet ja. Schon heute bleibt in einigen Regionen für Klein- und Mittelbetriebe nur noch ein Restpotenzial übrig, wenn Jugendliche von den starken Wirtschaftsbereichen umworben werden. Umso wichtiger ist es für Unternehmen, ihren Personalbedarf kontinuierlich zu überprüfen, langfristig zu planen und die innerbetriebliche Qualifikation zu organisieren.

Der bvdm hat dafür zahlreiche Instrumente entwickelt (siehe nebenstehende Grafik), und er vertritt – in Zusammenarbeit mit seinem Bildungspolitischen Ausschuss – die Interessen der Unternehmen auf allen Gebieten der Bildung gegenüber Politik, Arbeitsagenturen, Kultusministerien und anderen Wirtschaftsorganisationen.

### Instrumente für die Nachwuchsgewinnung



#### Nachwuchswerbeprospekte für einzelne Berufe:



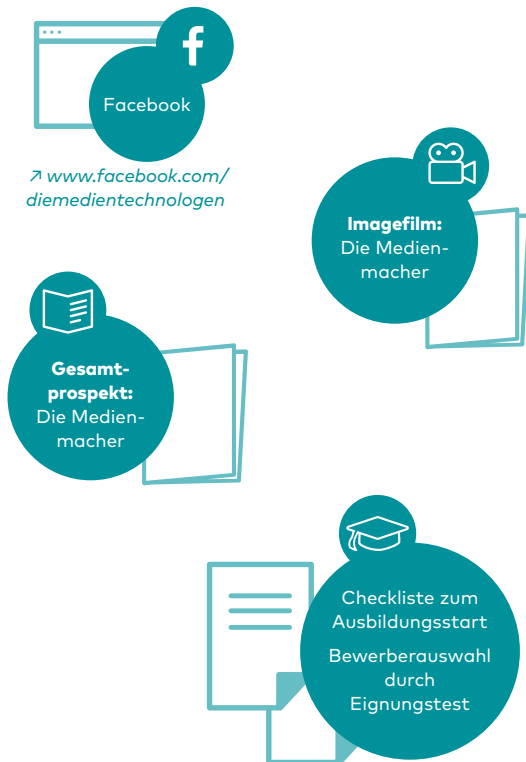
↗ [www.zfamedien.de/ausbildung/alleberufe/plan.php](http://www.zfamedien.de/ausbildung/alleberufe/plan.php)



↗ [www.zfamedien.de](http://www.zfamedien.de)  
> AUSBILDUNG > BERUFE > TUTORIALS

↗ [www.mediencommunity.de](http://www.mediencommunity.de)





Infoschriften des ZFA mit Ausbildungsordnungen, Ausbildungsrahmenplänen und Kommentaren von Experten zu den Ausbildungsberufen:



[www.bvdm-online.de](http://www.bvdm-online.de)  
 > THEMEN > BILDUNG > INFORMATIONEN  
 FÜR BETRIEBE > ALLGEMEINE  
 INFORMATIONEN > VERBUNDAUSBILDUNG

## Altersstrukturanalyse leicht gemacht

Oft fehlt in einer von kleinen und mittleren Unternehmen geprägten Branche der Überblick über die Altersstruktur der Beschäftigten in einem Betrieb. Diese Lücke kann ein Analysetool, das im Rahmen des Projekts „Weiterbildungsinitiative Druckindustrie (WiDi)“ entstanden ist, füllen. Unternehmen können damit die Altersstruktur der Mitarbeiter nach Abteilungen analysieren und erhalten darüber auch Erkenntnisse, wie sich diese in den kommenden Jahren entwickeln wird.

Das Tool ist ein einfach handhabbares und aussagekräftiges Instrument. Es werden Fragen angesprochen wie: Wie wird sich das Unternehmen weiterentwickeln? Welche Handlungsbedarfe werden auf das Unternehmen zukommen? Ziel ist es, Unternehmen in die Lage zu versetzen, altersbedingte Veränderungen vorauszu sehen und aktiv Einfluss auf die zukünftige Zusammensetzung und Kompetenzentwicklung der Mitarbeiter zu nehmen.

Das Tool ist als Download auf der WiDi-Website frei verfügbar: [widi.zfamedien.de/content/strategische-kompetenzentwicklung](http://widi.zfamedien.de/content/strategische-kompetenzentwicklung)

## Lehrgang „Geprüfter Digitaldruck-Professional nach vdm“ setzt Zeichen

2014 starteten die Verbände mit einem neuen Qualifizierungsangebot im Digitaldruck. Fachkräfte und langjährig erfahrene Mitarbeiter aus der Medienproduktion können sich zum „Geprüften Digitaldruck-Professional nach vdm“ qualifizieren lassen. Mit dem neuntägigen Lehrgang schließt sich eine seit längerer Zeit bestehende Kompetenzlücke, die bisher durch Hersteller-Schulungen nicht abgedeckt werden konnte.

Die Teilnehmer erwerben Kompetenzen für die eigenständige Arbeit in der Kundenberatung und der Produktion im Digitaldruck. Die Qualifikationsinhalte reichen von der Personalisierung und Datenprüfung über den Workflow und Druck bis hin zur Veredelung und Druckweiterverarbeitung. Dabei wechseln sich Theorie- mit Praxiseinheiten ab und werden durch „Specials“ wie Hersteller-Exkursionen ergänzt.



➔ Seite 82

Preisübergabe bei  
den Druck & Medien  
Awards 2014

## **bvdm kürt Druckerei Kösel zum besten Ausbildungsbetrieb 2014**

Die Druckerei Kösel GmbH & Co. KG aus Altusried-Krugzell gewann den Druck & Medien Award 2014 in der Kategorie „Bester Ausbildungsbetrieb“. Das Unternehmen setzte sich erfolgreich gegen drei Finalisten durch: Friedrich Schmücker GmbH (Löningen), Kern GmbH (Bexbach) und Laudert GmbH & Co. KG, Vreden.

Kösel kann auf eine jahrhundertelange Tradition als Buchhersteller im Allgäu zurückblicken. Die Ausbildung und die fachliche Förderung des Nachwuchses haben in dem Unternehmen traditionell einen hohen Stellenwert.

## **Technikerschulen der Druck und Medientechnik planen neue bundeseinheitliche Rahmenempfehlung für die Lerninhalte**

Auf Einladung des Bundesverbandes Druck und Medien trafen sich Ende September 2014 Vertreter der Technikerschulen der Fachrichtung Druck- und Medientechnik und Vertreter der Druck- und Medienverbände in Berlin. Gastgeber war die Berliner Ernst-Litfaß-Schule.

Ziel war es, eine neue Rahmenempfehlung für die Lerninhalte der Technikerqualifikation zu erarbeiten. Diese soll nach Abstimmung mit den Technikerschulen Mitte 2015 veröffentlicht werden.

Neben den traditionellen Standorten München, Nürnberg, Stuttgart, Frankfurt, Düsseldorf und Bielefeld sind seit dem letzten Treffen im Jahre 2007 neue Schulstandorte dazugekommen in Karlsruhe, Mainz, Berlin, Köln und Neumünster. Während der Konferenz wurde anregend diskutiert über den Stellenwert der Techniker Ausbildung, die Abgrenzung zu anderen Bildungsabschlüssen auf DQR-6-Niveau, die unterschiedlichen Organisationsformen an den Standorten und die zukünftigen Qualifikationsziele und -inhalte. Kritisch sahen die Verbandsvertreter – bei sinkender Beschäftigungszahl – den Zuwachs an Führungskräften.

## Kevin Köhn ist Deutscher Meister 2014 im Offsetdruck

Sieger der Deutschen Druckmeisterschaft ist Kevin Köhn von der Dürmeyer GmbH in Hamburg. Damit vertritt er Deutschland im Bereich Drucktechnik bei den WorldSkills 2015 in São Paulo. Der Medientechnologe Druck setzte sich gegen sieben Mitbewerber durch. Der zweite Platz ging an Marcel Paris von der Druckerei Mohn Media in Gütersloh. Auf dem dritten Platz folgte Jörg Strauß von der Druckerei C.H. Beck in Nördlingen.

Alle Teilnehmer stellten ihre Fertigkeiten im Print Media Center der Heidelberger Druckmaschinen AG im Oktober 2014 unter Beweis. Die Jury bewertete sowohl die Qualität des Druckerzeugnisses, die benötigte Zeit als auch den Umgang mit den bereitgestellten Betriebsmitteln wie Druckmaschine und Material.

Die 43. WorldSkills-Berufsweltmeisterschaften finden im August 2015 statt. Es werden über 1.000 Teilnehmer aus über 60 Nationen erwartet.

## Das ist gut. Prüfungsergebnisse zeigen hohes Niveau der Ausbildung in der Druckindustrie

Die erste umfassende Prüfung im Sommer 2014 nach der Neuordnung der Berufe belegt das hohe Niveau der Ausbildung in der Druck- und Medienwirtschaft. Die neuen Inhalte der Ausbildungsordnungen sind demnach gut von Ausbildungsbetrieben und Berufsschulen vermittelt worden. An der Abschlussprüfung haben 4.514 Prüflinge teilgenommen. Die Bestehensquoten lagen zwischen 93,8 und 99,5 Prozent. Die durchschnittlich erreichte Punktzahl lag je nach Beruf zwischen 75 und 79 von 100.

Weitere Infos zu den regionalen Ergebnissen auf der Webseite [pes.ihk.de](http://pes.ihk.de)

*Ergebnisse der  
Abschlussprüfung  
Druck- und  
Medienberufe  
Sommer 2014*

Beruf	Teilnehmer	Bestehens- quote	Punkte Praxis	Punkte Theorie	Punkte gesamt
Mediengestalter Digital und Print, FR Beratung und Planung	66	97,0%	79,0	76,0	78,0
Mediengestalter Digital und Print, FR Konzeption und Visualisierung	208	95,2%	76,0	74,5	76,0
Mediengestalter Digital und Print, FR Gestaltung und Technik	2.632	95,4%	79,0	73,0	76,0
Medientechnologe Druck	866	93,8%	84,0	67,0	75,0
Medientechnologe Siebdruck	103	98,1%	84,0	67,0	75,0
Medientechnologe Druckverarbeitung	265	94,7%	80,0	69,6	75,0
Packmitteltechnologie	374	99,5%	83,0	72,5	79,0

**Umwelt**

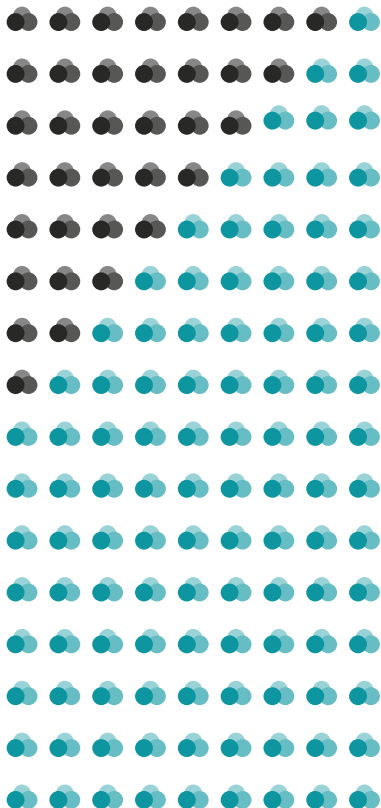
Wenn es um Nachhaltigkeit geht, müssen sich Drucker nicht mehr verstecken. Im Gegenteil. Im Vergleich zu vielen anderen Industrien hat die Druckbranche mittlerweile sogar eine Vorreiterrolle übernommen. Dabei zeigt sich: Umwelt- und klimafreundliches Arbeiten zahlt sich auch für Betriebe aus. Denn bei der professionellen Suche nach „Energiefressern“ im Unternehmen werden Prozesse analysiert, Produktionswege geprüft und Ressourcenverbräuche hinterfragt. Im Resultat führt das häufig zu effizienterem Arbeiten, zu Materialeinsparungen, der Vermeidung von Fehlern und damit zur Senkung interner Kosten.

Der bvdM unterstützt die Betriebe aktiv auf dem Weg in die umweltfreundliche Produktion. Gleichzeitig setzt er sich in Deutschland und Europa dafür ein, dass Vorschriften, Gesetze oder Zertifizierungsanforderungen die wirtschaftlichen Aspekte unternehmerischen Handelns ausreichend berücksichtigen. Denn Umweltschutz in der Wirtschaft gelingt nur dann, wenn er auch in der Wirtschaft umgesetzt werden kann.



