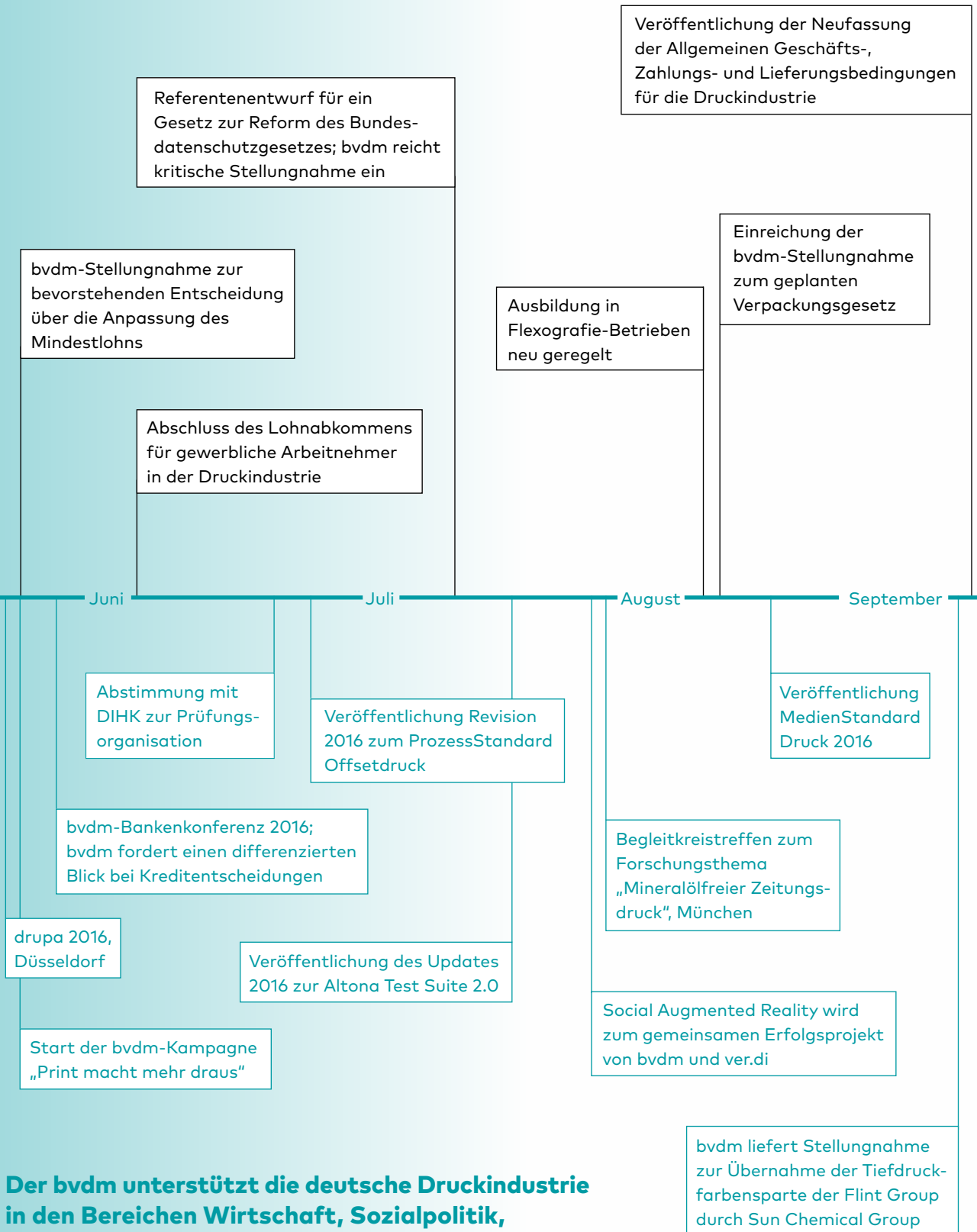


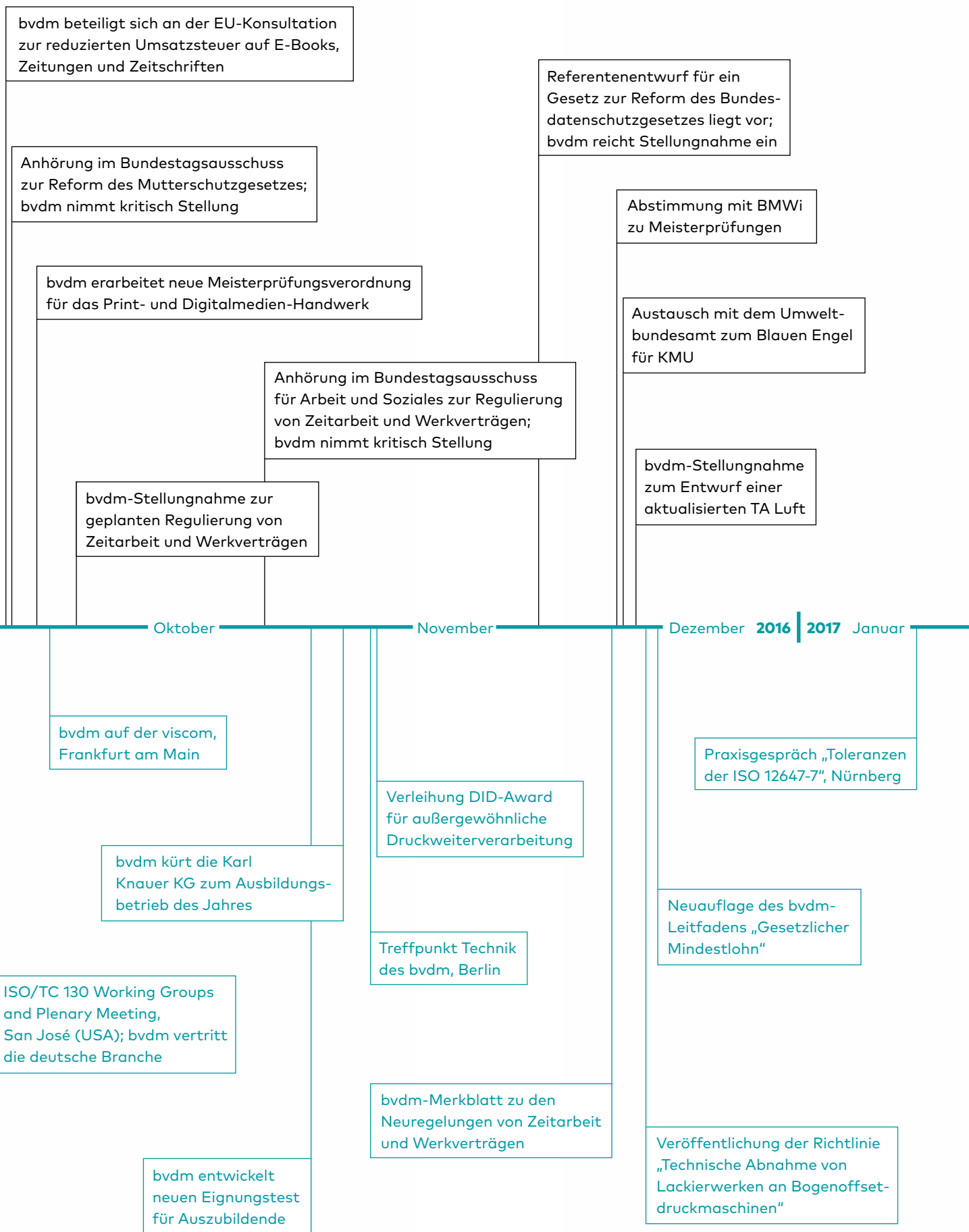
2016
Jahresbericht
2017

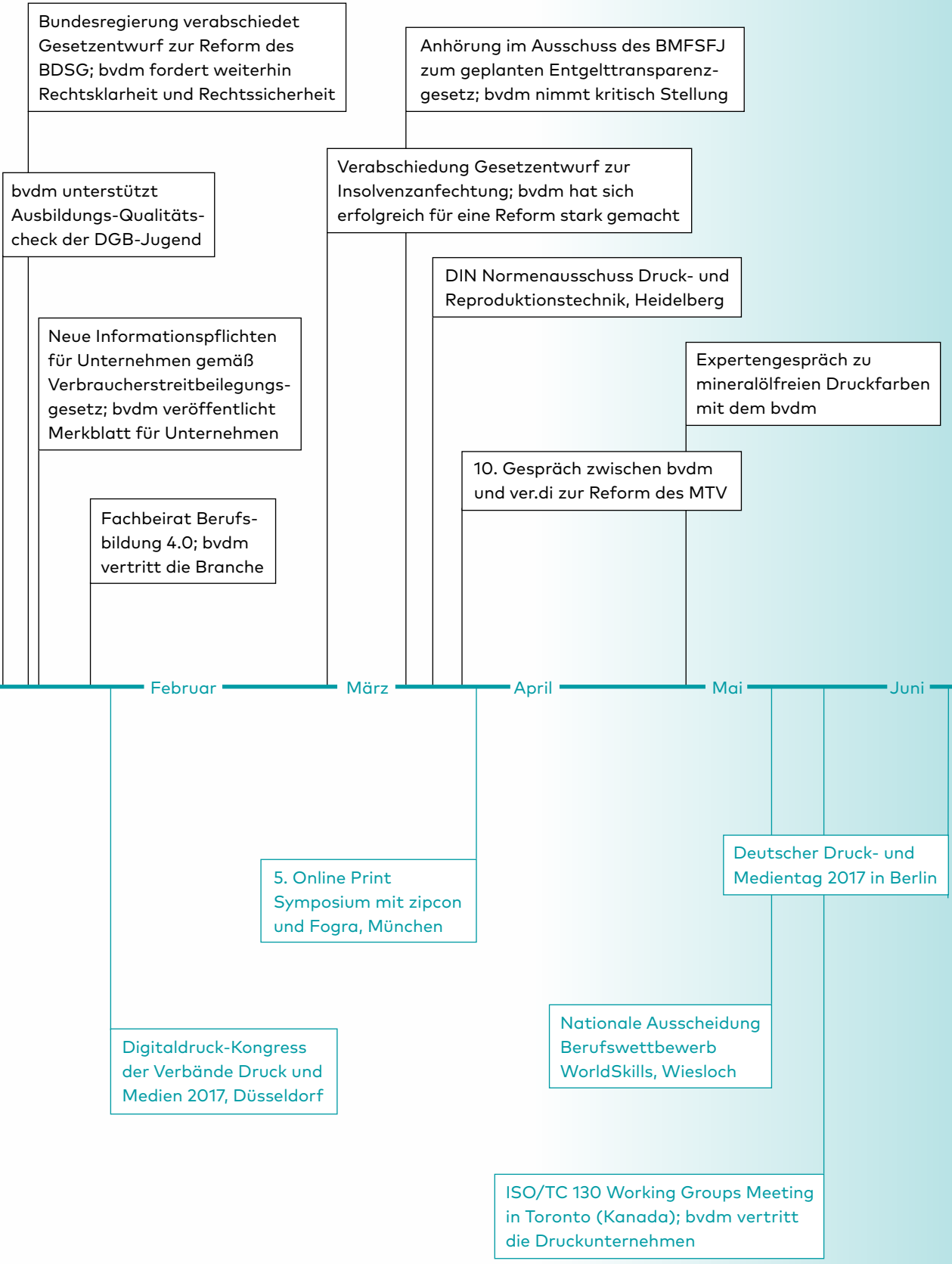
bvdm.

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



Der bvdm unterstützt die deutsche Druckindustrie in den Bereichen Wirtschaft, Sozialpolitik, Unternehmensrecht, Bildung, Umwelt, Technik + Forschung und Öffentlichkeitsarbeit.





2016

Jahresbericht

2017

bvdm.

05 **Editorial**

06 **Wirtschaft**

- 08 Wirtschaftliche Lage der deutschen Druck- und Medienwirtschaft
- 12 Finanzierungsklima besser als im Vorjahr
- 14 Druck- und Medienindustrie im Dialog mit der Kreditwirtschaft
- 15 International wird in Weiterverarbeitung und Technik investiert
- 16 Reform des Erbschaftsteuergesetzes abgeschlossen
- 17 Online Print auf Wachstumskurs
- 18 Ausgewählte Trends und Märkte

20 **Sozialpolitik**

- 22 Zähes Ringen um ein gelungenes Ergebnis – Tarifverhandlungen in der Druckindustrie
- 25 Cui Boni? – Gerechtigkeit und Transparenz
- 26 Meldungen zum Koalitionsvertrag
- 29 Betriebliche Altersvorsorge

30 **Unternehmensrecht**

- 32 Neue Rechte, neue Pflichten – Reform des Bundesdatenschutzgesetzes
- 34 Gute Bedingungen für gute Geschäfte
- 34 Schlichten statt streiten
- 35 Größere Rechtssicherheit im Insolvenzanfechtungsrecht

36 **Bildung**

- 38 Hohes Niveau der beruflichen Bildung, aber?
- 40 Guten Morgen, Chefin!
- 40 Wer sucht, der findet
- 41 Handreichung des bvdM zur Ausbildung in Flexografie-Unternehmen
- 41 Druckindustrie engagiert sich für Inklusion in den Arbeitsmarkt
- 42 Geflüchtete Menschen qualifizieren und beschäftigen
- 42 Industrie 4.0 braucht Bildung 4.0
- 43 Online lernen für Print
- 44 bvdM kürt die Karl Knauer KG zum Ausbildungsbetrieb des Jahres
- 44 Florian Kraus ist Deutscher Meister 2016 im Offsetdruck
- 45 Eignungstest für Druck- und Medienberufe: Neue Version
- 45 Qualitätscheck: Erste Azubibefragung in der Druck- und Medienbranche
- 45 Mediengestalter: Neue Prüfungsaufgaben für Flexodruck-Repro

46 **Umwelt**

- 48 Ein Jahrzehnt CO₂-Ausgleich mit der bvdM-Klimainitiative
- 50 Starker Einsatz für Nachhaltigkeit
- 51 Lebensmittelsicherheit im Verpackungsdruck
- 51 bvdM kompensiert seinen CO₂-Ausstoß
- 52 Mineralölverordnung: Schlagabtausch mit der Politik
- 53 22 Jahre Brancheninitiative zur Verminderung von Lösemittlemissionen im Offsetdruck haben sich ausgezahlt
- 54 Hohes Schutzniveau – fairer Wettbewerb
- 54 Saubere Statistik – saubere Luft
- 55 bvdM ist Projektpartner des Deutschen Nachhaltigkeitspreises

56 **Technik + Forschung**

- 58 Die Flaggschiffe wurden generalüberholt
- 61 Treffpunkt Technik präsentierte Lösungen für morgen
- 62 bvdM vertritt die deutsche Druckindustrie in internationalen Standardisierungsfragen
- 63 Gut geprüft ist halb gewonnen
- 64 DID-Award prämiiert herausragende Druckweiterverarbeitung
- 65 Print 4.0 – der bvdM als Navigator der Branche

66 **Öffentlichkeitsarbeit**

- 68 In der Druckindustrie wird wieder gelacht
- 70 Print macht mehr draus
- 71 Tweeeeeeeeeet
- 72 Der bvdM auf der drupa
- 73 Etwas fürs Auge
- 74 Digitaldruck-Kongress der Verbände zeigt Erfolgspotenzial der Branche auf
- 76 Der Deutsche Druck- und Medientag – Wirtschaft trifft Politik
- 80 Dare to Print Different: FESPA 2017 in Hamburg
- 80 Intergraf – Unser starker Partner in Europa
- 81 Online Print Symposium schließt die Brücke zwischen E-Commerce und Print
- 82 Das Netzwerk der deutschen Druck- und Medienindustrie

84 **Insights**



Ohne Druck geht es nicht

Die deutsche Druckindustrie mit rund 8.600 überwiegend kleinen und mittelständischen Betrieben, mit etwa 139.000 Beschäftigten und einem Branchenumsatz, der seit Jahren bei mehr als 20 Mrd. liegt, hat allen Grund zu gesundem Selbstbewusstsein. Denn ohne ihre Produkte und Dienstleistungen ist das Leben in der modernen Zeit schlicht nicht vorstellbar.

Im Interesse der Branche hat der bvdM sich daher in den rund vier Jahren der nun ausklingenden Legislaturperiode kontinuierlich und zu einer Vielzahl an Themen Gehör verschafft – in Stellungnahmen, Anhörungen und in den Netzwerken unserer Fachleute und Partnerorganisationen. Bereits im Oktober 2013, noch während der laufenden Koalitionsverhandlungen zwischen CDU, CSU und SPD, haben wir Verbesserungen der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für die Druckindustrie angemahnt.

Zahlreiche arbeitsmarkt- und sozialpolitische Vorhaben der Bundesregierung bestimmten unsere Lobbytätigkeit in den vergangenen Jahren: Wir warnten vor den Konsequenzen des Mindestlohns für Wirtschaft und Tarifautonomie, bezogen kritisch Stellung zum Rentenpaket, stemmten uns gegen geplante Beschneidungen des deutschen Datenschutzrechts zu Lasten der werbetreibenden Wirtschaft, verwiesen auf Fallstricke bei der Novellierung von Zeitarbeit und Werkverträgen, des Mutterschutzrechts und der Schaffung eines sogenannten Entgelttransparenzgesetzes. In Brüssel war

die Dauerbaustelle EU-Datenschutz-Grundverordnung das vordringliche Thema, zu dem wir uns mehrfach eingeschaltet haben.

Wohl nirgendwo ist die erfolgreiche Vertretung der Branche – vor allem im Sinne der Mitgliedsbetriebe der Druck- und Medienverbände – so wichtig wie bei der Lohnfindung. In den Tarifaueinandersetzungen mit ver.di, im Frühjahr 2016, hat der bvdM die überzogene Forderung der Gewerkschaft abgewehrt und ein allseits akzeptiertes Ergebnis ausgehandelt.

Und nicht zuletzt sind die Experten des Bundesverbandes in enger Abstimmung mit den Landesverbänden auf vielen Gebieten aktiv, die sich häufig „unter dem Radar“ der Öffentlichkeit abspielen, für den Erfolg unserer Branche aber nicht minder wichtig sind. Dazu gehören die Weiterentwicklung der Aus- und Weiterbildung, die Erhebung, Auswertung und Bereitstellung wirtschaftlicher Branchendaten, der Einsatz für Bürokratieabbau auf allen Ebenen, intensives Gattungsmarketing oder auch die Erarbeitung und Verteidigung von technischen Standards.

Ziel unseres Handelns ist es, mit allen Kräften die Wettbewerbsfähigkeit der hiesigen Druckindustrie zu fördern. Im Sinne der Betriebe, aber auch im Sinne der Printmedien und Druckprodukte, ohne die unsere Gesellschaft nicht so wäre, wie wir sie uns vorstellen.

Wolfgang Popp

Präsident des Bundesverbandes
Druck und Medien

Mit einem Wachstum von 1,9% im Jahr 2016 hat die deutsche Wirtschaft die allgemeinen Erwartungen deutlich übertroffen.

Diese Entwicklung spiegelt sich in der Druck- und Medienbranche nur in ausgewählten Segmenten, denn noch immer ist der Wettbewerb intensiv und der Preisdruck in wichtigen Segmenten hoch. Dennoch zeugen einige Indikatoren – wie die deutlich gewachsene Investitionsbereitschaft – vom Zukunftsoptimismus der Druck- und Medienunternehmen.

Der bvdm vertritt die wirtschaftlichen Interessen der Unternehmen daher auf allen Ebenen mit besonderem Nachdruck. Ziel ist es, Hürden für die Geschäftstätigkeit der Betriebe abzubauen, ihre Zukunftsfähigkeit zu stärken und bestmögliche Rahmenbedingungen für neue Geschäftsmodelle herzustellen.

Wirtschaft

Wirtschaftliche Lage der deutschen Druck- und Medienwirtschaft

Umsatz und Produktion der deutschen Druck- und Medienwirtschaft befanden sich 2016 leicht unter Vorjahresniveau. Die rege Investitionstätigkeit, stabile Erzeugerpreise und die deutlich gesunkene Zahl der Unternehmensinsolvenzen lassen jedoch den Schluss zu, dass der Wettbewerbsdruck in der Branche leicht nachgelassen hat.

Der Umsatz der deutschen Druck- und Medienwirtschaft erreichte 2016 nicht das Niveau des Vorjahres. Nach Daten des Statistischen Bundesamtes belief er sich bei Betrieben mit über 50 Beschäftigten 2016 auf 11,7 Mrd. Euro, 0,9% weniger als im Jahr 2015. Das Niveau des gesamten Branchenumsatzes – d. h. des Umsatzes aller umsatzsteuerpflichtigen Druck- und Medienunternehmen – dürfte negativ ausgefallen sein. Dafür sprechen die rückläufigen Produktionswerte von Druckbetrieben mit 20 und mehr Beschäftigten. Der Wert der von ihnen hergestellten Druckerzeugnisse und erbrachten Druckdienstleistungen belief sich 2016 auf 14,5 Mrd. Euro und lag damit 1,4% unter dem Vorjahresniveau. Zusätzlich nahm auch die von den Druckunternehmen beurteilte Kapazitätsauslastung um 0,8 Prozentpunkte auf 83,0% ab.

Produktionswert von Plakaten



Da der Gesamtumsatz der Branche vom Statistischen Bundesamt mit einem Zeitverzug von ca. 1,5 Jahren veröffentlicht wird, eine präzise Schätzung jedoch große Abweichungen ergibt, ist eine verlässlich belastbare Angabe nicht möglich.

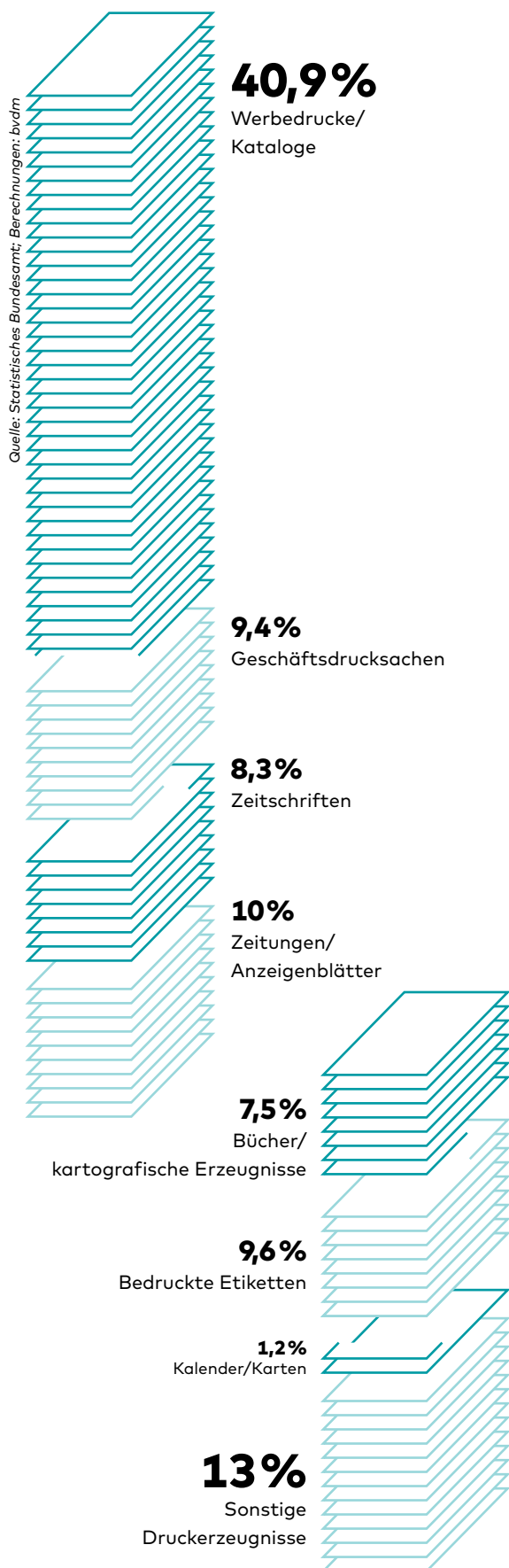
Segmente und Produkte entwickeln sich unterschiedlich

Von der eher schwachen Entwicklung der gesamten Branche haben sich zahlreiche Segmente positiv abgehoben – zum Teil wurden die Vorjahreswerte sogar deutlich übertroffen. So stieg der Produktionswert von Plakaten um 2,9% auf 465 Mio. Euro. Der Herstellungswert von Anzeigen- und Annoncenblättern nahm um 8,3% zu und belief sich auf 200 Mio. Euro. Erfreulich zeigte sich der Produktionswert von Kalendern und Karten, er stieg um 22,2% auf 148 Mio. Euro. Ebenfalls im Plus lag das Drucken von Bildern, Kunstblättern und Fotografien (+2,6%, 127 Mio. Euro), das Bedrucken anderer Materialien als Papier (+2,2%, 465 Mio. Euro) sowie das Drucken von diversen Erzeugnissen wie z. B. Kundenkarten oder Mitgliedsausweisen ohne Chipkarte/Magnetstreifen (+1,8%, 895 Mio. Euro). Der Dienstleistungsbereich „Druck- und Mediovorstufe“ entwickelte sich positiv. Der Produktionswert stieg um 0,9% auf 999 Mio. Euro.

Zahlreiche Segmente haben sich positiv abgehoben – zum Teil wurden die Vorjahreswerte sogar deutlich übertroffen.

In einigen umsatzstarken Segmenten waren 2016 jedoch auch Rückgänge zu verzeichnen. So nahm der Produktionswert von Katalogen um 2,9% ab (aktuell 1.177 Mio. Euro). Der Wert von Werbendruckern wie Beilagen für Zeitungen und Zeitschriften sowie Prospekten sank um 3,6% (aktuell 3.519 Mio. Euro). Ebenso war die Zeitschriftenproduktion selbst erneut rückläufig, mit -5,1% jedoch weniger stark als im Vorjahr (-9,4%); ihr aktueller Wert beläuft sich auf 1.058 Mio. Euro. Weiterhin ging die Bücherproduktion auf 958 Mio. Euro zurück, fiel jedoch mit -3,2% im Jahr 2016 nicht so stark ab wie 2015 (-5,6%).

Druckerzeugnisse 2016



Eine schwächere Entwicklung als 2015 durchlief die Produktion von Wochenzeitungen, deren Herstellungswert sich aktuell auf 210 Mio. Euro beläuft und gegenüber dem Vorjahr ein Minus von 4,3% aufweist. 2015 lag der Wert mit -0,1% etwa auf dem Niveau des Jahres 2014. Im Dienstleistungsbereich lag die Druckweiterverarbeitung mit -1,9% unter Vorjahresniveau.

