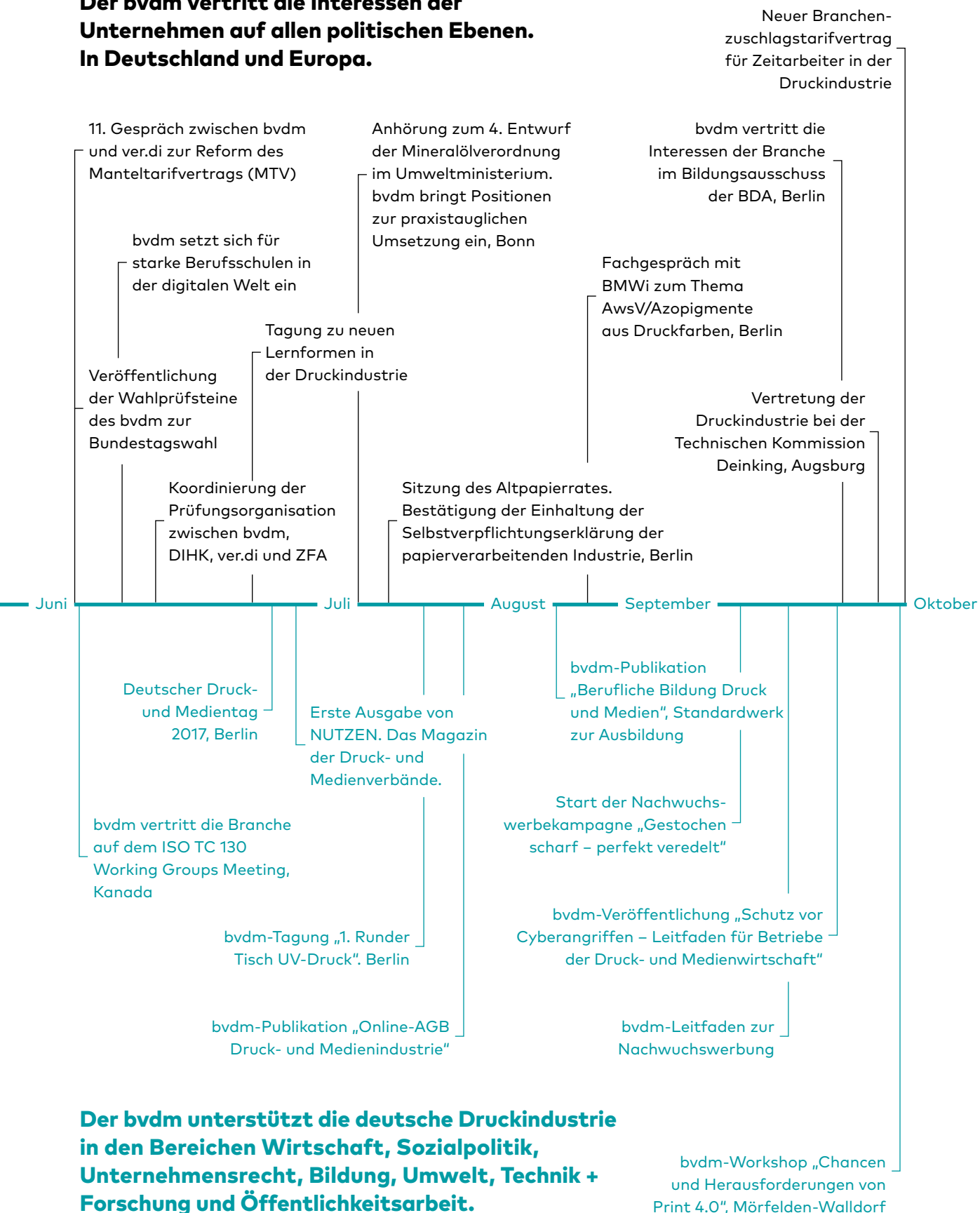
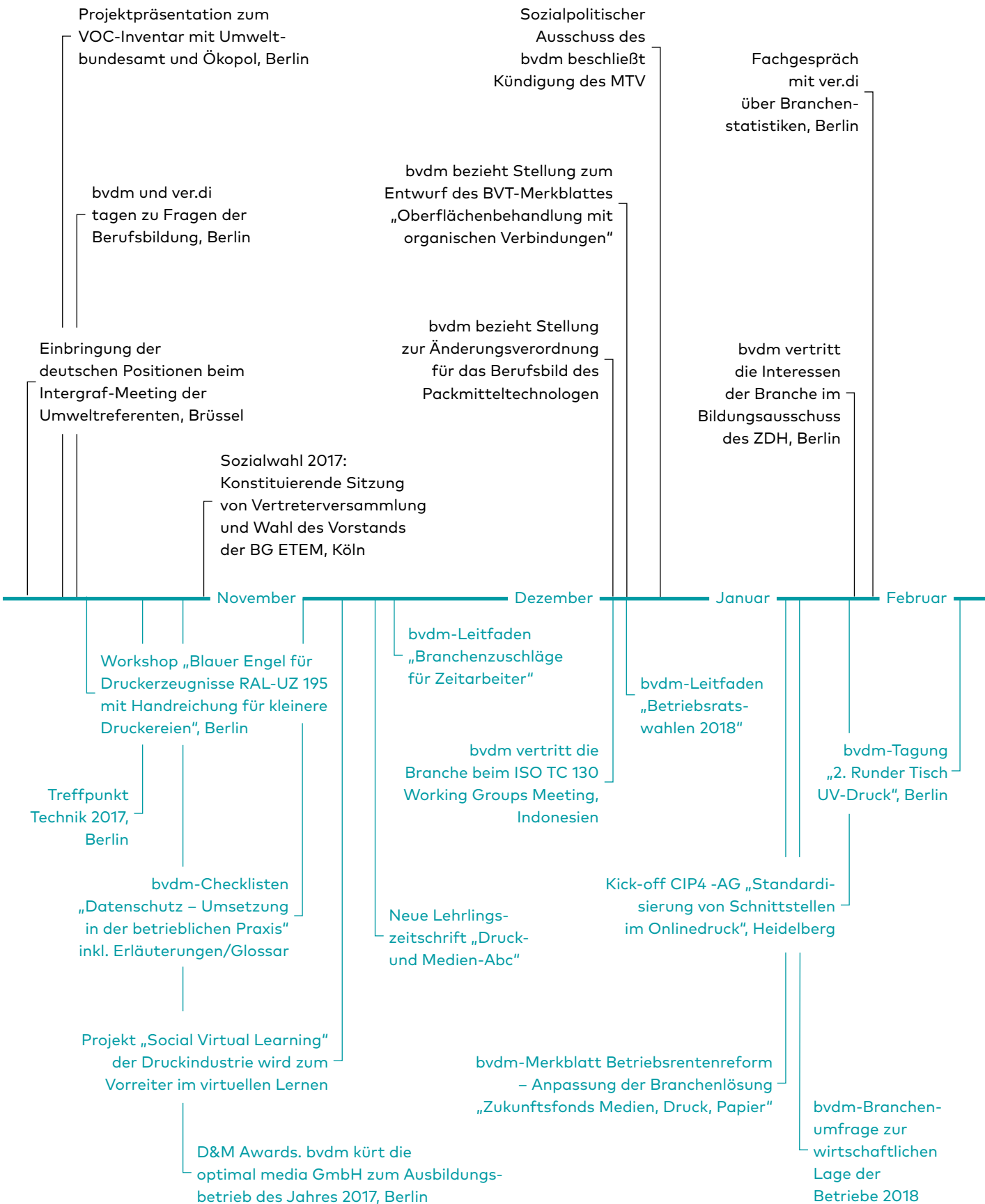


2017  
Jahresbericht  
**2018**

**bvdm.**

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





bvdm-Stellungnahme zur Anpassung des Mindestlohns

Sachverständigensitzungen des BMBF zur Neuordnung der Medienfortbildungsverordnungen zum Medienfachwirt/Industriemeister, Berlin

bvdm vertritt die Branche gegenüber der Technischen Kommission Druckfarbe, Frankfurt a. M.

Einbringung der deutschen Positionen beim Intergraf-Treffen der Umweltreferenten, Brüssel

bvdm-Kommentierung des Koalitionsvertrags 2018 von CDU, CSU und SPD

Kündigung des Manteltarifvertrages durch den bvdm

3. Projektsitzung zum Forschungsvorhaben „Mineralölfreier Zeitungsdruck“, Berlin

Sozialpolitischer Ausschuss stellt die Weichen für die Tarifrunde 2018, Neuwahl Vorsitz und Verhandlungskommission

März

April

Mai

Juni

bvdm vertritt die Branche auf der Textilveredlungsmesse, Stuttgart

„MedienStandard Druck 2018“ in Deutsch und Englisch

Digitaldruck-Kongress der Verbände Druck und Medien 2018, Düsseldorf

bvdm, ver.di und ZFA veröffentlichen Azubi-Report zur Qualität der Ausbildung in der Druckindustrie

Tagung der DIN-Normenausschüsse Druck und Reproduktionstechnik, Aschheim

bvdm-Branchenumfrage zur Fachkräftesituation

bvdm vertritt die Branche beim ISO TC 130 Working Groups Meeting, Berlin

Online Print Symposium, München

Gründung der CIP4-Arbeitsgruppe „XJDF Quality Printing ICS“

bvdm überarbeitet Azubi-Eignungstest der Branche

FESPA GLOBAL PRINT EXPO, Berlin

Deutscher Druck- und Medientag 2018, Stuttgart

bvdm-Publikation „Niedrigenergie- und LED-UV-Druck“

Veröffentlichung „Richtlinie Technische Abnahme von Bogenoffsetdruckmaschinen“

2017

Jahresbericht

**2018**

**bvdm.**

## 05 Editorial

## 06 Wirtschaft

- 08 Wirtschaftliche Lage der deutschen Druck- und Medienwirtschaft
- 12 Anhaltend gutes Finanzierungsklima
- 13 Druck auf Preise und Margen wächst weltweit
- 14 Befragung zur wirtschaftlichen Lage der Branche liefert aufschlussreiche Ergebnisse
- 16 Ausgewählte Trends und Märkte

## 18 Sozialpolitik

- 20 Zeit für einen neuen Mantel
- 23 Der Koalitionsvertrag – kritisch betrachtet
- 26 Vademecum
- 27 Neue Regeln für Betriebsrenten
- 28 Mindestlohn: bvd m zieht Bilanz nach drei Jahren und fordert Änderungen
- 29 Sozialwahl 2017 – Neue Köpfe in der Selbstverwaltung der BG ETEM

## 30 Unternehmensrecht

- 32 Datenschutz wird GROSSgeschrieben
- 34 Aktualisierte Online-AGB für die Druck- und Medienindustrie
- 35 Verbraucher bekommen Rückenwind