# Unternehmen investieren in Klimaschutz

*Der Klimawandel ist eine der größten globalen Herausforderungen. Er betrifft alle gesellschaftlichen Bereiche und hat signifikante Auswirkungen sowohl auf die Umwelt als auch auf Wirtschaftssysteme und Unternehmen.*



**65%**  
mehr CO<sub>2</sub>  
kompensiert

Jedes Unternehmen trägt eine gesellschaftliche Verantwortung, klimarelevante Emissionen zu reduzieren. Die Klimainitiative der Verbände Druck und Medien unterstützt Druckereien bei ihren Bemühungen, dieser Aufgabe gerecht zu werden.

Seit dem Jahr 2014 ermöglicht der Klimarechner der Verbände Druck und Medien neben der produktbezogenen Emissionsermittlung auch die Berechnung des CO<sub>2</sub>-Fußabdruckes von Unternehmen.

Im Jahr 2014 wurden insgesamt  
18.600 Tonnen CO<sub>2</sub>  
über das System kompensiert.

Die Emissionen können durch Unterstützung von Klimaschutzprojekten zur Treibhausgasemissionsminderung ausgeglichen werden. Dies geschieht durch die Stilllegung von Klimaschutzzertifikaten.

Den methodischen Rahmen zur Bilanzierung und zum Nachweis von Emissionen bildet das GHG Protocol. Basierend auf einem programm- und politikunabhängigen Standard ermöglicht es sowohl die Quantifizierung als auch das Management von Treibhausgasemissionen.

Mit der Einführung von Unternehmens-Fußabdrücken und den etwas weniger umfangreichen Energiebilanzen verzeichnet die Klimainitiative erneut einen Zuwachs beim Emissionsausgleich. Im Jahr 2014 wurden insgesamt 18.600 Tonnen CO<sub>2</sub> über das System kompensiert. Dies entspricht einer Steigerung zum Vorjahr von über 65 Prozent.



*Grüner Drucken ist mehr als ein Trend. Immer mehr Druckereien schließen sich der Klimainitiative der Druck und Medienverbände an.*

## Neuer Blauer Engel – kein Segen für alle

Erfolgreich im Markt agieren und gleichzeitig den Umweltschutz verbessern – in diesem Spannungsfeld bewegen sich viele Druckereien. Immer mehr Kunden legen Wert auf eine Zertifizierung, setzen die Druckereien preislich aber unter Druck. Daher ist die Wahl einer geeigneten Zertifizierung für Druckereien eine Entscheidung mit weitreichenden Folgen.

Die Umsetzung des Kriterienkatalogs stellt besonders für kleine und mittlere Druckereien eine unüberwindbare Hürde dar.

Im kommenden Jahr wird der Markt für ökologische Gütesiegel um den rundum erneuerten Blauen Engel für Druckerzeugnisse erweitert. Doch wirft die Konzeption des wohl bekanntesten deutschen Umweltsiegels im Bereich Druckprodukte Fragen nach den Zielen auf. Zum einen stellt eine Zertifizierung eine Auszeichnung von Produktionsmethoden und Produktqualität dar. Zum anderen bietet sie Ansporn, durch technologische und prozessliche Verbesserungen eine Entlastung für die Umwelt zu erzielen. Sind die Kriterien für die Erlangung eines Siegels jedoch zu umfänglich und zu schwer zu befolgen, ist der ökologische Nutzen in der Gesamtheit gering. Die Auszeichnung wird hingegen exklusiver.

Diese Ungleichheit ist auch bei der aktuellen Konzeption des neuen Blauen Engels zu befürchten. Die Umsetzung des Kriterienkatalogs stellt besonders für kleine und mittlere Druckereien eine unüberwindbare Hürde dar, was dazu führt, dass nur wenige große Unternehmen sich das Siegel leisten werden. Personalaufwand, Umstellungen in der Produktion und Kosten schließen viele Marktteilnehmer aus. Profitieren dürften vor allem größere Unternehmen, die sowohl finanziell als auch personell in der Lage sind, den Anforderungen des Blauen Engels nachzukommen. Pikant hierbei: Gerade bei öffentlichen Ausschreibungen ist dieses Umweltsiegel ein Vergabekriterium.

Was als ambitioniertes Projekt für mehr Umweltschutz gedacht war, könnte sich also als wenig hilfreich herausstellen, bei dem hohen bürokratischen und finanziellen Aufwand.

# Wenn Merkblätter Millionen kosten

„Merkblatt“, das klingt unverbindlich und unscheinbar. Ein Merkblatt zu den Besten Verfügbaren Techniken (BVT) in einem Industriezweig erscheint wie eine freundliche Gedächtnisstütze für Unternehmer, die sich über derartige Sachverhalte in einer freien Minute Gedanken machen wollen. Doch diese Einschätzung wird dem Schriftstück nicht gerecht. Auf europäischer Ebene beschlossene Merkblätter über die Besten Verfügbaren Techniken können schnell hohe Investitionskosten im Unternehmen verursachen.

BVT-Merkblätter dienen der Verankerung eines einheitlichen, hohen Umweltschutzniveaus für Industrieanlagen in der EU. Allerdings haben die in ihnen festgeschriebenen Emissionsgrenzwerte nicht nur Empfehlungscharakter, wie es bis zur Einführung der Industrieemissions-Richtlinie im Jahr 2011 der Fall war.

Die darin genannten Emissionsgrenzwerte werden als rechtsverbindliche Orientierungsgrößen in Genehmigungsverfahren herangezogen. Spätestens vier Jahre nach Veröffentlichung im EU-Amtsblatt müssen sie eingehalten werden und schaffen somit faktisch nationales Recht. Die Überarbeitung eines Merkblattes kann hohe Kosten für Unternehmer nach sich ziehen. Denn Betriebe, deren Anlagen die definierten Grenzwerte nicht einhalten, müssen dann zwangsweise in die Modernisierung investieren.

Daher gilt es, die Überarbeitung der Definitionen über die Besten Verfügbaren Techniken und deren Schlussfolgerungen kritisch zu begleiten. Dazu gehört aktuell das Merkblatt „Oberflächenbehandlung unter Verwendung von organischen Lösemitteln“ für Betriebe, die sich auf Heatset-Rollenoffsetdruck, Illustrationstiefdruck oder Flexodruck spezialisiert haben. Ihre Produktion ist mit einem erheblichen Einsatz von Lösemitteln verknüpft. Deren Freisetzung soll mittels im Merkblatt festgeschriebener Richtwerte kontrolliert und reduziert werden.

Die Unternehmen der Druckindustrie setzen sich trotz der schwierigen Marktsituation durch verschiedenste Maßnahmen für den Umweltschutz ein. Überzogene Forderungen und Zwangsinvestitionen würden Betriebe stark belasten und dieses Engagement einschränken. Daher wirkt der Bundesverband Druck und Medien aktiv an der Überarbeitung der Merkblätter mit, um frühzeitig Nachteile für die Druckindustrie abzuwenden.

## Ablauf der Überarbeitung des BVT-Merkblatts





## Alternative Druckfarben im Test

Seit einigen Jahren diskutiert die Branche über Mineralölrückstände in Altpapier und deren Auswirkungen auf Lebensmittel. Denn Altpapiere dienen häufig als Basis für Verpackungen – auch in der Lebensmittelbranche.

Eine offensichtliche Lösung des Problems wäre der Verzicht auf mineralöhlhaltige Druckfarben. Diesen Ansatz verfolgt nun das Umweltbundesamt (UBA) im Coldset-Offsetdruck (Zeitungsdruck) und plant daher eine entsprechende Versuchsreihe. Langfristig sollen hierbei Druckfarben ohne Mineralölbestandteile an Zeitungsrotationen getestet werden. Der bvdm begleitet das Projekt und kommt somit der Selbstverpflichtung von Verbänden und Ministerien nach, den Altpapierkreislauf sowohl quantitativ als auch qualitativ zu verbessern.

Es gilt zu verhindern, dass mineralöhlhaltige Farben per se als bedenklich eingestuft werden.

Obwohl der bvdm die gemeinsamen Ziele der beteiligten Akteure teilt, gilt es jedoch auch zu verhindern, dass mineralöhlhaltige Farben per se als bedenklich eingestuft werden. Dabei steht insbesondere das Untersuchungsdesign unter kritischer Beobachtung. So wies der bvdm im laufenden Verfahren darauf hin, dass bisher keine belastbaren toxikologischen Befunde vorliegen. Auch liefert das angewandte Messverfahren keine ausreichend reproduzierbaren Ergebnisse. Darüber hinaus gibt der Verband zu bedenken, dass ein Alleingang Deutschlands in dieser Frage den Standort benachteiligen könnte. Dies gilt es im Sinne unserer Mitglieder zu vermeiden.

## Schlechtgerechnet

Seit dem Jahr 2001 werden im Umweltbundesamt mit der gleichen Methodik Emissionsstatistiken erstellt. Insbesondere bei flüchtigen organischen Verbindungen (Methan ausgeschlossen) führt diese Erhebung zu sehr hohen Werten, die jedoch nicht der Realität entsprechen. Die Druckindustrie wird schlechtgerechnet, denn sie hat sich in den letzten 14 Jahren rasant gewandelt. So verringerte sich beispielsweise der Einsatz von Lösungsmitteln erheblich. Einer von vielen Faktoren, der in der alten Methodik keine Berücksichtigung findet und somit die Ergebnisse verfälscht.

Um eine neue Erhebungsgrundlage zu schaffen, wurde eine Arbeitsgruppe mit Vertretern aus 16 Verbänden und Unternehmen gegründet. Diese sollen Argumente und Ansätze für die Anpassung der Methodik zur Emissionserhebung erarbeiten. Den Vorsitz hat der bvdm übernommen. Ein erstes Treffen fand im Mai 2015 in Berlin statt.

# Technik + Forschung

Welchen Stellenwert besitzt die Technik in der modernen Druckindustrie, wo heute allenthalben von Marktpotenzialen, Dienstleistungsorientierung und Strategieoptimierung die Rede ist? Nun, Technik ist Mittel zum Zweck – und Zweck ist der wirtschaftliche Erfolg. Das ist in der Druckindustrie genauso wie anderswo. Und dass das reibungslose Zusammenspiel von Maschinen, Geräten, Software und Materialien sowie deren problemlose Handhabung durch die damit arbeitenden Menschen einen entscheidenden Einfluss auf die Wirtschaftlichkeit haben, ist unbestritten.

Der bvdm zeigt Chancen auf, die der technische Fortschritt eröffnet, ist das Sprachrohr der Branche gegenüber ihren Lieferanten und Kunden und vertritt die Interessen der Mitgliedsunternehmen bei der (Weiter-)Entwicklung von Normen und Standards. Sein Ausschuss Technik + Forschung bündelt die Anforderungen der Praxis mit der Fachexpertise von über 150 ehrenamtlichen Technik-Experten zu einer schlagkräftigen technischen Interessenvertretung.



# Wie sehen die Zeitungsprouktionssysteme der Zukunft aus?

*Aktive Unternehmer und Führungskräfte der bvdm-Interessengruppe Zeitungsdruck setzen sich mit Vertretern der Druckmaschinenhersteller über technische Herausforderungen, Entwicklungen und Lösungen für die Zukunft der Zeitungsprouktion auseinander. Ziel der Gespräche ist es, ein klareres Bild von den künftigen Herausforderungen des Zeitungsmarktes zu entwickeln und die dazu passende Prouktionstechnik zu identifizieren.*

## **Hauptanforderungen: Flexibilität und Produktivität**

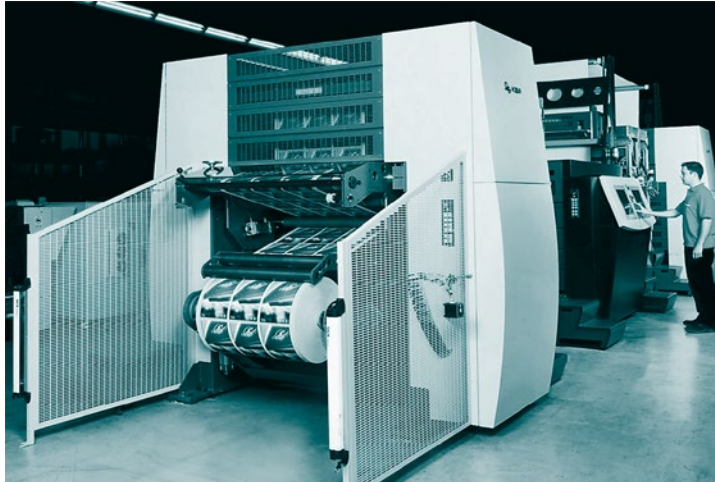
Zwei wesentliche Anforderungen der Anwender wurden bisher in der Diskussion immer wieder deutlich: Einerseits sollen die künftigen Systeme innovativ und flexibel sein, um die Attraktivität der Zeitung bei Lesern und Anzeigenkunden zu sichern und auszubauen, andererseits werden gerade angesichts sinkender Auflagen niedrigere Prouktionskosten angestrebt.