Trotz zum Teil schwächerer Ergebnisse signalisierten einige Indikatoren 2016 eine gewisse Entspannung der Wettbewerbssituation.

Betriebe und Beschäftigte

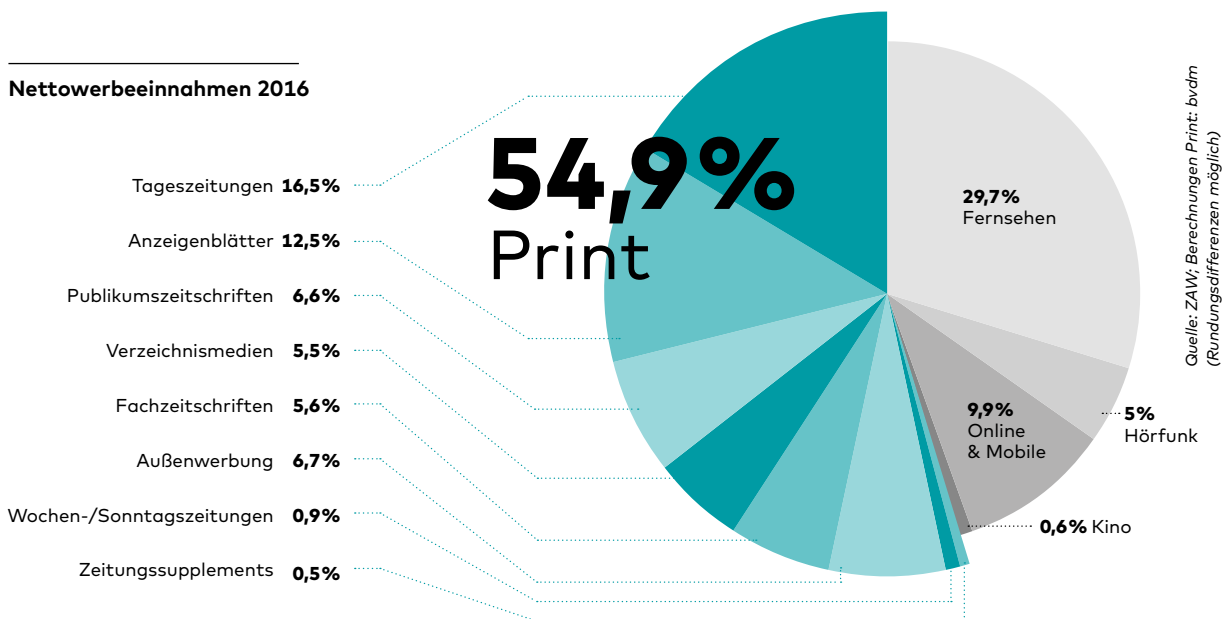
Nach Angaben der Bundesagentur für Arbeit waren in Deutschland am 30. Juni 2016 8.373 Druck- und Medienbetriebe mit mindestens einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten gemeldet. 2015 waren es noch 2,5% mehr. Insgesamt beschäftigten diese Betriebe 135.488 Menschen, 2,6% weniger als 2015. Die Anzahl der Betriebe nahm vor allem in den Sparten Zeitungsdruck und Druckweiterverarbeitung ab, begleitet von einem deutlichen Rückgang der Beschäftigtenanzahl in der Druckweiterverarbeitung.

Druck auf Betriebe und deren Beschäftigte herrscht nicht nur durch die im Inland nach wie vor angespannte Wettbewerbssituation, sondern auch durch die zunehmende Konkurrenz aus dem osteuropäischen Ausland, z. B. in den Segmenten Werbedrucke und Bücher. Nach vorläufigen Daten des Statistischen Bundesamtes importierte Deutschland 2016 Druck- und Verlagserzeugnisse im Wert von 2,5 Mrd. Euro, ein Plus von 7,0% gegenüber der Vorjahressumme. Der Exportwert solcher Erzeugnisse nahm dagegen um 1,2% ab. Er fiel auf 4,4 Mrd. Euro.

Grünes Licht in Sicht

Trotz zum Teil schwächerer Ergebnisse als 2015 signalisierten 2016 einige Indikatoren eine gewisse Entspannung der Wettbewerbssituation. So flachte der steigende Trend bei den Erzeugerpreisen für Druckereileistungen ab. Die Preise waren im Jahresdurchschnitt mit 0,1% knapp unter dem Vorjahresniveau. 2015 verzeichneten sie noch ein Minus von 0,9% gegenüber 2014. Zudem lag die Anzahl der Insolvenzen in der Druckindustrie 2016 mit 109 eröffneten Verfahren unter dem Vorjahresniveau (124).

Nettowerbeeinnahmen 2016



Auch vom Wachstum der Bruttowerbeausgaben konnten 2016 diverse gedruckte Medien profitieren. Insgesamt meldete das Marktforschungsunternehmen Nielsen ein Ausgabenplus von 4,9%. Die Gattungen Zeitungen, Fach- und Publikumszeitschriften sowie Außenwerbung verzeichneten dabei zusammen eine Zunahme um 2,6%.

Der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) berichtete Anfang 2017 von einer grundsätzlich positiven Stimmung in der gesamten Werbewirtschaft.

Der Rückgang von Insolvenzen und die vergleichsweise rege Investitionstätigkeit der Druck- und Medienindustrie lassen vermuten, dass die Branche sich strukturell erholt. Umfragen des ifo Instituts unter Druckunternehmen deuten für 2016 auf einen Anstieg der Bruttoinvestitionen um über 20% hin.

Die Aussichten für 2017

Die Stimmungsindikatoren signalisieren zu Jahresbeginn 2017 eine durchwachsende Lage in der Druckbranche. Trotz der anhaltenden positiven Beurteilung ihrer aktuellen Geschäftslage werden die Geschäftserwartungen von den Druckunternehmen

weniger positiv beurteilt. Die größten Geschäftsrisiken werden in der mangelnden Inlandsnachfrage, den steigenden Arbeitskosten sowie womöglich anziehenden Preisen für Energie und Rohstoffe gesehen. Zudem melden die Unternehmen einen zunehmenden Fachkräftemangel.

Die politischen Ereignisse stehen 2017 für besondere Impulse. So sorgen die Bundestagswahl sowie drei Landtagswahlen für die Produktion von Wahlplakaten, Flyern, Broschüren, Merchandisingprodukten und nicht zuletzt Millionen Stimmzetteln. Auch zahlreiche Verzeichnismedien und Broschüren müssen nach den Wahlen neu hergestellt werden. Zusätzlich berichtete der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) Anfang 2017 von einer grundsätzlich positiven Stimmung in der gesamten Werbewirtschaft. Für die indirekt stark werbeabhängige Druckbranche ist dies ein positives Signal.

Im Einzelhandel erwartet der Handelsverband Deutschland (HDE) für das Jahr 2017 ein Wachstum von 2,0%. Der stationäre Einzelhandel wird damit für die Druckereien vermutlich keine zusätzlichen Impulse ausstrahlen. Die Verpackungsdrucker dagegen könnten vom stärker zunehmenden Online-Handel (Prognose HDE: +11%) profitieren.

Die wirtschaftliche Situation vieler Verlage wird 2017 aufgrund sinkender Auflagen noch schwieriger werden als 2016. Der Trend zum digitalen Lesen und Kommunizieren schreitet weiter voran und dürfte sich negativ auf die auf gedruckte Verlagserzeugnisse spezialisierten Druckunternehmen auswirken.

Finanzierungsklima besser als im Vorjahr

Digitalisierungsvorhaben sind ein wichtiges Motiv für Kreditverhandlungen

Anfang 2016 hat der Bundesverband Druck und Medien zum 15. Mal eine Befragung unter Druck- und Medienbetrieben zur Unternehmensfinanzierung durchgeführt, um die Brancheninteressen auch in Fragen der Finanzierungspraxis wirkungsvoll vertreten zu können. Ende Juni 2016 erhielten die Verbandsmitglieder den Ergebnisbericht.

Demnach zeichnete sich im Frühjahr 2016 ein positives Investitionsklima für Druck- und Medienunternehmen ab. So ging aus 77,2% der Antworten hervor, der Zugang zu Krediten sei „leicht“ und „mittelschwierig“. Der Anteil von Unternehmen mit Kreditzugangsschwierigkeiten betrug 12,1%.

Im Vergleich zum Vorjahr stellten Druckereien dennoch ein restriktiver werdendes Finanzierungsumfeld fest. Während 2015 noch 76,6% der Unternehmen eine leichter gewordene oder gleich gebliebene Kreditaufnahme meldeten, summierten sich diese Anteile 2016 auf 69,7%.

Zugleich entwickelten sich wichtige Finanzkennziffern von Druckunternehmen durchaus positiv. Die Eigenkapitalquote ist bei 36,4%, die Umsatzrendite bei 37,9% und die Ratingnote bei 21,2% der Umfrageteilnehmer im Vergleich zum Vorjahr gestiegen.

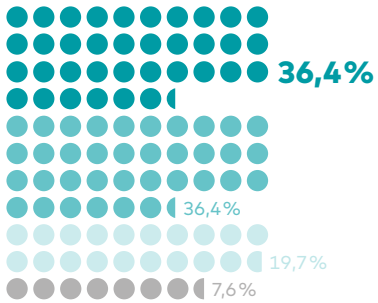
Zur Finanzierung diverser Vorhaben greifen Druckereien weiterhin primär auf Dienstleistungen der Finanzwirtschaft zurück. Diese Nachfrage verringerte sich jedoch im Vergleich zum Vorjahr. Druck- und Medienunternehmen dürften für Investitionen daher häufiger eigene Mittel einsetzen. Darauf deutet die positive Entwicklung der Eigenkapitalquote hin. Investiert wurde vornehmlich in Maschinen, Anlagen, Fahrzeuge und Einrichtungen. Der Anteil dieser Vorhaben betrug insgesamt 80%. Investitionen in die Digitalisierung spielten bei den Druckunternehmen ebenfalls eine Rolle. Mit einem Anteil von ca. 17% waren sie zudem deutlich stärker ausgeprägt als im gesamten Verarbeitenden Gewerbe.

Die Befragung wird vom bvdM und den Landesverbänden Druck und Medien in Zusammenarbeit mit der KfW Bankengruppe und 20 anderen Branchen- und Wirtschaftsverbänden durchgeführt.

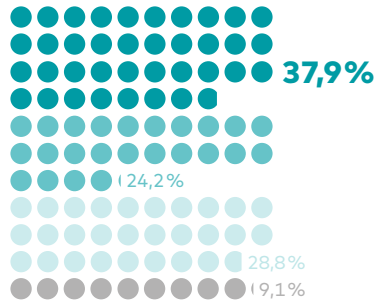
Entwicklung von Finanzkennziffern im Verlauf eines Jahres

● gestiegen ● unverändert ● gesunken
● weiß nicht ● keine Angabe *Quelle: bvd/m*

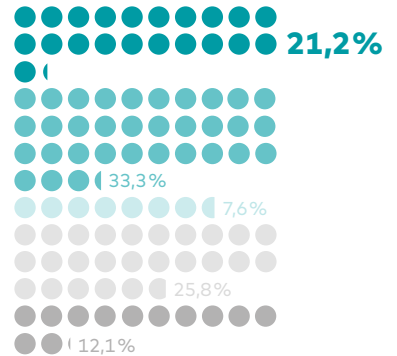
Eigenkapitalquote



Umsatzrendite



Ratingquote

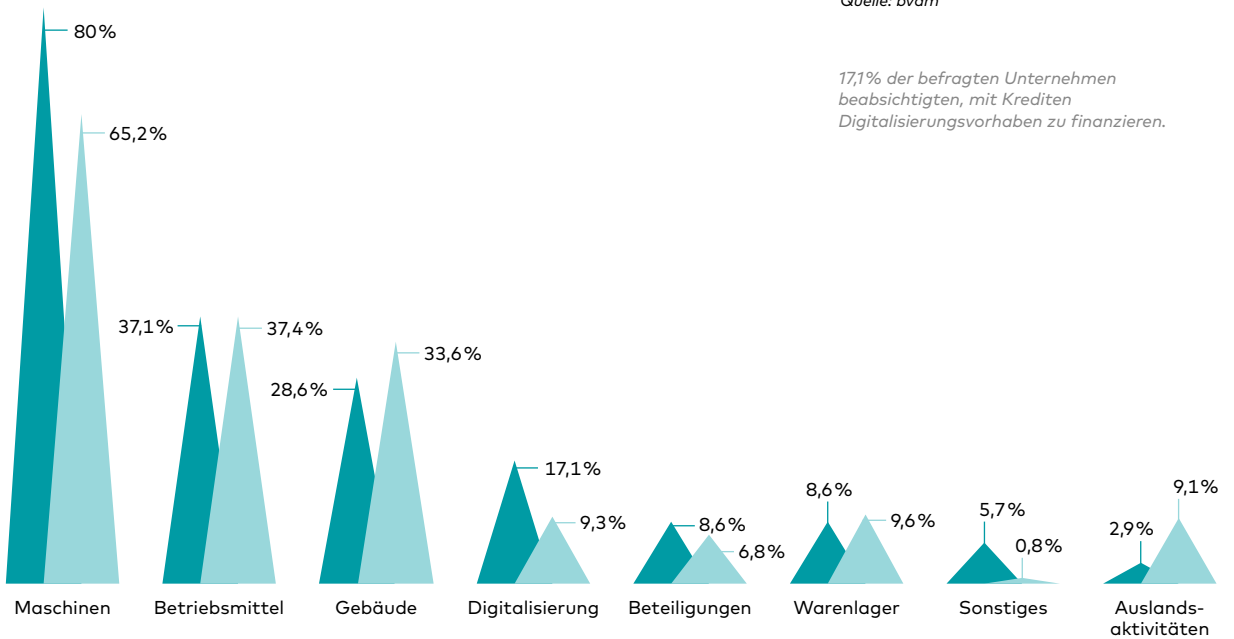


Von 2015 bis 2016 ist die Eigenkapitalquote bei 36,4% der Unternehmen gestiegen. Bei 36,4% der Unternehmen blieb sie unverändert. 19,7% vermeldeten eine gesunkene Eigenkapitalquote. 7,6% machten zur Entwicklung der Eigenkapitalquote keine Angabe.

Unternehmen mit Kreditverhandlungen nach Art des Vorhabens

▲ Druck- und Mediengewerbe
▲ Verarbeitendes Gewerbe

Quelle: bvd/m



17,1% der befragten Unternehmen beabsichtigten, mit Krediten Digitalisierungsvorhaben zu finanzieren.

Druck- und Medienindustrie im Dialog mit der Kreditwirtschaft

Die 13. Bankenkonferenz des bvdm lieferte wertvolle Einblicke in die Branche

Die 13. Bankenkonferenz der Druck- und Medienwirtschaft fand im Rahmen der drupa 2016 am 7. Juni im CCD Congress Center Düsseldorf statt.

Teilnehmer waren Industrieanalysten von Banken, Kreditversicherern und Leasingunternehmen, Vertreter des Deutschen Sparkassen und Giroverbandes sowie Vertreter des ifo Instituts, das im Auftrag des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken jährlich eine Analyse des Druckgewerbes erstellt.

Sie erhielten von den Fachleuten des bvdm eine tiefgreifende Strukturanalyse der Branche. Präsentiert wurden Fakten und Hintergründe ihres Strukturwandels, die Entwicklungen verschiedener Sparten, Perspektiven unterschiedlicher Technologien und Märkte und die damit verbundenen erwartbaren bzw. dringend notwendigen Investitionstätigkeiten von Druck- und Medienunternehmen.

Gemeinsam erörterten die Teilnehmer die wichtigsten Erkenntnisse aus dem Bilanzkennzahlenvergleich von Druck- und Medienunternehmen. Betont wurde die Heterogenität sowohl von Druckereien als auch von ihren Geschäftsmodellen. Der bvdm empfahl den Teilnehmern daher, die Finanzierungsvorhaben von Druckereien individuell und differenziert zu betrachten.

Werner Drechsler, Geschäftsführer der Druckstudio GmbH, präsentierte den Branchenanalysten ein erfolgreiches vollstufiges Druckunternehmen, das die Vielfalt der Druckindustrie eindrucksvoll unter Beweis stellt. Anschließend konnten sich die Konferenzteilnehmer auf der drupa unmittelbar von der Zukunftsfähigkeit der Druckbranche und ihrer Produkte überzeugen.

Die Bankenkonferenz erwies sich einmal mehr als Veranstaltung, die Kreditinstituten hilft, die künftige Entwicklung der Branche und das geschäftliche Potenzial von Druck- und Medienunternehmen differenziert zu beurteilen.

International wird in Weiterverarbeitung und Technik investiert

Der vierte drupa Global Trends Report zeigt, dass sich die Branche erfolgreich den Herausforderungen stellt

Auch 2016 hat die drupa für ihren Global Trends Report Druckdienstleister und Zulieferfirmen nach ihren Erwartungen zur wirtschaftlichen Entwicklung der Branche befragt. Nahezu 1.200 Unternehmen aus verschiedenen Märkten und Regionen nahmen an der im Oktober durchgeführten Umfrage teil.

Bezogen auf das Jahr 2016 bezeichneten 42% der weltweit befragten Druckereien die wirtschaftliche Lage ihres Geschäftes als „gut“ – das sind 5% mehr als im Vorjahr. 11% schätzten sie als schlecht ein.

Hinsichtlich der Endkundenmärkte setzt sich – trotz aller regionaler Unterschiede – seit 2013 ein gleichbleibendes Muster fort: Funktions- und Verpackungsdruckereien zeigen weltweit mehr Zuversicht als Akzidenzdruckereien. Am optimistischsten sind hier die Verlagsdruckereien.

Deutlich gehen aus dem Global Trends Report ehrgeizige und solide Investitionspläne von Druckereien in allen Regionen hervor. Dabei hat erstmals die Investition in die Weiterverarbeitung oberste Priorität, dicht gefolgt von Drucktechnologie.

Laut Studie fällt den Verlagsdruckereien die Anpassung an digitale Medien am schwersten. Neue Wege der Wertschöpfung wie etwa Personalisierung, Individualisierung und die Arbeit mit variablen Inhalten gewinnen an Relevanz, wenn auch nur sehr langsam.

Reform des Erbschaftsteuergesetzes abgeschlossen

bvdm erwartet zusätzliche Belastungen für familiengeführte Druckunternehmen

Nach langen Verhandlungen wurde am 9. November 2016 das reformierte Erbschaftsteuer- und Schenkungsteuergesetz mit Wirkung zum 1. Juli 2016 in Kraft gesetzt. Mit der Reform des Gesetzes reagierte die Bundesregierung auf das Urteil des Bundesverfassungsgerichtes vom 17. Dezember 2014, welches die damals geltende Regelung als teilweise verfassungswidrig einstufte. Dem Gesetzgeber wurde eine Anpassung verordnet und eine Frist bis zum 30. Juni 2016 für eine Neuregelung gesetzt.

Familiengeführte Druck- und Medienunternehmen dürften sich zwar über die lange überfällige Planungs- und Rechtssicherheit freuen. Die Neuregelungen des Erbschaftsteuergesetzes burden vielen aber zusätzliche Belastungen auf.

Familiengeführte Druck- und Medienunternehmen dürften sich über die lange überfällige Planungs- und Rechtssicherheit freuen.

Mit Inkrafttreten des Gesetzes werden Betriebsvermögen weiterhin von der Erbschaftsteuer verschont, wenn der Betrieb über einen bestimmten Zeitraum (fünf bzw. sieben Jahre) fortgeführt wird und die gegebene Lohnsumme erhalten bleibt. Während jedoch früher Unternehmen mit bis zu 20 Beschäftigten von der Lohnsummenregelung befreit waren, gilt dies nun nur noch für Betriebe mit bis zu fünf Mitarbeitern. Im Erb- oder Schenkungsfall werden sich also deutlich mehr Druckunternehmer auf zusätzlichen Aufwand einstellen müssen, wenn sie die Verschonungsmöglichkeiten in Anspruch nehmen möchten.

Der bvdm hat sich im Verlauf des Gesetzgebungsverfahrens aktiv am Entscheidungsprozess beteiligt.

Das neue Gesetz sieht weiterhin eine Verschonungsbedarfsprüfung oder alternativ ein Verschonungsabschlagsmodell vor, wenn das begünstigte Erb- oder Schenkungsvermögen die Schwelle von 26 Mio. Euro überschreitet. Auch diese Neuregelungen werden bei entsprechenden Unternehmen zu einem zusätzlichen Aufwand mit den Finanzbehörden führen. Eine Verschonungsbedarfsprüfung wurde im Urteil des Bundesverfassungsgerichtes explizit gefordert, jedoch ohne Nennung einer spezifischen Schwelle.

Der bvdm hat sich im Verlauf des Gesetzgebungsverfahrens aktiv am Entscheidungsprozess beteiligt – mittels Stellungnahmen, Vorschlägen und Forderungen an bundes- und landespolitische Entscheidungsträger. Gemeinsam mit anderen Wirtschaftsverbänden konnten dadurch u. a. noch ungünstigere Schwellenwerte für die Lohnsummenregelung und die Verschonungsbedarfsprüfung verhindert sowie eine realistischere Bewertung von Unternehmen erreicht werden.

Online Print auf Wachstumskurs

Der Handel über das Internet nimmt stetig zu. Für das Jahr 2017 prognostiziert der bevh einen Zuwachs von 11% im E-Commerce. Mittlerweile begrüßen 65% der Konsumenten es, ihre Produkte individuell gestalten zu können (Consumer Barometer 1/2017 von IFH Köln/KPMG). Das gilt für Müslis und Maßhemden genauso wie für Autos und Kleiderschränke. Und es gilt auch für Druckerzeugnisse. Einladungen, Poster, Visitenkarten, Tassen, T-Shirts, Handyhüllen und vieles mehr werden in Massen oder auch als Einzelstück individualisiert in Auftrag gegeben. Ähnliches gilt für das B2B-Geschäft. Auch hier wird zunehmend online geordert und gehandelt.

Druckereien, die ein entsprechendes Online-Portfolio bieten und deren Lieferzeiten sich mit Onlinern anderer Branchen messen lassen können, haben einen echten Wettbewerbsvorteil gegenüber vielen rein stationär arbeitenden Betrieben. Ein weiterer Baustein zum Erfolg der „Onliner“ dürfte deren – für die Druckindustrie bislang eher unübliche – Selbstvermarktung

sein. Sie präsentieren sich und ihre Produkte mit Bannerwerbung in Fußballstadien, TV-Spots, Flyern, Beilegern in Agenturpublikationen wie W&V und Horizont, Anzeigen sowie über Sponsorships und gute PR. Damit werben sie im ganz großen Stil für Print – ein Geschenk für die gesamte Branche. Gleichzeitig besteht jedoch die Gefahr, dass die kleinen stationären Betriebe Aufträge an die Marketingprofis verlieren.

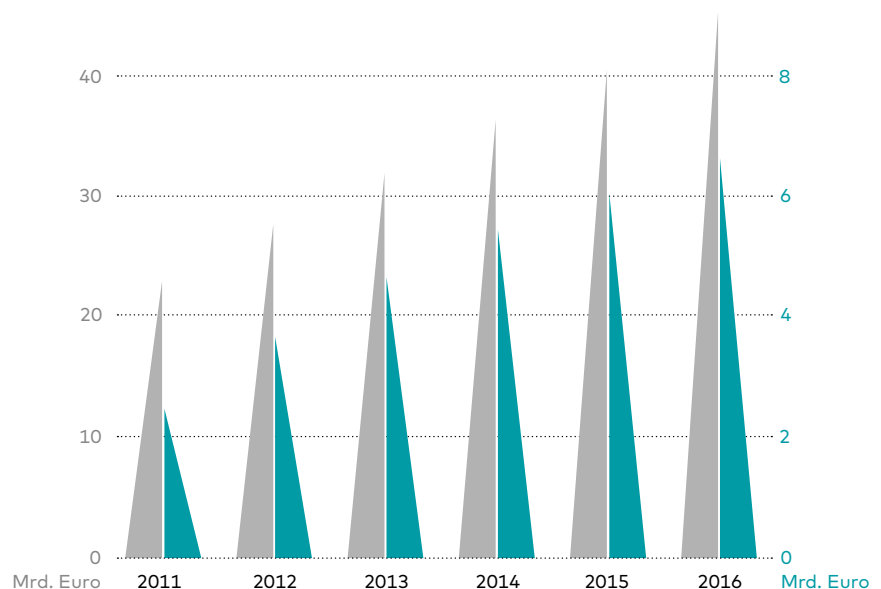
Laut den von der zipcon consulting GmbH ermittelten Umsätzen ist Online Print auch weiterhin auf Erfolgskurs. Mit einem prognostizierten Wachstum von 9,76% in closed stores und mehr als 15% in open stores dürften rund 7,5 Mrd. Euro in der D/A/CH-Region erwirtschaftet werden. Der bvdm und die Landesverbände Druck und Medien bieten Unternehmen in Kooperation mit zipcon und der Fogra Unterstützung auf dem Weg zum onlinebasierten Arbeiten. Dazu gehören Beratungen, Schulungen, die Ausrichtung von Veranstaltungen (Online Print Symposium) sowie die Erarbeitung und Bereitstellung von Online-AGBs.

Umsatz Onlinehandel in Mrd. Euro

- Onlinehandel gesamt in Deutschland
- Online-getriebene Umsätze Print D/A/CH

Quelle: IFH Köln: Branchenreport Onlinehandel, Köln, 2016

Quelle Print: Market Research/Market Estimates by zipcon consulting gmbh 2017

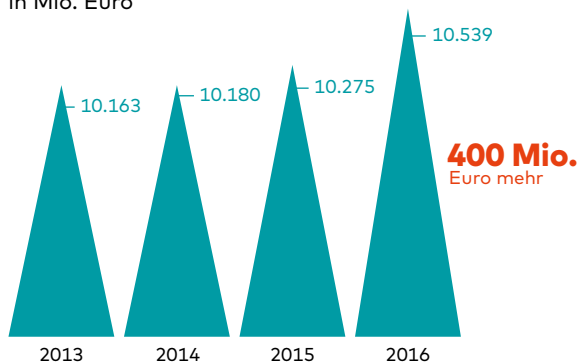


Ausgewählte Trends und Märkte

Werbung wirkt gedruckt

Die Bruttowerbeausgaben für Print steigen – zum dritten Mal in Folge. 2016 wurden laut Nielsen rund 10,5 Mrd. Euro in Printwerbung investiert – ein Zuwachs von 2,6% gegenüber dem Vorjahr. Seit 2013 ist der Wert um fast 400 Mio. Euro gestiegen. Zeitungen (4,9 Mrd. Euro Werbeausgaben, +4% gegenüber 2015), Außenwerbung (1,8 Mrd. Euro, +7,9%), Fachzeitschriften (0,4 Mrd. Euro, +1,7%). Die Werbeausgaben im Internet sind mit -4,2% hingegen rückläufig, zugenommen haben sie im Bereich der mobilen Anwendungen (72,4%).