## 36 Bildung

- 38 Nachwuchs kommt nicht von ungefähr
- 41 Leitfaden für die Nachwuchswerbung
- 41 Virtuell lernen in der Druckindustrie bewährt sich
- 42 „Berufsbildung Druck und Medien“ Standardwerk zur Ausbildung neu erschienen
- 42 Bundesverband Druck und Medien auf der Messe der Textilveredler
- 43 optimal media GmbH vom bvd m zum Ausbildungsbetrieb des Jahres gekürt
- 43 WorldSkills 2019
- 44 Wahlqualifikationen: Spiegelbild der Branche?
- 44 Neuer Ausbildungsberuf für E-Commerce
- 45 Umfrage zur Fachkräftesituation 2018
- 45 Sprachniveau für Ausbildungsbewerber aus anderen Ländern
- 45 Ausbildung nach Studienabbruch

## **46 Umwelt**

- 48 Die Klimainitiative der Verbände im zweiten Jahrzehnt
- 50 Der Blaue Engel – eine Erstberatung bieten die Landesverbände
- 50 bvdM kompensiert erneut seinen CO<sub>2</sub>-Ausstoß
- 51 Kosten senken durch Kennzahlenvergleiche
- 52 Erfolg bei der Verminderung von Lösemittlemissionen im Offsetdruck
- 53 bvdM bezieht Stellung zum Entwurf des BVT-Merkblatts
- 53 bvdM legt aktualisiertes Rechtskataster vor

## **54 Technik + Forschung**

- 56 Drum prüfe, wer sich ewig bindet ...
- 58 Treffpunkt Technik 2017 – Impulsgeber für die Branche
- 59 Systemprüfung Digitaldruck
- 60 UV-Druck: Status quo und Entwicklungsperspektiven
- 61 Weltweit unterwegs in Sachen Standardisierung
- 61 Cybersicherheit: Gefahren erkennen, vermeiden und abwehren
- 62 MedienStandard Druck: wichtige Ergänzungen
- 63 DID-Award geht an die Kösel GmbH & Co. KG

## **64 Öffentlichkeitsarbeit**

- 66 Die Renaissance von Print
- 68 „Gestochen scharf – Perfekt veredelt“
- 69 Print macht immer mehr draus
- 70 Engagiert für Print
- 71 NUTZEN kommt von nützlich
- 72 Digitaldruck-Kongress trifft den Nerv der Branche
- 74 Deutscher Druck- und Medientag 2017: Weg frei für gutes Unternehmertum
- 76 Im Herzen Europas: Intergraf kämpft in Brüssel für die Druckindustrie
- 77 Online Print Symposium präsentiert innovative Geschäftsmodelle
- 77 Kleidung, Möbel, Autos – bei der FESPA wird alles bedruckt

## **78 Lobbying**

- 80 Leitplanken der Lobbyarbeit: die politischen Grundsatzpositionen des bvdM
- 82 Den Parteien auf den Zahn geföhlt
- 83 Der Koalitionsvertrag unter der Lupe
- 84 Das Netzwerk der deutschen Druck- und Medienindustrie

## **86 Insights**





# Schwierige Zeiten – klare Positionen

Gut fünf Jahre ist es her, dass der Bundesverband Druck und Medien seinen Sitz von Wiesbaden nach Berlin verlegt hat. In die Stadt, in der politische Weichen gestellt und damit auch die Rahmenbedingungen für die Unternehmen unseres Landes ausgehandelt werden. Ein Rückblick zeigt: Der Umzug hat sich gelohnt. Gut vernetzt und eng verzahnt arbeitet der bvdM an den Themen, die die Druck- und Medienwirtschaft betreffen. Häufig offiziell und im Schulterschluss mit starken Partnern, mitunter aber auch diskret hinter den Kulissen. Kurze Wege machen dies möglich und persönliche und vertrauensvolle Kontakte in die politische Szene sind ein gewichtiges Pfund – insbesondere, wenn der Fluss der digitalen Kommunikation immer reißender wird und die Landschaft der Haltungen und Positionen immer unübersichtlicher.

Besonders unübersichtlich präsentiert sich seit September 2017 die politische Garde in Berlin, wie sich bereits an den Stellungnahmen der Parteien erkennen ließ, die der bvdM auf seine Wahlprüfsteine erhielt. So haben sich zwar alle dem Bürokratieabbau verschrieben. Spätestens wenn es um Datenschutz und die Datenschutzgrundverordnung geht, wird jedoch deutlich, dass auch die Druck- und Medienunternehmen vor ein nahezu undurchdringliches Dickicht an Informations- und Dokumentationspflichten gestellt werden. Der bvdM hat daher umfangreiche Maßnahmen eingeleitet, um die Betriebe bei der Erfüllung ihrer rechtlichen Verpflichtungen zu unterstützen. Ein verwirrendes „im Prinzip ja, aber ...“ signalisiert die Politik auch bei Themen wie Werbefreiheit, Umweltschutz, Bildung und in der Sozialpolitik – Felder, die der bvdM kontinuierlich

bearbeitet, denn sie haben unmittelbare Auswirkungen auf die Zukunft der Druck- und Medienbetriebe. Leitplanken der Arbeit sind dabei die Grundsatzpositionen des Verbandes, die er für seine Arbeit in den kommenden vier Jahren formuliert hat.

Ein weiterer und besonders wichtiger, aktueller Schwerpunkt der Verbandsarbeit sind die Verhandlungen um einen neuen Tarifvertrag für die Betriebe. Dabei geht es nicht nur um Geld. Nach elf ergebnislosen Reformgesprächen mit ver.di in den vergangenen drei Jahren hat der bvdM den Manteltarifvertrag gekündigt. Fakt ist, dass bereits eine deutliche Erosion des Flächentarifvertrages stattgefunden hat. Diese Entwicklung wollen die Arbeitgeber stoppen. Ein moderner Tarifvertrag muss den Betrieben Luft zum Atmen lassen und ihnen die Möglichkeit geben, betriebsspezifische Angelegenheiten selbst zu regeln. Zu starre Tarifregelungen und ein unrealistisch hohes Tarifniveau führen dazu, dass Betriebe der Tarifbindung den Rücken kehren. Diese Entwicklung gilt es aufzuhalten und dafür steht der bvdM. Zum Wohle der Betriebe, ihrer Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer und damit im Sinne der gesamten Branche.



**Wolfgang Poppen**  
Präsident des Bundesverbandes  
Druck und Medien

Die deutsche Wirtschaft blickt auf ein positives Jahr 2017 zurück. Mit einem Wachstum von 2,2% ist das reale Bruttoinlandsprodukt zum achten Mal in Folge gestiegen.

Auch die wirtschaftliche Lage der deutschen Druck- und Medienwirtschaft hat sich leicht verbessert. Gleichwohl stehen sinkende Verkaufspreise für eigene Produkte und Dienstleistungen sowie steigende Kosten weiterhin für einen hohen Wettbewerbsdruck und eine angespannte Ertragslage.

Die Branche profitiert indes von einem anhaltend guten Finanzierungsklima. Die Unternehmen planen unter anderem in die Weiterbildung des Personals, in Software und Prozessoptimierungen zu investieren. Sie erwarten außerdem steigende Umsätze und erkennen Geschäftschancen in ergänzenden Dienstleistungen rund um das gedruckte Produkt.

A large, solid orange semi-circle is positioned on the right side of a white background, curving towards the left. The word "Wirtschaft" is written in white, bold, sans-serif font across the orange area.

**Wirtschaft**

# Wirtschaftliche Lage der deutschen Druck- und Medienwirtschaft

Die Druck- und Medienwirtschaft blickt auf ein – gegenüber den Vorjahren – vergleichsweise positives Jahr 2017 zurück. Die gestiegene Nachfrage nach Werbe- und Verpackungsprodukten hat den Nachfragerückgang bei gedruckten Verlagserzeugnissen größtenteils ausgeglichen.

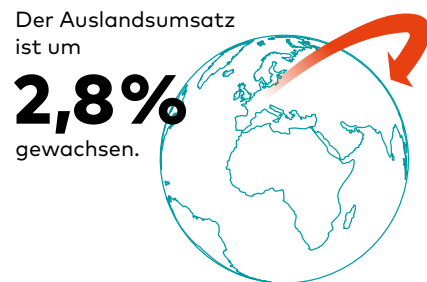
Nach Schätzungen des bvdM lag der Umsatz aller umsatzsteuerpflichtigen Druck- und Medienunternehmen 2017 bei rund 20,8 Mrd. Euro. Dies entspricht einem leichten Rückgang von 0,1% gegenüber dem Vorjahr.

Die Schätzung spiegelt den 0,3-prozentigen Rückgang des amtlichen Umsatzindex der Druckbetriebe mit 50 und mehr Beschäftigten und den um 2,8% gestiegenen nicht amtlichen Geschäftsklimaindex des Druckgewerbes wider. Berücksichtigt man zudem, dass das Jahr 2017 im Vergleich zum Vorjahr drei Arbeitstage weniger zählte – etwa aufgrund des Sonderfeiertages zum 500. Jahrestag der Reformation –, kann von einem stabilen Umsatzniveau gegenüber dem Vorjahr ausgegangen werden.

Die Unternehmen profitierten von einer gestiegenen Auslandsnachfrage nach gedruckten Produkten. Der entsprechende Index des Auslandsumsatzes ist im Jahresdurchschnitt 2017 um 2,8% gegenüber dem Vorjahr gewachsen. Gleichzeitig ließ jedoch die inländische Nachfrage um 0,8% nach, wobei unter Berücksichtigung des Kalendereffektes das Minus stark relativiert wird.

Gestützt wird die Einschätzung eines stabilen Branchenumsatzes 2017 auch von den Ergebnissen der vom bvdM Anfang 2018 durchgeführten Befragung zur wirtschaftlichen Lage der Branche (siehe Seiten 14–15). Demnach verzeichneten die befragten Unternehmen

im Durchschnitt sogar Umsatzzuwächse. Ebenso signalisiert die vom ifo Institut erfragte Kapazitätsauslastung im Druckgewerbe 2017 eine gegenüber dem Vorjahr bessere Lage. Die Auslastung ist auf 84,2% gestiegen (+1,4 Prozentpunkte).