Ob eine Vereinheitlichung der Zeitungsmate, im äußersten Fall sogar auf DIN-Formate, dazu beitragen könnte, das Produktspektrum der Zeitungsprouktionen zu erweitern, wird von den beteiligten Zeitungshäusern unterschiedlich beurteilt. Die individuelle Einschätzung hängt jeweils vom angestrebten Produktspektrum ab, wird aber auch durch den Handlungsspielraum bestimmt, den die jeweiligen Zeitungsproukterlage ihrer Druckerei einräumen.

## **Liegt die Zukunft im Digitaldruck?**

Vor allem jene Zeitungshäuser, die viele Regionalausgaben prouzieren, sehen Potenziale im Inkjetdruck. Mit dem digitalen Druckverfahren könnte die Lokalberichterstattung verstärkt und auch die Regionalisierung der Werbung gesteigert werden. Für größere Auflagen dürfte sich der Digitaldruck aber auch in den nächsten fünf bis zehn Jahren noch nicht eignen. Andererseits könnten damit jedoch durch dezentrale Prouktion die hohen Standort- und Logistikkosten großer Druckzentren vermieden werden.

*Könnte das die  
Zeitungsdruckmaschine  
der Zukunft sein – ein  
digitales Drucksystem?  
[Foto: KBA]*



Personalisierte Zeitungen erscheinen aus logistischen Gründen problematisch. So haben beispielsweise in Großstädten wie Berlin Zeitungszusteller oftmals keinen Zugang zu den Briefkastenanlagen in Mehrfamilienhäusern. Nicht zuletzt deshalb wird der Sinn von Hybridmaschinen eher skeptisch beurteilt.

### **Diskrepanz zwischen Nutzungsdauer und Prognosehorizont**

Die Nutzungszeiträume für Investitionen in Zeitungsrotationen liegen typischerweise bei 15 bis 25 Jahren. Angesichts der dynamischen und langfristig kaum vorhersagbaren Entwicklung des Zeitungsmarktes (der Prognosehorizont liegt bei maximal fünf Jahren) birgt jede Investitionsentscheidung daher hohe Risiken. Investitionen in Digitaldrucksysteme werden obendrein im Hinblick auf Verfügbarkeit, Verschleiß, Wartungsaufwand und Ersatzteilversorgung sowie die Möglichkeiten zum Upgrade und Retrofit als problematisch eingeschätzt. Auch tun sich die Zeitungsdruckereien damit schwer, sich an die Verbrauchsmaterialien des jeweiligen Systemlieferanten zu binden und mit Klickkosten kalkulieren zu müssen. Diese für den Digitaldruck üblichen Gepflogenheiten gehen zu Lasten der Flexibilität und sind damit letztlich Kostentreiber.

Einerseits sollen die künftigen Systeme innovativ und flexibel sein, andererseits werden niedrigere Produktionskosten angestrebt.

### **Große Dialogbereitschaft**

Die an den bisher zwei Gesprächsrunden beteiligten Herstellerunternehmen betonten, dass sie im Zeitungsbereich einen attraktiven Markt sehen, betonten aber auch die flexible Einsatzmöglichkeit von Digitaldrucksystemen über die Zeitungsproduktion hinaus. Es zeigte sich einmal mehr, dass die Frage nach der richtigen Technologie nur vor dem Hintergrund des jeweiligen Geschäftsmodells beantwortet werden kann. Die von allen Beteiligten als sehr fruchtbar angesehenen Gespräche werden fortgeführt.

# Mit geprüften Digitaldrucksystemen auf der sicheren Seite

*bvdm, printXmedia und Fogra entwickeln gemeinsam Grundlagen, um digitale Drucksysteme zu prüfen. Sie sollen helfen, die Investitionssicherheit zu steigern sowie Missverständnisse und Konflikte zwischen Druckereien und Systemherstellern zu vermeiden.*

## **Erfüllt das gelieferte System die Erwartungen?**

Manchmal kommt das böse Erwachen, wenn es zu spät ist. Ein Kundenauftrag mit besonders diffizilen Anforderungen an den Bildpasser, die Auflösung oder die Konstanz der Farbwiedergabe bringt es ans Licht: Das kürzlich erst neu aufgestellte Digitaldrucksystem – mit großen Erwartungen verknüpft – genügt den Ansprüchen nicht. Die Diskussionen zwischen dem Anwender und dem Hersteller des Systems, die nun geführt werden müssen, versprechen alles andere als angenehm zu verlaufen; im schlimmsten Fall droht früher oder später der Abbruch der Geschäftsbeziehungen. Aber das muss nicht sein.

## **Mit definierten Kriterien unangenehme Überraschungen vermeiden**

Mit sorgfältig definierten Qualitätskriterien – beim Vertragsabschluss mit Sollwerten im Pflichtenheft festgeschrieben und nach der Installation des Drucksystems geprüft – könnten unangenehme Überraschungen vermieden werden. bvdm und Fogra haben jetzt vereinbart, gemeinsam relevante Kriterien zu identifizieren und geeignete Prüfmethode dafür zu entwickeln. Mit von der Partie sind die

printXmedia-Gesellschaften der Druck- und Medienverbände, die ihre Expertise aus der technischen und strategischen Beratung von Digitaldruck-Anwendern einbringen und mit der Fogra zusammen ein Dienstleistungspaket rund um die Systemprüfung Digitaldruck schnüren werden.

Mit sorgfältig definierten Qualitätskriterien können unangenehme Überraschungen vermieden werden.

## **Anforderungen unterscheiden sich vom Offsetdruck**

Das Erarbeiten der Prüfkriterien ist eine anspruchsvolle Aufgabe, denn die im Offsetdruck etablierten Abnahmerichtlinien sind nur in Ausnahmefällen auf den Digitaldruck übertragbar. Da beide Druckverfahren völlig unterschiedlich sind, müssen die neuen Prüfmethode speziell auf die Eigenschaften von Digitaldruckmaschinen abgestimmt sein. Wichtige Erkenntnisse

dazu soll das vom Freistaat Bayern geförderte Fogra-Forschungsprojekt „Grundlagen zur Maschinenabnahme im digitalen Produktionsdruck“ liefern.

Die späteren Prüfrichtlinien werden zwar Testformen und Prüfmethode beschreiben, jedoch keine Sollwerte enthalten. Denn anders als bei Offsetmaschinen sind bei Digitaldrucksystemen sowohl die Erwartungen der Anwender als auch die von den Herstellern angebotenen Lösungen sehr vielfältig. Einheitliche Sollwerte für die Maschinenprüfung würden die Bemühungen beider Seiten konterkarieren, für die jeweilige Produktionsanforderung das am besten geeignete Digitaldrucksystem auszuwählen. Sinnvoll sind daher nur individuell vereinbarte Sollwerte. Diese orientieren sich an der Bedeutung, die dem jeweiligen Prüfparameter angesichts der Aufgaben zukommt, die insgesamt an das System gestellt werden.

### **Erste Systemprüfungen voraussichtlich 2016**

Die fertigen Richtlinien sollen in der ersten Hälfte des DRUPA-Jahres 2016 veröffentlicht werden. Ab dann werden die Partner auch Systemprüfungen anbieten, damit sowohl die Käufer als auch die Anbieter der Systeme auf der sicheren Seite sind.

## **Entwicklung einer Prüfmethode zur Abnahme von Lackierwerken an Bogenoffsetmaschinen in Arbeit**

Käufer von Bogenoffsetmaschinen erwarten im Rahmen der Druckmaschinenabnahme auch eine Aussage zur Funktionstauglichkeit des Lackierwerkes. Eine sinnvolle Prüfmethode scheidet zurzeit noch daran, dass Schichtdickenunterschiede bei der Lackübertragung, die z. B. die Funktion von Schutz- oder Blisterlackierungen beeinträchtigen können, messtechnisch nicht zuverlässig nachweisbar sind. Denn in der Alltagsproduktion sind Änderungen des Lackglanzes durch Schichtdickenschwankungen unerwünscht, sodass Lackhersteller ihre Rezepturen dementsprechend optimiert haben: Trotz starker Schichtdickenunterschiede lassen sich oft keine Unterschiede der Glanzwerte feststellen.

Eine Arbeitsgruppe mit Vertretern des bvdm, der printXmedia-Gesellschaften und dem Sächsischen Institut für die Druckindustrie (SID) prüft derzeit mit Unterstützung des Lackherstellers Actega Terra, ob die Prüfung mit einem speziell für diesen Zweck rezeptierten Testlack aussagekräftige und reproduzierbare Prüfergebnisse ermöglicht.

Hierzu sind zahlreiche Labor- und Praxistests erforderlich. Führen sie zu den gewünschten Resultaten, wird der bvdm die Abnahmerichtlinien für Bogenoffsetdruckmaschinen um Prüfvorschriften für Lackierwerke ergänzen.

# Drucken in der dritten Dimension

Die neue bvdm-Publikation „Geschäftsfeld 3D-Druck – Perspektiven für Druck- und Medienunternehmen“ leuchtet die Chancen und Risiken des Einstiegs in den 3D-Druck aus.



➔ Seite 86

## Geschäftsfeld 3D-Druck – Perspektiven für Druck- und Medienunternehmen

Orientierungshilfe für den Einstieg in die additive Fertigung dreidimensionaler Objekte

108 Seiten, DIN A4, mit über 100 Abbildungen und Tabellen  
Art.-Nr. 85504

Mitgliedsunternehmen erhalten die Publikation kostenlos.  
Preis für Nichtmitglieder: € 69,-  
zuzüglich MwSt. und Versand

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

## Hype oder potenzielles Geschäftsfeld?

Wird in der Druckindustrie über Innovationen gesprochen, so fällt in jüngster Zeit nahezu zwangsläufig der Begriff „3D-Druck“. Und während die einen die „additive Fertigung“ als Hype abtun („Das hat doch mit Drucken rein gar nichts zu tun!“), schwärmen andere von ihren enormen Potenzialen, angefangen bei der farbigen Gipsfigur der Freundin über den Zahnersatz und die Pizza „on demand“ bis hin zum individuell designten fahrbaren Untersatz. Diese Potenziale sind unzweifelhaft vorhanden, und dem 3D-Druck wird eine große Zukunft vorausgesagt. Aber eröffnet er auch eine echte Perspektive für das Dienstleistungsangebot von Druck- und Medienunternehmen? Dieser Frage widmet sich eine neue Veröffentlichung des bvdm.

## Systematische Darstellung mit Fokus auf die Druckindustrie

Nachdem das Thema 3D-Druck in der Branche bisher hauptsächlich auf Kongressen und Fachmessen vertieft wurde, liegt mit der Publikation „Geschäftsfeld 3D-Druck – Perspektiven für Druck- und Medienunternehmen“ nun erstmals eine umfassende und systematische Darstellung vor, die sich gezielt an Unternehmer und Führungskräfte der Druckindustrie richtet.

## Potenziale erkennen und nutzen

Die technischen Möglichkeiten der additiven Fertigungstechnik werden detailliert beschrieben – von der Digitalisierung dreidimensionaler Objekte über die verfügbaren Materialien bis zu den Druck- und Nachbearbeitungsverfahren. Dabei werden Aspekte wie Produktionsgeschwindigkeit und Produktqualität betrachtet, Datenformate erläutert sowie die Möglichkeiten und Grenzen des mehrfarbigen 3D-Drucks aufgezeigt. Einen Schwerpunkt setzt die Veröffentlichung bei der Bewertung von Chancen und Risiken, die sich speziell für Druck- und Medienunternehmen ergeben, wenn sie in das noch junge und dynamische Geschäft mit dem 3D-Druck einsteigen.



➤ Seite 81

*Der jährliche Treffpunkt Technik bietet Raum für die Diskussion über neue Projekte.*



## Treffpunkt Technik bündelt Know-how der Branche

*Beim jährlichen Treffpunkt Technik in Berlin befassten sich die Technik-Gremien des bvdm am 16. und 17. Oktober 2014 mit innovativen Branchenthemen und der Lösung technischer Probleme.*

Zwei Tage geballte Fachinformation, persönliche Gespräche und fachübergreifendes Networking machten den Treffpunkt Technik 2014 zu einem vollen Erfolg. Rund 80 Experten aus Druck- und Medienunternehmen, Zulieferindustrie und Forschungseinrichtungen diskutierten Fragen rund um die Themen Prozesssteuerung, Qualitätssicherung und Materialeinsatz.