Bruttowerbeausgaben für alle Printsegmente in Mio. Euro



Quelle: Nielsen

Volle Konzentration auf Zeitungen

Mit ihren Printausgaben erreichen die Tageszeitungen 43,4 Mio. Menschen in Deutschland, das entspricht einer Reichweite von 62,3%.

Den Kampf der Medien um Aufmerksamkeit gewinnt die Zeitung: Unter den 15 untersuchten Medientypen erreicht die gedruckte Zeitung die besten Werte in puncto Aufmerksamkeit. 60% der Leserinnen und Leser widmen sich bei der Zeitungslektüre ausschließlich ihrem Blatt.

Menschen mögen echte Bücher

Das gedruckte Buch ist beliebt: 2016 wurden mehr als 360 Mio. Bücher verkauft, 2% mehr als im Vorjahr.

Dabei nahmen die eBook-Verkäufe um 4% ab.

Kinder greifen wieder häufiger zum Buch. Das hat das Münchner Marktforschungsinstitut iconkids & youth herausgefunden. Für ihre Studie „Trend Tracking Kids 2016“ haben die Trendforscher rund 1.500 Sechsbis Neunzehnjährige unter anderem zu ihrem Leseverhalten interviewt. Das Ergebnis: 68% lesen wieder häufiger Bücher – und zwar vor allem gedruckte. 2015 waren es noch 61%.

Ein besonderer Trend unter Erwachsenen sind seit rund zwei Jahren Ausmalbücher: Erschienen 2014 zwölf Ausmalbücher für Erwachsene, waren es 2015 mit 123 zehnmal mehr. Allein für das erste Halbjahr des Jahres 2016 wurden 115 Titel gemeldet. Sie erobern die Bestsellerlisten und lassen sogar die Maschinen der Stiftehersteller in Deutschland heiß laufen.

Hoch gehandelt: Anzeigenblätter

Der Handel setzt auf gedruckte Anzeigenblätter. Zwischen 50 und 60% beträgt deren Anteil im Kommunikationsmix von EDEKA, REWE, OBI und Co. Für über 50% der Deutschen sind sie die wichtigsten Informationsquellen für aktuelle Angebote. Im vergangenen Jahr ist der Umsatz der Gattung um 5,9% auf über 1,9 Mrd. Euro gestiegen. Auch die Anzahl der Titel, die in Deutschland vertrieben werden, ist gestiegen, sie liegt bei 1.298. Die Gesamtauflage betrug 86,9 Mio. Exemplare.

Mit ihren Printausgaben erreichen die Tageszeitungen 43,4 Mio. Menschen in Deutschland, das entspricht einer Reichweite von 62,3%.

Wir sind Weltmeister: Zeitschriften und Magazine

Mehr als 34,7 Mio. Deutsche lesen mehrmals in der Woche in derselben Zeitschrift. Mit mehr als 1.600 periodischen Publikumszeitschriften und 3.800 Fachmedien hat Deutschland die vielfältigste

Zeitschriftenkultur der Welt. 1997 waren es laut dem Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) rund 550 Titel weniger, allein im Jahr 2016 kamen 150 Publikumstitel dazu. Mehr als 50% der Erlöse entfallen auf Titel, die jünger als 10 Jahre sind.

Wissen fest im Griff: Fachzeitschriften

Noch größer ist der Markt für Fachzeitschriften. Rund 6.000 dieser Publikationen, die weniger einen unterhaltenden als vielmehr einen informativen Charakter haben, werden regelmäßig mit einer Auflage von 15 Mio. in Deutschland veröffentlicht. In den letzten drei Jahren erwirtschafteten deutsche Fachmedienhäuser nach Aussage des Verbandes Deutsche Fachpresse e.V. ein jährliches Umsatzplus von 1,3 bis 3,4%.

Werbekampagnen sind um bis zu 62% effektiver, wenn auch Direktmarketing eingesetzt wird.

Vorfreude ist die schönste Freude: Kataloge

Eines der ältesten Instrumente des Vertriebs ist der Katalog. Heute gibt es weniger umfangreiche Exemplare, aber dafür unzählig viele. Messungen haben ergeben, dass 20% aller Online-Käufe durch gedruckte Kataloge motiviert sind.

Einheitsgrau war gestern: die neuen Paketbeilagen

Paketbeilagen – Flyer, Gutscheine oder ganze Hefte – mit persönlicher Ansprache und individuell zusammengestellten Produktempfehlungen können Konversionsraten im E-Commerce um 26% erhöhen. Die Warenkorbwerte steigern sich um bis zu 62%. Der Wiederkaufzyklus wird auf 18 Tage verringert. Werbebeilagen in der Geschäftskorrespondenz, die postalisch verschickt werden, erzielen um 25% höhere Aufmerksamkeit gegenüber Aussendungen per E-Mail. Verkaufsraten sind auch hier signifikant höher.

Klappern gehört zum Handwerk: Events

Das Werbevolumen für Messen, Kongresse und Tagungen stieg 2016 im Vorjahresvergleich um mehr als 40%. Geworben wird für Events bevorzugt in Printmedien. Etwa 90% des Werbevolumens gehen an Zeitschriften und Zeitungen.

Nie waren sie so wertvoll wie heute: Etiketten

In einem Bericht des Marktforschungsunternehmens Freedonia Group wird für die weltweite Nachfrage nach Etiketten bis zum Jahr 2018 ein jährliches Wachstum von 4,9% prognostiziert. Dies entspricht einem Anstieg des Gesamtwerts des Etikettenmarkts auf 114 Mrd. US-Dollar weltweit. Etiketten und Verpackungen müssen sich von der Masse abheben und Aufmerksamkeit erregen. Gleichzeitig müssen sie den Vorschriften entsprechen, Markenintegrität und -schutz gewährleisten, die Farbkonstanz wahren sowie möglichst umweltfreundlich sein.

Kommunikation, die ankommt: Dialogmarketing

Werbekampagnen sind um bis zu 62% effektiver, wenn auch Direktmarketing eingesetzt wird. Vor allem Brückentechnologien wie QR-Codes und Augmented Reality steigern den Aufmerksamkeitswert und die Responsequoten enorm.

Bestens aufgehoben: Postwurfsendungen

11,7 Mrd. Euro geben Unternehmen in Deutschland für allgemeine Werbesendungen aus. Sie wirken schnell und messbar und haben im Jahr 2016 zugenommen. 38 Tage werden Postwurfsendungen im Durchschnitt in einem Haushalt aufgehoben.

Auf Wachstumskurs: Der Digitaldruck

Der Digitaldruck dringt in immer mehr Geschäftsfelder der Druckindustrie vor. Sein Anteil am Gesamtwert der in Deutschland hergestellten Druckerzeugnisse ist binnen 7 Jahren um über 93% gestiegen. Berechnungen des bvdM zeigen Steigerungen um fast 120% bei Plakaten, 95% bei Büchern und 926% bei Katalogen. Dazu kommen völlig neue Geschäftsfelder, z. B. in den Bereichen funktionaler Druck, Textilien, Verpackungen oder Dekor.

Der Digitaldruck erfordert Lernen und Umdenken, denn er verändert Prozesse in den Betrieben. Die Verbände Druck und Medien bieten daher Beratung und Fortbildungen in dem Bereich an. So gelingt mit der praxisnahen Fortbildung „Geprüfter Digitaldruck Professional nach VDM“ in kurzer Zeit der Ein- oder Umstieg zum Digitaldrucker. Darüber hinaus bieten die Verbände mit dem „QualitätsSiegel Digitaldruck – QSD“ eine Zertifizierung im Digitaldruckbereich an. Der Standard wurde von den Fachexperten der Druck- und Medienverbände und den printXmedia-Gesellschaften im engen Austausch mit renommierten Digitaldruckereien erarbeitet und wird kontinuierlich weiterentwickelt.

Das Leistungsspektrum des bvdm im Bereich Sozialpolitik ist breit gefächert. Es gilt, Gesetzgebungsvorhaben und -prozesse kontinuierlich zu beobachten, um sie fachlich fundiert im Sinne der Druck- und Medienindustrie mitzugestalten. Dies geschieht im engen Austausch mit Gesetzgebern, Interessenvertretungen und Verbänden anderer Branchen, national und international.

Als Spitzenverband schafft der bvdm, gemeinsam mit der Gewerkschaft, zukunftssichere Arbeitsbedingungen für Betriebe und Beschäftigte durch die Flächentarifverträge der Druckindustrie. Und natürlich unterstützt der bvdm seine Landesverbände und deren Mitglieder in allen Bereichen der rechtlichen Beratung, erarbeitet Handlungsleitfäden und stellt ihnen proaktiv umfangreiche unternehmensrelevante Informationen zur Verfügung.

Sozialpolitik

Zähes Ringen um ein gelungenes Ergebnis – Tarifverhandlungen in der Druckindustrie

Nach über 17-stündigen, zähen Verhandlungen haben sich die Vertreter der Tarifkommissionen von bvdm und ver.di in der vierten Runde der Tarifverhandlungen im Juni 2016 auf ein neues Lohnabkommen für die gewerblichen Arbeitnehmer der Druckindustrie geeinigt.

Das neue Lohnabkommen hat eine Laufzeit von 29 Monaten bis zum 31. August 2018 und sieht zwei lineare Erhöhungen der Löhne vor, die erste zum 1. Juli 2016 um 2% und die zweite zum 1. August 2017 um weitere 1,8%.

Mit diesem Abschluss wurden die Tarifpartner dem Credo gerecht, unter das die Arbeitgeber die Tarifrunde gestellt hatten: „Zusammen Zukunft Gestalten – Für unsere Druckindustrie“. Das erreichte Ergebnis ist ein gelungener Kompromiss, geht aber aus Sicht der Unternehmen an die Grenze des Machbaren.

Denn bei weiterhin rückläufiger Nachfrage nach Printprodukten, fallenden Preisen für Druckereileistungen, steigenden Produktionskosten und zunehmenden Importen aus dem günstiger produzierenden Ausland bleibt ein nur sehr knapper Spielraum für Lohnerhöhungen. Und diesen schöpft der Abschluss auch aus.

Im Ergebnis haben die Arbeitnehmer ein echtes Plus auf dem Konto. Die beiden vereinbarten Lohnsteigerungen liegen mit zusammen 3,8% deutlich über der Inflationsrate von insgesamt 2,3%, die das Statistische Bundesamt für das Jahr 2016 (0,5%) ermittelt und die Bundesregierung für 2017 (1,8%)

prognostiziert hat. Damit sichern die Arbeitgeber auch weiterhin das hohe Lohnniveau der Branche und die Attraktivität ihrer Arbeitsplätze. Das ist wichtig, besonders auch im Werben um Nachwuchs und gute Fachkräfte.

Für die Unternehmen bedeutet der Abschluss mit einer Laufzeit von 29 Monaten mit Leermonaten und zwei mit Augenmaß vereinbarten Lohnerhöhungen Planungssicherheit. So können z.B. Investitionsentscheidungen langfristig geplant werden, was die Wettbewerbsfähigkeit und damit die Zukunft der Unternehmen sichert. Auch das ist eine Voraussetzung für sichere Arbeitsplätze.

Begleitet wurden die Tarifverhandlungen von zahlreichen Arbeitskampfmaßnahmen der Gewerkschaft. Um die betroffenen und streikgefährdeten Unternehmen in dieser Situation zu unterstützen, hat der bvdm die Unternehmen vor und während der gesamten Tarifrunde mit Informationsmaterial versorgt. Neben Plakaten und Flugblättern zur Information der Mitarbeiter in den Unternehmen konnten die Betriebe auf Faktenchecks zu Behauptungen ver.dis ebenso zugreifen wie auf einen umfangreichen Leitfaden mit Praxistipps und Antworten auf Fragen im Zusammenhang mit dem Arbeitskampf.

Dauerbrenner Manteltarifvertrag

Neben den Lohntarifverträgen sind auch die Regelungen des Manteltarifvertrags entscheidend für die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen.

Nach Abschluss des Lohnabkommens haben daher die Tarifvertragsparteien die für die Dauer der Lohnrunde unterbrochenen Gespräche über eine Reform des Manteltarifvertrags wieder aufgenommen. Ein erstes Gespräch im Jahr 2017, insgesamt das neunte seit Vereinbarung der Verhandlungsverpflichtung, fand am 6. Februar in sachlicher und konstruktiver Atmosphäre in Berlin statt.

Die Vertreter der Arbeitnehmerseite zeigten weiterhin Interesse an Lösungsansätzen, mit denen einzelne Tarifregelungen allgemeinverbindlich gemacht werden können. Die Arbeitgeber machten hingegen vor allem ihre diesbezügliche Skepsis über das Vorliegen der erforderlichen formellen Voraussetzungen deutlich und stellten mögliche Lösungsvorschläge vor, mit denen die bestehenden, zum Teil veralteten Tarifregelungen reformiert und somit zeitgemäß ausgestaltet werden können.

In der Fortsetzung des Dialogs am 27. März 2017 intensivierten die Tarifvertragsparteien ihre Diskussion um die unterbreiteten Lösungsvorschläge und erörterten weitere Ansätze. Während ihres Treffens am 1. Juni 2017 setzten die Tarifparteien ihre Gespräche dazu fort.

„Arbeitgeber und Arbeitnehmer können mit dem Lohnabschluss vom Juni 2016 zufrieden sein. Die Arbeitnehmer können sich über ein echtes Plus in ihren Portemonnaies freuen. Die Unternehmen haben langfristige Planungssicherheit. Und bei alledem wurden die Rahmenbedingungen der Branche nicht aus den Augen verloren. Ich freue mich, dass beide Seiten ihrer Verantwortung als Tarifpartner gerecht geworden sind. Mit diesem Anspruch müssen wir nun auch die wiederaufgenommenen Gespräche zur Reform des Manteltarifvertrags zu einem gelungenen Ergebnis führen.“

Sönke Boyens, bvdm-Vizepräsident und Vorsitzender des Sozialpolitischen Ausschusses



AUF EINEM GUTEN WEG

Verdi hat erkannt, dass ihre Forderung nach einer Lohnerhöhung von 5% für 12 Monate die Betriebe überfordert. Das eröffnet den Weg für eine Lohnerhöhung, die den Mitarbeitern ihren Lebensstandard sichert und von den Betrieben tragbar ist. Auch eine von verdi ins Gespräch gebrachte längere Laufzeit ist denkbar.

Abschlüsse anderer Branchen können für die Druckindustrie jedoch kein Maßstab sein. In der nächsten Verhandlungsrunde gilt es, in konstruktiven Gesprächen weiter aufeinander zuzugehen.

Tarifverhandlungen für unsere Branche müssen sich an unserer Branche orientieren.

ZUSA
ZUKUNFT
GESTALTEN

bvdm. Ihre Arbeitgeber.

Cui Boni? – Gerechtigkeit und Transparenz

Neues vom Entgelttransparenzgesetz

Gerechtigkeit ist ein großes Wort und besonders im Wahlkampf sehr in Mode. Die Frage, wie Gerechtigkeit, insbesondere in Fragen von Lohn und Gehalt, erreicht werden kann, lässt sich unterschiedlich beantworten. Dass Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer nicht auf Grund ihres Geschlechts unterschiedlich bezahlt werden dürfen, ist selbstverständlich. Dafür stehen nicht zuletzt die Tarifverträge in der Druckindustrie. Sie orientieren sich an objektiven Kriterien und differenzieren nicht zwischen Frauen und Männern.

Die Forderung nach „gerechter“ Bezahlung wollte das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend nun auch auf gesetzlicher Ebene umsetzen. Der Entwurf für ein „Lohnngerechtigkeitsgesetz“ sollte dazu dienen, Entgeltunterschiede zwischen Frauen und Männern zu beseitigen. Dabei hat das Ministerium eine Lohnlücke von bis zu 22% zugrunde gelegt, die allerdings auf nicht vergleichbaren Daten und Fakten fußte und daher von anerkannten Wirtschaftsinstituten widerlegt wurde.

Der Gesetzentwurf, allseits aufs Heftigste kritisiert, wurde überarbeitet und unter dem neuen Namen „Entgelttransparenzgesetz“ am 30. März 2017 beschlossen. Insbesondere Frauen sollen damit die Möglichkeit bekommen, zu erfahren, wie viel ihre männlichen Kollegen verdienen. Mehr Transparenz in der Lohnfindung ist das Ziel.

Tarifverträge schaffen Transparenz, sie beruhen auf nachvollziehbaren, für alle geltenden Kriterien. Es ist daher zu begrüßen, dass der Gesetzestext den Stellenwert von Tarifverträgen bei der Festlegung einer fairen und transparenten Bezahlung grundsätzlich anerkennt.

Dennoch werden die neuen Auskunftsansprüche, Prüfverfahren und Berichtspflichten selbst für tarifgebundene Betriebe zu einer erheblichen bürokratischen Belastung führen, ohne dass damit ein Nutzen für die Frauen entstünde.

Denn die eigentlichen Ursachen von Entgeltunterschieden, die – auch nach Ansicht des Bundesfamilienministeriums – im Wesentlichen auf unterschiedlichen Berufswahlverhalten und Erwerbsbiografien beruhen, werden durch das Gesetz nicht beseitigt. Statt sich der Veränderung dieser gesamtgesellschaftlichen Ursachen zu widmen, schiebt das Ministerium den Arbeitgebern den schwarzen Peter zu und belässt es bei reiner Symbolpolitik. Das ist nicht nur den Arbeitgebern, sondern auch den arbeitenden Frauen gegenüber unfair.

Der bvdm hatte sich anlässlich der Anhörung im federführenden Ausschuss des Bundestages dafür ausgesprochen, das Gesetzesvorhaben insgesamt fallen zu lassen. Die Stellungnahme ist über die Internetseite des bvdm unter www.bvdm-online.de/entgelttransparenz abrufbar.

Meldungen zum Koalitionsvertrag

Kompliziert und teurer: Zeitarbeit und Werkverträge

Zum 1. April 2017 sind weitreichende Änderungen im Bereich von Zeitarbeit und Werkverträgen in Kraft getreten. Mit dem Gesetz zur Änderung des Arbeitnehmerüberlassungsgesetzes und anderer Gesetze soll die Zeitarbeit auf ihre „Kernfunktionen zurückgeführt“ und der „Missbrauch von Werkvertragsgestaltungen verhindert“ werden. Der bvdm hat im Laufe des Gesetzgebungsverfahrens wiederholt auf die aus Sicht unserer Branche besonders problematischen Punkte hingewiesen. Die Stellungnahme ist über die Internetseite des bvdm unter www.bvdm-online.de/zeitarbeit-und-werkvertraege abrufbar.

Auf Grund von Kritik der Arbeitgeberseite wurden gegenüber den ersten Fassungen des Gesetzes einige Entschärfungen erreicht: Die Definition des Arbeitsvertrages entspricht nun dem Stand der Rechtsprechung. Damit ist keine materielle Änderung des Rechts der Werk- und Dienstverträge verbunden.

Ferner bleiben auch tarifvertragliche Gestaltungsmöglichkeiten weitestgehend erhalten. So ist es auch in Zukunft möglich, durch Tarifverträge abweichende Vereinbarungen zum „equal pay“ und zur neuen Überlassungshöchstdauer von 18 Monaten zu treffen.

Tarifvertragliche Gestaltungsmöglichkeiten bleiben erhalten.

Der bvdm hat ein Merkblatt erstellt, in dem die Änderungen, die mit dem neuen Gesetz für die Betriebe gelten, zusammengefasst und erläutert werden. Dieses Merkblatt erhalten die Mitgliedsbetriebe bei ihrem zuständigen Landesverband.

Teuer, aber ungerecht: Nahles' Rentenkonzept

Die größte Herausforderung für unser Sozialversicherungssystem ist die demografische Entwicklung. Es gilt, insbesondere das Rentensystem zukunftsfest zu machen. Im November 2016 hat das Bundesarbeitsministerium ein „Gesamtkonzept zur Alterssicherung“ vorgelegt. Grundlegende

Anpassungen zur Sicherung der Finanzierbarkeit der Rente fehlen darin jedoch, stattdessen sind teure Leistungsausweitungen vorgesehen.

Dem aktuell vorliegenden Konzept entsprechend soll das Rentenniveau bis 2045 nicht unter 46% sinken. Zudem sollen eine „Solidarrente“ für langjährig Versicherte eingeführt, die Angleichung der Renten in Ost und West beschleunigt und Selbstständige

verpflichtend in die gesetzliche Rentenversicherung einbezogen werden. Der Beitragssatz soll bis 2045 auf 24,9% steigen. Das entspricht einer Mehrbelastung der Beitragszahler von rund 70 Mrd. Euro. Ferner ist ein „Demografiezuschuss“ des Bundes vorgesehen, der zunächst 1,5% der Rentenausgaben beträgt und 2040 auf 2,5% steigt. Dies entspricht 4,2 Mrd. Euro im Jahr 2030 und 7,8 Mrd. Euro im Jahr 2045.

Das Reformkonzept ist nicht nur teuer, sondern auch ungerecht, weil es die Belastungen einseitig den

Beitragszahlern aufbürdet und so die Generationengerechtigkeit untergräbt. Allein durch den höheren Rentenbeitrag würden die Sozialbeiträge nach Berechnungen der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände langfristig auf deutlich über 45% steigen. Das hätte einen negativen Einfluss auf die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen in Deutschland. Der bvdM wird sich gegen nicht finanzierbare Leistungsausweitungen der gesetzlichen Rentenversicherung und gegen eine Überforderung der Beitragszahler aussprechen.



Mindestlohn 2.0 – Reformen bleiben notwendig

Erstmals nach Einführung des gesetzlichen Mindestlohns im Jahr 2015 sprach sich die Mindestlohnkommission im Juni 2016 für eine Erhöhung des Mindestlohns von zuvor 8,50 Euro auf 8,84 Euro brutto je Zeitstunde ab dem 1. Januar 2017 aus.

Im Vorfeld dieser Entscheidung hatte der bvdM in einer Stellungnahme gegenüber der Mindestlohnkommission und dem Bundesministerium für Arbeit und Soziales auf die Auswirkungen des Mindestlohngesetzes im Allgemeinen und auf die Unternehmen der Branche im Besonderen hingewiesen und Änderungen gefordert. Denn obwohl die Tariflöhne der Druckindustrie auch weiterhin deutlich über dem neuen Mindestlohn liegen, haben die Regelungen des Mindestlohngesetzes auch auf die Druck- und Medienbranche erhebliche Auswirkungen.

Dies gilt insbesondere für die Auftraggeberhaftung, die Auswirkungen auf Arbeitszeitkonten und Ausschlussfristen, Unsicherheiten bezüglich der Rechtslage bei Praktikanten, die Anrechnung von Entgeltbestandteilen sowie die Folgen für geringfügige Beschäftigungsverhältnisse. Hier sieht der bvdM erheblichen Nach-

besserungsbedarf seitens des Gesetzgebers. Aber auch beim Verfahren über die Anpassung des Mindestlohns sind Änderungen wünschenswert.

Damit die Mitglieder der Verbände Druck und Medien bestmöglich über die neuesten Entwicklungen in Sachen Mindestlohn – z. B. Rechtsprechung oder Auslegungshinweise von Zoll und Bundesministerium – informiert sind, hat der bvdM seinen Ende 2014 erschienenen Leitfaden zum gesetzlichen Mindestlohn aktualisiert und den Mitgliedsunternehmen zur Verfügung gestellt. Ergänzt wurde das Informationsangebot durch entsprechende Seminare in einzelnen Geschäftsstellen der Verbände Druck und Medien vor Ort.

Der bvdM hat für die Mitglieder der Landesverbände einen aktualisierten Leitfaden bereitgestellt.

Einmal Teilzeit und zurück

Im Dezember 2016 hatte das Bundesarbeitsministerium einen Entwurf zur Reform des Teilzeitrechts vorgelegt. Ziel war die Schaffung eines befristeten Teilzeitanspruchs und eines Rechts auf Erhöhung der Arbeitszeit für Teilzeitbeschäftigte.

Rücksicht auf betriebliche Belange nahm der Entwurf dabei kaum. Dies haben die Arbeitgeberverbände kritisiert und darauf hingewiesen, dass ein häufiges Hin- und Herwechseln zwischen Voll- und Teilzeit gerade kleinere Betriebe vor erhebliche Probleme stellen würde. Mit Erfolg: Der Gesetzentwurf wurde durch die Unionsparteien gestoppt. Die Chancen auf eine Umsetzung noch vor der Bundestagswahl sind allerdings offen. Es ist jedoch zumindest damit zu rechnen, dass die SPD das Thema im Wahlkampf wieder aufgreift.

Gerade noch mal gut gegangen – der Weg zu einem neuen Mutterschutzgesetz

Im Mai 2016 hat das Bundeskabinett einen Gesetzentwurf zur Modernisierung des Mutterschutzrechts vorgelegt. Ein dreiviertel Jahr und zahlreiche Beratungen im federführenden Ausschuss für Familie, Senioren, Frauen und Jugend später hat der Bundestag Ende März diesen Jahres das Gesetz mit einigen wichtigen Änderungen im Vergleich zum Entwurf verabschiedet.

Darunter sind insbesondere auch solche Regelungen, die aus Sicht des bvdm zu mehr Bürokratie und zusätzlichen Belastungen für die Betriebe, aber nicht zu einem modernen Mutterschutz geführt hätten. Aus diesem Grund hatte der bvdm zahlreiche dieser Punkte in seiner Stellungnahme gegenüber dem federführenden Bundestagsausschuss für Familie, Senioren, Frauen und Jugend im September 2016 kritisiert.

In Bezug auf die Normen zur Nacht-, Sonntags- und Feiertagsarbeit, die in der Druckindustrie aufgrund der tagesaktuellen Produktion von Presseergebnissen und anderer termingebundener Produkte in Mehrschichtbetrieben eine erhebliche Rolle spielen, ist eine Genehmigungsfiktion für Nachtarbeit zwischen

Nicht zuletzt im Rahmen der Entwicklung zur „Industrie 4.0“ nimmt der Bedarf an flexiblen Arbeitsformen zu. Dies gilt sowohl für Arbeitgeber als auch für Arbeitnehmer. Aus Sicht des bvdm wäre es höchst problematisch, wenn der Gesetzgeber Arbeitnehmern ermöglicht, ihre Arbeit nach ihren Vorstellungen zu gestalten, während er Arbeitgeber daran hindert, entsprechende Arbeitsausfälle flexibel, etwa durch Zeitarbeit, aufzufangen.