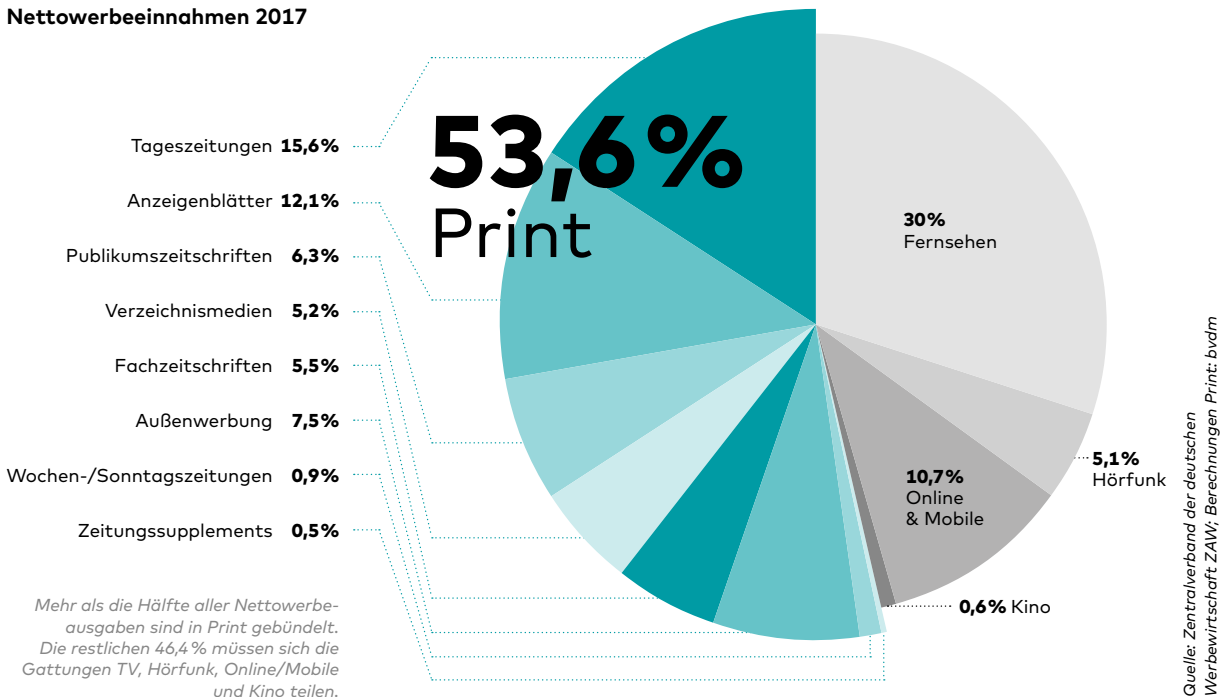


### Aufschwung im 2. Halbjahr 2017

Diverse Konjunkturindikatoren entwickelten sich nur im ersten Halbjahr 2017 unter dem Vorjahresniveau. In der zweiten Jahreshälfte sorgte die steigende Inlandsnachfrage nach Druckerzeugnissen für einen Aufschwung, so dass die Rückgänge der ersten Monate 2017 zum Jahresende größtenteils wiedergutmacht wurden.

Besonders gut lässt sich dies in der Entwicklung des Erzeugerpreisindex für Druckereileistungen beobachten. Waren die Verkaufspreise der Druck- und Medienunternehmen noch bis zum Juni 2017 im

## Nettowerbeeinnahmen 2017



Halbjahresdurchschnitt mit 0,5% im Minus, reduzierte sich der Abstand zum Vorjahresniveau im Jahresdurchschnitt auf minus 0,3%. Der Preiswettbewerb der Unternehmen untereinander setzte sich 2017 demnach zwar fort, die Lage stabilisierte sich jedoch in der zweiten Jahreshälfte.

### Werbekonjunktur sorgt für starke Produktionsimpulse

Auch die Entwicklung der Produktionswerte diverser Druckerzeugnisse und Druckdienstleistungen weist diese Zweiteilung auf. Während ihr Produktionswert im ersten Halbjahr 2017 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 1,1% sank, stieg er im gewichtigeren zweiten Halbjahr 2017 um 0,3%. Somit verzeichnete das gesamte Jahr 2017 – bei einem Produktionswert von 14.463 Mio. Euro – ein Minus von 0,4%.

Zurückzuführen war der Aufschwung im zweiten Halbjahr wohl insbesondere auf die positiven Impulse der Bundestagswahl sowie die günstige Werbekonjunktur. So wuchs der Jahresproduktionswert von Plakaten um 1,5% auf 474 Mio. Euro. Die Katalogproduktion legte gleichzeitig um 2,6% auf 1.207 Mio. Euro zu. Positiv entwickelten sich zudem auch die Segmente

Geschäftsdrucksachen (1.240 Mio. Euro, 3,5%) sowie Kalender und Karten (156 Mio. Euro, 5,1%). Gleichwohl entwickelte sich das Segment der sonstigen Werbeprodukte und -schriften wie Beilagen, Prospekte etc. 2,1% unter dem Vorjahreswert.

Darüber hinaus dürfte auch die allgemein gute binnenwirtschaftliche Lage für starke Produktionsanreize gesorgt haben. So nahm der Produktionswert von bedruckten Etiketten auf Papier um 2,4% auf 1.245 Mio. Euro zu. Das Bedrucken von anderen Materialien als Papier (einschl. Kunststoffetiketten, Kunststofftüten, Glasplatten etc.) übertraf das Vorjahresniveau sogar um 11,2% (aktueller Produktionswert: 517 Mio. Euro).

Demgegenüber verzeichneten Verlagszeugnisse mit Ausnahme von Tageszeitungen (+0,6%) eine negative Entwicklung. Der Produktionswert von Zeitschriften ging um 2,6% auf derzeitige 1.030 Mio. Euro zurück. Anzeigen- und Annoncenblätter lagen 3,1% (194 Mio. Euro) und Wochenzeitungen – nach vorläufigen Ergebnissen – 15,1% (175 Mio. Euro) unter dem Vorjahreswert. Mit aktuellen 911 Mio. Euro verzeichneten zudem Bücher und kartografische Erzeugnisse ein Minus von 5,0%.

### **Moderater Beschäftigtenrückgang**

Nach Angaben der Bundesagentur für Arbeit (BA) waren in Deutschland am 30. Juni 2017 8.084 Druck- und Medienbetriebe mit mindestens einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten gemeldet. Gegenüber dem Vorjahresstichtag ging ihre Zahl mit 3,5% stärker zurück als 2016 gegenüber 2015 (2,5%).

Insgesamt beschäftigten die bei der BA 2017 gemeldeten Betriebe 133.567 Personen. Auch ihre Zahl verringerte sich gegenüber dem Vorjahr. Allerdings fiel das Minus mit 1,4% deutlich geringer aus als im Vorjahr (2,6%).

Die Anzahl der Betriebe und Beschäftigten nahm in allen Sparten der Druckindustrie ab, überproportional jedoch in der Sparte des Zeitungsdrucks. Darüber hinaus zeigt die Abgrenzung nach Beschäftigtengrößenklassen, dass die kleineren Betriebe (mit bis zu 19 Beschäftigten) am stärksten rückgängig waren. Andere Größenklassen entwickelten sich hingegen deutlich moderater oder gar positiv.

### **Die Unternehmen erwarten steigende Umsätze und planen, mehr in Prozesse und Software zu investieren.**

Die Branche verzeichnete 2017 deutlich weniger Insolvenzfälle als noch 2016. Mit insgesamt 73 eröffneten Verfahren ging die Zahl um 33,0% gegenüber dem Vorjahr zurück.

### **Starke Preiserhöhungen beim Druckpapier**

Bei einer vergleichsweise stabilen Nachfrage nach Druckprodukten wurde die Branche 2017 auf der Kostenseite mit starken Preiserhöhungen und teilweise erschwerten Lieferbedingungen bei Druckpapieren konfrontiert. Die angespannte Kostenlage spiegelt sich im amtlichen Erzeugerpreisindex für grafische Papiere noch nicht in der Jahresveränderungsrate wider. Der Index sank gegenüber 2016 um 1,1%. Ab Oktober 2017 waren die Vorjahresmonatsvergleiche aber stark aufwärts gerichtet. So verzeichnete der Index im Dezember 2017 ein Plus von 2,3% gegenüber dem Vorjahresmonat. Im Februar 2018 waren es bereits 6,3%. Dieser Trend dürfte unter sonst gleichen Bedingungen für die Ertragslage der Druck- und Medienunternehmen negative Auswirkungen haben.

### **Stimmungsbild zu Jahresbeginn 2018**

Trotz des schwierigen wirtschaftlichen Umfeldes im Vorjahr deuten die ersten Umfragen zur wirtschaftlichen Lage der Branche zu Jahresbeginn 2018 auf eine insgesamt positive Lage hin. Die Unternehmen erwarten steigende Umsätze und planen, mehr in Prozesse und Software zu investieren. Zwar stellen sie sich auf einen weiteren Anstieg der Lieferantpreise für Druckpapier und Druckfarben ein, ein Drittel der Unternehmen beabsichtigt jedoch, seine Verkaufspreise zu erhöhen.

Untermauert wird die positive Stimmungslage von einer vergleichsweise guten Entwicklung der Produktion in den ersten zwei Monaten 2018, die den Zahlen des Statistischen Bundesamtes zufolge gegenüber dem Vorjahr um 0,5% zugenommen hat. Auch der mit der Produktion generierte Umsatz nahm gleichzeitig um 1,1% zu.

# Anhaltend gutes Finanzierungsklima

Die Mehrheit der Druck- und Medienunternehmen plant Digitalisierungsvorhaben

Stets im Frühjahr führt der bvdm in Zusammenarbeit mit der KfW Bankengruppe und 18 anderen Branchen- und Wirtschaftsverbänden eine Befragung zur Unternehmensfinanzierung durch. Im Juli 2017 erhielten die Mitglieder der Verbände Druck und Medien die Ergebnisse der nunmehr 16. Umfrage.

Demnach war das Finanzierungsklima in der Druck- und Medienwirtschaft gut. Die Mehrheit der Druck- und Medienunternehmen meldete Anfang 2017 einen leichten Kreditzugang (56,7%). 28,3% der Teilnehmer beurteilten den Zugang zu Krediten als mittelschwer, 10% als schwierig.

Zusätzlich zu der insgesamt erfreulichen Einschätzung der Situation berichteten zahlreiche Unternehmen auch über eine positive Entwicklung ihres Kreditzuges in den 12 Monaten vor dem Umfragezeitpunkt. Bei 20% hatte sich der Kreditzugang verbessert. Bei 65% war die Situation unverändert. 10% der Befragten berichteten hingegen über eine Verschlechterung der Lage.

Investiert wird in der Druckbranche vornehmlich in Maschinen, Anlagen, Fahrzeuge und Einrichtungen. Investitionen in die Digitalisierung spielen bei den Druckunternehmen jedoch eine immer wichtigere Rolle.

So planen 65% der befragten Druck- und Medienunternehmen in den kommenden zwei Jahren die Umsetzung von Digitalisierungsvorhaben. Bei weiteren 15% stand die Entscheidung darüber zum Zeitpunkt der Befragung noch an.