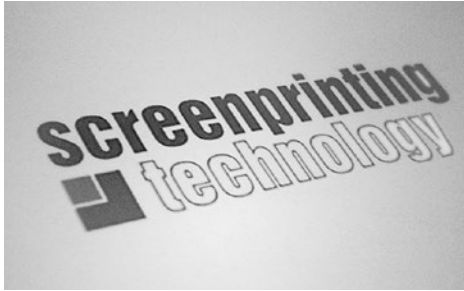
Das „Forum Innovation“ zum Auftakt der Tagung präsentierte unter anderem Themen wie „Barrierefrei und mobil publizieren“, „Digital Asset Management“, und „Geschäftsfeld 3D-Druck“. Matthias Tietz, Geschäftsführer der Rheinisch-Bergischen Druckerei in Düsseldorf und Vorsitzender des bvdm-Ausschusses Technik + Forschung, resümierte: „Jeder von uns ist permanent auf der Suche nach Impulsen und Lösungen – technisch, marktorientiert und strategisch. Beim Treffpunkt Technik gelingt es, über den eigenen Tellerrand hinauszublicken und gemeinsam mit Kollegen unternehmensübergreifende Lösungen zu erarbeiten.“

Der Ausschuss Technik + Forschung mit seinen Fachbereichen und Interessengruppen unterstützt durch seine Arbeit die Unternehmen der Branche dabei, ihre

qualitativen und wirtschaftlichen Ziele in Einklang zu bringen und neue Märkte zu erschließen. „In den Technik-Gremien des bvdm entscheiden die Mitgliedsunternehmen über die Ziele, die sich die Verbandsorganisation für ihre Arbeit setzt. Wer hier mitarbeitet, kann viel Positives für die Druck- und Medienindustrie und damit letztlich für das eigene Unternehmen bewegen“, unterstreicht Harry Belz, Technik-Referent des bvdm und Projektleiter des Treffpunkt Technik, die Relevanz der Veranstaltung.

Beim Treffpunkt Technik gelingt es, über den eigenen Tellerrand hinauszublicken.

Dass die Mitglieder der bvdm-Technik-Gremien auch eine Pionierrolle übernehmen, wenn es um das Anwenden der erarbeiteten Ergebnisse geht, liegt in der Natur der Sache – erfahren sie doch beim Treffpunkt Technik als Erste, welche Früchte ihre Arbeit getragen hat.



➤ Seite 86

*Siebdrucker sind eingeladen, ihre Beispiele auf dem Portal zu präsentieren*

## Technischer Siebdruck – Themenwebsite demonstriert einzigartige Möglichkeiten

Der Technische Siebdruck bietet einzigartige Möglichkeiten im funktionalen Druck und kann aufgrund der Anforderungen an Materialien, Substrate und Nutzungseigenschaften nur begrenzt substituiert werden. Trotzdem wissen selbst Fachleute häufig zu wenig über Anwendungen und Einsatzfelder.

Der bvdm und das Deutsche Institut Druck (DID) betreiben deshalb die Erstellung der Themenwebsite [www.screenprinting-technology.org](http://www.screenprinting-technology.org). Sie soll potenziellen Kunden, Produktentwicklern, aber auch Nachwuchskräften aktuelle Informationen und Anregungen für marktgerechte, innovative Lösungen im Siebdruck bieten. Sprachversionen sind Deutsch und Englisch. Eine Demoversion der Webseite mit typischen Beispielen wurde erstellt. Die erste Präsentation von Ergebnissen erfolgte im Mai bei der Fespa 2015 in Köln.

### **Für die Praxis: Anwendungsbeispiele aus vielen Branchen**

Die Inhalte der Website [www.screenprinting-technology.org](http://www.screenprinting-technology.org) werden in enger Zusammenarbeit mit Herstellern und Anwendern von Systemen und Materialien erarbeitet. Die Unternehmen haben entsprechend ihren Arbeitsschwerpunkten die Möglichkeit, Anwendungsbeispiele in der Website zu präsentieren und damit auch ihren Zielgruppen zugänglich zu machen.

Die Themenwebsite bietet Anregungen für marktgerechte, innovative Lösungen im Siebdruck.

Konzeption und redaktionelle Betreuung der Website erfolgen durch Experten und Praktiker in einem Redaktionsteam (bvdm/DID, Anwender, HdM Stuttgart, Systemhersteller). Damit ist gewährleistet, dass die Website mit authentischen Inhalten einen hohen Nutzwert für die Zielgruppen hat. Die Finanzierung des Projektes erfolgt durch das Deutsche Institut Druck, flankiert von Fördermitteln und Beiträgen aus der Industrie. Das Projekt ist zunächst für zwei Jahre Laufzeit geplant. Für Interessenten und Projektpartner steht der bvdm als Ansprechpartner zur Verfügung.

# Erhöhung der Prozesssicherheit im Großformatdruck

Im Herbst 2014 nahm die Projektgruppe „FB Mediovorstufe, IG Digitaldruck“ ihre Arbeit auf. Sie traf sich in Ratingen bei der Vignold Group, um Klassifizierungen und Standards bei Materialien und Geräten im Großformat-Digitaldruck zu schaffen. Das hilft den Betrieben, ihre Materialwirtschaft, die Produktionsplanung und auch Qualitätskontrollen zu optimieren.

Dabei muss eine gewisse Vereinfachung greifen: Material-Klassen, Geräte-Klassen, typische Vertreter. Derzeit ist „ISO Coated V2“ bzw. Fogra39 die Referenz bei angelieferten Daten. Der Offset-Farbraum „ISO Coated V2“ stimmt aber oft mit dem Farbraum von LFP-Inkjet-Produkten nicht überein. Typische Referenz-Materialien und Substrate für LFP-Inkjet-Digitaldruck wurden durch die Projektgruppe benannt und in drei Hauptkategorien sortiert.

## 1. Platten

tafelförmiges Material – Referenzmaterial: Hart-PVC, 0,3/0,5

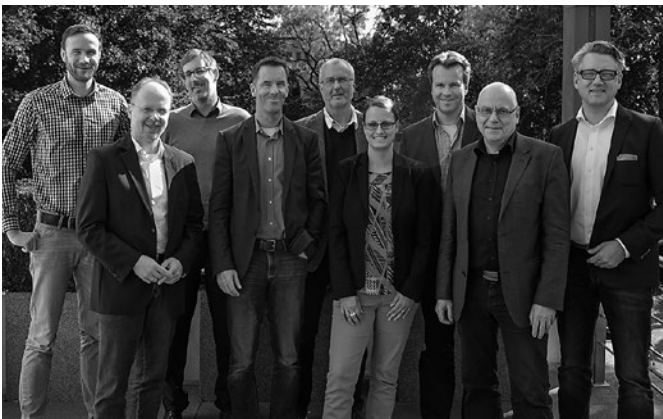
## 2. Folien

beschichtet, unbeschichtet, matt, semimatt, glänzend bzw. Backlit, opak

## 3. Textile Substrate

beschichtet, unbeschichtet

Die Durchführung und Auswertung von Testdrucken auf ausgewählten Referenzmaterialien wurde vereinbart. Testdrucke sollen mit einer einheitlichen Testform im Format A0 bei beteiligten Anwendern durchgeführt werden. Die Projektgruppe bewertet diese Vorgehensweise als geeignet zur Schaffung von Standard-Referenzen für wichtige Anwendungen im LFP-Inkjet-Digitaldruck. Es sollen praxisbezogene Empfehlungen zur Optimierung der Qualität und Erhöhung der Prozesssicherheit aus diesen Maßnahmen erarbeitet werden.



➔ Seite 79

*Die Projektgruppe traf sich erstmals im Herbst 2014 in Ratingen.*



*Vorbereiten, Drucken  
Überprüfen. Vor der  
Empfehlung einer  
neuen Norm muss jedes  
Detail stimmen.*

## **Neue Druckbedingungen nach ISO 12647-2 – aufwändige Vorbereitungen dauern an**

Im Dezember 2013 erschien die neue Fassung der ISO 12647-2 für den Offsetdruck, die wichtigste Grundlage des Prozessstandard Offsetdruck. Die neue ISO 12647-2 berücksichtigt die jüngsten Entwicklungen bei Messtechnik und Normlicht – insbesondere beim Umgang mit optischen Aufhellern – und verspricht daher Vorteile beim Qualitätsmanagement. Durch die Änderungen der Norm sind verschiedene Umstellungen im Produktionsprozess erforderlich, was für die Anwender mit Aufwand verbunden ist.

Die neuen Druckbedingungen nach ISO 12647-2 (Charakterisierungsdaten, ICC-Profile) müssen sorgfältig vorbereitet und in der Praxis überprüft werden. Dazu haben im Jahr 2014, koordiniert von bvdm, ECI und Fogra, zahlreiche Testdruckserien mit Betaversionen (Profile) bei Anwendern und Herstellern im deutschsprachigen Raum stattgefunden, die anschließend ausgewertet wurden.

Die Ergebnisse waren bisher nicht in allen Punkten zufriedenstellend, speziell was die Übereinstimmung von Prüfdruck und Auflagen-  
druck betrifft. Weitere Auswertungen, Überarbeitungen der Daten und Tests finden im ersten Halbjahr 2015 statt. Mit Ergebnissen kann ab Herbst 2015 gerechnet werden.

Die neue Norm wird erst dann zur Anwendung empfohlen, wenn die entsprechenden Charakterisierungsdaten und ICC-Profile durch bvdm, Fogra und ECI ausreichend erprobt wurden und geeignet sind, dem professionellen Einsatz in der täglichen Praxis gerecht zu werden. Bis dahin gelten die bisherigen Druckbedingungen nach ISO 12647-2 uneingeschränkt. Diese Vereinbarung ist Ergebnis von Beratungen der Anwender, der Verbände Druck und Medien und der Fogra im Oktober 2014.

## Multicolor-Digitaldruck schafft Mehrwert für Kunden

„Der Digitaldruck gibt uns bisher noch nicht dagewesene Möglichkeiten in der Kundenansprache und Kommunikation und wird sich auch in den folgenden Jahren mit immer neuen Anwendungen immens weiterentwickeln.“

*Henning Rose, Wegner GmbH*

Das Projekt: die automatisierte und vorhersehbare Umsetzung angelieferter Druckdaten in den hochwertigen Multicolor-Digitaldruck. Ziel ist ein deutlich erweiterter Farbumfang durch drei zusätzliche Prozessfarben (Orange, Grün, Violett) im Hochvolumen-Digitaldruck. Der Arbeitsablauf: von der Datenerstellung bis zur komplett automatisierten Verarbeitung im optimierten Digitaldruckworkflow inklusive der zugehörigen Messmethoden. Die automatisierte Umsetzung auf Kundenseite und im Fachbetrieb erlaubt es, mit dieser sehr komplexen Technik sicher zu produzieren. Der Nutzen: Mehrwert für Kunden durch erweiterte Farbräume, neue Qualität der Bildwiedergabe.

## Das QualitätsSiegel Digitaldruck: aus der Praxis für die Praxis



*Das Qualitätssiegel ist der Nachweis für geprüfte Qualität im Digitaldruckbereich.*

Das QualitätsSiegel Digitaldruck – kurz QSD – wurde von den Verbänden Druck und Medien und deren Beratungsgesellschaften printXmedia in enger Zusammenarbeit mit renommierten Digitaldruckereien entwickelt. Die Branche verfügt damit über eine praxisgerechte Bewertung der Digitaldruckqualität. Schwerpunkte des QSD sind die Beratungs- und Medienkompetenz des Teams im Unternehmen, der Umgang mit variablen Daten sowie das korrekte Colormanagement. Zielsetzung kann ebenso eine optische Anpassung des Digitaldruckes an andere Druckverfahren sein, etwa den Offsetdruck nach ISO 12647-2. Schon wenige Monate nach Einführung hat eine Reihe von namhaften Unternehmen die Prüfung zum QualitätsSiegel Digitaldruck erfolgreich absolviert. Die Akzeptanz des praxisgerechten QSD bei Unternehmen und Kunden ist hoch.