Der bvdm spricht sich dafür aus, freiwilligen Lösungen, die die Interessen von Arbeitgeber und Arbeitnehmer gleichermaßen berücksichtigen, gegenüber gesetzlichen Regelungen den Vorzug zu geben.

Der bvdm plädiert für freiwillige Lösungen, die die Interessen der Betriebe und Arbeitnehmer gleichermaßen berücksichtigen.

20:00 und 22:00 Uhr vorgesehen, wenn die Aufsichtsbehörde den Antrag auf Ausnahmegenehmigung nicht innerhalb von sechs Wochen ablehnt.

Der neu eingeführte unbestimmte Rechtsbegriff der „unverantwortbaren Gefährdung“ soll – so der Bundestag in einem Entschließungsantrag – in einer Handlungsempfehlung klargestellt werden.

Im nunmehr verabschiedeten Gesetz sind zahlreiche kritische Hinweise des bvdm und anderer Arbeitgeberverbände auf erforderliche Änderungen berücksichtigt worden. Insbesondere wurde davon Abstand genommen, eine zusätzliche, konkretisierende Gefährdungsbeurteilung im Zeitpunkt nach Mitteilung der Schwangerschaft einzuführen. Damit entfallen sind auch die daraus resultierenden Folgeprobleme, wie ein bis zum Zeitpunkt der Durchführung der Gefährdungsbeurteilung bestehendes Beschäftigungsverbot.

Betriebliche Altersvorsorge

Zukunftsfonds Medien, Druck und Papier: Änderungen zum 1. Januar 2017

Seit 2002 steht den Betrieben der Branchen Medien, Druck und Papier mit dem „Zukunftsfonds Medien, Druck und Papier“ ein leistungsstarkes Branchenmodell der betrieblichen Altersvorsorge zur Verfügung. Bereits im Jahr 2012 haben die Partner des Zukunftsfonds eine Umstellung des Branchenmodells auf eine Direktversicherung beschlossen. Um den Arbeitnehmern der dem Zukunftsfonds beigetretenen Unternehmen auch weiterhin eine zuverlässige Altersversorgung bieten zu können, wurde die Produktpalette des Zukunftsfonds zum 1. Januar 2017 angepasst. Arbeitnehmer haben die Wahl zwischen zwei verschiedenen Tarifen. Aufgrund der geringen Nachfrage wird der alte Durchführungsweg Pensionskasse für das Neugeschäft ab dem 1. Januar 2017 nicht mehr angeboten. Informationen bietet der neu gestaltete Internetauftritt des Zukunftsfonds unter www.zukunftsfonds-medien-druck-papier.de.

Neuer Anlauf zur Stärkung der Betriebsrenten

Angesichts der Finanzierungsprobleme der gesetzlichen Rentenversicherung ist die Stärkung der betrieblichen Altersvorsorge (bAV) zunehmend in den Fokus gerückt. Beschäftigte kleiner und mittlerer Betriebe bzw. Geringverdiener nutzen diese Möglichkeit bislang besonders wenig.

Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales hat daher den Entwurf für ein „Neues Sozialpartnermodell Betriebsrente“ vorgelegt. Arbeitgebern soll damit erstmals die Möglichkeit einer reinen Beitragszusage eingeräumt werden, womit sich die Verpflichtung des Arbeitgebers darauf beschränken würde, Beiträge an eine Versorgungseinrichtung zu zahlen, ohne für die Betriebsrente haften zu müssen. Voraussetzung wäre ein entsprechender Tarifvertrag.

Diese neue Option könnte Arbeitgeber für die betriebliche Altersvorsorge gewinnen, die sie bislang auf Grund schwer überschaubarer Haftungsrisiken nicht anbieten. Zudem bietet die reine Beitragszusage die Chance einer renditeträchtigeren Kapitalanlage. Allerdings sind die Vorgaben des neuen Modells sehr eng gefasst, der Gestaltungsspielraum der Tarifvertragsparteien ist gering. Insofern bedarf der Entwurf weiterer Korrekturen, wie auch der bvdM deutlich gemacht hat.

Zu begrüßen ist, dass parallel der steuerfreie Dotierungsrahmen von 4% auf 8% der Beitragsbemessungsgrenze erhöht werden soll. Dies wird vielen Betrieben die Abwicklung der Betriebsrenten für alle Arbeitnehmer erleichtern. Positiv könnten sich auch, gerade bei Geringverdienern, die geplanten Reformen der Riesterreute, der neue bAV-Förderbeitrag sowie Freibeträge bei der Anrechnung von Betriebsrenten auf die Grundsicherung auswirken.

Die Rahmenbedingungen für die Druck- und Medienbranche im Wirtschaftsrecht ändern sich ständig. Der bvdm setzt sich dafür ein, dass die Positionen der Branche bei der Erstellung von Gesetzen und Verordnungen auf deutscher und europäischer Ebene berücksichtigt werden.

Daneben informiert der bvdm über aktuelle wirtschaftsrechtliche Themen. In 2016/2017 wurden den Unternehmen nicht nur neue gesetzliche Pflichten, wie z. B. aus dem Verbraucherstreitbeilegungsgesetz, auferlegt. Neuerungen ergaben sich auch aus aktuellen Gerichtsentscheidungen. Den Mitgliedern werden außerdem Mustertexte, wie Allgemeine Geschäfts-, Zahlungs- und Lieferungsbedingungen (AGB), zur freien Nutzung zur Verfügung gestellt.

Darüber hinaus unterstützt der bvdm die Landesverbände bei der Beratung zu komplexen wirtschaftsrechtlichen Fragestellungen, z. B. zum Datenschutzrecht oder zum Urheber- und Medienrecht. Des Weiteren profitieren Unternehmen in Seminarveranstaltungen zu praxisrelevanten Fragen des Wirtschaftsrechts von der Expertise des bvdm.

Unternehmensrecht

Neue Rechte, neue Pflichten: Reform des Bundesdaten- schutzgesetzes

Am 25. Mai 2018 wird die EU-Datenschutz-Grundverordnung unmittelbar geltendes Recht in allen Mitgliedstaaten der Europäischen Union und damit auch in Deutschland. Daraus ergibt sich ein gesetzlicher Anpassungsbedarf im nationalen Datenschutzrecht.

Am 1. Februar 2017 hat die Bundesregierung einen Gesetzentwurf zur Reform des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) verabschiedet. Er sieht vor, das aktuelle BDSG durch ein neues BDSG abzulösen, das sich in vier Teile gliedert. Für die Druckindustrie ist insbesondere Teil 2 relevant, der Bestimmungen zur Ausgestaltung der EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) enthält.

Der Bundesverband Druck und Medien hat in seinen Stellungnahmen zum Referentenentwurf bzw. Regierungsentwurf insbesondere die Berücksichtigung der folgenden Punkte gefordert:

Postalisches Direktmarketing

Zur Gewährleistung der Rechtssicherheit für bestehende Geschäftsmodelle sollte klargestellt werden, dass die adressierte Briefwerbung wie bisher grundsätzlich ohne Einwilligung zulässig ist, solange der Betroffene nicht widersprochen hat. Zur Aufrechterhaltung der Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Unternehmen sollte dabei sichergestellt werden, dass hiermit keine Beschränkung der Werbemöglichkeiten – insbesondere der nutzbaren Datenkategorien – nach der DSGVO einhergeht.

Zweckändernde Datenverarbeitung

Für die zweckändernde Datenverarbeitung bedarf es aus Sicht des bvdM weiterer Bestimmungen, die über die (unklaren und potenziell restriktiven) Vorgaben der DSGVO hinaus zur Zulässigkeit dieser Datenverarbeitung führen. Dies sollte zum einen – wie es im Referentenentwurf noch vorgesehen war – dann gelten, wenn die Datenverarbeitung zur Wahrung berechtigter Interessen des Verantwortlichen erforderlich ist. Zum anderen sollten aber auch die berechtigten Interessen eines Dritten Berücksichtigung finden. Eine solche Regelung wäre insbesondere im Bereich des Direktmarketings zur Ermöglichung und Förderung der Lettershopverfahren wichtig.

Informationspflichten

Für die Datenerhebung beim Betroffenen sind in den Fällen der zweckändernden Datenweiterverarbeitung im neuen BDSG zusätzliche Ausnahmen von den sehr

weitgehenden Informationspflichten der DSGVO vorgesehen. Dies gilt beispielsweise, wenn die Erteilung der Information über die beabsichtigte Weiterverarbeitung einen unverhältnismäßigen Aufwand erfordern würde und das Interesse der betroffenen Person an der Informationserteilung nach den Umständen des Einzelfalls, insbesondere wegen des Zusammenhangs, in dem die Daten erhoben wurden, als gering anzusehen ist.

Diese zusätzlichen Ausnahmen begrüßt der bvdM. Allerdings sollte die Ausnahmeregelung nicht nur für die zweckändernde Datenweiterverarbeitung, sondern auch für sonstige Fälle der Datenerhebung gelten. So kann sich beispielsweise gerade die Problematik der begrenzten Darstellungsmöglichkeiten auf Informationsträgern (wie z. B. Coupons auf Produktverpackungen) nicht nur in den Fällen der zweckändernden Datenweiterverarbeitung, sondern auch in anderen Fallkonstellationen ergeben.

Betrieblicher Datenschutzbeauftragter

Die von der DSGVO optional vorgesehene Bestellung eines betrieblichen Datenschutzbeauftragten wird nach dem Gesetzentwurf in Deutschland auch künftig verpflichtend sein, wenn in einem Betrieb in der Regel mindestens zehn Personen ständig mit der automatisierten Verarbeitung personenbezogener Daten beschäftigt sind. In der Praxis haben Mitarbeiter heutzutage jedoch selbst in kleinen Betrieben Zugriff auf elektronisch gespeicherte Kundendaten. Vor dem Hintergrund der technischen Entwicklung und der typischen Abläufe in den Betrieben fordert der bvdM daher eine entsprechende Anhebung des Schwellenwertes von zehn Mitarbeitern.

Ausblick

Das neue, die DSGVO ergänzende, BDSG soll ebenso wie die DSGVO am 25. Mai 2018 in Kraft treten. Gleichzeitig soll das geltende BDSG außer Kraft treten. Der bvdM wird das Gesetzesvorhaben weiterhin aktiv begleiten.

Gute Bedingungen für gute Geschäfte

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

Allgemeine Geschäftsbedingungen sind Grundlage nahezu aller Geschäftsabschlüsse und somit für die Unternehmen von herausragender Bedeutung. Die Druck- und Medienverbände stellen ihren Mitgliedsunternehmen daher seit Jahren Allgemeine Geschäfts-, Zahlungs- und Lieferungsbedingungen (AGB) für die Druckindustrie zur Verfügung. Die AGB wurden im Jahr 2016 unter Federführung des bvdm und in Zusammenarbeit mit dem AGB-Experten Rechtsanwalt Prof. Dr. Friedrich Graf von Westphalen neu überarbeitet und an die aktuelle Rechtslage angepasst. Mitgliedsunternehmen der Verbände der Druck- und Medienindustrie können die aktualisierten AGB in deutscher und englischer Sprache kostenlos bei ihrer Verbandsgeschäftsstelle anfordern.

Schlichten statt streiten

Neue Informationspflichten
zur Verbraucherstreitbeilegung

Im April 2016 ist das Verbraucherstreitbeilegungsgesetz (VSBG) in Kraft getreten. Danach können Verbraucher bei Streitigkeiten mit Unternehmen eine Schlichtungsstelle anrufen. Diese unterbreitet den Parteien einen Schlichtungsvorschlag. Ob die Parteien diesen annehmen oder nicht, steht ihnen frei. Für Streitigkeiten zwischen Verbrauchern und Druckereien ist die Allgemeine Verbraucherschlichtungsstelle des Zentrums für Schlichtung e.V. in Kehl am Rhein zuständig.

Für Unternehmen ergeben sich seit dem 1. Februar 2017 neue Informationspflichten aus §§ 36, 37 VSBG. Diese Informationspflichten sollen für Klarheit sorgen, ob der Unternehmer an einem Streitbeilegungsverfahren teilnimmt. Außerdem soll dem Verbraucher das Auffinden der zuständigen Verbraucherschlichtungsstelle erleichtert werden. Bei Nichtbeachtung der Informationspflichten können Abmahnungen und Unterlassungsverfahren drohen.

Der bvdm hat ausführliche Erläuterungen zu den Informationspflichten sowie Formulierungsbeispiele in einem Merkblatt zusammengestellt. Mitgliedsunternehmen der Druck- und Medienverbände erhalten diese Information kostenlos bei ihrer Verbandsgeschäftsstelle.

Größere Rechtssicherheit im Insolvenzanfechtungsrecht

Der bvdm hat sich gemeinsam mit anderen Verbänden erfolgreich für eine Reform des Insolvenzanfechtungsrechts stark gemacht. Die bisherige Rechtslage zur Vorsatzanfechtung ging für viele Unternehmen mit nicht hinnehmbaren Unsicherheiten und Belastungen einher. Dies betraf insbesondere die von Insolvenzverwaltern betriebene Rückforderung von Zahlungen, die etwa Druckereien von nunmehr insolventen Kunden im Rahmen von üblichen Geschäftsvorgängen wie Ratenzahlungen oder Stundungen erhalten hatten. Bis zu zehn Jahre konnten solche Rückforderungen bisher zurückreichen und die Unternehmen damit in erhebliche Schwierigkeiten bringen.

Das Engagement der Verbände hat sich gelohnt. Am 5. April 2017 ist das Änderungsgesetz zur Insolvenzanfechtung in Kraft getreten, das für deutlich mehr Rechts- und Planungssicherheit für die Unternehmen sorgt.

Hervorzuheben sind insbesondere die folgenden Punkte:

Vorsatzanfechtung

Für Vorsatzanfechtungen bei Deckungshandlungen gilt ein deutlich verkürzter Anfechtungszeitraum von vier statt bislang zehn Jahren.

Deckungshandlungen sind nur dann anfechtbar, wenn der Gläubiger wusste, dass der Schuldner zahlungsunfähig war. Die Kenntnis der bloß drohenden Zahlungsunfähigkeit soll nicht mehr genügen.

Gläubiger, die ihren Schuldnern Zahlungserleichterungen gewähren, sollen künftig gewiss sein können, dass dies für sich genommen eine Vorsatzanfechtung nicht begründen kann. Hatte der Gläubiger mit dem Schuldner eine Zahlungsvereinbarung getroffen oder diesem in sonstiger Weise eine Zahlungserleichterung gewährt, wird vermutet, dass er zur Zeit der Handlung die Zahlungsunfähigkeit des Schuldners nicht kannte.

Bargeschäfte

Die Hürden für die Anfechtung bei Bargeschäften (§ 142 InsO) werden höher gelegt:

Eine Zahlung des Schuldners, für die unmittelbar eine gleichwertige Gegenleistung erfolgt, ist nur dann anfechtbar, wenn die – verschärften – Voraussetzungen der Vorsatzanfechtung gegeben sind und der Gläubiger auch erkannt hat, dass der Schuldner unlauter handelte.

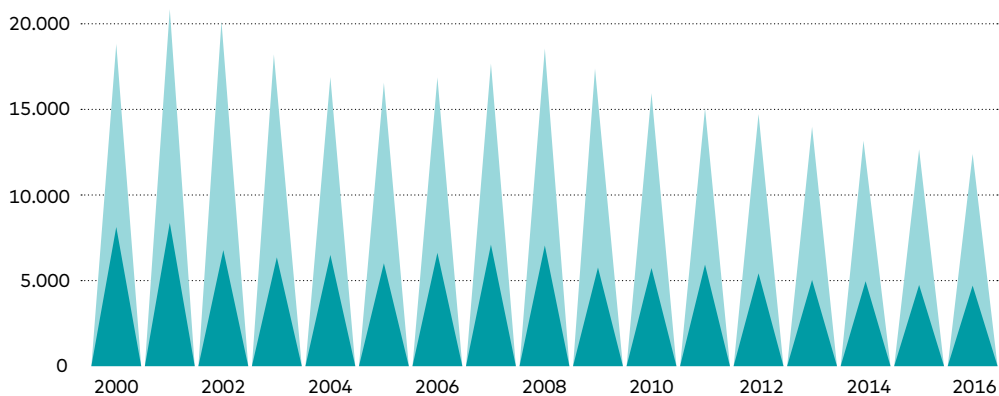
Schon heute können Unternehmen häufig nicht in dem Umfang produzieren, wie sie möchten, weil ihnen die richtigen Leute fehlen. Das gilt auch für die Druckindustrie. Der bvdv – und sein Bildungspolitischer Ausschuss – vertritt die Branche auf allen Gebieten der Bildung, insbesondere gegenüber Ministerien, Arbeitsagenturen und anderen Interessenverbänden.

Konkret heißt das, kontinuierlich an Berufsbildern zu arbeiten, um sie den Anforderungen der innovativen Medienwelt anzupassen, neue Aus- und Weiterbildungskonzepte zu erarbeiten und Unternehmen bei der Nachwuchsgewinnung zu unterstützen. Denn auch hochautomatisierte Prozesse laufen nur dann reibungslos, wenn sie von klugen Köpfen aufgesetzt, gesteuert und überwacht werden.

Bildung

Hohes Niveau der beruflichen Bildung, aber?

Immer mehr Jugendliche in Deutschland entscheiden sich für ein Studium und damit gegen eine duale Berufsausbildung. Die Folge: Der Fachkräftemangel steigt bedrohlich an. Verursacht wird dieser Trend nicht zuletzt durch den Irrglauben vieler Eltern, dass ihre Kinder ohne Abitur und Studium keine echte berufliche Perspektive hätten. Dass dies so nicht stimmt, belegt erneut der IW-Report 5/2017.



**Druckindustrie –
Ausbildungsjahre 2000 bis 2016**

1. bis 3. Ausbildungsjahr 1. Ausbildungsjahr

Quelle: ZFA/BPA April 2017

Der IW-Report weist nach, dass beruflich Qualifizierte im Berufsleben hinsichtlich Personalverantwortung, Entwicklungschancen und Bezahlung auf Augenhöhe mit Kollegen rangieren, die den akademischen Weg gegangen sind. Die Studie legt weiterhin Berechnungen vor, die zeigen, „dass beruflich Qualifizierte über das komplette Berufsleben eine höhere Wahrscheinlichkeit haben, erwerbstätig zu sein, als Akademiker“.

Es gilt demnach, auf allen Ebenen für die Ausbildung zur Fachkraft zu werben, und dies aus drei Gründen:

1. Gut ausgebildete Fachkräfte sind seltener arbeitslos.
2. Deutschlands Fachkräfte sind anerkannt gut und eine entscheidende Säule für unser Label „Made in Germany“. Ohne ausreichend gute Fachkräfte läuft dieses volkswirtschaftlich relevante Markenzeichen Gefahr, seinen Wert zu verlieren.
3. Die deutsche Druckindustrie gehört zu den modernsten der Welt. Sie produziert auf höchstem Niveau, ist kreativ, innovativ und – bisher – enorm wettbewerbsfähig: sowohl im internationalen Wettbewerb um Druckaufträge jeglicher Art als auch im Wettbewerb innerhalb des Werbe- und Medienmarktes. Deutschland hat – trotz starker Online-Angebote – mehr Zeitschriftentitel als je zuvor. Das liegt daran, dass Verleger mit den exzellenten Produkten der Druckindustrie gutes Geld verdienen – und die Drucker natürlich auch.

Jedes Unternehmen, das die Zukunft im Blick hat, muss daher seine Maßnahmen zur Nachwuchsrekrutierung verstärken. Dabei zählen zu den Zielgruppen nicht nur Schüler, sondern auch Eltern, Schulen, Lehrkräfte, Berufsberatungen und die breite Öffentlichkeit.

Der bvdm und die Landesverbände unterstützen Unternehmen der Branche im Jahr 2017 noch stärker bei der Nachwuchswerbung, als dies bisher bereits der Fall war.

Jedes Unternehmen, das die Zukunft im Blick hat, muss seine Maßnahmen zur Nachwuchsrekrutierung verstärken.

Zunahme der Ausbildungsverträge bei Medientechnologen

2016 wurden erstmals seit Jahren wieder mehr neue Ausbildungsverträge für Medientechnologen abgeschlossen. Dies ist eine erfreuliche Entwicklung, zeigt sie doch, dass die Branche trotz der demografischen Entwicklung und des Strukturwandels auf Qualifizierung setzt. Die Ausbildungszahlen im Beruf Medientechnologe Druck stiegen 2016 um 7,5% gegenüber 2015, die Medientechnologen Siebdruck legten um 20,4% zu und die Medientechnologen Druckverarbeitung um 5,2%. Rückläufig sind die Ausbildungszahlen allerdings beim Mediengestalter mit 4,9%.

Über alle Berufe hinweg wurden 1,41% weniger Ausbildungsverträge als 2015 abgeschlossen. Die Zahl der neuen abgeschlossenen Ausbildungsabschlüsse der Branche lag 2016 bei 4.700 (2015: 4.767). Die Ausbildungsquote (Anteil der Auszubildenden an der Gesamtbeschäftigtenzahl) lag bei über 8%, was bezogen auf die Gesamtindustrie ein überdurchschnittlicher Wert ist.

Guten Morgen, Chefin!

Die Zeiten, als tonnenschwere Papierrollen von Hand gestemmt werden mussten, sind lange vorbei. Ebenso ist die anstrengende, schmutzige Handsetzerei lange passé. In der Druckindustrie ist heute kaum noch Muskelkraft gefragt. Viel wichtiger ist es, technische und logistische Prozesse – vom Auftragseingang über die Produktion bis zur Auslieferung – verlässlich zu planen und zu steuern.

Und hier zeigt sich: Mädchen sind spitze. Bereits in den Eignungstests schneiden sie überdurchschnittlich gut ab. Sie sind technisch versiert, sie behalten den Überblick, sie sind teamfähig, kreativ, präzise und gewissenhaft. Und mit genau diesen Stärken entwickeln sie Lösungen, die für Betrieb und Kunden stimmen.

Welche Möglichkeiten auch Frauen in der Druckindustrie haben, beschrieben – pünktlich zum Girls'Day – drei gestandene Power-Frauen und fünf Auszubildende aus der Branche. Im großen Expertengespräch des Branchenmagazins „Deutscher Drucker“ waren sie sich einig, dass sowohl die Aufgabengebiete als auch die Art der Betriebe enorm facettenreich sind und gerade jungen Frauen, die sich im Beruf entwickeln wollen, sehr gute Chancen bieten.



Diana Esser (Esser printSolutions in Bretten), Nicole Royar (SDK Systemdruck in Köln) und Nicole Schwenk (Kaiser Medien in Nürnberg) geben Einblicke in ihren Berufsalltag und ihre Erfahrungen als Chefinnen.



Wer sucht, der findet

Sowohl auf der Homepage www.die-medientechnologen.de als auch auf der gleichnamigen Facebook-Fanpage wirbt die Druckbranche seit nunmehr vier Jahren für ihre Berufe. Meistgenutztes Angebot ist die Ausbildungsplatzbörse, auf der Jugendliche Ausbildungsplätze in ihrer Region finden können. Der kostenlose Verbands-Service wird von immer mehr Unternehmen genutzt, um freie Ausbildungsplätze einzustellen.

Handreichung des bvdm zur Ausbildung in Flexografie-Unternehmen

Seit August 2016 können Flexografiebetriebe den Ausbildungsberuf Mediengestalter/-in Digital und Print mit dem neuen Qualifikationsschwerpunkt „Flexografie“ ausbilden. Dem ging eine inhaltliche und konzeptionelle Angleichung des Flexografenberufes an den Beruf Mediengestalter Digital und Print voraus.

Der bvdm hat dazu eine umfassende Informationsschrift erstellt. Sie informiert über die Ausbildungsstruktur sowie Pflicht- und Wahlqualifikationen und sie gibt Hinweise zur Festlegung von Ausbildungsprofilen und zur Erstellung des betrieblichen Ausbildungsplans. Außerdem liefert sie Informationen zu den Prüfungen, zur Standortbestimmung der Flexografie und zu Möglichkeiten der beruflichen Weiterentwicklung.

Weitere Informationen auf der Homepage des bvdm:

www.bvdm-online.de/mediengestalter

oder www.flexografie.de/berufsinfo/ausbilden.php



Druckindustrie engagiert sich für Inklusion in den Arbeitsmarkt

Menschen mit Behinderung den Zugang zum Arbeitsmarkt zu ermöglichen, ist eine wichtige gesellschaftspolitische Aufgabe, der sich die Druck- und Medienwirtschaft stellt. Schon 2015 wurden zwei verbindliche, bundeseinheitliche Regelungen für die Ausbildung von Fachpraktikern für die Bereiche Druckverarbeitung und handwerkliche Buchbinderei erarbeitet.

2016 hat der bvdm federführend eine Empfehlung für den Bereich Medientechnologie Druck erarbeitet, die im Februar 2017 veröffentlicht wurde. Sie ermöglicht die Ausbildung Behinderter für die Druckverfahren Bogenoffsetdruck und Digitaldruck. Einige Bildungswerke haben sich bereits darauf eingestellt. Insbesondere im Digitaldruck erwartet der Bundesverband weitere Arbeitsmarktchancen für behinderte Menschen.

Weitere Informationen auf der Homepage des bvdm:

www.bvdm-online.de/fachpraktiker

Geflüchtete Menschen qualifizieren und beschäftigen

Für Unternehmen ist die gezielte Ansprache und Fortbildung von Fachkräften aus dem Ausland eine gute Möglichkeit, um ihren Fachkräftebedarf zu decken. Gleichzeitig sind diese Beschäftigungsverhältnisse wichtig für die Integration neuer Nachbarn.

Die Qualifizierung von Flüchtlingen in Schulen und Unternehmen hat Fahrt aufgenommen. Die Bundesregierung hat gemeinsam mit den Spitzenverbänden der Wirtschaft ein ganzes Bündel von Fördermöglichkeiten in diesem Bereich auf den Weg gebracht.

Die Arbeitgeberverbände und die Bundesagentur für Arbeit bieten zu der Thematik Informationsbroschüren und Internetseiten an,

die Unternehmen bei ihrer betrieblichen Personalpolitik unterstützen.