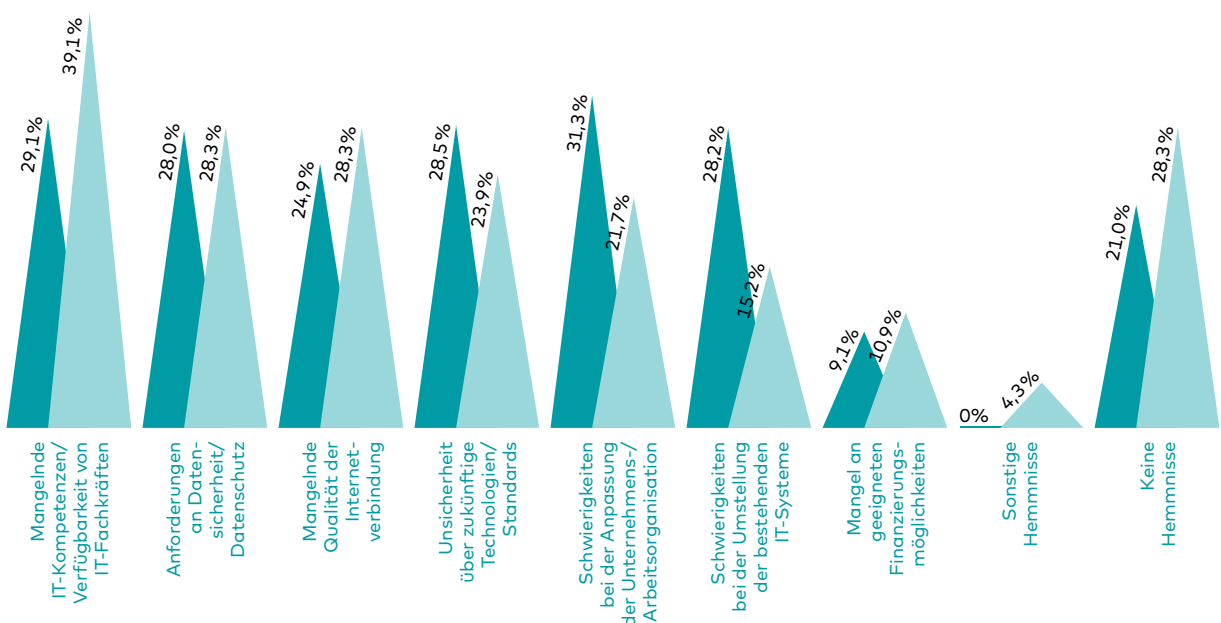
Als das größte Hemmnis im Hinblick auf Digitalisierungsprojekte der Druck- und Medienunternehmen werden die mangelnden IT-Kompetenzen der Beschäftigten bzw. die Verfügbarkeit von IT-Fachkräften auf dem Arbeitsmarkt gesehen (39,1% der Nennungen). Gleichzeitig erkennen jedoch 28,3% der Unternehmen für sich keine Digitalisierungshemmnisse.

## Verteilung von Digitalisierungshemmnissen

15,2% der Druck- und Medienunternehmen, die in den kommenden zwei Jahren Digitalisierungsvorhaben planen oder darüber noch nicht entschieden haben, beurteilen die Schwierigkeiten bei der Umstellung der bestehenden IT-Systeme als ein Digitalisierungshemmnis. Im gesamten Verarbeitenden Gewerbe sind es 28,2% der Unternehmen.

- ▲ Verarbeitendes Gewerbe
- ▲ Druckindustrie

Quelle: bvdm





## Druck auf Preise und Margen wächst weltweit

Kontinuierliche wirtschaftliche Erholung auf globaler Ebene seit der Rezession in 2008 sowie wachsendes Vertrauen vieler Druckunternehmen in die Möglichkeiten technischer Innovationen und in die Chancen der digitalen Transformation. Das sind die erfreulichen Kernaussagen des fünften drupa Global Trends Report.

So melden Druckdienstleister und Maschinenbauer sowie Zulieferer aus den meisten Segmenten für das Jahr 2017 wachsende Zuversicht in die wirtschaftliche Leistung ihres Unternehmens. Der dynamischste Markt bleibt nach wie vor im Bereich Verpackung, aber auch im Akzidenzdruck hat sich innerhalb der letzten fünf Jahre vermehrt Optimismus verbreitet. Digitaldruck erobert sich weiterhin neues Terrain, wenn auch gemäßigt. Dienstleister im Bereich Funktionsdruck sind inzwischen weitgehend vom Digitaldruck abhängig, während nur wenige Verpackungsdruker aktuell signifikanten Umsatz im digitalen Bereich vermelden.

Weltweit überwiegt die Investitionsfreudigkeit bei den Druckdienstleistern: So melden 42% für 2017 einen erhöhten Investitionsaufwand im Vergleich zum Vorjahr, während 9% einen Investitionsrückgang angeben – ein positiver Saldo von 33%.

Mit Blick auf die einzelnen Marktsegmente wundert es kaum, dass mit +45% im Bereich Verpackungsdruck der höchste positive Saldo vermeldet wird. Für Funktionsdruck sind es +42%, für Akzidenzdruck +30% und für Publikationsdruck +20%. Im zweiten Jahr in Folge ist Weiterverarbeitung der gefragteste Investitionsschwerpunkt, gefolgt von Printtechnologien und Prepress/Workflow/MIS.

Weltweit melden Druckdienstleister weiterhin Druck auf Preise und Margen. Dieser Tendenz wirken sie durch intensivere Auslastung entgegen und halten durch die so gesteigerten Einnahmen die Kosten so stabil wie möglich.

Investitionspläne für 2018 sind technologieabhängig: Flexodruck ist das gefragteste Verfahren beim Verpackungsdruck, gefolgt vom Bogenoffset. Beim Akzidenzdruck ist der digitale Toner-Farbdruck mit Einzelblattzufuhr führend, dicht gefolgt von Bogenoffset und dem digitalen Inkjet-Breitformatdruck. Im Publikationsdruck steht der Bogenoffsetdruck auf Platz 1, gefolgt von digitalem Toner-Farbdruck mit Einzelblattzufuhr. Der digitale Toner-Farbdruck mit Einzelblattzufuhr liegt beim Funktionsdruck in Führung, der digitale Inkjet-Breitformatdruck besetzt den zweiten Platz.

# Befragung zur wirtschaftlichen Lage der Branche liefert aufschlussreiche Ergebnisse

Erstmals haben der Bundesverband Druck und Medien und seine Landesverbände eine Befragung zur wirtschaftlichen Lage der Druck- und Medienindustrie durchgeführt. Die Ergebnisse der von nun an jährlich stattfindenden Befragung dienen dazu, die Defizite existierender amtlicher und nicht amtlicher Erhebungen und Statistiken auszugleichen. Ziel ist es, sowohl den Druck- und Medienunternehmen als auch branchenfremden Kreisen – nicht zuletzt der Politik – einen möglichst aktuellen und realistischen Einblick in die Industrie zu bieten.

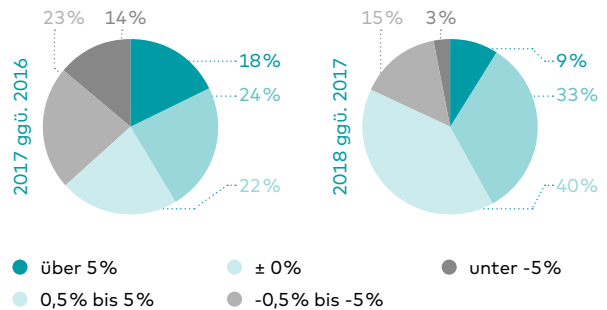
Dem Aufruf zu der Befragung im Januar kamen Entscheider aus 444 Unternehmen nach, davon sind 79% Mitglied in einem Landesverband. Damit fiel die Stichprobenfallzahl dieser Branchenerhebung deutlich höher aus als bei Erhebungen anderer Institutionen.

Die Umfrageteilnehmer vertreten in der Summe etwa 24% aller Beschäftigten der Druck- und Medienindustrie und erzielten 2017 einen kumulierten Umsatz von rund 6 Mrd. Euro. Dies entspricht einem Anteil von ca. 29% des Branchenumsatzes. Rund 57% der Unternehmen zählten über 20 Beschäftigte, 43% haben weniger als 20 Beschäftigte. Dominiert wird die Stichprobe von Unternehmen mit einem Jahresumsatz von 1–10 Mio. Euro. Das Spektrum der Produkte und Dienstleistungen, auf das sich die Unternehmen fokussieren, fiel erwartungsgemäß sehr breit aus. Neben der dominierenden Rolle von Werbedruck und Verlagserzeugnissen enthält die Stichprobe auch eine Vielzahl von Unternehmen aus dem Verpackungssegment. Einzelne Unternehmen sind darüber hinaus auf das Bedrucken von Werbeartikeln oder auf digitale Mediendienstleistungen spezialisiert.

In drei von vier Unternehmen sind Bogenoffsetdruckmaschinen installiert. Ferner gaben 64% der Unternehmen an, auch über Digitaldruckmaschinen (Bogenformat) zu verfügen. Diese zwei Produktionsverfahren dominieren demnach die Stichprobe, wobei die Verteilung insgesamt, auch die der anderen Druckverfahren, dem tatsächlichen Branchendurchschnitt entsprechen dürfte.

## Die wichtigsten Ergebnisse der Branchenbefragung

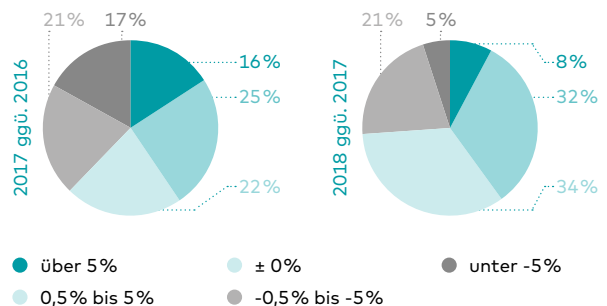
### Umsatzentwicklung 2017 und 2018



18% der Druck- und Medienunternehmen verzeichneten 2017 ein Umsatzwachstum von über 5%. Hingegen vermeldeten 14% der Unternehmen ein Minus von über 5%.

Für 2018 erwarten 41% der Unternehmen Umsatzzuwächse, darunter 9% ein Wachstum von über 5%. 18% der Unternehmen stellen sich hingegen auf Umsatzrückgänge ein, darunter 3% auf Einbußen von über 5%.

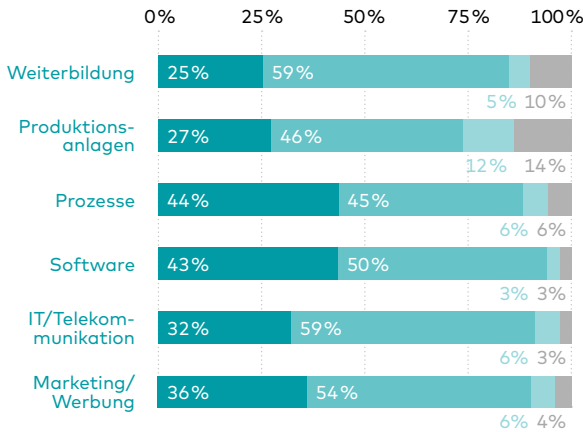
### Gewinnentwicklung 2017 und 2018



16% der Druck- und Medienunternehmen verzeichneten 2017 eine Gewinnsteigerung von über 5%. Hingegen vermeldeten 17% der Unternehmen eine Gewinnabnahme von über 5%.

40% der Umfrageteilnehmer erwarten für das Jahr 2018 steigende Gewinne, darunter 8% der Unternehmen ein Wachstum von über 5%. Dagegen gehen 26% der Unternehmen von sinkenden Gewinnen aus.