### Permanente Weiterentwicklung

Die Prüfkriterien des QSD werden von einem neutralen Expertenteam kontinuierlich gesichtet und weiterentwickelt. Die Inhalte des QSD richten sich stets nach den technischen Möglichkeiten des Systems und nach sinnvollen, praxisorientierten Anforderungen. [➔ qsd-insider.de](http://qsd-insider.de)

# Kommunikation

*„Wer nicht redet, wird nicht gehört.“*

Helmut Schmidt

Die Kommunikation des bvdm geht viele Wege, kennt zahlreiche Töne, hat unterschiedliche Lautstärken – aber immer dasselbe Ziel: die Unterstützung der Druckindustrie und ihrer Unternehmen.

Experten des Verbandes beobachten und bewerten daher die Entwicklung unternehmensrelevanter Rahmenbedingungen in den Bereichen Wirtschaft, Recht, Sozialpolitik, Bildung, Umweltschutz sowie Technik und Forschung. Aus dieser Arbeit entstehen Positionen, die – in unterschiedlicher Form – vertreten werden. Gegenüber der Politik, gegenüber Sozialpartnern, gesetzgebenden Organisationen, in Ausschüssen und Fachgremien, auf offener Bühne oder im Hintergrundgespräch. Und während Positionspapiere, Briefe oder Petitionen eher still von Schreibtisch zu Schreibtisch gehen, werden – wenn es denn dem Zwecke dient – einige Forderungen auch mal laut und zum Beispiel über die Medien kundgetan.



# Print setzt wieder auf Print

*Noch vor einem Jahr waren Zeitungen und Zeitschriften voll von Meldungen, die den Niedergang von Print verkündeten. Manche Blätter sind tatsächlich nicht mehr da. Aber es sind neue entstanden. Und die Stimmung in der schreibenden Zunft hat sich deutlich gewandelt.*

Hochglanzmagazine stehen hoch in der Gunst von Modemarken, schreibt die Werben & Verkaufen. Automagazine bleiben in der Spur, meint das Fachblatt Horizont. Von immer mehr Onlineportalen, die eigene gedruckte Magazine starten, schreibt die Journalistin Corinna Mühlhausen. Hieß es noch vor nicht allzu langer Zeit, das Web würde Print einfach wegbeamern, wissen Giganten wie Zalando oder Amazon heute, welche Effekte sie mit gedruckten Katalogen erreichen können.

- Verpackungen wurde in der Studie Touchpoint nun erstmalig amtlich bestätigt, dass sich ihre Werbewirkung sogar mit TV messen lässt.
- Für 12- bis 19-Jährige ist die Zeitung glaubwürdiger als Fernsehen oder Internet, belegt die JIM-Studie 2014.
- Dagegen hörten im vergangenen Jahr 1.000.000 weniger Menschen Radio als noch im Jahr zuvor – schreibt der Berliner Tagesspiegel.

Ob ARD und ZDF mit gut 500 Stunden Karnevals- und Faschingssendungen an Zuschauern gewinnen, steht in den Sternen; ein Umfeld für Werbung zur gehobenen Markenbildung ist das wohl kaum. Und auch Biathlon und oder das Große Schlüpfen sprechen vermutlich nur sehr ausgewählte Zielgruppen an (vom gebührenpflichtigen Bildungsauftrag soll hier nicht die Rede sein).

Der Mediaplaner Thomas Koch fasst diese Entwicklung mit den Worten zusammen, es seien die Printmedien, die erfolgversprechende Lösungen für Kommunikationsaufgaben bieten. Und Rupert Wild, Geschäftsführer der Agentur White Communications, sagt: „Das haptische Erlebnis und die Opulenz der bildlichen Inszenierungen machen einen wichtigen Teil der Printfaszination aus“.

**„Der Auflagenrückgang wird sich verlangsamen, die Werbeerlöse bleiben stabil.“**

*Helmut Heinen, Präsident des BDZV*

## Der Meinungsmarkt ist wieder im Lot

Nach Jahren einseitiger Medienberichterstattung, in denen ausgerechnet Printjournalisten allzu oft den Abgesang auf Druck pfliegten, hat sich das Blatt gewendet – Druckerzeugnisse werden wieder geschätzt, ihre Stärken öffentlich gepriesen. Und auch Agenturen, die sich von der vermeintlichen Allmacht der Online-Medien haben blenden lassen, entdecken Print wieder als kraftvolles Instrument, das Menschen erreicht, überzeugt und bewegt.

Kunden haben das schon vor einer ganzen Weile verstanden. So warb ALDI im Herbst 2014 auf dem Titel



# 50




Rund 50 Mal im Monat lieferten die Medien der Öffentlichkeit Informationen, die direkt aus dem bvdM kamen. Dazu gehörte Neues aus den branchenrelevanten Bereichen Wirtschaft, Recht, Sozialpolitik, Bildung, Umwelt, Technik + Forschung. Und sie bekamen Daten und Fakten über Märkte, Produkte und Innovationen sowie natürlich immer wieder viele gute Argumente für Print.

einer großen Zeitung dafür, dass innen seine Beilage zu finden war, und Real hat seine Werbeinvestitionen von 2013 auf 2014 um 1.637 Prozent erhöht.

Ikea schließlich hat dem Medium Print die Krone aufgesetzt. Das Unternehmen hat nicht nur 219 Mio. Kataloge drucken lassen und damit weltweit den Rekord gebrochen. Es hat mit dem Spot „Experience the power of a book“ auch rund um den Globus für die Vorzüge des gedruckten Werkes geworben. Treffend, überzeugend und ungemein sympathisch. Die Druckindustrie sagt: DANKE!

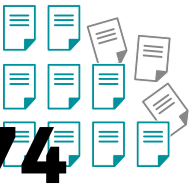
### Alles wieder gut?

Auch wenn sich die Berichterstattung deutlich ins Positive gedreht hat, sich die Stimmen pro Print wieder mehren – die Branche hat zu kämpfen. Verlorenes Terrain wird sich nicht zurückerobert lassen. Eher gilt es, neue Märkte und neue Produkte zu entwickeln und auch kommunikativ zu vermarkten. Über Pressearbeit, auf Veranstaltungen, über das Internet und im persönlichen Gespräch. Auch das gehört zu den Aufgaben der Verbände. Im vergangenen Jahr ist es an vielen Stellen gut gelungen.



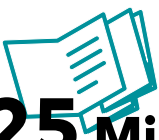
## 49 Mio.

Deutsche lesen mindestens einmal pro Woche Prospekte, Handzettel und Beilagen.



## 74

von 100 Befragten einer Nielsen-Studie lesen die Werbriefe, die sie bekommen.



## 25 Mio.

Kundenmagazine erreichen 25 Millionen Menschen in Deutschland.



## 60%

Rund 60 Prozent aller Frauen informieren sich zu Modetrends am ehesten über Zeitschriften.



## 60%

Verpackungen liefern für rund 60 Prozent der Konsumenten den finalen Kaufimpuls im Laden. Ihre Glaubwürdigkeit liegt deutlich über dem anderer Werbemittel.




## 1.569

Es gibt 1.569 verschiedene Zeitschriften, 60 Prozent Steigerung in den letzten 20 Jahren.



## 9 Mio.

Rund 9 Milliarden Euro fließen in volladressierte Werbesendungen und steigern die Besucherfrequenz des Handels.




## 74%

1.406 verschiedene Anzeigenblätter sind für 75 Prozent der befragten Leser eine wichtige Informationsquelle für den Einkauf.



## 67%

der Online-Käufer informieren sich vor dem entscheidenden Klick am Rechner im gedruckten Katalog.



## 51%

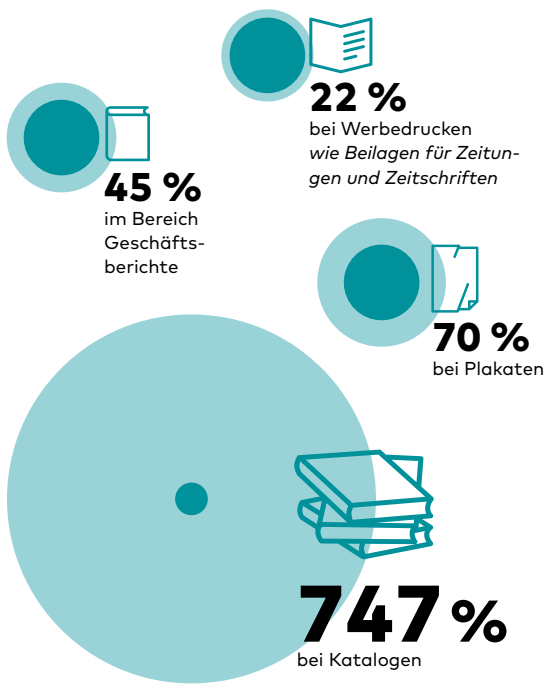
befragter Studienteilnehmer haben sich von einem Plakat animieren lassen, sich nach einem Produkt zu erkundigen oder es zu kaufen.



## 66%

befragter Gaststättenbesucher lesen die Werbung auf Bierdeckeln, 82 Prozent finden sie sympathisch.

### Steigerungen in den vergangenen 5 Jahren



## Der erste Digitaldruck-Kongress in Deutschland

Jahrzehnte hat es gebraucht, bis Digitaldruckverfahren eine nennenswerte Marktreife erreicht hatten, und noch immer ist der Anteil des Digitaldrucks im Gesamtmarkt Print vergleichsweise klein. Aber: Er hat sich in den vergangenen fünf Jahren nahezu verdoppelt und in Verbindung mit intelligentem Datenmanagement entstehen völlig neue Geschäftsfelder. [➔ Digital boomt, Seite 17](#)

Auf dem Digitaldruck-Kongress 2015 am 19. Februar 2015 in Düsseldorf wurden erstmals sämtliche aktuellen Themen rund um den Digitaldruck behandelt. 16 Experten aus der Praxis stellten den gut 200 Teilnehmern Märkte, Anwendungen, Strategien und Techniken vor und präsentierten in Fallstudien Möglichkeiten und Erfolgsaussichten neuer Produktionsverfahren.

## Erster Deutscher Druck- und Medientag in München

Erstmals bündelten der Bundesverband Druck und Medien und der bayerische Landesverband VDMB ihre Jahrestagungen und verknüpften sie mit dem branchenweit etablierten Unternehmerforum des bvdm. Damit entstand – in enger Kooperation mit sämtlichen Verbänden der Branche – ein neuer, einmaliger Treffpunkt für die Industrie.

### Printbuying der Zukunft

Im Fokus der Veranstaltung mit über 250 Teilnehmern stand das Thema „Printbuying der Zukunft“. Während Konzerne wie die Deutsche Bahn Aufträge nur über offizielle Ausschreibungen vergeben, gilt es bei anderen Auftraggebern, die Zusammenarbeit so kundenorientiert aufzusetzen, dass die Druckerei zum selbstverständlich integrierten Partner eines Kommunikationsprozesses wird. Aufwändig sei beides, aber ohne diesen Fleiß und entsprechende Kompetenzen ginge es nicht, waren sich die Experten auf dem Treffen einig. Zu den Kompetenzen, die Druckereien heute erfolgreich machen, gehören Marketingwissen, Kenntnisse

des Marktumfeldes der Kunden, Trends in der Zielgruppenansprache und daraus abgeleitet die Beratung des Kunden im Hinblick auf das richtige Produkt.

### Billig oder Preis wert?

Kritisiert wurde die Tatsache, dass Aufträge zunehmend zwischen Controllern und Brokern von Einkaufsagenturen ausgehandelt würden – beides nicht immer Experten für Produktion, Material, Verarbeitung oder Wirkungsweisen von Druckerzeugnissen. Ihr Entscheidungskriterium: zu oft allein der kleine Preis. Studien belegen jedoch, dass sowohl für die erfolgreiche Unternehmenskommunikation als auch den Vertrieb gute, zielgruppenorientierte Druckprodukte ganz entscheidende Instrumente sind. Die Rechnung „Hauptsache billig“ geht also nach hinten los. Die Druckerei bleibt hinter ihren Möglichkeiten, der Auftraggeber verfehlt sein Kommunikationsziel, das Medium Druck verliert an Renommee. Hier sind die Verbände aktiv, um den Wert von Druck wieder stärker ins Licht der Öffentlichkeit zu rücken. Denn guter Druck ist seinen Preis wert.

## Ein Gedankenspiel



Das Internet wurde 1450 von einem gewissen Johannes Gensfleisch erfunden, der sich aber stets unter dem Pseudonym „Gutenberg“ einloggte. Über das weltweite Netz wurde anfangs die Bibel verbreitet; viel später, vor gut 100 Jahren, entdeckte die Werbung das Web.