Eine Übersicht erhalten Sie auf der Homepage des bvdm:

www.bvdm-online.de/fluechtlinge

Industrie 4.0 braucht Bildung 4.0

Besser lernen mit Augmented Reality

Der bvdm passt die Gestaltung der Ausbildungsgänge in der Druckindustrie kontinuierlich an die Anforderungen des Marktes an. In der zunehmend digitalisierten und vernetzten Arbeitswelt setzt er dabei auf zukunftsweisende Lernformen. Auf Initiative des bvdm und ver.di unter dem Dach des ZFA wurde das Bundesprojekt „Social Augmented Learning“ (SAL) initiiert. Es ermöglicht Auszubildenden, in eine Druckmaschine hineinzusehen, um die komplexen Arbeitsabläufe besser zu verstehen. Sie platzieren dazu einen Tablet-PC vor ein Marker-Plakat an einer Druckmaschine und erhalten so eine dreidimensionale Darstellung des „Innenlebens“ dieser Maschine, die sich je nach Position des Tablets mitbewegt.

Mit dem vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten SAL-Projekt konnte im Experiment an der Berufsschule in Pößneck nachgewiesen werden, dass Auszubildende im Beruf „Medientechnologe/-in Druck“, die mit dieser Technik lernen, im Abschlusstest besser abschneiden als eine Vergleichsgruppe mit konventionellen Lernmitteln.

Seit September 2016 wird dieser Lernansatz ausgebaut: Im Anschlussprojekt Social Virtual Learning (SVL) wird, aufbauend auf dem im SAL geschaffenen didaktischen und technischen Fundament, eine Virtual Reality Lernumgebung entwickelt.



Das Projekt ermöglicht Auszubildenden einen einmaligen Blick in die Druckmaschine und führt so zu einem besseren Abschneiden im Abschlusstest.

Online lernen für Print

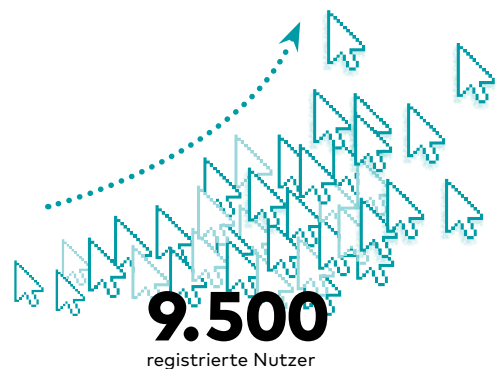
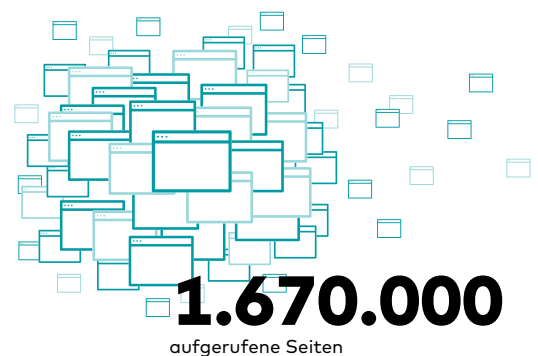
Nutzungsrekord in der Mediencommunity

Die Lernplattform Mediencommunity, das Wissensnetzwerk der Druck- und Medienindustrie, erreichte 2016 einen beeindruckenden Nutzungsrekord: Allein im ersten Halbjahr besuchten über 300.000 Interessierte und Lernende die Seite. Dabei wurden über 1.670.000 Seiten aufgerufen. Auch die Zahl der registrierten Nutzer hat sich stetig erhöht auf aktuell 9.500. Besonders stark genutzt werden die Tutorials für die Druckverarbeitung, die 2016 um den Themenbereich Mathematik erweitert wurden.

Zu diesem Erfolg hat zweifellos der ständige Ausbau der Plattform – technisch und inhaltlich – beigetragen. So hat ein neues Responsive Design zur Steigerung der mobilen Nutzung geführt. Neue Inhalte wie das Fachbuch des bvdM „Reproduktion von Farbe“ und das „Online-Marketing-Lexikon“ mit über 300 Begriffen wurden integriert. Ergänzt wurde auch das Fachwörterlexikon „MedienEnglisch“ mit jetzt über 11.000 Facheinträgen.

Um die Verbreitung der Lerninhalte noch weiter zu fördern, wurde Anfang 2017 die Jahresgebühr für das Lerncenter, das gemeinsam von bvdM und ver.di unter dem Dach des ZFA betrieben wird, abgeschafft. Damit sind die vielfältigen Lernmodule jetzt kostenfrei nutzbar.

www.mediencommunity.de



Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdm, und Bernhard Niemele, Geschäftsführer der Deutscher Drucker Verlagsgesellschaft, eröffnen die Gala.



bvdm kürt die Karl Knauer KG zum Ausbildungsbetrieb des Jahres

Am 3. November 2016 zeichnete der Bundesverband Druck und Medien in Berlin die Karl Knauer KG aus Biberach als besten Ausbildungsbetrieb der Branche aus. Die Fachjury würdigte vor allem die außerordentlich guten Leistungen der Auszubildenden. Mit seinem Engagement setzt der Betrieb ein wichtiges Zeichen für den gesamten Industriezweig. Gerade in Zeiten des Fachkräftemangels kommt es darauf an, dass die Betriebe mit Weitblick in qualifizierten Nachwuchs investieren.



Die Gewinner des Druck & Medien Awards 2016 in der Kategorie „Bester Ausbildungsbetrieb“: v.l.n.r. Franziska Braun und Richard Kammerer (Karl Knauer KG), Dr. Paul Albert Deimel (bvdm), Judith Rakers (Moderatorin)

Florian Kraus ist Deutscher Meister 2016 im Offsetdruck

Sieger der Deutschen Druckmeisterschaft ist Florian Kraus von der Druckerei AZ Druck und Datentechnik in Kempten. Damit vertritt er Deutschland im Bereich Drucktechnik bei den WorldSkills 2017 in Abu Dhabi. Der zweite Platz ging an Andreas Will, ebenfalls von der Druckerei AZ Druck und Datentechnik. Auf dem dritten Platz folgte Jan Jungwirth von der Druckerei Engelhardt-Druck in Nördlingen.

Alle Teilnehmer stellten ihre Fertigkeiten im Print Media Center der Heidelberger Druckmaschinen AG im November 2016 unter Beweis. Unter den kritischen Augen der fachkundigen Jury mussten die Teilnehmer innerhalb von zwei Stunden einen bis zum Wettbewerb geheim gehaltenen Druckauftrag drucken. Die Jury –



Josef Schmid von der Berufsschule Kempten, Harry Belz vom bvdm sowie Dietmar Meier von Mohn Media – bewertete dabei sowohl die Qualität des Druckerzeugnisses und die benötigte Zeit als auch den Umgang mit den bereitgestellten Betriebsmitteln wie Druckmaschine und Material.

Eignungstest für Druck- und Medienberufe: Neue Version

Der bewährte Eignungstest des bvdM zur Erfassung von berufsbezogenen Kenntnissen und Fähigkeiten für die Druck- und Medienberufe liegt seit 2016 in einer überarbeiteten Fassung vor. Die Testverfahren liefern den Ausbildungsbetrieben eine

für alle Bewerber gleiche und vergleichbare Information, die über den Rahmen der Einsichten aus Zeugnissen und Lebensläufen hinausgeht.

Der Test besteht aus 12 Testteilen und 30 Untertests. Er ist so angelegt, dass er auch auszugsweise durchgeführt werden kann. Die Auswertung geschieht mit Hilfe von Lösungsbogen und Bewertungsschlüsseln.

Hier bestellen:

www.bvdm-online.de/shop



Qualitätscheck: Erste Azubibefragung in der Druck- und Medienbranche

Wie bewerten die Auszubildenden in der Druckindustrie ihre Ausbildung, ihre Ausbilder, Lehrer und ihren Ausbildungsbetrieb? Erstmals hat der Zentral-Fachausschuss Berufsbildung Druck und Medien (ZFA) zu diesen Fragen eine bundesweite Befragung der Auszubildenden durchgeführt. Da es für viele andere Ausbildungsberufe seit Langem solche Untersuchungen gibt, die von der DGB-Jugend durchgeführt und in ihrem „DGB-Ausbildungsreport“ veröffentlicht werden, war die Spannung groß, wie die Bewertung im Vergleich ausfällt.

Rund 4.000 Auszubildende beteiligten sich an der Umfrage. Das Ergebnis wird der ZFA im Herbst 2017 veröffentlichen.

Mediengestalter: Neue Prüfungsaufgaben für Flexodruck-Repro

Ab der Sommerprüfung 2017 wird der ZFA für die Abschlussprüfung für Mediengestalter neue Prüfungsaufgaben für Betriebe anbieten, die Reproduktionen für den Flexodruck herstellen.

Weitere Infos:

www.zfamedien.de/w3-3



Die deutsche Druckindustrie gehört zu den traditionsreichsten Branchen unseres Landes. Gleichzeitig ist sie enorm innovativ. Diese Mischung ist sicher eines ihrer Erfolgsgeheimnisse. Die Fähigkeit, sich immer wieder auf neue Herausforderungen einzustellen, hat auch dazu geführt, dass die Betriebe es verstehen, besonders nachhaltig zu arbeiten. Der bvdm und die Landesverbände unterstützen sie dabei.

Der Bundesverband setzt sich dafür ein, dass Vorschriften, Gesetze und Zertifizierungsanforderungen die wirtschaftlichen Aspekte unternehmerischen Handelns ausreichend berücksichtigen. Denn nur erfolgreiche Unternehmen können ihrer Verantwortung im Klima- und Umweltschutz auch in Zukunft gerecht werden.

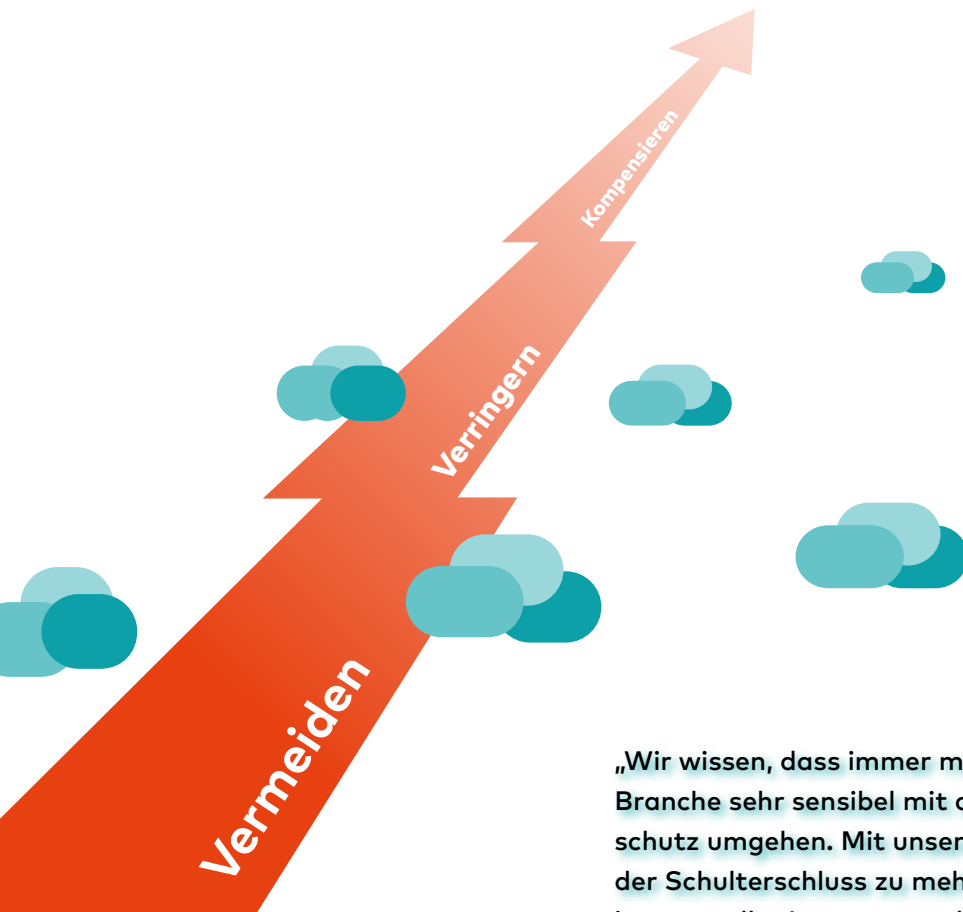
Umwelt

Ein Jahrzehnt CO₂-Ausgleich mit der bvdm-Klimainitiative

Weit mehr als nur klimaneutrale
Druckproduktion



Das erste Halbjahr 2016 war erneut das wärmste seit Beginn der Wetteraufzeichnungen. Der Klimawandel ist nachweisbar – mit immer neuen Rekordmeldungen zu Temperaturen und Wetterphänomenen weltweit. Damit bleibt es die stetig dringlicher werdende Aufgabe von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, gemeinsam gegenzusteuern.



„Wir wissen, dass immer mehr Kunden unserer Branche sehr sensibel mit dem Thema Klimaschutz umgehen. Mit unserer Initiative gelingt der Schulterschluss zu mehr Nachhaltigkeit in unser aller Interesse und gleichzeitig hilft sie Druckereien, sich sichtbar als umweltbewusste Dienstleister zu positionieren.“

Dr. Paul Albert Deimel,
Hauptgeschäftsführer bvdm

Der bvdm hat als einer der ersten Wirtschaftsverbände in Deutschland bereits vor zehn Jahren die Möglichkeiten zum Klimaschutz in seiner Branche aufgezeigt und begonnen, Unternehmen konkret bei der Umsetzung zu unterstützen. Heute ist die Klimainitiative der Druck- und Medienverbände ein vielbeachtetes Instrument des Klima- und Umweltschutzes.

Die Klimainitiative verfährt nach einer nachhaltigen dreistufigen Strategie:

- **Vermeiden**, was vermeidbar ist (z.B. Umstieg auf Ökostrom/Einsparungen bei der Beleuchtung)
- **Verringern** des Ressourcenverbrauchs und Energiebedarfs (z.B. Umstieg auf LED-Lampen/prozessoptimierende Maßnahmen zur Reduzierung von Ausschuss)
- **Kompensieren**, was nicht vermieden oder verringert werden kann (Ausgleich anfallender CO₂-Emissionen durch Gold-Standard-Zertifikate)

Teilnehmer der Klimainitiative verpflichten sich zu ressourcen- und energieschonendem Arbeiten. Zunächst nehmen sie eine Energieeffizienzanalyse ihres Betriebes vor, um Schwachstellen zu identifizieren und geeignete klimaschonende Maßnahmen durchzuführen. Dabei stellen sich – als positive Begleiterscheinung – meistens auch betriebswirtschaftlich attraktive Kostensenkungen ein. Weiterhin können diese Betriebe dank des bvdm-Klimarechners – einem eigens entwickelten Rechentool für Druckprodukte – ihren Kunden genau sagen, wie viele Emissionen durch die Herstellung eines bestimmten Produktes entstehen und diese auf Kundenwunsch ausgleichen. Die Klimainitiative trägt dazu bei, dass Betriebe deutlich klimafreundlicher arbeiten und zunehmend mehr Druckaufträge CO₂-kompensiert werden. Die kompensierte CO₂-Menge ist vom ersten Quartal 2013 zum ersten Quartal 2016 um über 10% gestiegen.



*Dr. Paul Albert Deimel im Gespräch
über umweltpolitische Themen
mit der Bundesumweltministerin
Barbara Hendricks*

Starker Einsatz für Nachhaltigkeit

Im Verbund mit zahlreichen Partnerverbänden hat der bvdm Vorwürfe der Online-Plattform werbestopper.de richtig gestellt, wonach für die Herstellung von gedruckter Werbung und anderer Printprodukte ganze Waldflächen ersatzlos gerodet würden.

Richtig ist vielmehr, wie der bvdm gemeinsam mit dem ZAW, dem vdp, dem BDZV, dem BVDA, dem bevh und dem VDZ verdeutlicht hat, dass die europäische Papierindustrie mehr Wald aufforstet, als sie verbraucht. So kommen nach Aussagen von CEPI, dem europäischen Papierindustrieverband, jährlich 33% mehr Bäume hinzu als gefällt werden.

Auch nach Europa importierte Hölzer unterliegen seit Einführung der EU-Timber-Regulation, die mit der Holzhandelsverordnung national umgesetzt wurde, strenger Aufsicht. Sie verpflichtet Marktteilnehmer, die Holz und Holzzeugnisse erstmals in Europa in Verkehr bringen, nachzuweisen, dass es sich um Erzeugnisse aus legalem Einschlag handelt.

Ein weiterer Aspekt in der kollegialen Auseinandersetzung über die Aussagen von werbestopper.de war, dass Online-Kommunikation mitnichten eine Form der umwelt- und klimaneutralen Kommunikation ist.

In die Nachhaltigkeitsbetrachtung eines Produktes oder einer Dienstleistung muss die gesamte Wertschöpfungskette – von der Fertigung über den Betrieb bis zur Entsorgung – einfließen. So verschlingt die Gewinnung seltener Erden, die energieaufwendige Produktion, der Stromverbrauch für den Betrieb von Geräten und Servern und die Entsorgung nach verhältnismäßig kurzer Nutzungsdauer aufgrund des technologischen Fortschritts enorme Ressourcen. Vor allem das Recycling von Tablets, Smartphones und PCs ist bei weitem nicht zufriedenstellend gelöst. Viele Geräte landen einfach im Müll. Exakte Studien zu den Umweltauswirkungen gibt es kaum. Eine Vergleichsstudie des Verbands Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e.V. zum Umwelteinfluss von Printmedien und E-Medien kommt jedoch zu dem Schluss, dass Printmedien nicht umweltbelastender sind als die digitale Kommunikation.

Dass die deutsche Druck- und Medienwirtschaft dem Umweltschutz eine überproportionale Bedeutung beimisst, zeigen auch die Investitionsquoten: Das Druckgewerbe hat im Jahr 2014 5,4% seiner Investitionen dem Umweltschutz gewidmet. Das ist mehr als doppelt so viel wie im Vorjahr und mehr als das verarbeitende Gewerbe insgesamt, wo der Anteil bei 3,9% lag.

Lebensmittel- sicherheit im Verpackungsdruck

bvdm forscht kontinuierlich für Verbraucher- und Umweltschutz

Lebensmittelsicherheit hat im Verpackungsdruck höchsten Stellenwert. Der bvdm ist in einer Reihe von Forschungsvorhaben engagiert, die den Weg für Innovationen im Papierrecycling und im Verpackungsdruck bereiten. Davon sollen vor allem die Verbraucher, aber auch die Umwelt profitieren.

Die AGRAPA, ein Zusammenschluss von Verbänden, Ministerien und Behörden, hat sich zum Ziel gesetzt, den Recyclingkreislauf qualitativ zu verbessern. Konkret heißt das, den Altpapierkreislauf nach und nach von störenden Substanzen wie z.B. Mineralölen zu befreien. Gelänge dies, so könnten auch Lebens-

mittelverpackungen, an die höchste Qualitätsanforderungen gestellt werden, bedenkenlos aus Recyclingkarton hergestellt werden.

Das Aufbringen von Barrieren auf dem Verpackungskarton ist ein weiterer Weg, um eine mögliche Migration von Stoffen aus dem Verpackungskarton in das Lebensmittel zu unterbinden. Der bvdm hat ein Forschungsprojekt vorangetrieben, welches die Qualitätssicherung von Verpackungsdruckern bei der Herstellung von Lebensmittelkartonagen mit einer Barrierschicht verfolgt.

Dass der Zeitungsdruck mit „mineralölfreien“ Farben unter den heutigen technischen Anforderungen nicht ohne weiteres möglich, prinzipiell aber machbar sei, zeigte ein weiteres Forschungsprojekt im Jahre 2014. Hier bedarf es weiterer technischer Entwicklungen, sodass 2016 ein Folgeprojekt vom Umweltbundesamt ausgeschrieben wurde, welches die nötigen Anpassungen genau untersuchen soll. Dieses Forschungsvorhaben wird ebenfalls von der Forschungsgesellschaft Druck e.V. (FOGRA) und dem Sächsischen Institut Druck (SID) durchgeführt und durch den bvdm begleitet. So werden nach gelungenen Vorversuchen entsprechende Langzeitdruckversuche in einem Mitgliedsbetrieb der Verbände durchgeführt.

bvdm kompensiert seinen CO₂-Ausstoß

Der Bundesverband Druck und Medien arbeitet 2017 klimaneutral. Erreicht wird dies durch die Kompensation des CO₂-Fußabdruckes des Verbandes. Dieser wird mit dem Klimarechner der Verbände Druck und Medien berechnet und mit Klimaschutzmaßnahmen im Projekt „Effiziente Kocher in Mali“ ausgeglichen.

Seit drei Jahren ermöglicht der Klimarechner neben der produktbezogenen Emissionsermittlung auch die Berechnung des unternehmensbezogenen CO₂-Fußabdruckes. Davon hat der bvdm 2017 erneut Gebrauch gemacht und alle betriebsbezogenen Energieflüsse, vom täglichen Weg der Mitarbeiter zum Büro über Strom- und Heizenergie bis hin zu Geschäftsreisen, berechnen lassen.



Mineralöl- verordnung: Schlagabtausch mit der Politik

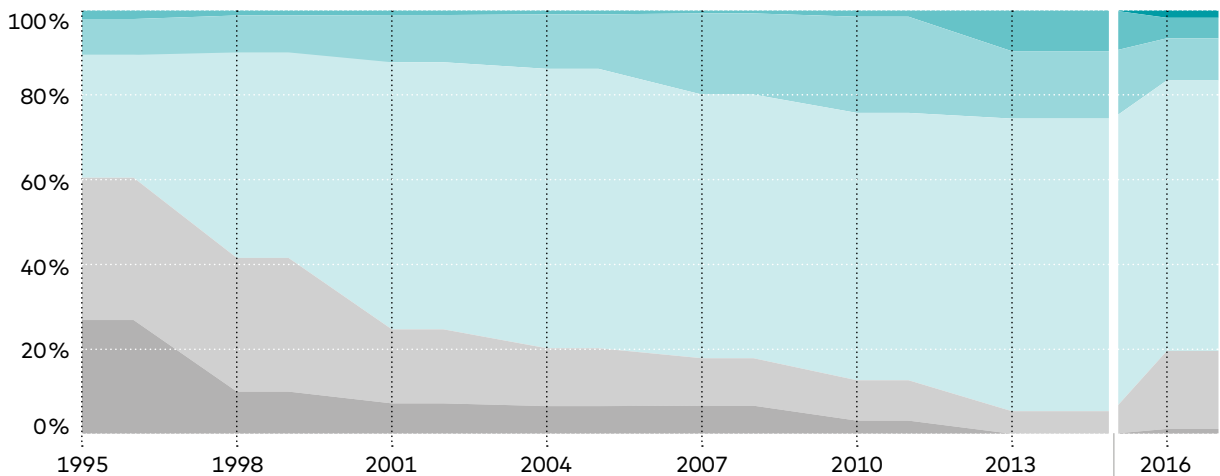
Der bvdm setzt sich als Vertreter der Branche regelmäßig mit der Politik in Umweltfragen auseinander. So hat er dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) im März 2017 eine Stellungnahme zum mittlerweile 4. Entwurf der „Zweiundzwanzigsten Verordnung zur Änderung der Bedarfsgegenständeverordnung“ oder kurz Mineralölverordnung zugestellt.

Die Politik verfolgt mit dieser Verordnung unter anderem das Ziel, dass der Übergang von Kohlenwasserstoffen aus Lebensmittelverpackungen, die mit Altpapierstoff hergestellt wurden, ins Lebensmittel verhindert wird – etwa durch Barrieren. Dem liegt die Annahme zugrunde, dass die Verwertung von bedrucktem Papier in der Recycling-Kette zum Übergang kritischer Mineralölbestandteile in diese Verpackungen – und von ihnen in das Lebensmittel – führt.

Deutlich machte der bvdm in seiner Stellungnahme, dass der Entwurf der Bundesregierung an einigen Stellen immer noch unvollständige, aber hochbürokratische Vorgänge enthält, die in der Praxis Probleme verursachen und vor allem keine Rechtssicherheit schaffen.

Denn der Entwurf lässt andere mögliche Quellen von Mineralölen in Lebensmitteln – etwa während des Produktionsprozesses übertretende Schmier-, Hydraulik- oder Batching-Öle – außer Acht. Einen pauschalen Zusammenhang zwischen hohen Messwerten und der Verpackungsherstellung, wie ihn der Entwurf zulässt, lehnt der bvdm strikt ab, zumal die Analysemethoden noch nicht genau genug zwischen kritischen und unkritischen Mineralölen unterscheiden, geschweige denn ihren Ursprung erkennbar machen können. Das birgt eklatante Rechtsunsicherheit.

Zudem fordert der bvdm, das Thema auf europäischer Ebene zu regeln, da ein nationaler Alleingang starke Wettbewerbsnachteile für die deutsche Druckindustrie schaffen würde.



Verwendung von Wasch- und Reinigungsmitteln 1995–2016

- A I gesamt (Kat. 1 + Kat. 2) mit einem Flammpunkt unter 21°C
- A II gesamt (Kat. 3) mit einem Flammpunkt von 21°C bis 55°C (ab 2015 von 21°C bis 60°C)
- A III Wasch- und Reinigungsmittel mit einem Flammpunkt von 55°C bis 100°C
- Hochsiedende Wasch- und Reinigungsmittel mit einem Flammpunkt größer als 100°C
- Hochsiedende Wasch- und Reinigungsmittel auf der Basis von Pflanzenölen mit einem Flammpunkt größer als 100°C
- Wasserbasierte Reiniger

Quelle: bvdm

Offsetdruck: 2015 wurde die Eingruppierung der Waschmittel der Brancheninitiative Offsetdruck geändert.

22 Jahre Brancheninitiative zur Verminderung von Lösemittel-emissionen im Offsetdruck haben sich ausgezahlt

Schon seit 1995 verpflichten sich die Berufsgenossenschaft BG ETEM, der bvdm und Hersteller Lösemittel-emissionen zu mindern, die beim Reinigen von Druckplatten, Zylindern und Gummitüchern entstehen – mit Erfolg.

Die gemeinsame Initiative definiert Anforderungen an Waschmittel, deren Einhaltung die BG ETEM kontinuierlich überprüft. Die jeweiligen Produkte werden in einer eigenen Datenbank für Wasch- und Reinigungsmittel für automatische Waschanlagen aufgeführt. Um in die Datenbank aufgenommen zu werden, müssen Reiniger bestimmten Anforderungen des Gesundheitsschutzes und des Brand- und Explosionsschutzes genügen.

In den vergangenen Jahren ist es so gelungen, die Emissionen bei der Reinigung von Druckplatten und Gummitüchern deutlich zu verringern.