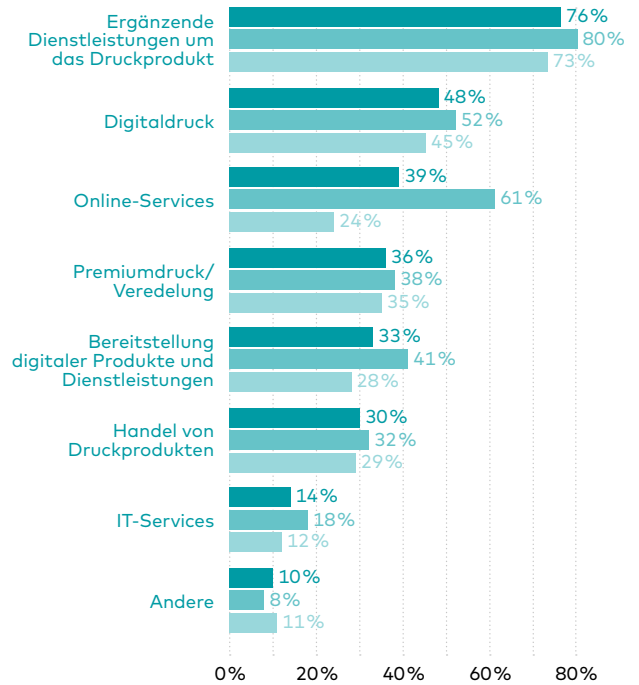
### Entwicklung der Investitionen 2018



43% der Unternehmen planen, 2018 mehr Geld für Software auszugeben. Bei 50% der Unternehmen bleiben die Ausgaben auf dem Niveau des Vorjahres. Nur bei 3% der Unternehmen sollen die Ausgaben in diesem Bereich sinken. Bei weiteren 3% sind gar keine Investitionen in Software 2018 geplant.

- steigend
- gleich bleibend
- sinkend
- keine Ausgaben

### Geschäftschancen



76% der Unternehmen sehen in ergänzenden Dienstleistungen rund um das eigentliche Druckprodukt die größten Geschäftschancen. 61% der Unternehmen, die bereits geschlossene und/oder offene Webportale zur Auftragsgenerierung nutzen, finden den weiteren Ausbau von Online-Services attraktiv.

- Gesamtstichprobe
- Unternehmen mit Webportalen
- Unternehmen ohne Webportale

### Geschäftsrisiken



Zu den drei größten Geschäftsrisiken in den kommenden Jahren zählen starke Auftrags- und Auslastungsschwankungen (71%), steigende Lieferantenpreise (59%) sowie sinkende Verkaufspreise (53%).

# Ausgewählte Trends und Märkte

## Trotz Smartphone liest der Nachwuchs noch am liebsten klassisch

Auch im digitalen Zeitalter zieht es fast drei Viertel der Kinder häufig zum bedruckten Papier, belegt die Kinder Medien Studie 2017. So gehört das Lesen von Büchern, Zeitschriften, Magazinen und Comics für 72% – das sind 5,19 Mio. Kinder zwischen 4 und 13 Jahren – zur gelebten Routine.

## Handzettel, Prospekte und Flyer im Lebensmittelhandel ein Muss

Wenn es um Werbung im Einzelhandel geht, sind Handzettel, Prospekte und Flyer ein Muss. Dies gilt speziell für Lebensmittel- und Drogeriemärkte. Sie wenden einen Anteil von 39,2% ihres Marketing-etats dafür auf und liegen damit über dem Durchschnitt des Einzelhandels (32,1%).

## Ist Online-Werbung noch zu retten?

Die digitale Werbung landete 2017 auf einem kritischen Prüfstand. So wurden in Deutschland zwar fast 800 Mio. Euro in Online-Werbung investiert und mit Werbekunden abgerechnet. Aber: Nach einer Untersuchung der Cyber-Security-Firma Oxford BioChronometrics können bis zu 90% des gemessenen Online-Traffics von Bots ausgehen. Es ist also oft nicht bekannt, ob es wirklich Menschen sind, die digitale Werbung zur Kenntnis nehmen.

## Lust auf Print hält an

Dem Verband der deutschen Zeitschriftenverleger (VDZ) zufolge gab es in Deutschland Ende des vergangenen Jahres insgesamt über 5.600 periodisch erscheinende Publikums- bzw. Fachpressetitel. Mit 14,8 Mrd. Euro erwirtschafteten die Zeitschriftenverlage 2017 einen ähnlich stabilen Umsatz wie im Vorjahr. Für 2018 plane ein Viertel der Häuser neue Titel und fast die Hälfte Print-Sonderausgaben.



## Printwerbung wird geschätzt

Ist Werbung willkommen oder nervt sie nur? Kommt drauf an! 44% der Deutschen mögen Werbung in Zeitungen. Ebenso viele wollen sie „Out of Home“ sehen. 40% schätzen Anzeigen in Zeitschriften. Dagegen begrüßen lediglich 22%, was ihnen die Suchmaschinen präsentieren. Und nicht mal 20% finden Werbung auf Laptops oder Handys vergnüglich.

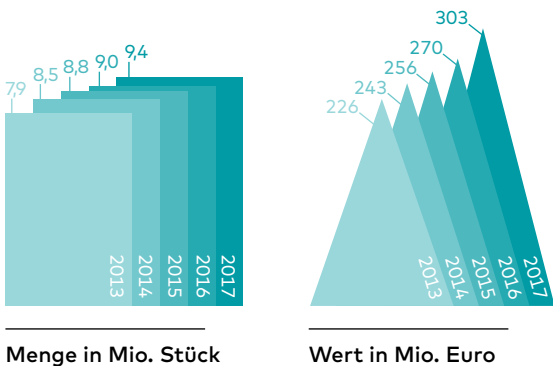
## Umsatzanteil von E-Books stagniert

Das E-Book verliert an Attraktivität: Hatten 2016 noch 3,8 Mio. Leser mindestens ein E-Book erworben, so sank diese Zahl 2017 um 7,7% auf 3,5 Mio. Entsprechend ging auch der Umsatz, den Verlage mit E-Books erzielten, um 1,4% zurück.

**Aufschwung für Plakat- und Außenwerbung**

Der aktuellen Studie „Dialogmarketing-Monitor 2017“ zufolge nutzen fast 30% aller deutschen Unternehmen Plakat- und Außenwerbung. Sie geben dafür durchschnittlich 2.600 Euro pro Jahr aus. Die Werbeausgaben sind in dieser Mediengattung 2016 gegenüber dem Vorjahr um 3,9% auf 2,7 Mrd. Euro angestiegen. Davon flossen 1,1 Mrd. Euro in die Konzeption und Produktion.

**Fotobücher – gefragt wie nie**



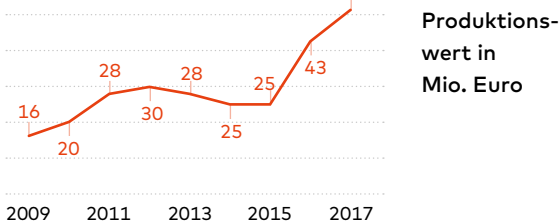
**Kalender und Karten auf Wachstumskurs**

Die Deutschen mögen Karten und Kalender. Der Jahresproduktionswert nahm erneut zu. Mit 156 Mio. Euro lag er 2017 5,1% über dem Vorjahreswert.

**Digitaldruck nicht nur auf Papier**

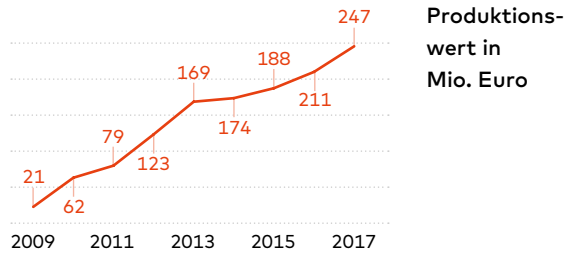
Zunehmend macht sich der Digitaldruck auch im Dekorbereich breit, sowohl im privaten als auch im gewerblichen Umfeld, in Geschäften, auf Messen oder in der Gastronomie. Bedruckt werden Bodenbelege, Tapeten, Türen, Möbel, Stoffe, Fenster und vieles mehr. Das weltweite Wachstum wird mit 4,5% beziffert.

**Glückwunschkarten**



**Der Digitaldruck erobert die Katalog-Produktion**

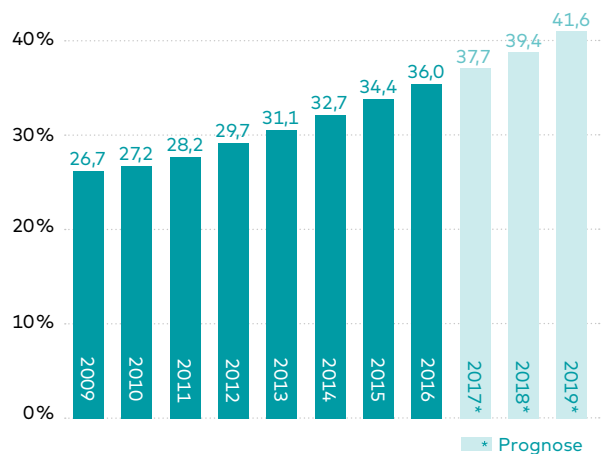
Auch wenn der dicke Otto-Katalog nicht mehr in jedem Haushalt liegt – kleine, feine, zielgruppengenaue und themenspezifische Kataloge sind wichtige Vertriebsmotoren. Im Digitaldruck produziert, mitunter sogar durch Verbraucher übers Netz individuell konfiguriert, bieten sie Informationen, die bleiben.



**Alles wird beklebt**

Ob im Supermarkt, auf Paketen (persönlich verschickt oder online bestellt), in der Apotheke, auf Elektronik oder im Gemüseladen. Überall kleben Etiketten drin, drauf oder dran. Sie informieren über Preise oder Ingredienzen, helfen bei der Lagerlogistik, stehen für die Echtheit von Produkten oder unterstützen beim Tracking im Versand. Ein stetig wachsender Markt, bis 2019 soll der weltweite Umsatz auf 41,6 Mrd. Dollar anwachsen.

**Umsatz im Markt für Etiketten-/Label-Druck weltweit von 2009 bis 2019 (in Mrd. US-Dollar)**



Unternehmen und ihre Mitarbeiter profitieren gleichermaßen von zeitgemäßen Arbeitsbedingungen für die gesamte Branche. Dies gewährleisten zukunftssichere Flächentarifverträge, die zu gestalten zentrale Aufgabe des bvdm als Arbeitgeberverband ist.

Als bundesweites Sprachrohr der Druck- und Medienindustrie im Bereich Sozialpolitik steht der bvdm in stetem Austausch mit Gesetzgebern, Gewerkschaften, Dachverbänden der Wirtschaft, Interessenvertretungen verwandter Branchen und der Öffentlichkeit und vertritt die Interessen der Branche auf nationaler wie europäischer Ebene. Durch fundierte Informationen, Handlungsempfehlungen und Leitfäden profitieren die Mitglieder der Verbände Druck und Medien von der Expertise des bvdm.