Plötzlich aber kommt ein Brite daher, nennen wir ihn Tim Berners-Lee, der hat die Idee, Bäume in Scheiben zu schneiden. Und zwar in hauchdünne, die man knicken und rollen kann, um sie überallhin mitzunehmen. Besser noch: Diese Baumscheiben, man bezeichnet sie liebevoll als Blätter, lassen sich in schneeweiße, sogar glänzende Flächen verwandeln – und die kann man mit bunten Bildern und Texten versehen.

Diese Innovation wird von der Menschheit als Durchbruch gefeiert. Endlich gibt es ein Medium, das Content nicht virtuell in Computern und Handys versteckt, sondern das für jeden Kunden einzeln hergestellt wird, das sogar in private Haushalte darf, das man ohne Strom lesen kann, das man – je nach Inhalt – streicheln oder zerknüllen kann. Die Menschheit verneigt sich vor dieser Idee, sie prophezeit gar dem alten Internet das nahe Ende, was natürlich Unsinn ist.

Die Blätter entwickeln sich in rasantem Tempo. Schnell lesen 83 Prozent aller Frauen speziell auf ihre Interessen ausgerichtete Targetingblätter. Gerade die Werbebranche ist sich einig: Endlich ein Medium, das echter Fortschritt ist. Als wertvoller, ganz persönlicher Werbeträger! Grund genug für W&V, dem Medium erstmals ein Sonderheft zu widmen.

Ein Gastbeitrag von Jochen Kalka, Chefredakteur der W&V. Das Sonderheft #Print lag der W&V Nr. 16 im April 2015 bei.

## Frisch gemacht

Aufmerksame Leser werden es vielleicht schon bemerkt haben: Der bvdm hat sich einer kleinen Verjüngungskur unterzogen.

Die Bearbeitung eines Erscheinungsbildes ist keine Sache, die man leichtfertig angeht. Sie will gut überlegt und gerechtfertigt sein. Mehrere Aspekte sprachen jedoch eindeutig dafür. Zum einen hatte sich über die Jahre eine Vielzahl unterschiedlicher Schriften für verschiedene Verwendungszwecke angesammelt, Regeln sind ins Schwimmen geraten und die frühere Logik galt nicht mehr. Zum anderen hatten neue Instrumente und erweiterte Tätigkeitsbereiche eine Ausdehnung des Farbspektrums zur Folge. Dies war zwar pragmatisch eingeführt und praktisch angewendet, aber noch nicht ausreichend systematisiert.

Und da man das Rad nicht zurückdrehen kann, haben wir beschlossen, beherzt vorwärts zu gehen. Auch wenn es manche zunächst verunsicherte, gewohnte Schriften aufzugeben – es hat sich gelohnt. Mit unserer neuen Hausschrift, der FF Mark aus dem Jahr 2013, schlagen wir eine Brücke zu den Schriftklassikern der 1920er Jahre. Allerdings mit einer zeitgemäßen Anmutung und allen Annehmlichkeiten, die eine moderne Schrift zu bieten hat. Sie ermöglicht es uns, auf nahezu allen Kanälen einheitlich und wiedererkennbar zu kommunizieren.

Und auch unsere Hausfarbe hat den Sprung ins 21. Jahrhundert geschafft: Sie hat sich von „Mint“ zu „Petrol“ verschoben. Zusammen mit einer großzügigen Prise Weiß und einem leuchtenden Orange ergibt das einen kontrastreichen und starken Auftritt. Einen Auftritt, der seine Wurzeln in der Vergangenheit hat und gleichzeitig selbstbewusst in die Zukunft schaut.

Achja – eine Kleinigkeit hat sich doch maßgeblich geändert. Wir setzen in unserem Logo nun auf Punkt statt Pixel. Denn wir glauben fest an Print.

### Unser Logo

*vorher*

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

*nachher*

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

*back to the roots: aus Pixel wird Punkt*

# Das Netzwerk der deutschen Druck- und Medienindustrie

7

10

7

1

14

3

4

13

11

8

1

9

① **Verband Druck und Medien in Baden-Württemberg**  
Ostfildern-Kernat

② **Verband Druck und Medien Bayern**  
München · Nürnberg

③ **Landesverband Druck und Medien Bremen**  
Bremen

④ **Verband Druck und Medien Hessen**  
Frankfurt am Main

⑤ **Verband Druck und Medien Mitteldeutschland**  
Leipzig

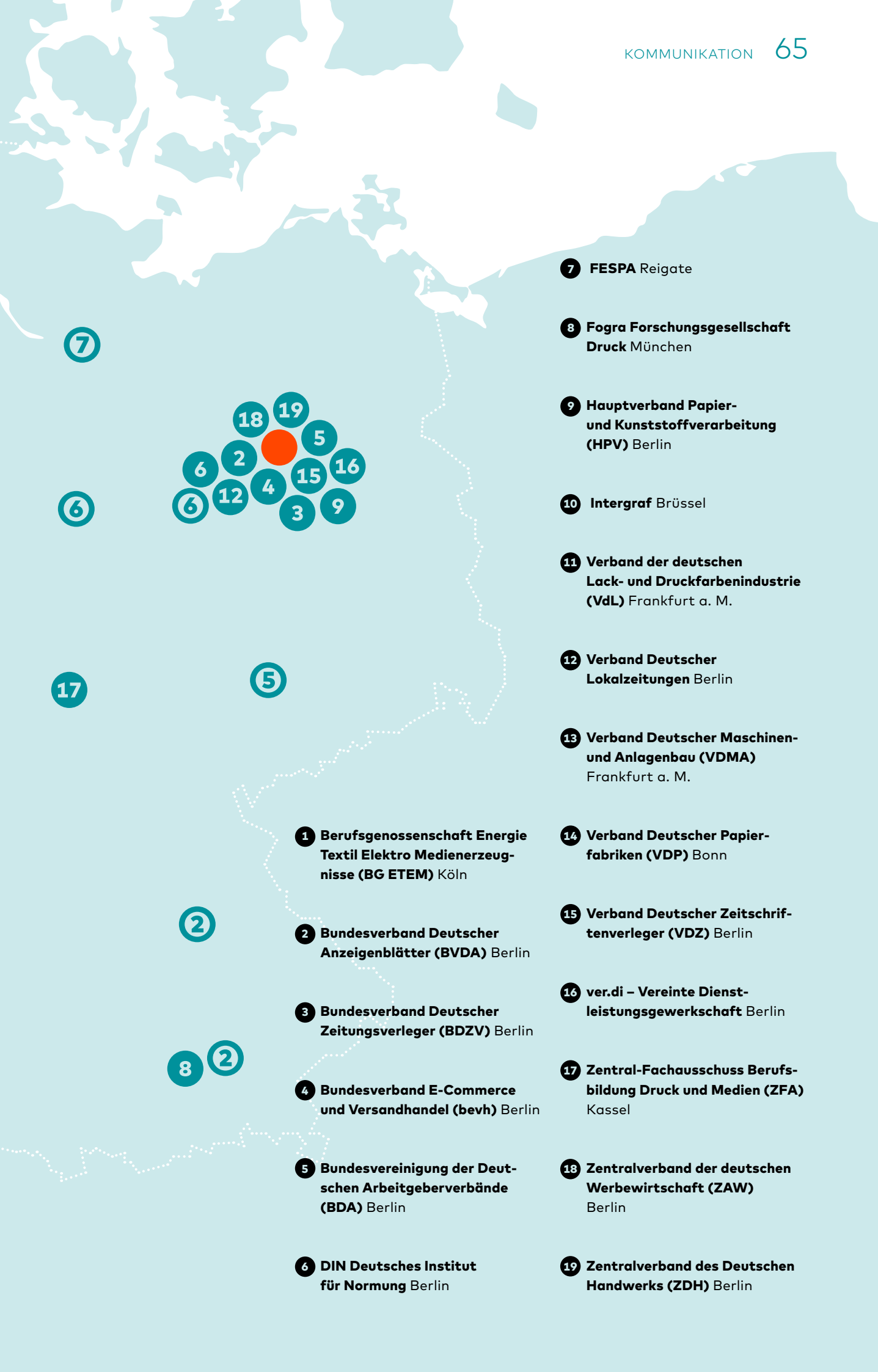
⑥ **Verband Druck und Medien NordOst**  
Berlin · Hannover

⑦ **Verband Druck + Medien Nord-West**  
Lünen · Hamburg

⑧ **Verband Druck und Medien Rheinland-Pfalz und Saarland**  
Neustadt/Weinstraße

⑨ **Verband Papier, Druck und Medien Südbaden**  
Freiburg

● **Bundesverband Druck und Medien**  
Berlin



- 7 FESPA Reigate
- 8 Fogra Forschungsgesellschaft Druck München
- 9 Hauptverband Papier- und Kunststoffverarbeitung (HPV) Berlin
- 10 Intergraf Brüssel
- 11 Verband der deutschen Lack- und Druckfarbenindustrie (VdL) Frankfurt a. M.
- 12 Verband Deutscher Lokalzeitungen Berlin
- 13 Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA) Frankfurt a. M.
- 14 Verband Deutscher Papierfabriken (VDP) Bonn
- 15 Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) Berlin
- 16 ver.di – Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft Berlin
- 17 Zentral-Fachausschuss Berufsbildung Druck und Medien (ZFA) Kassel
- 18 Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) Berlin
- 19 Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) Berlin

1 Berufsgenossenschaft Energie Textil Elektro Medienerzeugnisse (BG ETEM) Köln

2 Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter (BVDA) Berlin

3 Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) Berlin

4 Bundesverband E-Commerce und Versandhandel (bevh) Berlin

5 Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) Berlin

6 DIN Deutsches Institut für Normung Berlin

# Unser Partner in Brüssel – Intergraf

Die Rahmenbedingungen für wirtschaftliches Handeln in Deutschland werden stark durch die europäische Gesetzgebung geprägt. Der Bundesverband Druck und Medien hat mit Intergraf einen starken Partner in Brüssel, der sich zum Ziel gesetzt hat, die Wettbewerbsfähigkeit der Druckindustrie zu fördern und eine Ausgewogenheit zwischen den Print- und den digitalen Medien zu bewahren. Die grafische Industrie in Europa genügt höchsten Standards hinsichtlich Ökologie, Gesundheit, Sicherheit und sozialen Belangen.

Innerhalb der geltenden Gesetze und Bestimmungen arbeitet die Druckindustrie auf einem hohen Niveau. Jedoch muss die Verschärfung gesetzlicher Auflagen und Einschränkungen verhindert werden, um die Branche, und in Folge die gesamte europäische Wirtschaft, nicht zu gefährden. Vielmehr würden Erleichterungen von flexiblen Arbeitsbedingungen und das Bremsen einer nicht nachhaltigen Personalkostenentwicklung den Wettbewerb fördern. Auch gilt es, Restriktionen wie sie durch die europäische Datenschutzverordnung und Werbeverbote drohen, zu verhindern.

Intergraf repräsentiert sowohl Print- als auch digitale Medien. Beide haben ihre Vorteile und beide wird es auch in Zukunft geben. Die Förderung der digitalen Agenda auf europäischer Ebene darf Print aber keineswegs benachteiligen, zum Beispiel durch elektronische Rechnungen oder Beschaffung. Hier werden oft falsche ökologische Argumente ins Spiel gebracht. Ein weiteres wichtiges Thema für Intergraf ist die Mehrwertsteuer, die für gedruckte Bücher niedriger ist als für E-Books. Druck und Druckprodukte verkörpern einen sozialen, kulturellen und ökonomischen Wert. Die europäischen Institutionen müssen dies erhalten, indem Druck wettbewerbsfähig bleibt – und nicht durch Gesetzgeber stigmatisiert wird. Nur mit einem starken Partner wie Intergraf kann die deutsche Druckindustrie ihren Interessen in Brüssel Gehör verschaffen.

## Das Druckuniversum am Rhein

„Entdecken Sie Ihr Print-Universum“, so lautete der Slogan der FESPA 2015 Global Expo in Köln. Mit ihr fand im Mai 2015 die bisher umfangreichste FESPA-Messe und das weltweit größte Event mit Schwerpunkt Großformatdruck statt. Verteilt auf vier Hallen der Koelnmesse präsentierten rund 700 Aussteller neueste Entwicklungen aus den Bereichen Digital-, Textil- und Siebdruck. Hunderte neue Produkte wurden in Köln erstmals der Weltöffentlichkeit vorgestellt.