Hohes Schutzniveau – fairer Wettbewerb

Luftreinhaltung europäisch lösen

Das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) hat im September 2016 den ersten Entwurf der überarbeiteten Technischen Anleitung zur Reinhaltung der Luft veröffentlicht und in die Verbändeanhörung gegeben. Diese sogenannte TA Luft hat für mehr als 250 Druckereien eine große Bedeutung. Denn sie wird immer dann herangezogen, wenn Genehmigungsbehörden den ordnungsgemäßen Betrieb in Industrieunternehmen prüfen. Grund genug für den Bundesverband Druck und Medien, sich des Themas anzunehmen. Sein Fazit: Die geplante Novelle der TA Luft des BMUB geht weit über die europarechtlichen Anforderungen hinaus und führt zu Wettbewerbsnachteilen für deutsche Unternehmen. Schließlich existieren auf europäischer Ebene bereits breit angelegte immissionsschutzrechtliche Regelungen, deren Ziel ein hohes einheitliches Umweltschutzniveau und gleiche Wettbewerbsbedingungen sind. Der bvdm lehnt den deutschen Alleingang über die europäischen Vorgaben hinaus ab. Dieser würde die hiesige Druckindustrie unnötig belasten.

Saubere Statistik – saubere Luft

Die Anstrengungen zur Reduzierung von Luftschadstoffen zeigen Erfolge

Es gilt in der Druckindustrie wie in jeder anderen Branche: Um zu bewerten, wie nachhaltig und umweltschonend produziert wurde, bedarf es sauberer Statistiken und klarer Kennzahlen. Nur dann ist es möglich, unterschiedliche Produktionsweisen zu vergleichen und gezielt zu optimieren.

Recherchen des bvdm haben ergeben, dass die Methodik, mit der im Umweltbundesamt Emissionsstatistiken für den Bereich „Drucken“ erstellt werden, nicht mehr den aktuellen Anforderungen entsprach. Das hatte zur Folge, dass die Anteile sogenannter flüchtiger organischer Stoffe (Volatile Organic Compounds, kurz VOC) in den Emissionsstatistiken, die Deutschland an die EU-Kommission meldet, zu hoch bemessen wurden.

VOC kommen beispielsweise in lösemittelhaltigen Farben, Lacken, Klebstoffen und Reinigungsmitteln vor und werden bei deren Verwendung freigesetzt.

Sie sind zusammen mit Stickoxiden die Hauptquelle für Sommersmog. Deutschland hat sich u.a. im Rahmen des Göteborg-Protokolls der Vereinten Nationen (UN) zur Bekämpfung von Versauerung, Eutrophierung und zur Verminderung des Sommersmog verpflichtet, die VOC-Emissionen zu mindern.

Um eine Überarbeitung der Methodik nach zeitgemäßen Standards zu bewirken, hat der bvdm mit dem Verband der Druck- und Lackfarbenindustrie, dem Wirtschaftsverband Papierverarbeitung, FFI, DFTA und weiteren Partnern eine verbändeübergreifende Arbeitsgruppe gegründet. In den Verhandlungen mit dem Umweltbundesamt konnte diese Fachgruppe belegen, dass durch gezielte Projekte der Druckindustrie die VOC-Anteile in Farben, Lacken, Verdünnern und Reinigungsmitteln in den vergangenen 15 Jahren deutlich gesunken sind.

Berechnungen nach der aktualisierten Methodik zeigen, dass die Druckindustrie im Jahr 2015 nur noch 63 kt VOC bei einer insgesamt gemeldeten Menge von 1.041 kt ausgestoßen hat. 2005 waren es noch 102 kt bei 1.337 kt insgesamt. Diese neuen Werte zeigen, dass die Druckindustrie ihren Emissionsanteil deutlich stärker reduziert hat, als es die Statistiken bislang auswiesen.

bvdm ist Projektpartner des Deutschen Nachhaltigkeitspreises

Die deutsche Druckindustrie ist Vorreiterin in Sachen Klimaschutz und Nachhaltigkeit. Davon zeugt nicht zuletzt die Klimainitiative der Druck- und Medienverbände. 2017 ist der Bundesverband Druck und Medien erstmals Projektpartner des Deutschen Nachhaltigkeitspreises, für den sich Unternehmen bewerben können.

Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis ist Europas größte Auszeichnung für ökologisches und soziales Engagement. Neben Auszeichnungen in drei Unternehmensgrößen werden Sonderpreise für die nachhaltigste Marke und für Ressourceneffizienz vergeben. Ausgezeichnet werden Unternehmen, die sich erfolgreich den Herausforderungen der Zukunft stellen. Gesucht werden die Geschäftsmodelle von morgen und die besten Ideen, die den Wandel zu nachhaltigem Leben und Wirtschaften möglich machen. Die Auszeichnung wird seit 2008 jährlich von der Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis in Zusammenarbeit mit der Bundesregierung, kommunalen Spitzenverbänden, Wirtschaftsvereinigungen, zivilgesellschaftlichen Organisationen und Forschungseinrichtungen vergeben.

Die Trophäe des Deutschen Nachhaltigkeitspreises wird ab 2017 auch im Namen des bvdm überreicht.



Als Branchenvertretung nimmt der bvdm auch die fachlichen Interessen der Druck- und Medienunternehmen wahr. Die in den Gremien des Ausschusses Technik + Forschung ehrenamtlich engagierten Experten repräsentieren die gesamte Bandbreite der in den Mitgliedsunternehmen eingesetzten Technologien und sind Garanten für zeitgemäße und praxisgerechte Lösungen.

Der Ausschuss fördert effiziente Abläufe in der Produktion, indem er Standards setzt und die Schnittstellen zu Kunden und zur Zulieferindustrie vereinfacht. Er gibt Impulse für innovative Geschäftsmodelle und trägt durch ein unabhängiges Informationsangebot zur Orientierung in einem zunehmend komplexen Wettbewerbsumfeld bei.

Technik + Forschung

Die Flaggschiffe wurden generalüberholt

Der bvdm legt aktualisierte
Standardwerke auf

Der bvdm aktualisierte seine Publikationen zur Standardisierung von Druckprozessen: Dazu gehören der ProzessStandard Offsetdruck – Revision 2016, das Update zum Anwendungspaket Altona Test Suite 2.0 und der MedienStandard Druck 2016.

Seit 2016 liegen sämtliche Standardwerke vor, die dabei helfen, die neuen Vorgaben der in den Jahren 2013 bis 2016 revidierten Normenreihe ISO 12647 anzuwenden.

„Mit der ISO 12647-2:2013 dokumentieren wir, dass wir die qualitativ hochwertige und zuverlässige Produktion von Druckprodukten über alle Prozessebenen hinweg sicherstellen. Farbmessdaten und visueller Eindruck von Prüf- und Auflagendrucken können, auch auf optisch aufgehellten Papieren, künftig noch besser in Übereinstimmung gebracht werden.“

Andreas Bauer, Geschäftsführender Gesellschafter von Neef + Stumme, Wittingen

Im Zentrum der Neuerungen steht der Druck auf Papieren, die optische Aufheller enthalten. Diese Substanzen reagieren auf eingestrahltes UV-Licht mit einer verstärkten Reflexion im blauen Wellenlängenspektrum und lassen das Papier dadurch „weißer“ erscheinen. Besonders bei den im Bogenoffsetdruck häufig verwendeten Bilderdruckpapieren und holzfreien weißen Naturpapieren nahm der Aufhellungsgrad in den letzten Jahren zu. Mit den bisherigen Methoden der Standardisierung war es jedoch auf Monitor- und Digitalproofs schwierig, das spätere Druckergebnis auf diesen Papieren zuverlässig zu simulieren und dementsprechend in der Medienvorstufe die Färbung der Motive gezielt zu beeinflussen.

ProzessStandard Offsetdruck: Das Handbuch zur Prozesssteuerung

Der ProzessStandard Offsetdruck des bvdm gilt als Referenz für die qualitätsorientierte industrielle Fertigung von Druckerzeugnissen. Das Handbuch beschreibt ausführlich, wie sämtliche Arbeitsschritte eingerichtet, gesteuert und kontrolliert werden müssen, um das angestrebte Druckergebnis fehlerfrei, termingerecht und wirtschaftlich zu produzieren.

Die Revision 2016 ergänzt den ProzessStandard Offsetdruck auf 60 Seiten um praxissichere Vorgaben zur Verwendung aufgehellter Papiere in standardisierten Arbeitsabläufen. Darüber hinaus berücksichtigt das als Ergänzung zum Handbuch konzipierte Heft zahlreiche weitere Neuerungen im internationalen Normenwerk, beispielsweise zur Standardisierung des Zeitungsdrucks und zur Kommunikation von Papiereigenschaften. Ausführlich erläutert werden auch die Inhalte der neuen Monitorproof-Norm ISO 14861 sowie die Vorgaben der erst im November 2016 aktualisierten Prüfdruck-Norm.



Der ProzessStandard Offsetdruck mit Revision 2016



Oben: Die Neuauflage 2016
der Altona Test Suite

Rechts: Der neue Medien-Standard Druck
ist optimiert für Monitore und Tablets.



Altona Test Suite Anwendungspaket:

Das Standard-Prüfmittel

Das Altona Test Suite 2.0 Anwendungspaket ist der Werkzeugkasten zur Implementierung des Prozess-Standard Offsetdruck. Mit Hilfe der im Anwendungspaket enthaltenen Referenzdaten und -drucke lassen sich die PDF/X-Konformität und die Farbwiedergabe aller Software- und Hardwarekomponenten von der Mediovorstufe bis zum Druck kontrollieren.

Das Update erweitert das Paket um die neuen Druckbedingungen für den Offsetdruck auf aufgehellten Bilderdruckpapieren und Naturpapieren. Die Daten wurden dementsprechend mit den neuen ICC-Profilen der ECI „PSO Coated v3“ (FOGRA51) und „PSO Uncoated v3 (FOGRA52)“ aufbereitet und gedruckt. Auch die ausführliche Dokumentation wurde diesbezüglich ergänzt.

„Gerade in der Druckindustrie, wo Agentur, Reproduktion, Druck und Weiterverarbeitung gleichermaßen am Erfolg einer Produktion beteiligt sind, ist die Aufstellung sinnvoller Regeln wichtig. Der ProzessStandard Offsetdruck liefert genau solche Regeln und ermöglicht die qualitative Absicherung der Produktion von der Datenerfassung bis zum fertigen Druckprodukt.“

Ruksaldruck, Berlin

MedienStandard Druck:

Das Kommunikationsinstrument

Der MedienStandard Druck wird weltweit als Grundlage für eine reibungsarme Zusammenarbeit zwischen Auftraggebern, Mediovorstufen-Dienstleistern und Druckereien bei der Medienproduktion genutzt. Basis sind internationale Normen (ISO-12647-Reihe und andere) sowie der ProzessStandard Offsetdruck. Der MedienStandard Druck enthält Informationen über Datei- und Farbformate, die Standard-Druckbedingungen aller Hauptdruckverfahren, grundlegende Arbeitsabläufe, Prüfmittel und Normen.

Die Ausgabe 2016 begleitet die Umstellung der bestehenden auf die neuen Standard-Druckbedingungen für den Offsetdruck. Erstmals werden darüber hinaus typische Digitaldruck-Szenarien berücksichtigt. Seit Februar 2017 liegt der MedienStandard Druck auch wieder in englischer Sprache vor und stellt somit für die international tätigen Unternehmen eine wertvolle Unterstützung im globalen Wettbewerb dar. Denn viele Großkunden legen Wert darauf, in allen Märkten dieselben Standards vorzufinden, nach denen sie ihre Printmedien vor Ort realisieren.

www.bvdm-online.de/msd

Treffpunkt Technik präsentierte Lösungen für morgen

Wie die Druckindustrie morgen produziert – diesen Ausblick bot der „Treffpunkt Technik“ in Berlin am 6. und 7. Oktober 2016. Erstmals wurde ein Teil der Gremiensitzungen öffentlich abgehalten – mit großem Erfolg. Die Tagung der bvdm-Technik-Gremien hat sich in ihrem vierten Jahr zu einem echten Highlight unter den Branchenveranstaltungen entwickelt.

Forum Innovation als Impulsgeber für die Strategien von morgen

Strategieentwicklung stand im Mittelpunkt des Forum Innovation. Von Experten präsentiert und im Forum mit rund 100 Teilnehmern diskutiert wurden Technologietrends, künftige Geschäftsfelder, optimale Formen der Zusammenarbeit mit Auftraggebern und Zulieferern sowie die Potenziale von Print 4.0. Deutlich wurde: Auf allen Ebenen gibt es gewaltige Entwicklungsmöglichkeiten. Der bvdm wird die Themen weiter vorantreiben.

*Anton Kozka,
Happy Thinking People,
Berlin*

*Rechts: Matthias Tietz,
Vorsitzender des
bvdm-Ausschusses
Technik + Forschung*



*Eine spannende Diskussion für alle:
V.l.n.r. Harry Belz, Bundesverband
Druck und Medien; Dr. Volker Linzer,
SunChemical Hartmann Druckfarben GmbH;
Dr. Philipp Stolper, Fogra; Dr. Axel Mayer,
BG ETEM; Christian Schreiber, Verband
Druck + Medien Nord-West; Julia Rohmann,
Bundesverband Druck und Medien. Nicht
im Bild: Andreas M. Faul, Ingede Intern
Forschungsgemeinschaft Deinking-Technik*



bvdm vertritt die deutsche Druckindustrie in internationalen Standardisierungsfragen

Das ISO Technical Committee 130 „Graphic Technology“ diskutiert im Halbjahresrhythmus aktuelle Normenprojekte. Seit jeher vertritt der Bundesverband Druck und Medien, Gründungsmitglied des TC 130, darin die Interessen und Ziele der deutschen Druck- und Medienunternehmen gegenüber den Bestrebungen anderer Interessengruppen. Mitte September traf sich das Gremium in den Räumen von Adobe Systems in San José, Kalifornien.

Gestärkt durch intensive Normungsarbeit im eigenen Land – so geht beispielsweise die ISO 12647 auf bvdm-Initiative zurück – sowie durch strategische Allianzen und Vernetzungen gelang es dem bvdm erneut, seine Positionen und Argumente erfolgreich geltend zu machen. Im Vordergrund steht dabei stets, verlässliche und praxissichere Rahmenbedingungen für die deutsche Druckindustrie zu gewährleisten.

In allen aufgerufenen Projekten mit Bedeutung für die heimische Druckindustrie stehen die Chancen für eine erfolversprechende Entwicklung gut. Das gilt insbesondere für die intensiv diskutierten Themen Multicolorfarbräume (in PDF/X, CxF und ICC-Profilen), Deinkbarkeit von Druckprodukten, Energieeffizienz digitaler Produktionsdrucksysteme sowie verschiedene Qualitätsmanagement-Projekte und notwendige Aktualisierungen bestehender Normenreihen.

Gut geprüft ist halb gewonnen

Neue Richtlinien zur Maschinenprüfung helfen, Investitionen abzusichern

Mit der Abnahmeprüfung einer Druck- oder Weiterverarbeitungsmaschine wird dokumentiert, dass die Maschine festgelegte Qualitätsanforderungen erfüllt. Ein solcher Funktionstest vermeidet oft, dass Qualitätsmängel erst im Nachhinein zum Vorschein kommen und dadurch Frustrationen und Streitigkeiten zwischen Druckereien und Maschinenherstellern entstehen. Schon seit Jahrzehnten stützen sich die Vertragsparteien bei derartigen Prüfungen auf die Richtlinien des bvdM. Deren regelmäßige Überarbeitung garantiert, dass die Beurteilung der Maschinen dem aktuellen Stand der Technik entspricht.

Neue Prüfrichtlinie regelt Abnahme für Lackierwerke

Seit Dezember 2016 regelt die Richtlinie „Technische Abnahme von Lackierwerken an Bogenoffsetdruckmaschinen“ Rahmenbedingungen und Grenzwerte für die technische Prüfung von Lackierwerken mit Kammerrakelsystemen. Die Richtlinie gilt für Bogenoffsetdruckmaschinen bis zur Formatklasse VIIB (121 cm × 165 cm) und ist für Mitgliedsunternehmen gratis über den bvdM-Shop erhältlich.

Die Richtlinie hat der bvdM mit dem Fachverband Druck- und Papiertechnik im Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e.V. (VDMA) erarbeitet und sie wird dementsprechend von der Interessenvertretung der Druckmaschinenhersteller empfohlen. Dies erleichtert technische Gespräche und Vertragsverhandlungen über den Kauf von Druckmaschinen mit Lackierwerken.

Richtlinie „Technische Abnahme von Bogenoffsetdruckmaschinen“ wird überarbeitet

Einer Revision werden die Prüfkriterien für Bogenoffsetdruckmaschinen unterzogen. Die überarbeitete Richtlinie „Technische Abnahme von Bogenoffsetdruckmaschinen“ soll im Jahr 2017 erscheinen. Sie wird neue Vorgaben zur Passerprüfung (Anlage-, Übergabe-, Maschinen-/Sektionspasser und Wendepasser) sowie für drucktechnische Prüfungen (Schieben/Dublieren, Druckwerkspreizung, Tonwertstabilität, Farbabfall und Streifenbildung) enthalten und dabei neben der erhöhten Druckgeschwindigkeit erstmals Maschinenkonfigurationen mit mehr als zwölf Druckwerken berücksichtigen, auch wenn dort Lackier- und Trocknungsaggregate vor oder zwischen den Offsetdruckwerken angeordnet sind.

Prüfrichtlinie demnächst auch für Digitaldrucksysteme

Die Richtlinie „Systemprüfung Digitaldruck“ wird die Käufer und Anbieter von Digitaldrucksystemen einen Kriterienkatalog an die Hand geben, der sie bei der Auswahl geeigneter Systeme unterstützt, die Vereinbarung von Qualitätskennwerten erleichtert und die Überprüfung der vereinbarten Werte unmittelbar nach der Installation oder zu einem späteren Zeitpunkt erlaubt.

Wegen der vielfältigen Anforderungen, die an Digitaldrucksysteme gestellt werden und der dementsprechend breiten Ausdifferenzierung der Lösungsangebote und Preise wird die Richtlinie keine Soll- oder Toleranzwerte enthalten. Sie benennt relevante Prüfparameter und beschreibt die dafür vorgesehenen Testbedingungen und Messverfahren. Im Fokus stehen dabei Bildqualität, Farbwiedergabe, Farbschwankungen sowie Passer-/Registerprüfungen.

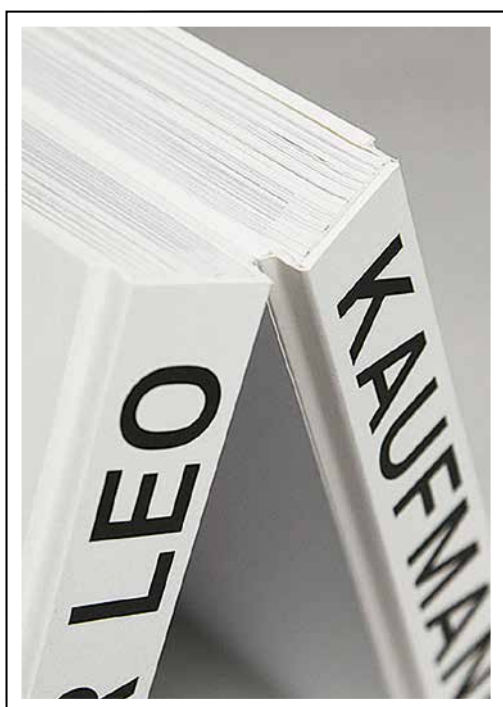
Die für 2017 angekündigte Richtlinie wird zunächst die Bewertung elektrofotografisch arbeitender Bogen-Digitaldrucksysteme beschreiben – eine spätere Erweiterung auf Inkjet- bzw. Rollensysteme ist geplant.

DID-Award prämiert herausragende Druckweiterverarbeitung

Zum 11. Mal wurde 2016 der DID-Award für herausragende industrielle Druckweiterverarbeitung verliehen. Im Rahmen des Treffpunkt Technik nahm Erik Kurtz, Geschäftsführer der Kösel GmbH & Co. KG, die Auszeichnung von Dr. Paul Albert Deimel, Geschäftsführer Deutsches Institut Druck und des Bundesverbandes Druck und Medien, entgegen. Mit dem Preis würdigte die Jury das Produkt „Oskar Leo Kaufmann: 69 Projekte 2012–1996“.

Ziel des DID-Awards ist es, Einkäufern und Auftraggebern die Effekte und die Wirkung zu präsentieren, die mit exzellenter Weiterverarbeitung erreicht werden können. Denn erst das Zusammentragen, Falzen, Stanzen, Schneiden, Veredeln und Binden macht aus bedruckten Stapeln Papier Bücher, Broschüren, Hefte und vieles mehr. Entscheidend sind dabei Kreativität, technisches Know-how, optimale Materialien und höchste Präzision. Dann wird aus bedrucktem Papier ein unverwechselbares Produkt.

Die zum Wettbewerb eingereichten Werke werden bewertet nach Innovation, qualitativer Umsetzung, industriellem Fertigungsgrad sowie der Verknüpfung von Funktion und Kundennutzen. Teilnahmeberechtigt sind Weiterverarbeitungsbetriebe, Druckereien, Agenturen, Verlage und Vorstufenbetriebe mit Firmensitz oder Niederlassung in Deutschland.



Die Monografie präsentiert die Arbeiten des Architekten Oskar Leo Kaufmann aus den Jahren 1996–2012. Das Werk fällt durch seine mit zwei Steifbroschüren als Klappbuch gefertigte Deckenkonstruktion auf.

Perfekt sind zwei Bände inhaltlich aufeinander abgestimmt und werden erst gemeinsam zu einem Bildband. Gelungen werden die architektonischen Werke dadurch in Szene gesetzt.

Print 4.0 – der bvdm als Navigator der Branche

Unsere Gesellschaft befindet sich in einem technischen Wandlungsprozess, von dem heute noch niemand weiß, wohin er letztlich führt und welche Konsequenzen er nach sich zieht. Der Begriff Print 4.0 bezeichnet diesen Prozess bezogen auf die Druckindustrie. Moderne Informations- und Kommunikationstechnologien und die fortschreitende digitale Vernetzung verändern Wertschöpfungsprozesse grundlegend: Physische Grenzen zwischen Kunden und Lieferanten, zwischen Branchen und Regionen verschwimmen oder verschwinden komplett. Wertschöpfungsketten werden zu Wertschöpfungsnetzwerken.

Noch mehr Bits und Bytes

Die Druck- und Medienwirtschaft ist seit Jahrzehnten auf engste mit dem Thema Digitalisierung verknüpft – hat sie in vielen Bereichen sogar vorangetrieben. Und Benny Landas Prognose für den Beginn des neuen Jahrtausends „Alles, was digital werden kann, wird auch digital werden“ – war gewissermaßen richtig. Gewissermaßen, weil zwar der Digitaldruck nicht all die anderen Verfahren aus dem Weg geräumt hat (hier irrte Landa), dafür heute aber Prozesse von Bits und Bytes in einer Weise gesteuert werden können, die Anfang der 90er Jahre noch niemand für möglich gehalten hätte. Insbesondere in Deutschland haben sich unter dem Stichwort Industrie 4.0 Unternehmen modernisiert, wie es nur wenigen in anderen Regionen gelungen ist. Zu den aktiven Playern gehören auch zahlreiche Betriebe aus der Druckindustrie, der VDMA bescheinigte ihnen sogar eine Vorreiterrolle.

Tatsächlich wird Print 4.0 die gesamte Druckindustrie betreffen – von der kleinen oder mittelständischen Druckerei bis hin zum Großunternehmen, vom Zulieferer bis zum Kunden. Es eröffnet enorme Potenziale für neue Geschäftsmodelle, Produkte und Dienstleistungen sowie für die innovative und effiziente Gestaltung von Produktions- und Geschäftsprozessen.

Aber den Chancen stehen auch Risiken und Unwägbarkeiten gegenüber, bei deren Bewältigung der bvdm und die Verbände Druck und Medien die Unternehmen unterstützen.

Wettbewerbsfähig bleiben durch gute Standards

Das betrifft etwa die Diskussion über brancheneinheitliche Standards gemeinsam mit der Zulieferindustrie – Eine Voraussetzung für zahllose 4.0-Anwendungen, wie sich selbst steuernde Fertigungsprozesse, oder Materialien und Vorprodukte, die etwa durch Barcodes oder RFID-Chips maschinenlesbare Informationen über ihre Eigenschaften bereitstellen.

Der bvdm und seine Landesverbände bieten und koordinieren zahlreiche Aktivitäten zum Thema Print 4.0. Veranstaltungen, Workshops, Beratungen und Forschungsprojekte helfen Unternehmen, Veränderungen der Märkte für sich zu bewerten, Chancen für die unternehmerische Tätigkeit zu identifizieren und sich zukunftsorientiert auf neue Situationen einzustellen.

Um im vielstimmigen Chor der Verbandskommunikation gehört zu werden, bedarf es einer fein abgestimmten, strategisch ausgerichteten und auf Dauer gestellten Kommunikation der eigenen Inhalte. Nur so gelingt es, der Bedeutung von Print und den Interessen der Industrie kontinuierlich Geltung zu verschaffen.

Die Kommunikation des bvdM geht dabei viele Wege, kennt zahlreiche Töne, hat unterschiedliche Lautstärken. Während also in einem Fall die kurze Twitter-Botschaft am besten funktioniert, bedarf es in einem anderen Fall vielleicht der klassischen Pressemitteilung, eines Hintergrundgesprächs oder einer Veranstaltung, um die größte Wirkung zu entfalten. Immer mit demselben Ziel: der Unterstützung der Druckindustrie und ihrer Unternehmen.

Öffentlichkeitsarbeit

In der Druckindustrie wird wieder gelacht

Schon im vergangenen Jahr hatte die öffentliche Meinung über Print zum Positiven zurückgefunden – nur innerhalb der Branche war das noch nicht so recht spürbar. Dann kam die drupa.

Über

110.000

Presseverkaufsstellen bundesweit
bieten tausende unterschiedliche Titel

Als hätte er nur den richtigen Moment gebraucht, zündete auf der internationalen Leitmesse der Branche der Funke „Optimismus“ und steckte alle an. Elf Tage beste Stimmung in Düsseldorf, zukunftsweisende Investitionspläne, neue Techniken, neue Produkte, neue Geschäftsfelder. Und auch die „alten“ Märkte sind nach wie vor gute Märkte. Bundesweit über 110.000 Presseverkaufsstellen bieten tausende unterschiedliche Titel und jedes Jahr kommen neue auf den Markt. Philipp Welte, Burda-Vorstand, sagte unlängst dem Wochenmagazin „Die Zeit“: „Zeitschriften machen im Lebensmitteleinzelhandel, nach Kaffee, den zweithöchsten Umsatz pro Quadratmeter.“ Das freut nicht nur Verleger, sondern auch die Drucker.