# Sozialpolitik

# Zeit für einen neuen Mantel

Der Bundesverband Druck und Medien hat den Manteltarifvertrag der Druckindustrie (MTV) mit Wirkung zum 30. September 2018 gekündigt. Aus Sicht der Arbeitgeber ist dies ein notwendiger Schritt zur Modernisierung des Tarifwerks. Die Akzeptanz des MTV in den Unternehmen sinkt seit Jahren, da er die wirtschaftliche Realität der Branche nicht mehr abbildet. Der bvdM hat sich bemüht, gemeinsam mit ver.di eine Lösung für die abnehmende Tarifbindung zu finden. Dies hat die Gewerkschaft jedoch abgeblockt.





Der Manteltarifvertrag für die gewerblichen Arbeitnehmer der Druckindustrie wird den Betrieben unserer dynamischen Branche nicht mehr gerecht. Veraltete Maschinenbesetzungsvorschriften, unflexible Arbeitszeiten sowie Zuschläge weit über den steuerlichen Freibeträgen schrecken mehr und mehr Unternehmen von einer Tarifierung ab. Dies insbesondere, da sich Produktionsprozesse stark verändert haben und der Preisdruck stetig steigt.

### Reformgespräche ergebnislos

Die von 2015 bis Mitte 2017 zwischen bvdmb und ver.di geführten Gespräche über Anpassungen der tariflichen Regelungen gestalteten sich von Anfang an schwierig. Reformvorschläge der Arbeitgeber zu den wichtigen Themen Arbeitszeit und Zuschläge stießen auf deutliche Ablehnung.

Jede noch so geringfügige Veränderung des MTV wurde durch die Gewerkschaftsvertreter daran geknüpft, dass die Inhalte der Tarifverträge für alle Betriebe der Branche zwingend Anwendung finden sollten. Dies war nicht akzeptabel. Branchenmindestlöhnen und allgemeinverbindlichen Arbeitszeitregelungen hat der bvdmb daher eine Absage erteilt. Zwang ist aus Sicht der Arbeitgeber der falsche Weg. Das Tarifwerk muss reformiert werden, damit es wieder mehr Betriebe freiwillig anwenden.

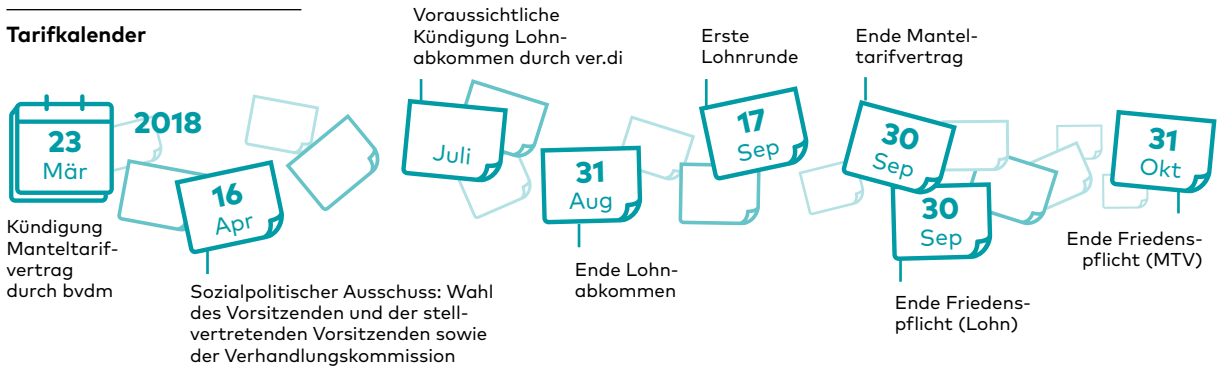
Reformkompromisse waren mit ver.di jedoch nicht machbar. Die Kündigung des MTV war aufgrund der festgefahrenen Gespräche die einzige Möglichkeit, um neue Impulse für eine Reform des MTV zu setzen.

### Reformansätze der Arbeitgeber

Viele Unternehmen empfinden die tariflichen Regelungen als zu starr und angesichts der veränderten technologischen und wirtschaftlichen Realitäten der Branche nicht mehr zeitgemäß. Dies dürfen die Tarifpartner nicht ignorieren.

Ein Flächentarifvertrag darf sich nicht an den Leuchttürmen der Branche orientieren, sondern muss ein für die Mehrzahl der Betriebe realistisches Niveau abbilden. Betriebe, die ihren Arbeitnehmern auf Grund ihrer wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit oder im Wettbewerb um Fachkräfte mehr bieten können oder müssen, dürfen nicht der Maßstab für einen Flächentarifvertrag sein.

Der bvdmb hat den Reformbedarf unter intensiver Beteiligung der Mitgliedsbetriebe im Jahr 2014 diskutiert und Reformansätze entwickelt. Diese Forderungen zu den Themen Arbeitszeit, Maschinenbesetzung sowie Zuschläge und Sonderzahlungen verfolgt der bvdmb auch weiterhin und hat gegenüber ver.di die Bereitschaft zur kurzfristigen Aufnahme von Verhandlungen über einen neuen Manteltarifvertrag erklärt.



## Ausblick

# Lohnrunde 2018

Das Jahr 2018 steht im Zeichen der Tarifpolitik. Neben der Diskussion um den Manteltarifvertrag wird ab Sommer 2018 auch über die Höhe der Löhne und Gehälter der Branche verhandelt.

Zur Vorbereitung auf die anstehende Tarifrunde traf sich der Sozialpolitische Ausschuss des bvdm (SPA) am 16. April 2018 in Frankfurt am Main. Auf Grundlage der aktuellen Branchendaten diskutierten die Ausschussmitglieder über die Rahmenbedingungen der anstehenden Lohnverhandlungen. Einigkeit bestand dahingehend, die verantwortungsvolle Lohnpolitik der letzten Jahre fortzusetzen. Angestrebt wird ein Abschluss mit möglichst langer Laufzeit, um den Betrieben die nötige Planungssicherheit zu verschaffen.

Das zwischen dem bvdm und der Gewerkschaft ver.di abgeschlossene Lohnabkommen für die gewerblichen Arbeitnehmer der Druckindustrie aus dem Jahr 2016 gilt noch bis mindestens 31. August 2018. Die Verhandlungen über einen Lohnabschluss werden am 17. September beginnen.

### Personalien: Vorsitz und Verhandlungskommission

In der Sitzung des SPA wurde Sönke Boyens, geschäftsführender Gesellschafter der Boyens MediaPRINT GmbH & Co. KG, Heide, als Vorsitzender des Ausschusses im Amt bestätigt. Herr Boyens ist seit 2012 Vorsitzender des Ausschusses und seit 2014 Vizepräsident des bvdm. Als stellvertretende Vorsitzende des Ausschusses wurde Dr. Jutta Häusler gewählt. Frau Dr. Häusler ist Leiterin Personal Corporate Human Resources der Giesecke & Devrient GmbH, München.

Ebenfalls neu gewählt wurde eine neue 15-köpfige Verhandlungskommission, die den bvdm in den anstehenden Verhandlungen mit der Gewerkschaft vertreten wird.

Sönke Boyens



Dr. Jutta Häusler



Die neu gewählte Verhandlungskommission des bvdm, (v.l.n.r.): Dr. Alexander Lägeler, Josef Schießl, Dr. Alexander Schmid-Lossberg, Oliver Curdt, Cristina Henrich-Kalveram, Dirk Glock, Holger Busch, Dr. Jutta Häusler, Wolfgang Poppen, Dr. Paul Albert Deimel, Harald Bareither, Sönke Boyens, Ulrich Kaltenmeier, Johannes Degen, (nicht im Bild: Thomas Gans)

# Der Koalitionsvertrag – kritisch betrachtet

Der Koalitionsvertrag enthält zahlreiche Vereinbarungen in Bezug auf die Sozialpolitik. Diese hat der bvdm mit seinen Wahlprüfsteinen von 2017 abgeglichen und wird in der laufenden Legislaturperiode zu den für die Branche besonders relevanten Themen Stellung beziehen.

## Flexible Arbeit ermöglichen – moderne und praktikable Regelungen schaffen

Von ganz entscheidendem Interesse sind für den bvdm die Maßnahmen, mit denen die Große Koalition die Rahmenbedingungen für Arbeit ausgestalten will. Leider sind im Koalitionsvertrag nur wenige begrüßenswerte Ansätze zu finden, wie der Anspruch auf eine Ganztagsbetreuung im Grundschulalter ab 2025, der zu einer besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf beitragen kann.

Weit überwiegend haben sich die Koalitionsparteien jedoch auf Maßnahmen geeinigt, die sich voraussichtlich nachteilig auf die Betriebe auswirken werden. Hervorzuheben sind dabei vor allem die geplanten Regelungen zur Beschränkung der Befristung von Arbeitsverhältnissen. So ist die vorgesehene zeitliche Begrenzung sachgrundloser Befristungen auf 18 statt 24 Monate bei nur noch einmaliger statt dreimaliger

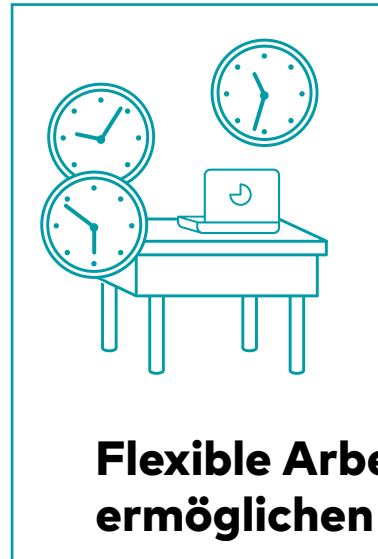
Verlängerung klar abzulehnen. Dies gilt ebenso für die vorgesehene Quote für sachgrundlos befristete Arbeitsverhältnisse, nach der Arbeitgeber mit mehr als 75 Beschäftigten künftig nur noch 2,5% der Belegschaft sachgrundlos befristet einstellen dürfen.

## Von ganz entscheidendem Interesse sind für den bvdm die Maßnahmen, mit denen die Große Koalition die Rahmenbedingungen für Arbeit ausgestalten will.

Die Flexibilität der Arbeit wird aber auch durch andere geplante Regelungen beschränkt: So soll der Anteil abzurufender Zusatzarbeit bei Arbeit auf Abruf die vereinbarte Mindestarbeitszeit um höchstens 20% unter- bzw. 25% überschreiten. Bei fehlender Vereinbarung soll eine Arbeitszeit von 20 (statt bisher 10) Stunden gelten. Auch das geplante Recht auf befristete Teilzeit für 1–5 Jahre in Unternehmen, die in der Regel

mehr als 45 Mitarbeiter beschäftigen, wird die Betriebe belasten. Vorgesehen ist immerhin eine Zumutbarkeitsgrenze für Unternehmen bis 200 Mitarbeiter; es soll kein Anspruch auf Veränderung der Arbeitszeit während der befristeten Teilzeit bestehen und eine erneute Verringerung frühestens nach einem Jahr möglich sein.