Der bvdm nutzte die Messe zur Vorstellung des Projektes „screenprinting-technology.org“. An drei Tagen präsentierten Karl-Michael Meinecke und Thomas Struckmeier dem Fachpublikum die neu entwickelte Plattform für marktgerechte und innovative Lösungen im Siebdruck. Dabei konnten sie auch Unterstützer für die inhaltliche Weiterentwicklung des Projektes gewinnen. „Als Mitglied der FESPA freuen wir uns über den Erfolg der Veranstaltung. Denn durch das Programm Profit for Purpose fließt ein Großteil der Einnahmen direkt in Projekte der nationalen Mitgliedsverbände. Davon profitiert die gesamte Industrie“, bewertet Dr. Paul Albert Deimel die FESPA 2015.



➔ Seite 78

*Herr Dr. Deimel,  
Geschäftsführer des  
bvdm und des DID,  
überreicht den  
zahlreichen Beteiligten  
die Trophäe und die  
Gewinnerurkunden.*

## **DID-Award prämiert herausragende Druckweiterverarbeitungen**

Die Hersteller in der Gruppe Druckweiterverarbeitung im Deutschen Institut Druck (DID) sehen die Möglichkeiten der industriellen Weiterverarbeitung noch nicht ausgereizt. Deswegen lobten sie den „DID-Award für innovative Druckweiterverarbeitung“ aus. Die Auszeichnung wird in Kooperation mit dem Innovationspreis der Deutschen Druckindustrie vergeben und unterstreicht den Stellenwert der Druckweiterverarbeitung.

*„Provokant und originell präsentiert Papier Union ihre neuesten Produkte in Gestalt eines Tablets – ein Buch im Querformat, eingebettet in eine schicke, Corporate-Design-gerechte Filzhülle.“*

*Begründung der DID-Award-Jury*

Die prämierten Arbeiten wecken sowohl bei Kunden als auch bei Druckereien die Lust an individuellen und neuartigen Lösungen. Die eingesendeten Produkte werden hinsichtlich Innovation, qualitativer Umsetzung, industriellem Fertigungsgrad sowie Verknüpfung von Botschaft, Funktion und Kundennutzen bewertet. Die feierliche Preisverleihung fand am 18. September 2014 statt. „GALAXI 2.0“ ist der Gewinner des DID-Awards 2014. Die Gewinner-trophäe durfte die Kösel GmbH & Co. KG aus Altusried-Krugzell als einreichende Druckerei in Empfang nehmen.

# Statistischer Anhang





## Konjunkturindikatoren 2014

	absolut	Veränderung gegen- über Vorjahr in %
Anzahl der Betriebe	561	-3,2
Beschäftigte	72.025	-2,2
<b>Umsatz (in Mio. EUR)</b>		
Nominal	12.187	-0,4
Inlandsumsatz	10.536	-0,3
Auslandsumsatz	1.651	-0,8
· mit der Eurozone	996	-2,0
· mit dem sonstigen Ausland	655	1,0
Exportquote in % (Auslandsumsatz/nominaler Umsatz)	13,5	-0,4
je Beschäftigten (in EUR)	169.133	1,8
je geleistete Arbeitsstunde (in EUR/Std.)	111	0,8
Real	12.074	0,4
<b>Entgelte (in Mio. EUR)</b>		
	2.602	-0,4
Lohnquote (in % des Umsatzes)	21,3	0,0
je Beschäftigten (in EUR)	36.111	1,9
je geleistete Arbeitsstunde (in EUR/Std.)	23,7	0,8
<b>Umsatzindizes*</b>		
Nominal	96,9	0,3
Real	96,1	0,8
<b>Produktionsindizes*</b>		
Druckindustrie	95,0	0,7
Gesamtindustrie	109,8	2,0

\*arbeitstäglich bereinigt, für Indizes gilt 2010=100

Berichtskreis Umsatz, Umsatzindizes, Bruttolohn- und Gehaltssumme: Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten; Berichtskreis Produktionsindizes: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten;

Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen: bvd/m

## Indizes der Erzeugerpreise gewerblicher Produkte 2014

Produkte	Index (2010=100)	Veränderung gegen- über Vorjahr in %	Veränderung gegen- über 2000 in %
Grafische Papiere	97,5	-1,3	1,6
Verarbeitendes Gewerbe	105,3	-0,4	19,7
Elektrischer Strom	125,9	1,0	83,0
Druckmaschinen	102,8	0,5	14,9
Druckfarben	106,6	-1,9	4,8
<b>Druckereileistungen</b>	<b>100,9</b>	<b>-0,8</b>	<b>-8,5</b>

Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen: bvd/m

## Entwicklung des Branchenumsatzes

Jahr	Unternehmen		Nominaler Umsatz		Realer Umsatz		Nominaler Umsatz je Beschäftigten	
	Anzahl	in %	in 1.000 €	in %	in 1.000 €	in %	in €	in %
2007	14.941		23.571.530		22.342.682		136.495	
2008	14.805	-0,9	23.116.490	-1,9	21.994.757	-1,6	133.655	-2,1
2009	13.970	-5,6	20.822.610	-9,9	20.176.948	-8,3	125.586	-6,0
2010	13.573	-2,8	20.687.309	-0,6	20.687.309	2,5	130.313	3,8
2011	13.181	-2,9	21.047.539	1,7	20.797.964	0,5	136.209	4,5
2012	12.944	-1,8	21.559.781	2,4	21.178.567	1,8	142.417	4,6
2013	12.432	-4,0	20.706.553	-4,0	20.360.426	-3,9	141.338	-0,8
<b>2014*</b>	<b>12.022</b>	<b>-3,3</b>	<b>20.822.457</b>	<b>0,6</b>	<b>20.636.727</b>	<b>1,4</b>	<b>146.021</b>	<b>3,3</b>

\*Schätzung des bvdm; Berichtskreis: Unternehmen mit über 17.500 € Jahresumsatz;

Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen: bvdm

## Entwicklung der preisbereinigten Umsätze im Branchenvergleich

Jahr	Druckindustrie		Papierindustrie		Chemische Industrie		Maschinenbau		Verarbeitendes Gewerbe	
	in 1.000 €	in %	in 1.000 €	in %	in 1.000 €	in %	in 1.000 €	in %	in 1.000 €	in %
2007	13.055.644		35.443.945		130.307.544		206.923.375		1.560.469.997	
2008	13.354.317	2,3	35.800.030	1,0	123.545.447	-5,2	216.682.642	4,7	1.552.251.231	-0,5
2009	12.650.338	-5,3	33.488.424	-6,5	105.167.733	-14,9	162.871.059	-24,8	1.310.400.138	-15,6
2010	12.740.279	0,7	36.085.919	7,8	125.787.238	19,6	176.623.299	8,4	1.467.048.384	12,0
2011	12.914.787	1,4	36.175.284	0,2	125.887.114	0,1	199.266.127	12,8	1.561.371.901	6,4
2012	12.520.686	-3,1	34.772.320	-3,9	122.723.033	-2,5	203.655.522	2,2	1.548.167.075	-0,8
2013	12.030.460	-3,9	34.399.522	-1,1	124.311.536	1,3	200.631.414	-1,5	1.540.225.925	-0,5
<b>2014</b>	<b>12.078.559</b>	<b>0,4</b>	<b>34.073.009</b>	<b>-0,9</b>	<b>126.874.692</b>	<b>2,1</b>	<b>205.894.066</b>	<b>2,6</b>	<b>1.561.286.269</b>	<b>1,4</b>

Berichtskreis: Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten;

Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen: bvdm

## Auszubildende 2014

	Gesamtzahl 1.-3. Jahr	Veränderung gegenüber Vorjahr in %	Neuverträge 1. Jahr	Veränderung gegenüber Vorjahr in %
Mediengestaltung	8.357	-5,68	3.205	-2,73
Drucktechnik	2.660	-8,24	982	-2,00
Druckverarbeitung	2.150	-3,28	798	+4,86
<b>Gesamt</b>	<b>13.167</b>	<b>-5,83</b>	<b>4.985</b>	<b>-1,44</b>

Quelle: bvdm/ZFA/DIHK/ZDH

## Nettowerbeeinnahmen nach Werbeträgern 2014

Werbeträger	in Mio. Euro	Anteil in %	Veränderung gegenüber Vorjahr in %
Tageszeitungen	2.835	18,5	-2,8
Fernsehen	4.289	28,0	4,0
Anzeigenblätter	1.847	12,1	-4,4
Publikumszeitschriften	1.190	7,8	-3,6
Verzeichnismedien	970	6,3	-4,8
Fachzeitschriften	869	5,7	-2,3
Außenwerbung	926	6,0	3,9
Hörfunk	738	4,8	-1,1
Online und Mobile	1.344	8,8	6,6
Wochen-/Sonntagszeitungen	154	1,0	-15,2
Filmtheater	81	0,5	0,6
Zeitungssupplements	79	0,5	0,0
<b>Summe</b>	<b>15.322</b>	<b>100,0</b>	<b>-0,2</b>
<b>Printmedien</b>	<b>8.870</b>	<b>57,9</b>	<b>-2,8</b>

Quelle: Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW);  
Berechnungen: bvdM

## Anzahl der Betriebe und sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Beschäftigtengrößenklassen in der Druckindustrie 2014

Beschäftigten- größenklassen	Betriebe			Beschäftigte		
	Anzahl	Anteil in %	Veränderung gegenüber Vorjahr in %	Anzahl	Anteil in %	Veränderung gegenüber Vorjahr in %
1 bis 9	6.230	70,5	-3,3	19.418	13,6	-3,1
10 bis 19	1.116	12,6	-5,3	15.254	10,7	-5,2
20 bis 49	895	10,1	-2,4	27.236	19,1	-2,2
50 bis 99	337	3,8	-2,9	23.337	16,4	-3,5
100 bis 499	254	2,9	2,0	47.200	33,1	0,4
500 und mehr	10	0,1	-16,7	10.154	7,1	-10,4
<b>Gesamt</b>	<b>8.842</b>	<b>100,0</b>	<b>-3,3</b>	<b>142.599</b>	<b>100,0</b>	<b>-2,7</b>

Berichtskreis: Betriebe mit mindestens einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten;  
Stichtag: 30.6.2014;

Quelle: Bundesagentur für Arbeit; Berechnungen: bvdM

## Anzahl der Betriebe und sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Sparten in der Druckindustrie 2014

Bereich	Betriebe			Beschäftigte		
	Anzahl	Anteil in %	Veränderung gegenüber Vorjahr in %	Anzahl	Anteil in %	Veränderung gegenüber Vorjahr in %
Druck von Zeitungen	239	2,7	-7,0	10.564	7,4	-8,9
Sonstige Druckerzeugnisse	6.369	72,0	-2,8	103.998	72,9	-2,4
Druck- und Medienstufe	1.639	18,5	-3,9	19.023	13,3	-0,9
Druckweiterverarbeitung	595	6,7	-6,0	9.014	6,3	-1,6
<b>Gesamt</b>	<b>8.842</b>	<b>100,0</b>	<b>-3,3</b>	<b>142.599</b>	<b>100,0</b>	<b>-2,7</b>

Berichtskreis: Betriebe mit mindestens einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten;  
Stichtag: 30.6.2014;

Quelle: Bundesagentur für Arbeit; Berechnungen: bvd/m

## Produktionswerte deutsche Druckindustrie 2014

	in Mio. Euro	Anteil in %	Veränderung gegenüber Vorjahr in %
Werbedrucke/Kataloge	5.500	41,3	0,7
<i>Kataloge</i>	1.184	21,5	6,1
<i>Plakate</i>	457	8,3	7,3
<i>Geschäftsberichte</i>	48	0,9	-15,2
<i>Andere Werbedrucke und -schriften</i>	3.811	69,3	-1,4
Geschäftsdrucksachen	1.225	9,2	-0,2
Zeitschriften	1.231	9,2	-3,2
Zeitungen/Anzeigenblätter	1.333	10,0	4,2
<i>Tageszeitungen</i>	917	68,8	8,0
<i>Wochenzeitungen</i>	219	16,4	-1,3
<i>Anzeigen-/Annoncenblätter</i>	197	14,8	-5,8
Bücher/kartografische Erzeugnisse	1.048	7,9	-2,2
Bedruckte Etiketten	1.183	8,9	3,5
Kalender/Karten	127	1,0	3,7
Sonstige Druckerzeugnisse	1.672	12,6	-4,7
<b>Summe Druckerzeugnisse</b>	<b>13.318</b>	<b>100,0</b>	<b>-0,1</b>
Druck- und Medienstufe	1.027	56,0	1,4
Druckweiterverarbeitung	808	44,0	1,1
<b>Summe Druckleistungen</b>	<b>1.834</b>	<b>100,0</b>	<b>1,3</b>
<b>Gesamt</b>	<b>15.153</b>		<b>0,0</b>

Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten;

Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen: bvd/m

# Jahresrückblick 2014/2015



*Gespannte Blicke  
in die Zukunft  
der Druckindustrie.*

**1. Deutscher Druck- und Medientag**  
26. und 27. Juni 2014, München



*Der Deutsche Druck- und Medientag fand 2014 zum ersten Mal statt. In München trafen sich Vertreter der Druckindustrie zum fachlichen Austausch und Netzwerken.*



*Unsere Partner nutzten den DDMT und warben für ihre Dienstleistungen und Produkte.*



*Oscarreife Papiere aus Bayern wurden in landestypischer Tracht präsentiert.*

**1. Deutscher Druck- und Medientag**  
26. und 27. Juni 2014, München

*Die Chefredakteurin der ‚Madame‘, Petra Winter, zeigt sich in ihrem Vortrag überzeugt: Qualitätsjournalismus wird am besten durch Qualitätsmedien transportiert, und das heißt: Gut gedruckt.*



*Ausgewiesene Experten diskutieren auf dem Unternehmerforum über das Printbuying der Zukunft. Alex Sturzenegger, Carola Lammich, Michael Kleine, Edgar Rolf (v.l.).*



*Das Abtauchen in virtuelle Welten wird immer leichter. Dennoch: Die Zukunft wird gedruckt.*



*Ein herzlicher Empfang im Augustiner-Brauhaus im Herzen Münchens.*



*Das bayerische Präsidiumsmitglied des bvdM, Christoph Schleunung, beweist Erfahrung beim Bieranstich.*

*Zünftig wird aufgetischt. Nicht nur kulinarisch ...*



*... sondern auch verbal. Der bayerische Kabarettist Wolfgang Krebs gibt den „Ersatz-Landesvater“.*



*In Tracht und Eintracht wird der Abend verbracht: Holger Busch und Dr. Paul Albert Deimel on stage.*

**1. Deutscher Druck- und Medientag**  
26. und 27. Juni 2014, München





*Die Leidenschaft für hervorragende Druckprodukte eint die Branche.*

*Gut, dass es auch Pausen gibt – Oliver Curdt bei der Netzwerkpflege.*



*Sitzung des Hauptvorstandes des bvdM auf dem Deutschen Druck- und Medientag.*



*Der neue Standard – im engen Austausch mit renommierten Digitaldruckereien erarbeitet*



*Danke, Ikea, heißt es auf dem Europatreffen der Druckindustrie in Berlin. 219 Millionen Kataloge und ein Video, das für sie wirbt. Besser geht es nicht.*



*Gäste sind uns immer willkommen. Im September informierte sich eine Delegation des schwedischen Verbandes Grafiska Företagens Förbund (GFF) über die deutsche Druckindustrie.*

**Europatreffen der  
Druck-Verbände**  
8./9. September, Berlin

**Delegation von Grafiska  
Företagens Förbund (GFF)**  
19. September, Berlin



„GALAXI 2.0“ präsentiert nicht nur die gesamte Papierkollektion in unterschiedlichen Grammaturen, sondern umfasst auch ein großes Spektrum von Druckveredelung und spezielle Techniken der Druckweiterverarbeitung. Als rundum gelungener, sympathischer Botschafter für die Vorzüge des Mediums Papier und Print hat die Einsendung den DID-Award 2014 verdient.



Die Gewinnertrophäe durfte die Kösel GmbH & Co. KG in Empfang nehmen.

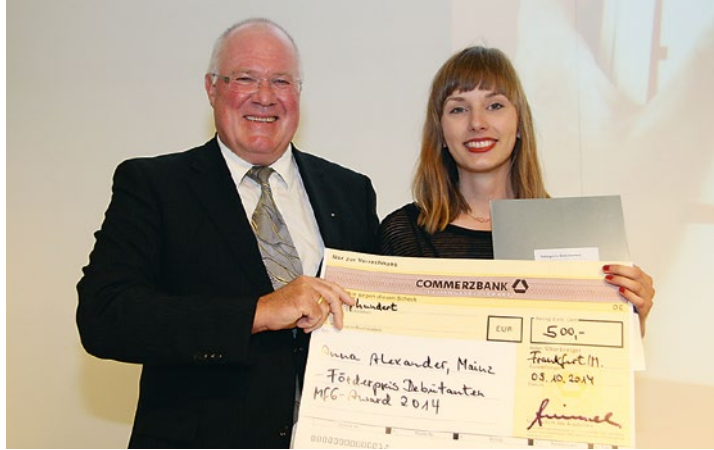


Teilnehmer der Projektgruppe (v.l.): Nils Köhler, Klenke GmbH • Udo Eickelpasch, PrintXMedia NordOst • Thomas Liesner, Vignold Group GmbH • Stephan Zepke, Theissen Mediengruppe • Bernhard Iffland, Iffland AG • Katharina Matters, PrintXMedia NordWest • Roland von Oeynhausen, Otterbach Medien KG • Karl Michael Meinecke, bvdM • Boris Wechtenbruch, Vignold Group GmbH  
[Foto: Vignold Group GmbH]

**Verleihung des DID-Awards 2014  
an Galaxi 2.0 – das Buch**  
18. September 2014

**Projektgruppe (FB Medien-  
vorstufe, IG Digitaldruck)**  
Herbst 2014

Wolfgang Poppen überreicht Anna Alexander den Förderpreis des MfG-Awards.



Insgesamt werden 15 Preisträger in den Kategorien Raffinesse, Vereinfachung, Emotion und Debütanten ausgezeichnet.

**Verleihung des MfG-Awards 2014  
auf der Frankfurter Buchmesse**  
9. Oktober 2014

*Am 16. und 17. Oktober in Berlin befassten sich die Technik-Gremien des bvdm mit innovativen Branchenthemen und der Lösung technischer Probleme.*



*Berlin leuchtet: Das Festival of lights verwandelt Berlin in eine Welt voller Lichtkunst. Der „Treffpunkt Technik“ war beeindruckt.*



*v.l. Matthias Tietz, Dr. Paul Albert Deimel und Harry Belz während des jährlichen „Treffpunkt Technik“ in Berlin.*



*Nach der Tagung und der abendlichen Stadtbesichtigung. Jens Meyer (PrintXMedia), Julia Rohmann, Harry Belz (beide bvdm), Michael Kappler (ODD)*

**Treffpunkt Technik des bvdm**  
16./17. Oktober, Berlin

*Im November startete der Lehrgang Geprüfter Digitaldruck Professional. Die neuntägige Fortbildung ist äußerst erfolgreich. Bereits im April 2015 wurde ein weiterer Kurs angeboten.*



*Dr. Paul Albert Deimel überreichte den Preis für den besten Ausbildungsbetrieb an Erik Kurtz von der Druckerei Kösel.*

**Druck- und Medien-Award**  
5. November 2014

**Lehrgang „Geprüfter  
Digitaldruck Professional“**  
November 2014



Am 19. Februar 2015 fand in Düsseldorf der Digitaldruck-Kongress statt. Mehr als 200 Teilnehmer aus dem gesamten Bundesgebiet folgten den Vorträgen der 14 namhaften Referenten.



v.l. Beatrice Klose (Intergraf), Sabine Geldermann (Director drupa) und Dr. Paul Albert Deimel im Gespräch.

„Individualismus is King“ gab Holger Jung den Druckern in seiner Keynote mit auf den Weg. Jung von Matt gehört zu den führenden Werbeagenturen Deutschlands.





*Katharina Matters (Verband Druck+ Medien Nord-West) und Jens Meyer (PRINTXMEDIA SÜD GmbH) führten durch einen spannenden Tag.*



*Prosperierende Märkte, innovative Prozesse und neue Produkte – exklusiv präsentiert vom bvd m. Das sorgte bei Teilnehmern, Referenten und Sponsoren für Aufbruchsstimmung und Optimismus.*



*Ziel des Kongresses war es, neue Potenziale für Unternehmen aufzuzeigen sowie Informationslücken zu schließen – sowohl bei Druckern als auch bei Einkäufern.*





*Wolfgang Poppen, Präsident des Bundesverbandes Druck und Medien, ehrt den neuen Träger des Ullstein-Preises.*



*Bernhard Theiss, seit 1987 Verleger und Herausgeber zahlreicher Zeitungen, erhält den Rudolf-Ullstein-Preis als höchste Auszeichnung, die in Deutschland im grafischen Gewerbe verliehen wird.*



*Der Ullstein-Preis in guten Händen. Preisträger Dr. Wolfgang Pütz, Bernhard Theiss und Manfred Adrian.*

*Das Präsidium des bvdM.*



**Bernhard Theiss erhält den Rudolf-Ullstein-Preis in Berlin**  
26. Februar 2015

*Karl Michael Meinecke (bvdm) präsentiert auf der FESPA 2015 in Köln erstmals das Online-Nachschlagewerk [www.screenprinting-technology.org](http://www.screenprinting-technology.org)*



*Die Publikation liefert erstmals eine umfassende und systematische Darstellung, die sich gezielt an Unternehmer und Führungskräfte der Druckindustrie richtet.*



**Publikation „Geschäftsfeld 3D-Druck“ erscheint**  
11. Mai 2015

**Das Siebdruck-Portal [www.screenprinting-technology.org](http://www.screenprinting-technology.org) geht an den Start**  
15. Mai 2015



**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@vdm.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

Vorsitzender: Siegfried von der Wehl  
Geschäftsführer: Marcel Christman



**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

Vorsitzende: Cristina Henrich-Kalveram  
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.**

Am Schillertheater 2  
10625 Berlin  
Telefon 0 30/3 02 20 21  
Fax 0 30/3 01 40 21

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.**

An der Wethmarheide 34  
44536 Lünen  
Telefon 0 23 06/20 26 20  
Fax 0 23 06/2 02 62 99

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

### **Bildnachweis**

Seite 27: Dmitry Nikolaev/Shutterstock.com  
Seite 49: KBA  
Seite 59: Moreno Soppelsa/Shutterstock.com  
Seite 68: sfam\_photo/Shutterstock.com  
Alle anderen Bilder: bvdm

### **Herausgeber**

Bundesverband Druck und Medien e.V. (bvdm)

### **Redaktion**

Bettina Knappe (verantwortlich)  
Matthias Zwanzig

### **© 2015 Bundesverband Druck und Medien e.V.**

Friedrichstraße 194–199 | 10117 Berlin  
Telefon +49 (0) 30/20 91 39-0 | Fax +49 (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.

### **Gestaltung**

Das Büro des Präsidenten, Berlin

### **Druck und Verarbeitung**

ruksaldruck, Berlin

Gedruckt gemäß ISO 12647 ProzessStandard  
Offsetdruck im 100er Raster auf Naturpapier.

Weitere Informationen zum ProzessStandard  
Offsetdruck sind erhältlich unter

↗ [www.prozess-standard.com](http://www.prozess-standard.com)



## Präsidium

---

**Wolfgang Poppen**  
Präsident

**Christoph Schleunung**  
Vizepräsident

**Matthias Tietz**  
Vizepräsident

**Sönke Boyens**  
Vizepräsident

**Dr. Paul Albert Deimel**  
Hauptgeschäftsführer

## Vorsitzende der Fachbereiche des Ausschusses Technik + Forschung

---

**Medienvorstufe**  
Roland v. Oeynhausen

**Produktionsverfahren**  
Matthias Tietz

**Umweltschutz + Sicherheit**  
N.N.

**Flexografie**  
N.N.

**Siebdruck**  
Hellmuth Frey

## Vorsitzende der Arbeitsausschüsse

---

**Sozialpolitik**  
Sönke Boyens

**Bildungspolitik**  
W. Arndt Bertelsmann

**Wirtschaft**  
Thorsten Anhalt

**Technik + Forschung**  
Matthias Tietz

## Hauptgeschäftsstelle Berlin

---

**Hauptgeschäftsführung**  
Dr. Paul Albert Deimel  
Ruth Hirschhäuser (Assistentin)

**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

info@bvdm-online.de  
www.bvdm-online.de

**Publikationen**  
www.point-online.de

## Geschäftsstelle Frankfurt a. M.

---

**Bundesverband Druck und Medien e. V. (bvdm)**  
Verlag/Wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb  
Hanauer Landstraße 114–116  
60314 Frankfurt am Main

Telefon +49 (0) 69/48 00 04 01  
Fax +49 (0) 69/40 56 26 81

js@bvdm-online.de