„Zeitschriften machen im Lebensmitteleinzelhandel, nach Kaffee, den zweithöchsten Umsatz pro Quadratmeter.“

Philipp Welte,
Vorstand Burda GmbH

Und auch die Medien, die von Printkunden gelesen werden, lassen sich immer wieder von guten Themen über Print begeistern. So haben wir 2016 dem Handelsblatt mit „Panini-Bildchen“ einen schönen Aufhänger für einen Bericht geboten, Die Welt freute sich im Mai über die vitale Branche und dem regionalen PROMAGAZIN waren Sinnlichkeit und Innovationen von Print weit über 5.000 Zeichen wert. 70 bvdM-Pressmitteilungen, zahlreiche ausführliche Fachartikel, Grafiken, Zahlen, Berechnungen und Statements aus und über die Branche und ihre Leistungen haben zu mehr als 600 Beiträgen in Print und Online-Medien geführt.

Print macht mehr draus

Und noch mehr und noch mehr



Print kann Top-Aktuell

Einfach, Effizient, Erfolgreich.

Aktuelle Ereignisse werden genutzt, um auch Zielgruppen anzusprechen, die bislang nicht zur Klientel gehörten. Eine Prise Humor macht's noch erfolgreicher.



Print lässt schön grüßen

Fleurop liefert jährlich weltweit über 25 Mio. Sträuße aus. Die Grußkarten dazu sind Sieger in Sachen Nachhaltigkeit – denn wer heftet sich schon eine SMS an den Kühlschrank? Unsere Post befördert zudem mehr als 200 Millionen Karten im Jahr.



Print macht sympathisch

Knapp 50.000 Weinbaubetriebe gibt es in Deutschland und das Angebot in den Geschäften ist oft verwirrend groß. Schön, wenn ein nettes Etikett bei der Kaufentscheidung hilft.

Print sorgt ungebrochen – und vielfach mehr denn je – für Umsatz, Marktanteile, Einschaltquoten, Käufer, Wähler, Gäste, Mieter, Nutzer und Besucher.

Denn es lässt sich auf einmalige Art und Weise der menschlichen Kommunikation anpassen. Auffällig, dezent, emotional, sachlich, großspurig, kleinteilig, nachhaltig, flüchtig, unterhaltsam, informativ, vergnüglich, nüchtern, vielversprechend, funktional und vieles mehr.

Zur drupa 2016 hat der bvdM die crossmediale Kampagne „Print macht mehr draus“ gestartet. Seitdem wird sie kontinuierlich über alle Kanäle der Öffentlichkeitsarbeit ausgespielt – auf der bvdM-Homepage ebenso wie im Newsletter und auf Twitter, großflächig auf Messeständen, etwas kleiner auf Bierdeckeln und auf den personalisierten Give Aways des Digitaldruck-Kongresses 2017.

Die Kampagne wird stetig – zum Teil mit tagesaktuellem Bezug – erweitert. So wünschte sie am 1. Dezember 2016 eine schöne Adventszeit, freute sich am 18. Februar mit den Floristen und wirbt seit dem 15. Mai 2017 für die Beibehaltung gedruckter Bahntickets.

Sämtliche Motive finden Sie auf

www.bvdm-online.de/presse/print-macht-mehr-draus

Tweeeeeeeeet

Facebook is a small town,
Twitter is a city

Print und Digital sind keine Gegensätze mehr, sondern sie ergänzen sich. Was für praktisch alle Segmente der Branche gilt, gilt auch für die Öffentlichkeitsarbeit des bvdM. So trommeln wir nicht nur auf Veranstaltungen und mit Publikationen für Print, sondern natürlich auch im Netz.

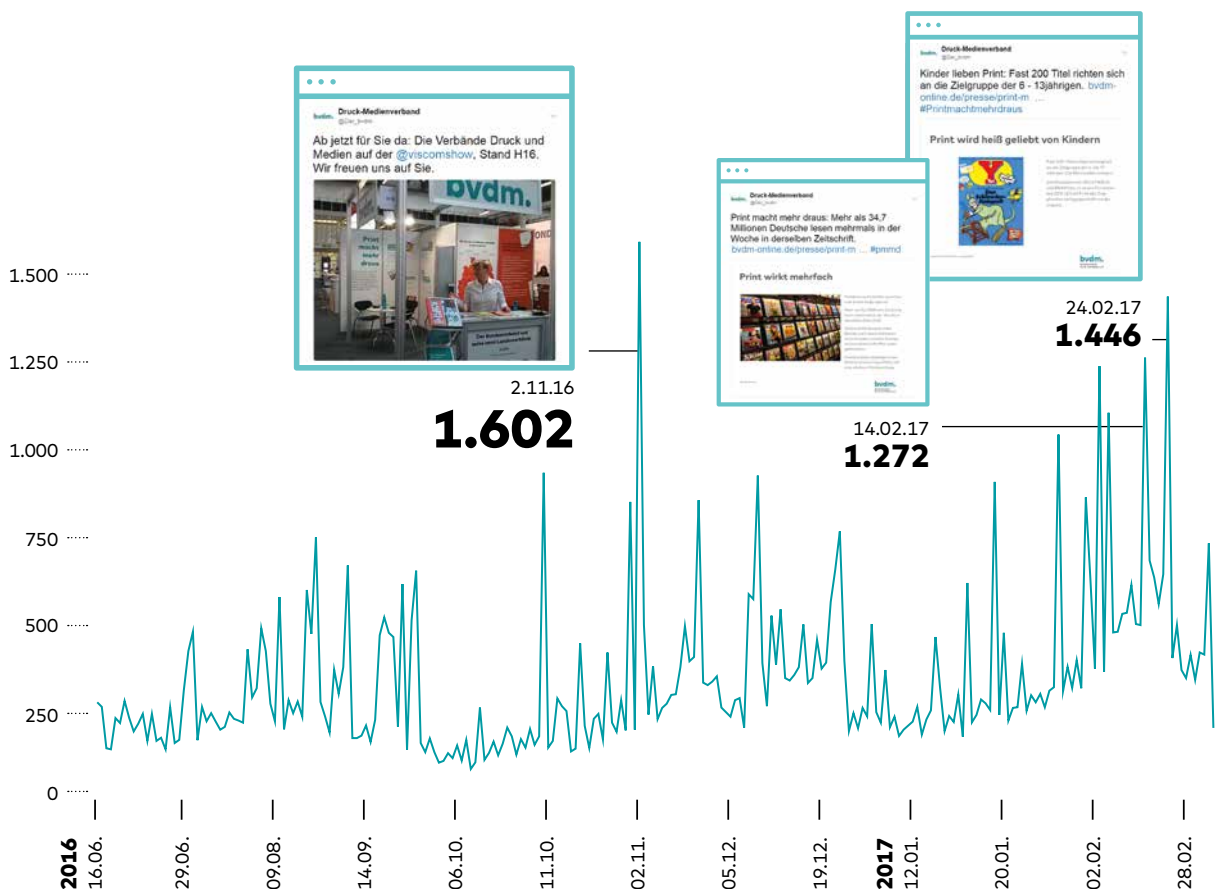
„Facebook is a small town; Twitter is a city“, stellt der Autor und Unternehmer Steven Johnson treffend fest. Denn Twitter weist zwar kleinere Nutzerzahlen als der „große Bruder“ auf, ist aber das deutlich öffentlichere soziale Netzwerk: Über die Hälfte seiner Nutzer abonnieren Accounts, die sie nicht persönlich kennen. Facebook hingegen ist eher ein echtes Freundesnetzwerk: 66 Prozent seiner Nutzer sagen, sie pflegen dort nur Kontakt mit persönlich bekannten Menschen. Aus diesem Grund ist der bvdM intensiv auf Twitter aktiv – mit Erfolg.

Die Abonnentenzahl unseres Accounts @Der_bvdM ist im vergangenen Jahr um rund ein Drittel gewachsen. Damit stieg auch die Reichweite um mehr als das Doppelte.

Besonders erfolgreich war dabei die Kampagne „Print macht mehr draus“. Die kompakten Botschaften über alles, was Print kann und leistet, werden von unseren Abonnenten gerne gelesen und mit dem eigenen Netzwerk geteilt und erreichen so regelmäßig über 1.000 Nutzer des Netzwerks – Druckbetriebe, Agenturen, Zulieferer, Partnerverbände, Politiker und einfach an Print Interessierte.

Das ereignisreiche Jahr 2016 spiegelte sich auch in den Seitenzugriffen der Homepage bvdM-online.de wider. Zu Hochzeiten, etwa während der drupa, den Tarifverhandlungen oder nach Veröffentlichung der aktualisierten bvdM-Standardwerke, verzeichneten wir bis zu 3.500 Zugriffe pro Woche bei über 10.000 betrachteten Unterseiten.

Twitter-Reichweite von @Der_bvdM
Juni 2016 – Februar 2017



Der bvdm ist ideeller Mitveranstalter der drupa. Sein Standkonzept mit über drei Meter hohen, bedruckten Lettern war Blickfang und geschätztes Fotomotiv bei Messebesuchern und Journalisten aus dem In- und Ausland.



Der bvdm auf der drupa

Gutenbergs Buchdruck wurde 1997 vom US-Magazin Time-Life zur bedeutendsten Erfindung des zweiten Jahrtausends gewählt. Und auch wenn sich mit Winkelhaken, Setzschiff und der handbetriebenen Druckerpresse nur noch in ganz kleinen Nischen arbeiten lässt: Ihre Innovationskraft hat die Branche bis heute nicht verloren. Das hat auch die drupa 2016 wieder bewiesen.

Auf der elftägigen Messe zeigten 1.837 Aussteller aus 54 Ländern Technologien, Anwendungsgebiete und Produkte mit großem Wachstumspotenzial. Dazu gehörten 3D-Druck, Funktionaler Druck, Publikationsdruck, Werbedruck, Verpackungs- und industrieller Druck und viele mehr. Rund 260.000 Besucher aus 188 Ländern und rund 1.900 Journalisten aus 74 Ländern erlebten eine hoch innovative Industrie und informierten sich in den Düsseldorfer Messehallen über technologische Innovationen, Weiterentwicklungen und neue Geschäftsfelder.

Der Bundesverband Druck und Medien und seine Landesverbände präsentierten sich auf der Messe zusammen mit dem Verband Deutscher Papierfabriken (vdp). Gemeinsam informierten sie Fach- und Wirtschaftsjournalisten über Entwicklungen und Perspektiven der Branche und lieferten Daten, Fakten und Hintergrundmaterial für deren Berichterstattung. Darüber hinaus waren

die Verbände Gastgeber und Treffpunkt für Fachdelegationen und boten insbesondere ihren Mitgliedsunternehmen Fachgespräche sowie Entspannung vom hektischen Messegeschehen.

Die Bilanz der Verbände nach der drupa bestätigt, dass die Branche – nach schwierigen Jahren der Konsolidierung – spürbar in Aufbruchstimmung ist. Das belegen auch die zahlreichen Investitionen, mit denen sich die Betriebe für die Zukunft rüsten. Im Nachgang der Messe luden die Verbände zu Beratungen und Fachveranstaltungen ein, die den Unternehmen Orientierung und weiterführende Entscheidungshilfen boten. Die nächste drupa findet vom 16. bis 26. Juni 2020 in Düsseldorf statt.

Die Branche ist in Aufbruchstimmung – das war auch bei der drupa spürbar.



Etwas fürs Auge

bvdm auf der Messe
für visuelle Kommunikation

Vom 2. bis zum 4. November 2016 haben der Bundesverband Druck und Medien sowie die Landesverbände in Frankfurt auf der viscom (Fachmesse für visuelle Kommunikation) für Print geworben. Auf dem Gemeinschaftsstand präsentierten die Verbände die Themenschwerpunkte Technik, Markttrends sowie die marketingorientierten Einsatzmöglichkeiten von Printprodukten.



Darüber hinaus wurden die Berufe der Branche beworben. Gerade in Zeiten des Fachkräftemangels ist dies ein wichtiges Aktionsfeld der Verbände. Die viscom findet seit 30 Jahren im Wechsel zwischen Düsseldorf und Frankfurt statt und versteht sich als jährlicher Treffpunkt für die Branchen der visuellen Kommunikation im werblichen Umfeld in Europa.

Digitaldruck-Kongress der Verbände zeigt Erfolgspotenzial der Branche auf

„Erfolg gehört den Mutigen“ war das Fazit des zweiten deutschen Digitaldruck-Kongresses am 16. Februar in Düsseldorf. Experten aus Druck- und Medienunternehmen präsentierten vor rund 250 Teilnehmern in praxisnahen Fachvorträgen Strategien, Geschäftsmodelle, Vertriebskonzepte, Produktionsprozesse und Investitionsentscheidungen.

Thematisch deckte der Kongress ganz entscheidende Gebiete des Digitaldrucks ab. Dazu gehörten unter anderen die Prozesssteuerung für die Next-day-delivery, die Prüfung von Digitaldrucksystemen, der Weg vom Offset- zum Digitaldrucker und die Herausforderungen des digitalen Großformatdrucks. Deutlich wurde: Märkte und Kundenanforderungen verändern sich rasant und erfordern schnelle Reaktionszeiten von den Druckdienstleistern. Dabei innovativ zu denken, mutig vor dem Kunden als Problemlöser aufzutreten, Netzwerke zu pflegen und Konzepte klar zu definieren sind Grundvoraussetzungen für nachhaltigen Erfolg.

Mit gut 250 teilnehmenden Entscheidern aus der gesamten Wertschöpfungskette der Druck- und Medienindustrie war der Digitaldruck-Kongress die erste große und richtungsweisende Veranstaltung der Branche im Jahr 2017. Der hohe Zuspruch unterstreicht die Bedeutung des Digitaldrucks. Er verzeichnet gut 80% Wachstum in den vergangenen sechs Jahren und erobert Märkte von Auflage eins bis in den vierstelligen Bereich.



Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdm, eröffnete den Kongress und präsentierte Zahlen, Daten, Fakten und Perspektiven



Oben: Sabine Geldermann, Director drupa, begrüßte die rund 250 Teilnehmer.

Rechts: Nicole Royar bot praxisnahe Einblicke in Kooperation und Automatisierung bei SDK Systemdruck Köln.



Oben: Alles Inkjet oder was? Torsten Bischof, documente team GmbH & Co. KG, über den Weg vom Offset- zum Digitaldrucker

Unten: Wilhelm A. Soll, PrintPlanet GmbH, zum Thema Logistik und automatisierte Prozesssteuerung



Links: Neue Maschinen, neue Prozesse: Erik Kurtz, Kösel GmbH Co. KG, sprach über den Mut zum Erfolg.

Francisco Martínez, Straub Druck + Medien AG, war mit innovativen Lösungen auch schon beim ddk 2015 dabei.



Verschiedene Perspektiven auf dem Podiums-Talk auf dem ddk 2017



Der Fachmann in Sachen Prüfung von Digitaldrucksystemen: Harry Belz, Bundesverband Druck und Medien

Rechts: Marcus Kalle, NINO Druck GmbH, erläuterte den „Werkzeugkoffer“ einer Druckerei für die nächsten Jahre.

Unten: Michael Kappler, ORT Studios Frankfurt GmbH, präsentierte Strategien für dauerhafte Geschäftsbeziehungen.



Oben: Vom Fotolabor zum Large Format Printer: Roland Niggemeyer, Niggemeyer Bildproduktion GmbH & Co. KG

Unten: Interessierte Fragen aus dem Publikum

Der Deutsche Druck- und Medientag – Wirtschaft trifft Politik

Mit mehr als 350 Teilnehmern zählte der Deutsche Druck- und Medientag zu den größten Branchenveranstaltungen des Jahres. Führende Unternehmer, Vertreter aus Industrie, Wirtschaft, Bildung, Politik und Medien trafen sich vom 11. bis 13. Mai 2016 in Bonn zu Vorträgen, Diskussionen und persönlichen Gesprächen. Ausgerichtet wurde das Event in Kooperation mit dem Verband Druck + Medien Nord-West, unter dem Motto „Die Druckindustrie im digitalen Zeitalter – Herausforderungen und Chancen“.

Zum Auftakt sprach die Stellvertretende Ministerpräsidentin des Landes Nordrhein-Westfalen und Ministerin für Schule und Weiterbildung, Sylvia Löhrmann, und unterstrich die ungebrochene Relevanz der Druckindustrie.

„Halbzeit der Großen Koalition“ lautete der Titel der Podiumsdiskussion beim traditionellen Unternehmerforum. Es diskutierten: Prof. Dr. Michael Hüther, Direktor des IW Köln, Frank Werneke, stellvertretender ver.di-Vorsitzender, sowie Dr. Klemens Berkold, Geschäftsführer der Funke Druck GmbH.

Einen spannenden Einblick in das Thema Digitalisierung aus politischer Warte bot Günther Oettinger, EU-Kommissar für die digitale Wirtschaft und Gesellschaft. Er betonte, dass sich Herausforderungen, die mit der Digitalisierung verbunden sind, nur noch auf europäischer Ebene lösen lassen, und rief die Druckindustrie dazu auf, sich stärker als bisher europäisch zu organisieren.



bvdm-Präsident Wolfgang Poppen eröffnete das Unternehmerforum.



V.l.n.r. Oliver Curdt, Geschäftsführer des Verbandes Druck + Medien Nord-West e.V., Sylvia Löhrmann, Stellvertretende Ministerpräsidentin des Landes Nordrhein-Westfalen und Ministerin für Schule und Weiterbildung, Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdm



Günther Oettinger, EU-Kommissar für die digitale Wirtschaft und Gesellschaft, referierte über Auswirkungen der Digitalisierung auf Arbeit, Wirtschaft, Technik und Gesellschaft.



Oben: Mit mehr als 350 Teilnehmern war der Deutsche Druck- und Medientag ein voller Erfolg.

Podiumsdiskussion: Halbzeit der Großen Koalition – Rückblick und Ausblick. V.l.n.r. Dr. Klemens Bertold, Geschäftsführer der Funke Druck GmbH, Dr. Helge Matthiesen, Chefredakteur des Bonner Generalanzeigers (Moderator), Prof. Dr. Michael Hüther, Direktor des IW Köln, Frank Werneke, stellvertretender ver.di-Vorsitzender



Dr. Reinhard Laumanns, Vorsitzender des Verbandes Druck + Medien Nord-West e.V., eröffnete den Rheinischen Abend des DDMT 2016.



Rechts: Dr. Leonid Sergeev, CEO Deutsche Post E-POST Solutions GmbH, präsentierte „Warum die ‚automatisierten‘ Unternehmen mehr brauchen als einen Druckdienstleister“

Die Gastgeber des Deutschen Druck- und Medientages 2016: Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdm und Oliver Curdt, Geschäftsführer des VDMNW



Dr. Leonid Sergeev, CEO Deutsche Post E-POST Solutions GmbH, schilderte, wie sich Druckunternehmen – und nicht nur diese – künftig zu Multichannel-Dienstleistern der Kommunikation weiterentwickeln, die passgenau und adressatengerecht auf dem klassischen Postweg, via E-Mail, per Messenger wie WhatsApp und anderen Kommunikationswegen arbeiten.

Dr. Steven Althaus, Leiter Markenführung BMW und Marketing Services BMW Group, beschrieb am Beispiel von BMW die Transformation einer Branche: Die Automobilindustrie wurde von neuen Playern wie Uber oder Tesla wachgerüttelt. Pioniergeist und „gesunder Verfolgungswahn“ halfen und helfen dabei, sich dieser Herausforderung zu stellen – Tugenden, die Althaus auch der Druckindustrie ans Herz legte.

Andreas Buhr, Sachbuchautor, CEO Buhr & Team, Akademie- und Führungskräftecoach, rundete die Vortragsreihe mit konkreten Beispielen für die Auswirkungen der Digitalisierung im Unternehmens- und Vertriebsalltag ab. Der traditionelle Abend der Deutschen Druckindustrie war ein gelungenes Fest bis in den frühen Morgen hinein.

Zwei, die sich auf der internationalen Bühne der Branche besonders gut auskennen: Beatrice Klose, Geschäftsführerin von Intergraf, dem Europäischen Verband für Druck und digitale Kommunikation in Brüssel, und Sabine Geldermann, Director drupa



Dr. Steven Althaus, Leiter Markenführung BMW und Marketing Services BMW Group, sprach über die Transformation einer Branche – Driving the Future of Mobility.



Günther Oettinger, EU-Kommissar für die digitale Wirtschaft und Gesellschaft und Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdm



Networking in bester Gesellschaft auf dem DDMT in Bonn. Rheinischer Abend auf der „Alm“ des Hotel Kameha.



Dare to Print Different: FESPA 2017 in Hamburg

Dass Deutschland einer der größten Märkte für Druckerzeugnisse ist, lässt sich auch daran ablesen, dass die FESPA nach nur zwei Jahren aus dem Ausland zurückkehrt – und drei Jahre in Folge hier bleiben wird.

Im Mai 2017 fand mit der FESPA 2017 die bisher umfangreichste FESPA-Messe und das weltweit größte Event mit Schwerpunkt Großformatdruck statt. Verteilt auf zehn Hallen der Hamburg Messe präsentierten rund 700 Aussteller neueste Entwicklungen aus den Bereichen Digital-, Textil- und Siebdruck.

Der bvdm war gemeinsam mit den Landesverbänden auf der Messe vertreten. „Keiner weiß mehr über Print“, war das selbstbewusste

Motto, dem viele Besucher zum Gespräch mit Verbandsexperten folgten. Ebenfalls vorgestellt wurden die erfolgreiche und bewährte Kampagne „Print macht mehr draus“ sowie die Berufsbilder der Branche, um die hiesigen Betriebe bei der Nachwuchsgewinnung zu unterstützen.

Intergraf: Unser starker Partner in Europa

Intergraf, die European Federation for Print and Digital Communication, setzt sich in Brüssel für die Interessen der Druck- und Medienbranche ein. Der Verband vertritt derzeit 21 Mitglieder aus 19 europäischen Ländern, darunter auch den bvdm.

Die Bedeutung Europas für unternehmerisches Handeln in Deutschland steigt allen Krisen zum Trotz, dafür sprechen aktuelle Regulierungsvorhaben wie zum Datenschutz. Der Bundesverband Druck und Medien hat mit Intergraf einen starken Partner in Brüssel, der vorrangig den Erhalt und die Förderung der Wettbewerbsfähigkeit der Druckindustrie verfolgt.

Die Druckbranche nicht gefährden

Die grafische Industrie in Europa genügt schon heute höchsten Standards hinsichtlich Ökologie, Gesundheit, Sicherheit und sozialen Belangen. Innerhalb der geltenden Gesetze und Bestimmungen arbeitet die Druckindustrie auf einem hohen Niveau.

Jede zusätzliche Regulierung muss daher einer strengen Abwägung zwischen ihrem Nutzen und ihrem Aufwand für die Unternehmen unterzogen werden. Dieser Aufgabe stellt sich Intergraf. Ebenso gilt es, Restriktionen, wie sie durch die europäische Datenschutzverordnung und Werbeverbote drohen, zu verhindern. Die Flexibilisierung von Arbeitsbedingungen und Personalkosten zur Förderung des Wettbewerbs sollte ebenso nicht aus den Augen verloren werden.

Ausgewogenheit zwischen gedruckten und digitalen Medien

Intergraf repräsentiert sowohl Print- als auch digitale Medien und verhindert, dass eine Seite gegen die andere ausgespielt wird. So macht sich Intergraf beispielsweise dafür stark, dass die Förderung der digitalen Agenda auf europäischer Ebene Print nicht benachteiligt. Hier werden oft falsche ökologische Argumente ins Spiel gebracht.

Ein weiteres wichtiges Thema für Intergraf ist die Mehrwertsteuer, die für gedruckte Bücher zu Recht niedriger ist als für E-Books. Denn 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.

Online Print Symposium schließt die Brücke zwischen E-Commerce und Print

Mit knapp 300 Teilnehmern aus 15 Ländern, zukunftsorientierten Themen und starken Partnern führte das 5. Online Print Symposium am 6. und 7. März 2017 erneut Akteure des E-Business Print in München zusammen.

Das Branchen-Event, traditionell veranstaltet vom Bundesverband Druck und Medien, Fogra und zipcon consulting, konzentrierte sich im 5. Jahr seines Bestehens besonders stark auf zukunftsrelevante Mechanismen und Anforderungen im Bereich E-Commerce. Die Zahlen von zipcon consulting belegen, dass das Wachstum der Online-Printer sich fortgesetzt hat und auch die Umsatz-Prognose für 2017 (7,5 Mrd. Euro) zeigt, dass Akzeptanz und Nachfrage nach Open/Closed Stores kontinuierlich steigen. Daraus ergibt sich aber auch, dass die Themen Customer Centricity, Mass Customization, Mobility, Responsive Design und Verpackung noch stärker in den Fokus der Druck- und Medienunternehmen rücken müssen, denn Onlineprint bedeutet mehr als nur ein Shop im Internet.

Das große internationale Interesse am OPS zeigt, auf welch hohem Niveau sich die deutsche Druck- und Medienbranche bewegt. Die Verbände nehmen dies als Aufforderung und Ansporn, die hiesigen Unternehmen dabei zu unterstützen, ihren Vorsprung zu halten und auszubauen.

Dr. Andreas Kraushaar, Bernd Zipper und Jens Meyer führten durch ein volles Programm.