Daneben könnte auch die Evaluierung des Arbeitnehmerüberlassungsgesetzes im Jahr 2020 zu weiteren Restriktionen der Zeitarbeit führen. Eine zusätzliche bürokratische Belastung der Arbeitgeber könnte sich auch aus der Überprüfung des Arbeitsschutzes mit Blick auf die Digitalisierung und besonders auf psychische Erkrankungen ergeben. Auch die Aussagen zum Entgelttransparenzgesetz, insbesondere die für Juli 2019 geplante Evaluation des Gesetzes, lassen eine perspektivische Ausdehnung des Geltungsbereichs auf kleinere Betriebe befürchten.



## Tarifautonomie und Sozialpartnerschaft stärken

Der bvdM wird sich dafür einsetzen, dass die Regierung sowohl die Tarifautonomie als auch den Gestaltungsspielraum der Tarifpartner stärkt und fördert. Daher begrüßt er die geplanten Experimentierräume für tarifgebundene Unternehmen, um mehr selbstbestimmte Arbeitszeit für Arbeitnehmer und mehr betriebliche Flexibilität in der zunehmend digitalen Arbeitswelt zu erproben. Auf Grundlage von Tarifverträgen könnte dann mittels Betriebsvereinbarungen insbesondere die Höchst-arbeitszeit wöchentlich flexibler geregelt werden.

Der Koalitionsvertrag sieht jedoch auch zahlreiche Maßnahmen vor, die aus Sicht des bvdM einen belastenden Eingriff in die Tarifautonomie darstellen und daher abzulehnen sind. Dazu zählt die Schaffung eines Rahmens für Mindestlohnregelungen auf EU-Ebene ebenso wie die bis 2020 geplante Mindestausbildungvergütung im Berufsbildungsgesetz (BBiG).

Unklar bleibt der Zusammenhang, den die Koalitionsparteien zwischen Tarifbindung und neuen Geschäftsmodellen sehen. Die Aussage, die Digitalisierung sei als Chance für mehr und bessere Arbeit und eine Stärkung der Tarifbindung zu sehen, bleibt nebulös. Es ist wichtig, dass die Koalitionspartner die Stärkung der Tarifbindung nicht mit mehr Tarifierzwang durch leichtere Allgemeinverbindlicherklärung von Tarifverträgen verwechseln.



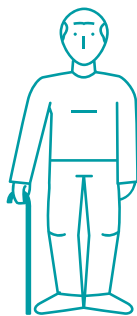
## Sozialversicherung für die Zukunft rüsten

Der bvdm hatte in seinen Wahlprüfsteinen gefordert, die Betriebe nicht durch immer weiter steigende Sozialausgaben zu belasten. Der Plan der Koalition, die Sozialabgaben auf unter 40 % zu stabilisieren und den Beitragssatz zur Arbeitslosenversicherung um 0,3 Prozentpunkte zu senken, sind erste richtige Schritte auf diesem Weg. Allerdings werden konkrete Maßnahmen zur langfristigen Umsetzung des 40-Prozent-Ziels nicht benannt. Im Gegenteil: Leistungsausweitungen in der Rentenversicherung, Mehrkosten in der Pflegeversicherung durch das „Sofortprogramm Pflege“ sowie der Eingriff in die Rentenformel, um das Rentenniveau von 48 % abzusichern, lassen zweifeln, ob die Stabilisierung der Abgaben gelingen kann.

Kritisch sieht der bvdm auch, dass durch die Wiederherstellung der Parität bei den Beiträgen zur Gesetzlichen Krankenversicherung ab 1. Januar 2019 die Beiträge (inklusive Zusatzbeitrag) wieder in gleichem Maße von Arbeitgebern und Beschäftigten geleistet werden, was zu Mehrkosten für Arbeitgeber von ca. 5 Mrd. Euro pro Jahr führen wird.

Für den bvdm sind Maßnahmen wichtig, mit denen die Sozialversicherungssysteme dauerhaft leistungsfähig erhalten und die Beschäftigung Älterer gefördert werden. Hier sieht der Koalitionsvertrag sinnvolle Schritte vor, etwa dass der Beitragssatz für die Rentenversicherung durch Finanzierung aus Steuermitteln nicht über 20 % steigen soll, sowie das Angebot der „Flexi-Rente“, um freiwillig ein längeres Arbeiten zu ermöglichen.

### Sozialversicherung dauerhaft leistungsfähig erhalten



### Betriebliche Vorsorge fördern

### Betriebliche Altersvorsorge stärken

Wichtig für den bvdm ist die Stärkung der betrieblichen Altersvorsorge als zweite Säule der Alterssicherung. Allerdings wird die Förderung der betrieblichen Altersvorsorge im Koalitionsvertrag an keiner Stelle erwähnt. Zudem ist zu befürchten, dass die geplante Einführung einer säulenübergreifenden Renteninformation zusätzliche Bürokratie durch Auskunftspflichten über bestehende Regelungen zur betrieblichen Altersvorsorge verursachen wird.

# Vademecum

## Zeitarbeit: Stufenweise Equal Pay

Durch den Ende September 2017 neu gefassten Tarifvertrag über Branchenzuschläge für Überlassungen von gewerblichen Arbeitnehmern in Betrieben der Druckindustrie ändern sich die Bedingungen für den Einsatz von Zeitarbeit in der Branche. Zum Umgang mit dem neuen Tarifvertrag stellt der bvdM den Mitgliedern der Verbände Druck und Medien einen Leitfaden zur Verfügung.

Ende September 2017 hatten die Arbeitgeberverbände zur Zeitarbeit mit der Gewerkschaft ver.di einen neuen Tarifvertrag über Branchenzuschläge für Überlassungen von gewerblichen Arbeitnehmern in der Druckindustrie (TV BZ Druck) abgeschlossen.

Der neue Zuschlagstarifvertrag sieht ein sechsstufiges Zuschlagsmodell vor. Damit werden die Löhne der Zeitarbeiter schrittweise an das Lohnniveau der Stammbeschäftigten der Branche angeglichen. Die Einführung der zusätzlichen sechsten Stufe trägt der Reform des Arbeitnehmerüberlassungsgesetzes (AÜG) zum 1. April 2017 Rechnung.

## Betriebsratswahlen: Wissenswertes für Arbeitgeber

Im Vier-Jahres-Rhythmus finden in der Zeit vom 1. März bis 31. Mai die regelmäßigen Betriebsratswahlen statt; auch 2018 war dies wieder der Fall.

Genauere Kenntnisse über den Ablauf des Wahlverfahrens sind für Arbeitgeber, Betriebsräte, Wahlvorstände und Wahlbewerber gleichermaßen von großer Bedeutung. Zwar sind Betriebsratswahlen die Angelegenheit der Arbeitnehmer eines Betriebes, dem Arbeitgeber fallen jedoch sowohl Unterstützungsaufgaben als auch Rechte zu.

Der bvdM hat die Gespräche zwischen ver.di und den Arbeitgeberverbänden zur Zeitarbeit fachlich begleitet. Angesichts der jüngsten Verschärfung der gesetzlichen Regelungen zur Zeitarbeit ist zu begrüßen, dass mit dem Neuabschluss des Zuschlagstarifvertrages weiterhin Überlassungen von Zeitarbeitern über neun Monate hinaus wirtschaftlich darstellbar sind.

## bvdM-Leitfaden zum neuen Tarifvertrag

Gegenüber dem Vorgängertarifvertrag aus dem Jahr 2013 ergeben sich einige Änderungen. Dies hat der bvdM zum Anlass genommen, den Leitfaden zum Umgang mit dem Branchenzuschlagstarifvertrag zu überarbeiten. Mitglieder der Verbände Druck und Medien erhalten den Leitfaden kostenlos über ihren Landesverband.

Sein Interesse an der ordnungsgemäßen Durchführung der Betriebsratswahl ergibt sich letztendlich schon daraus, dass eine Wiederholung der Wahl zu Arbeitsausfall und zusätzlichen Kosten führt. Eine ordnungsgemäß durchgeführte Betriebsratswahl bildet nicht zuletzt die Grundlage für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit im Betrieb.

Als Orientierungshilfe für die ordnungsgemäße Durchführung der diesjährigen Betriebsratswahlen hat der bvdM im Dezember 2017 einen umfangreichen Leitfaden für die Betriebe der Druck- und Medienindustrie herausgegeben, der kostenlos über die Geschäftsstellen der Verbände Druck und Medien bezogen werden kann.

# Neue Regeln für Betriebsrenten

Zum 1. Januar 2018 ist das Betriebsrentenstärkungsgesetz in Kraft getreten. Ziel des Gesetzes ist eine stärkere Verbreitung der betrieblichen Altersvorsorge, insbesondere bei Geringverdienern und in kleineren Unternehmen. Ein Merkblatt des bvdM informiert die Mitgliedsbetriebe über die Neuregelungen.

Mit Hilfe des Betriebsrentenstärkungsgesetzes soll die ergänzende Altersvorsorge noch stärker gefördert werden, indem:

- der steuerliche Förderrahmen bei Betriebsrenten erhöht wird,
- Einmalzahlungen zur Betriebsrente bei Ausscheiden des Arbeitnehmers steuerlich besser gefördert werden,
- steuerfreie Nachzahlungen für Zeiten ohne Entgelt ermöglicht werden,
- Arbeitgeberzuschüsse für Geringverdiener bei der Betriebsrente gefördert werden,
- die Riester-Rente besser gefördert wird,
- ein Freibetrag für Betriebsrente und Altersvorsorge bei der Grundsicherung eingeführt wird und
- ab 2019/2022 Arbeitgeber einen Zuschuss zahlen müssen, wenn für den Arbeitnehmer eine Entgeltumwandlung erfolgt.

Ein Merkblatt des bvdM zu den Neuerungen erhalten Mitglieder der Verbände Druck und Medien bei ihrem zuständigen Landesverband.

Alle neuen Fördermöglichkeiten können auch im Rahmen des Branchenmodells der betrieblichen Altersvorsorge genutzt werden; den Zukunftsfonds Medien, Druck und Papier finden Sie im Internet unter [www.zukunftsfonds-medien-druck-papier.de](http://www.zukunftsfonds-medien-druck-papier.de)

Ferner enthält das Betriebsrentenstärkungsgesetz auch Elemente, die durch einen Tarifvertrag ausgestaltet werden müssen:

## 1. Optionsmodelle (Opt-Out)

Durch einen Tarifvertrag kann künftig vereinbart werden, dass für alle Arbeitnehmer automatisch ein gewisser Betrag ihres Lohnes in betriebliche Altersvorsorge investiert wird. Arbeitnehmer können diesem Automatismus widersprechen (Opt-Out).

## 2. Sozialpartnermodell (Zielrente)

Das neue „Sozialpartnermodell“ ermöglicht erstmals die Einführung einer Zielrente. Dabei beschränkt sich die Verpflichtung des Arbeitgebers auf die reine Beitragszahlung an eine Direktversicherung, Pensionskasse oder Pensionsfonds. Die Haftung des Arbeitgebers für eine Mindesthöhe der späteren Rente, Kernelement der „alten“ Betriebsrente, entfällt dabei („pay and forget“). Der Arbeitnehmer erhält eine Zielrente, deren Höhe – auch in der Rentenphase – von der Wertentwicklung der Kapitalanlagen abhängt. Garantien sind dabei verboten. Dies soll dazu führen, dass die Betriebsrente für den Arbeitnehmer profitabler wird, da die Kosten für Absicherungsmaßnahmen entfallen und das Kapital anders angelegt werden kann.