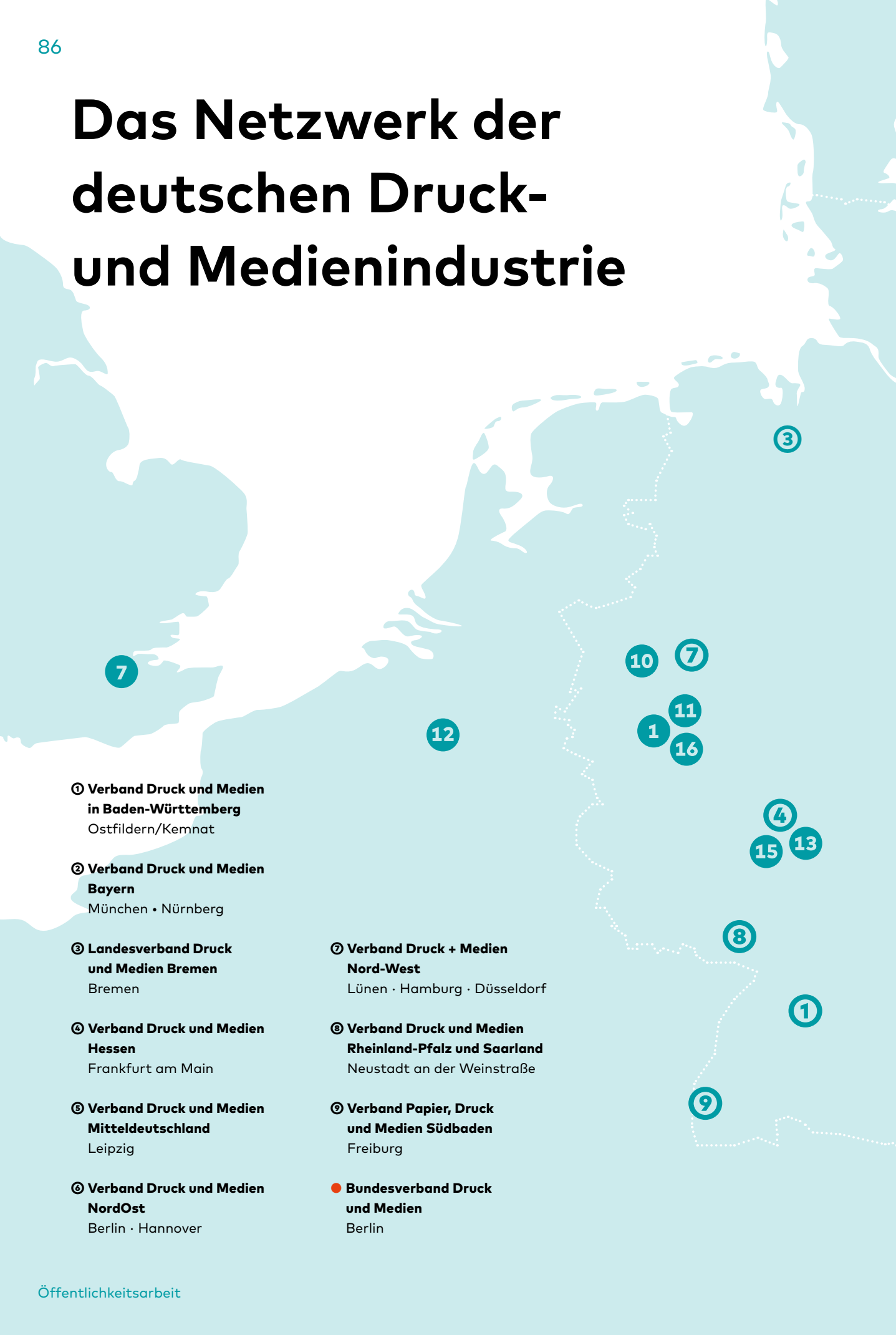


Knapp 300 Teilnehmer folgten spannenden Vorträgen und Diskussionen.



Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes Druck und Medien, begrüßt die Teilnehmer.

Das Netzwerk der deutschen Druck- und Medienindustrie



① **Verband Druck und Medien in Baden-Württemberg**
Ostfildern/Kemnat

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

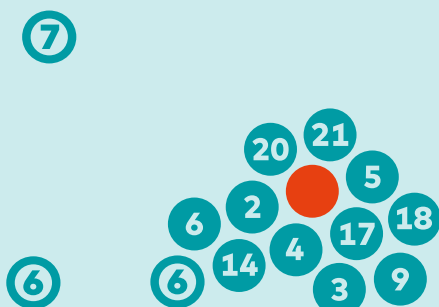
⑥ **Verband Druck und Medien NordOst**
Berlin · Hannover

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

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

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

● **Bundesverband Druck und Medien**
Berlin



1 Berufsgenossenschaft
Energie Textil Elektro Medien-
erzeugnisse (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 Deut-
schen Arbeitgeberverbände
(BDA) Berlin

6 DIN Deutsches Institut
für Normung Berlin

7 FESPA Reigate

8 Fogra Forschungsgesellschaft
Druck München

9 Hauptverband Papier-
und Kunststoffverarbeitung
(HPV) Berlin

10 Initiative Online Print
Essen

11 Institut der deutschen Wirt-
schaft Köln (IW) Köln

12 Intergraf Brüssel

13 Verband der deutschen Lack-
und Druckfarbenindustrie (VDL)
Frankfurt am Main

14 Verband Deutscher Lokal-
zeitungen Berlin

15 Verband Deutscher Maschinen-
und Anlagenbau (VDMA)
Frankfurt am Main

16 Verband Deutscher Papier-
fabriken (VDP) Bonn

17 Verband Deutscher Zeitschrif-
tenverleger (VDZ) Berlin

18 ver.di – Vereinte Dienstleistungs-
gewerkschaft Berlin

19 Zentral-Fachausschuss Berufs-
bildung Druck und Medien (ZFA)
Kassel

20 Zentralverband der deutschen
Werbewirtschaft (ZAW)
Berlin

21 Zentralverband des Deutschen
Handwerks (ZDH) Berlin

Insights

Konjunkturindikatoren 2016

	absolut	Veränderung gegen- über Vorjahr in %
Berichtskreis: Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten		
Anzahl der Betriebe	555	0,5
Beschäftigte	70.095	-0,9
Umsatz (in Mio. EUR)		
Nominal	11.720	-1,2
<i>Inlandsumsatz</i>	10.121	-1,1
<i>Auslandsumsatz</i>	1.600	-1,5
· <i>mit der Eurozone</i>	957	1,1
· <i>mit dem sonstigen Ausland</i>	643	-5,1
<i>Exportquote in % (Auslandsumsatz/nominaler Umsatz)</i>	13,6	-0,3
<i>je Beschäftigten (in EUR/Monat)</i>	13.934	-0,3
<i>je geleistete Arbeitsstunde (in EUR/Std.)</i>	110	0,1
Real	11.735	-1,0
Entgelte (in Mio. EUR)		
Lohnquote (in % des Umsatzes)	21,7	0,1
je Beschäftigten (in EUR/Monat)	3.017	-0,2
je geleistete Arbeitsstunde (in EUR/Std.)	23,8	0,3
Umsatzindizes*		
Nominal	92,1	-1,5
Real	94,2	0,8
Produktionsindizes*		
Druckindustrie	90,4	-2,5
Gesamtindustrie	111,6	1,3
Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten		

*arbeitstäglich bereinigt, für nicht bereinigte Indizes gilt 2010=100

Berichtskreis Produktionsindizes: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten

Berichtskreis aller anderen Werte: Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten

Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: 1. März 2017; Berechnungen: bvd/m

Entwicklung des Branchenumsatzes

Jahr	Unternehmen		Nominaler Umsatz		Realer Umsatz		Nominaler Umsatz je Beschäftigten	
	Anzahl	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Euro	in %
2005	15.388	-0,6	23.228	2,1	21.790	4,2	129.577	6,0
2006	15.255	-0,9	23.776	2,4	22.472	3,1	136.139	5,1
2007	14.941	-2,1	23.572	-0,9	22.343	-0,6	136.495	0,3
2008	14.805	-0,9	23.116	-1,9	21.995	-1,6	133.655	-2,1
2009	13.970	-5,6	20.823	-9,9	20.177	-8,3	125.586	-6,0
2010	13.573	-2,8	20.687	-0,6	20.687	2,5	130.313	3,8
2011	13.181	-2,9	21.048	1,7	20.798	0,5	136.209	4,5
2012	12.944	-1,8	21.560	2,4	21.179	1,8	142.417	4,6
2013	12.432	-4,0	20.707	-4,0	20.360	-3,9	141.338	-0,8
2014	11.934	-4,0	20.697	0,0	20.512	0,7	145.138	2,7
2015	11.601	-2,8	21.084	1,9	21.087	2,8	151.521	4,4

Berichtskreis: Umsatzsteuerpflichtige Unternehmen mit über 17.500 € Jahresumsatz
 Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: 1. März 2017; Berechnungen: bvdm

Entwicklung der preisbereinigten Umsätze im Branchenvergleich

Jahr	Druckindustrie		Papierindustrie		Chemische Industrie		Maschinenbau		Verarbeitendes Gewerbe	
	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %
2005	12.175		32.593		122.114		169.694		1.433.279	
2006	12.740	4,6	34.561	6,0	124.515	2,0	187.608	10,6	1.495.807	4,4
2007	13.056	2,5	35.444	2,6	130.308	4,7	206.923	10,3	1.560.470	4,3
2008	13.354	2,3	35.800	1,0	123.545	-5,2	216.683	4,7	1.552.251	-0,5
2009	12.650	-5,3	33.488	-6,5	105.168	-14,9	162.871	-24,8	1.310.400	-15,6
2010	12.740	0,7	36.086	7,8	125.787	19,6	176.623	8,4	1.467.048	12,0
2011	12.915	1,4	36.175	0,2	125.887	0,1	199.266	12,8	1.561.372	6,4
2012	12.521	-3,1	34.772	-3,9	122.723	-2,5	203.656	2,2	1.548.167	-0,8
2013	12.030	-3,9	34.400	-1,1	124.312	1,3	200.631	-1,5	1.540.226	-0,5
2014	12.079	0,4	34.073	-0,9	126.875	2,1	205.894	2,6	1.561.286	1,4
2015	11.859	-1,8	34.381	0,9	129.950	2,4	208.602	1,3	1.616.846	3,6
2016	11.735	-1,0	34.191	-0,6	126.530	-2,6	210.503	0,9	1.635.935	1,2

Die Preisbereinigung wurde vom bvdm mit dem Erzeugerpreisindex der jeweiligen Branche vorgenommen

Berichtskreis: Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten
 Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: 1. März 2017; Berechnungen: bvdm

Anzahl der Betriebe und sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Sparten

Sparten	Betriebe			Beschäftigte		
	Anzahl	Anteil in %	Veränderung gegenüber Vorjahr in %	Anzahl	Anteil in %	Veränderung gegenüber Vorjahr in %
Druck von Zeitungen	217	2,6	-5,7	9.191	6,8	-5,6
Sonstige Druckerzeugnisse	6.103	72,9	-1,7	99.888	73,7	-2,1
Druck- und Mediovorstufe	1.503	18,0	-3,8	18.686	13,8	-0,5
Druckweiterverarbeitung	550	6,6	-5,7	7.723	5,7	-10,8
Gesamt	8.373	100,0	-2,5	135.488	100,0	-2,6

Berichtskreis: Betriebe mit mindestens einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten

Quelle: Bundesagentur für Arbeit; Datenstand: 1. März 2017; Stichtag: 30.06.2016; Berechnungen: bvdM

Anzahl der Betriebe und sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Beschäftigtengrößenklassen

Beschäftigten- größenklassen	Betriebe			Beschäftigte		
	Anzahl	Anteil in %	Veränderung gegenüber Vorjahr in %	Anzahl	Anteil in %	Veränderung gegenüber Vorjahr in %
1 bis 9	5.887	70,3	-2,0	18.092	13,4	-2,3
10 bis 19	1.039	12,4	-6,1	14.309	10,6	-5,7
20 bis 49	845	10,1	-2,6	25.727	19,0	-2,3
50 bis 99	352	4,2	2,3	24.117	17,8	2,4
100 bis 499	241	2,9	-2,8	44.554	32,9	-2,5
500 und mehr	9	0,1	-10,0	8.689	6,4	-11,9
Gesamt	8.373	100,0	-2,5	135.488	100,0	-2,6

Berichtskreis: Betriebe mit mindestens einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten

Quelle: Bundesagentur für Arbeit; Datenstand: 1. März 2017; Stichtag: 30.06.2016; Berechnungen: bvdM

Produktionswerte deutsche Druckindustrie 2016

	in Mio. Euro	Anteil in %	Veränderung gegen- über Vorjahr in %
Werbedrucke/Kataloge	5.206	40,9	-2,9
<i>Kataloge</i>	1.177	9,2	-2,9
<i>Plakate</i>	465	3,7	2,9
<i>Geschäftsberichte</i>	44	0,3	-7,1
<i>Andere Werbedrucke und -schriften</i>	3.519	27,6	-3,6
Geschäftsdrucksachen	1.198	9,4	-0,2
Zeitschriften	1.058	8,3	-5,1
Zeitungen/Anzeigenblätter	1.278	10,0	0,4
<i>Tageszeitungen</i>	868	6,8	0,0
<i>Wochenzeitungen</i>	210	1,6	-4,3
<i>Anzeigen-/Annoncenblätter</i>	200	1,6	8,3
Bücher/kartografische Erzeugnisse	958	7,5	-3,2
Bedruckte Etiketten	1.217	9,6	-0,6
Kalender/Karten	148	1,2	22,2
Sonstige Druckerzeugnisse	1.674	13,1	1,3
Summe Druckerzeugnisse	12.738	100,0	-1,6
Druck- und Medienstufe	999	55,9	0,9
Druckweiterverarbeitung	789	44,1	-1,9
Summe Druckleistungen	1.789	100,0	-0,4
Gesamt	14.527		-1,4

Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten

Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: 6. April 2016; Berechnungen: bvd/m

Indizes der Erzeugerpreise 2016

Wirtschaftszweig/ Produkt	Index (2010=100)	Veränderung gegen- über Vorjahr in %	Veränderung gegen- über 2000 in %
Verarbeitendes Gewerbe	103,3	-0,7	17,4
Zeitungsdruckpapier	97,3	0,8	-14,7
Andere grafische Papiere	98,3	2,4	2,4
Elektrischer Strom	125,6	0,7	82,6
Druckmaschinen	105,5	1,4	17,9
Druckfarben	99,5	-3,6	-2,2
Druckereileistungen	99,9	-0,1	-9,5

Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: 1. März 2017; Berechnungen: bvd/m

Sozialpolitischer Ausschuss

Die Unternehmen der Druckindustrie im Bereich der Sozial- und Tarifpolitik aktiv zu vertreten ist die zentrale Aufgabe des Sozialpolitischen Ausschusses (SPA). Entscheidend ist dabei, die unterschiedlichen Interessen zu berücksichtigen und auszugleichen.

Da die Ausschussmitglieder von Unternehmen aller Betriebsgrößen und -arten entsandt werden, ist eine einseitige Interessenvertretung ausgeschlossen. Hauptaufgabe des SPA ist die Gestaltung der Tarifpolitik für die Druckindustrie. Dazu gehören u. a. die Erarbeitung und das Aufstellen der arbeitgeberseitigen Ziele im Rahmen von Tarifverhandlungen, die Kündigung von Tarifverträgen sowie die Formulierung von Forderungen gegenüber der Gewerkschaft. Insbesondere wählt der SPA die Mitglieder der Tarifverhandlungskommission.

Der SPA ist außerdem die Interessenvertretung der Druckindustrie in allen sozialpolitischen Angelegenheiten. Dazu zählt die Einflussnahme auf die gesetzliche Entwicklung in arbeits- und sozialrechtlicher sowie gesellschaftspolitischer Hinsicht. Der Sozialpolitische Ausschuss ist darüber hinaus zuständig für die zentrale Regelung aller das Druckgewerbe betreffenden arbeits- und sozialrechtlichen Fragen, für die eine einheitliche Lösung geschaffen werden soll. Eine sehr wichtige Aufgabe ist außerdem die sozialpolitische Zusammenarbeit mit anderen Branchen in den Gremien der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA). Die dort vom gemeinsamen Willen getragenen Entscheidungen haben als Stimme und Meinungsäußerung der gesamten Wirtschaft ein besonderes Gewicht in der politischen Diskussion.

Ausschussvorsitzender

Sönke Boyens

Boyens MediaPRINT GmbH & Co. KG, Heide

Bildungspolitischer Ausschuss

Hauptziel des Bildungspolitischen Ausschusses ist die Förderung der Qualifikation der Beschäftigten und die Verbesserung der Rahmenbedingungen für die duale Aus- und Weiterbildung. Zu den wichtigsten Aufgaben des Ausschusses gehört die Planung und Weiterentwicklung von betrieblichen Ausbildungsordnungen, etwa zum Mediengestalter und Medientechnologen.

Darüber hinaus unterstützt der Ausschuss die Betriebe bei der Planung, Organisation und Durchführung betrieblicher Bildungsmaßnahmen durch Broschüren, Checklisten und die entsprechende Kommentierung der Ausbildungsordnungen. Der Ausschuss wirkt mit bei Berufsschulkonzepten und der Ausbildung von Berufsschullehrern.

Im Rahmen des Zentralfachausschusses Berufsbildung Druck und Medien (ZFA), der von bvdM und ver.di gemeinsam getragen wird, arbeitet der Bildungspolitische Ausschuss in verschiedenen Kommissionen mit und betreut die Fachausschussarbeit.

Des Weiteren obliegt ihm die Planung und Weiterentwicklung von außerbetrieblichen Bildungsmaßnahmen sowie die berufs- und bildungspolitische Interessenvertretung beim Staat und weiteren wichtigen Institutionen.

Ausschussvorsitzender

W. Arndt Bertelsmann

W. Bertelsmann Verlag GmbH & Co. KG, Bielefeld

Ausschuss Technik + Forschung

Der Ausschuss Technik + Forschung kümmert sich um die wirtschaftliche Gestaltung von Produktionsprozessen. Technologie- und Geschäftsfeldentwicklung, Umweltschutz, Qualitätssteuerung und die Vernetzung mit Kunden und Zulieferindustrie sind Themenschwerpunkte seiner Arbeit. Dem Ausschuss gehören Unternehmer und Führungskräfte aus den Mitgliedsunternehmen der Landesverbände an. Darüber hinaus wirken Mitarbeiter der Verbände und ihrer Tochtergesellschaften sowie Vertreter der Zulieferindustrie und Experten aus den Forschungsinstituten der Branche mit.

In seinen fünf Fachbereichen bildet der Ausschuss Technik + Forschung die technologische Vielfalt der Branche und die betrieblichen Wertschöpfungsprozesse von der Medienvorstufe bis zur Logistik ab:

- Medienvorstufe
- Produktionsverfahren (mit den fünf Interessengruppen Offsetdruck, Hochauflagiger Druck, Zeitungsdruck, Digitaldruck und Druckweiterverarbeitung/Logistik)
- Umweltschutz + Sicherheit
- Flexografie
- Siebdruck

Der Ausschuss Technik + Forschung initiiert und fördert Verfahrens- und Produktverbesserungen und unterstützt die anwendungsbezogene und lösungsorientierte Forschung. So trägt er zur Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen bei – etwa durch die Normung und Standardisierung von Materialien und Prozessen. Er unterstützt die Kommunikation der Druck- und Medienunternehmen „auf Augenhöhe“ mit ihren Kunden und Zulieferern und sorgt für einen breiten Wissenstransfer in die Branche.

Ausschussvorsitzender

Matthias Tietz

Rheinisch-Bergische Druckerei GmbH, Düsseldorf

Wirtschaftsausschuss

Der Wirtschaftsausschuss des Bundesverbandes Druck und Medien beschäftigt sich mit betriebs- und volkswirtschaftlichen Themen, beobachtet und analysiert die Branchenentwicklung und reflektiert ökonomische Auswirkungen auf die mittelständische Druck- und Medienindustrie.

Dem Ausschuss gehören Druckunternehmer oder Unternehmensvertreter an, die Mitglied eines der neun Landesverbände sind. Mitglieder können auch Angestellte eines Landesverbandes oder dessen Tochtergesellschaften sein.

Der Wirtschaftsausschuss bietet:

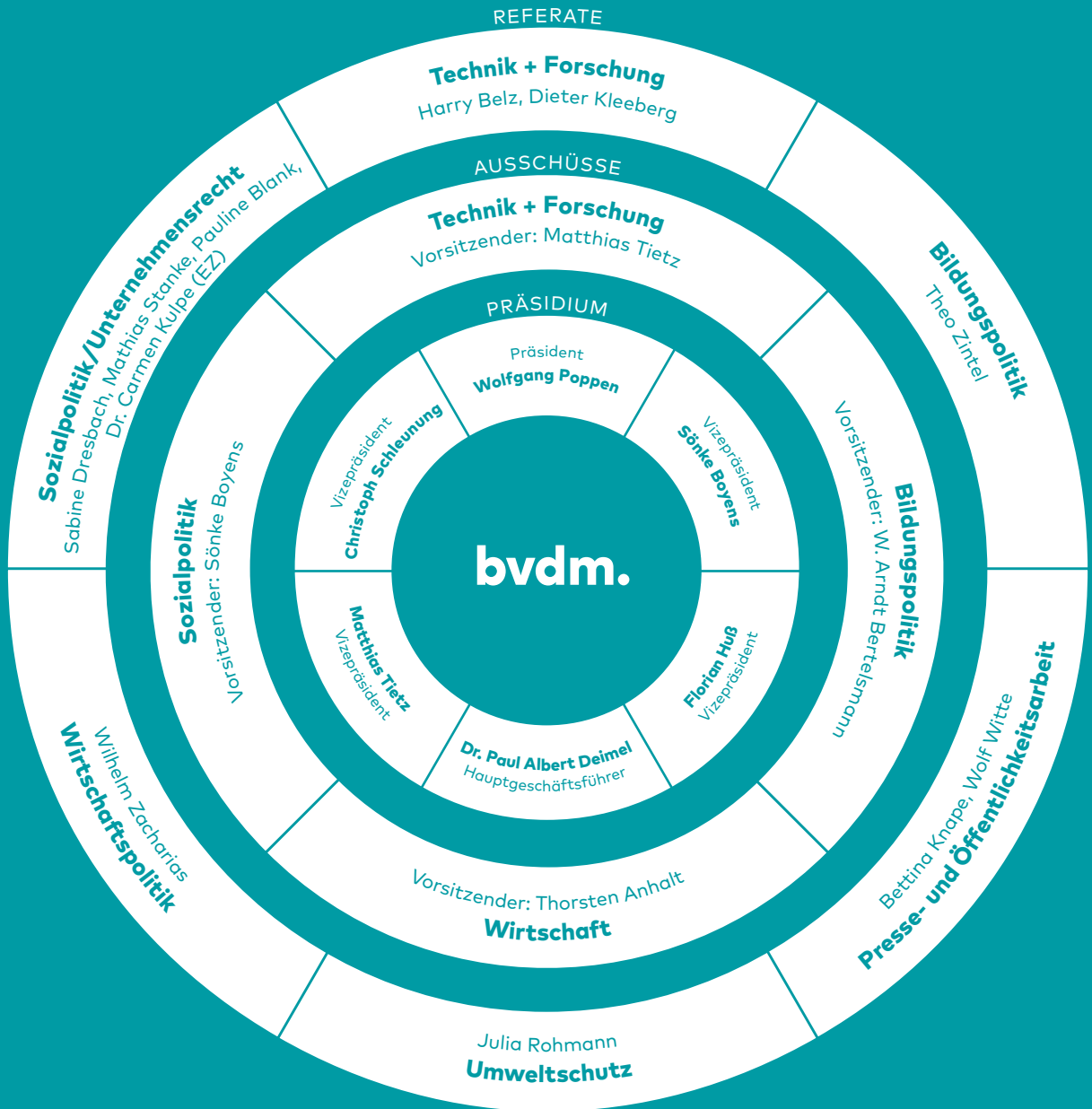
- Aktuelle Informationen über zukünftige Gesetzgebungsverfahren, die die Druckbranche unmittelbar betreffen
- Informationen zu den wichtigen betriebswirtschaftlichen Themen, wie dem Bilanzkennzahlenvergleich und Kosten- und Leistungsgrundlagen
- Analysen zur aktuellen wirtschaftlichen Lage und den Aussichten der deutschen Druck- und Zulieferindustrie

Weiterhin setzt er Themenschwerpunkte für die wirtschaftspolitische Interessenvertretung.

Ausschussvorsitzender

Thorsten Anhalt

Fries Crossmedia GmbH, Köln



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

Präsidium

Wolfgang Poppen

Präsident

Sönke Boyens

Vizepräsident

Florian Huß

Vizepräsident

Christoph Schleunung

Vizepräsident

Matthias Tietz

Vizepräsident

Dr. Paul Albert Deimel

Hauptgeschäftsführer

Vorsitzende der Fachbereiche des Ausschusses Technik + Forschung

Flexografie

N.N.

Medienvorstufe

Roland v. Oeynhausen

Produktionsverfahren

Matthias Tietz

Siebdruck

Hellmuth Frey

Umweltschutz + Sicherheit

Oliver Hensen

Vorsitzende der Arbeitsausschüsse

Bildungspolitik

W. Arndt Bertelsmann

Sozialpolitik

Sönke Boyens

Technik + Forschung

Matthias Tietz

Wirtschaft

Thorsten Anhalt

Geschäftsstelle 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.bvdm-online.de/shop



**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: Hartmut Villinger
Geschäftsführer: Dr. Alexander Lägerler



**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-b.de
www.vdm-b.de
Vorsitzender: Christoph Schleunung
Geschäftsführer: Holger Busch



**Landesverband Druck und Medien
Bremen e.V.**
Schillerstraße 10
28195 Bremen
Telefon 04 21/36 80 20
Fax 04 21/3 68 02 49
mchristmann@uvhb.de
www.druck.uvhb.de
Vorsitzender: Siegfried von der Wehl
Geschäftsführer: Marcel Christman



**Verband Druck und Medien
Hessen e.V.**
Flughafenstraße 4a
60528 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.**
„Haus des Buches“
Gerichtsweg 28
04103 Leipzig
Telefon 03 41/86 85 90
Fax 03 41/8 68 59 28
info@vdm-mitteldeutschland.de
www.vdm-mitteldeutschland.de
Vorsitzende: Martina Radlbeck
Geschäftsführerin: Antje Steinmetz



**Verband Druck und Medien
NordOst e.V.**
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
Nord-West e.V.**
An der Wethmarheide 34
44536 Lünen
Telefon 0 23 06/20 26 20
Fax 0 23 06/2 02 62 99
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 an der 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

Herausgeber

Bundesverband Druck und Medien e.V. (bvdm)

Redaktion

Bettina Knape (verantwortlich)

Wolf Witte

© 2017 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.bvdm-online.de/shop

Das Werk einschließlich seiner Einzelbeiträge und Abbildungen ist urheberrechtlich geschützt.

Bildnachweis

Deutscher Druck- und Medientag 2016

Joerg Friedrich

Digitaldruck-Kongress 2017

Constanze Tillmann

Seite 40: Guten Morgen, Chefin!

Deutscher Drucker

Seite 44: Deutscher Meister im Offsetdruck

Heidelberger Druckmaschinen AG

Alle anderen Bilder sowie sämtliche Grafiken: bvdm

Gestaltung

Das Büro des Präsidenten, Berlin

Druck und Verarbeitung

ruksaldruck, Berlin

Papier

Innen: Magno Natural 120g/m²

Umschlag: Magno Natural 300g/m²

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

Weitere Informationen zum ProzessStandard
Offsetdruck sind erhältlich unter

www.prozess-standard.com