Voraussetzung der neuen Zielrente ist eine tarifvertragliche Regelung. Der bvdM befindet sich in Kontakt mit der Gewerkschaft ver.di, um zu sondieren, ob ein entsprechendes Modell für die Branche sinnvoll sein könnte.

**zukunftsfonds.**  
Medien · Druck · Papier

# Mindestlohn: bvdm zieht Bilanz nach drei Jahren und fordert Änderungen

Zum 1. Januar 2019 soll der gesetzliche Mindestlohn zum zweiten Mal seit seiner Einführung angepasst werden. Die Mindestlohnkommission hat den bvdm als Sachverständigen im Vorfeld der Entscheidung über die künftige Höhe des Mindestlohnes um eine Stellungnahme gebeten. Der bvdm hat auf Grundlage einer gezielten Befragung betroffener Mitgliedsbetriebe die bisherigen Auswirkungen des Mindestlohngesetzes dargestellt und notwendige Änderungen gefordert.



Bis Ende Juni 2018 wird die Mindestlohnkommission über die Anpassung des gesetzlichen Mindestlohns entscheiden und der Bundesregierung ihren zweiten Bericht über die bisherigen Auswirkungen des gesetzlichen Mindestlohns vorlegen. Die aus Vertretern der Gewerkschaften und der Arbeitgeberverbände zusammengesetzte Kommission wird sich voraussichtlich an der Entwicklung des Tarifindex in den beiden vorhergehenden Kalenderjahren orientieren, den das Statistische Bundesamt ermittelt. Demzufolge würde der Mindestlohn von 8,84 Euro auf 9,19 Euro ansteigen.

Ungeachtet dessen, dass die Tariflöhne der Druckindustrie über dem derzeitigen und auch dem voraussichtlich neuen Mindestlohn liegen, hat dieser auch in unserer Branche erhebliche Auswirkungen. Darauf hat der bvdm in seiner Stellungnahme vom 2. März 2018 hingewiesen.

In einigen Betrieben wird die nächste Erhöhung des Mindestlohns das gesamte Lohngefüge ins Wanken bringen. Steigt der Mindestlohn, sehen sich viele Betriebe gezwungen, auch die darüber liegenden Löhne für besser qualifizierte Tätigkeiten anzupassen. Dies verursacht Kosten, die Betriebe nicht ohne Weiteres durch Preiserhöhungen gegenfinanzieren können. Das gilt besonders für Betriebe, die sich in einem starken Konkurrenzkampf mit dem Ausland befinden.

Mindestlohnrelevant sind in unserer Branche einfache Tätigkeiten. Werden diese durch Erhöhung des Mindestlohns zu teuer, so werden sie zunehmend durch Automatisierung ersetzt. Der Wegfall dieser Arbeitsplätze trifft damit besonders gering qualifizierte und nicht so leistungsstarke Arbeitnehmer.

## Die Erhöhung des Mindestlohns wird in einigen Betrieben existenzbedrohend werden.

Wo Automatisierung nicht möglich ist, wie etwa bei der Zustellung von Zeitungen, wirken sich gestiegene Zustellkosten unmittelbar aus: Steigen die Preise,



so sinkt die Zahl der Abonnenten deutlich. Dies kann für kleine Lokalzeitungen und mit ihnen verbundenen Druckereien, die ohnehin schon mit der starken Konkurrenz durch digitale Medien kämpfen, existenzbedrohend werden.

Aus Sicht des bvdM wäre es wünschenswert, bei der Anpassung des Mindestlohns statt einer starren Kopplung an den Tarifindex, der stark von großen Branchen dominiert wird, branchenspezifische Besonderheiten zu berücksichtigen. Die Lohnentwicklung darf sich nicht von der wirtschaftlichen Entwicklung einer Branche abkoppeln.

In seiner Stellungnahme fordert der bvdM ferner eine Anpassung der 450-Euro-Grenze für Minijobs parallel mit der Erhöhung des Mindestlohnes, Vereinfachungen der Regelungen für Praktika sowie eine Reduzierung des bürokratischen Aufwandes. Die Stellungnahme ist unter [bvdM-online.de/themen/arbeit-tarif/mindestlohn](http://bvdM-online.de/themen/arbeit-tarif/mindestlohn) im Volltext abrufbar.

## Sozialwahl 2017 – Neue Köpfe in der Selbstverwaltung der BG ETEM

An der Spitze der Berufsgenossenschaft Energie Textil Elektro Medienerzeugnisse (BG ETEM) – dem Träger der gesetzlichen Unfallversicherung u. a. für die Beschäftigten in den Betrieben der Branche Druck und Papierverarbeitung – stehen die beiden Selbstverwaltungsorgane Vertreterversammlung und Vorstand. Sie werden je zur Hälfte aus ehrenamtlichen Vertretern der Versicherten und der Arbeitgeber gebildet.

Alle sechs Jahre finden Sozialwahlen statt, in denen Arbeitgeber und Versicherte ihre Mitglieder für die Vertreterversammlung ihrer Berufsgenossenschaft wählen. Die Vertreterversammlung als höchstes Organ der Selbstverwaltung wählt dann den Vorstand. So wurden auch 2017 die Vertreterversammlung und der Vorstand der BG ETEM neu besetzt.

In der neuen Wahlperiode engagieren sich mit den Herren Claus Fischer (Claus Fischer Agentur für Druck und Produktion), Gerhard Schiweck (druckfrisch medienzentrum ruhr gmbh) und Peter Krupp (Krupp Druck OHG) wieder drei Unternehmensvertreter für den Bereich der Druckindustrie ehrenamtlich u. a. in der Vertreterversammlung der BG ETEM. Herr Bernd Bradtmöller (Grafische Werkstatt Druckerei und Verlag Gebr. Kopp GmbH & Co. KG) wurde in den Vorstand der BG ETEM als stellvertretendes Mitglied berufen. Die Unternehmensvertreter werden unterstützt durch hauptamtliche Mitarbeiter der Verbände Druck und Medien und des bvdM, die neben ihrem Mitwirken in anderen berufsgenossenschaftlichen Gremien ebenfalls in die Vertreterversammlung bzw. den Vorstand gewählt wurden.

Daneben wurden auf regionaler Ebene auch die zahlreichen Renten- und Widerspruchsausschüsse der BG ETEM neu besetzt, in denen ebenfalls engagierte Unternehmensvertreter ehrenamtlich mitwirken.

Der bvdm vertritt die rechtlichen Interessen der Druck- und Medienbranche. Er verfolgt wachsam Gesetzgebungsvorhaben auf deutscher und europäischer Ebene ab der Planungsphase und setzt sich für die Belange der Druck- und Medienbranche ein.

Zudem unterstützt der bvdm die Landesverbände in der Rechtsberatung gegenüber Mitgliedsunternehmen in komplexen wirtschaftsrechtlichen Fragestellungen, unter anderem in den Bereichen des Datenschutz-, Wettbewerbs-, Urheber- und Medienrechts.

Des Weiteren konnten Unternehmen auch 2017/2018 in Seminarveranstaltungen zu praxisrelevanten Fragen des Wirtschaftsrechts von der Expertise des bvdm profitieren – beispielsweise zu den zu beachtenden rechtlichen Aspekten im Bereich des Marketings.

Der bvdm stellt Mitgliedsunternehmen darüber hinaus wertvolle rechtliche Hilfestellungen für die Umsetzung gesetzlicher Vorgaben in Form von Mustern und Handreichungen kostenlos zur Verfügung.

# Unternehmensrecht

# Datenschutz wird GROSSgeschrieben

Die Datenschutzreform stellt insbesondere die kleinen und mittelständischen Unternehmen der Druck- und Medienindustrie vor große Herausforderungen. Dies gilt vor allem hinsichtlich der verschärften Anforderungen an die Rechenschafts- und Dokumentationspflichten und die Transparenz der Datenverarbeitung für die Betroffenen. Im Falle von Datenschutzverstößen drohen verschärfte Sanktionen. In unserer Branche werden häufig personenbezogene Daten im Auftrag von Kunden verarbeitet. Bisher lag die datenschutzrechtliche Verantwortung in solchen Fällen allein beim Kunden. Dies hat sich geändert. Unternehmen, die im Auftrag ihrer Kunden personenbezogene Daten verarbeiten, werden sehr viel mehr in die Verantwortung genommen als bisher.



### **Gesetzgebungsprozesse**

Die auf europäischer Ebene bereits im Jahr 2016 abgeschlossene Datenschutzreform hat im April 2017 mit der Verabschiedung des neuen Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) auf Bundesebene eine nähere Ausgestaltung erfahren. Der Bundesverband Druck und Medien hatte die Gesetzgebungsverfahren sowohl auf europäischer als auch auf nationaler Ebene im Interesse der Druck- und Medienindustrie aktiv begleitet. Die europäische Datenschutzreform erfordert jedoch auch weiterhin in nationalen Spezialbereichen Gesetzesänderungen, die noch nicht vollends abgeschlossen sind. Der bvd m wird diese ebenfalls kritisch begleiten.

### **Umsetzung in der betrieblichen Praxis**

Die Datenschutzreform ist sehr komplex und ohne juristische Hilfe oft nur schwer zu durchdringen. Insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen der Druck- und Medienindustrie werden vor die große Herausforderung gestellt, datenschutzrechtliche Vorgaben neben dem laufenden Tagesgeschäft im Unternehmen zu etablieren. Der bvd m unterstützt

die Landesverbände in der datenschutzrechtlichen Beratung ihrer Mitgliedsunternehmen. Hierzu hat der bvd m in Zusammenarbeit mit den Landesverbänden und mit Unterstützung der AGOR AG eine praxisorientierte Handreichung mit Checklisten und Erläuterungen erarbeitet, die Mitgliedsunternehmen seit Anfang November 2017 kostenlos bei ihrem Landesverband erhalten. Die Checklisten ermöglichen es auch Unternehmern ohne tiefere datenschutzrechtliche Vorkenntnisse, Handlungsbedarf zu ermitteln und entsprechende Maßnahmen umzusetzen.

### **Rechtssicherheit schaffen**

Die Datenschutzreform lässt die erforderliche Rechtssicherheit vermissen. Sie ist in vielen Bereichen im Hinblick auf die praktische Umsetzung unklar. Auch die von der Datenschutzkonferenz veröffentlichten Auslegungshilfen können dieses Problem nicht beseitigen. Der Bundesverband Druck und Medien wird seine Landesverbände und ihre Mitgliedsunternehmen aktiv bei der Einholung von verbindlichen Erklärungen der Datenschutzbehörden und der Schaffung von Rechtssicherheit unterstützen.

# Aktualisierte Online-AGB für die Druck- und Medienindustrie

Um Druck- und Medienbetriebe, die Online-Shops betreiben, bei deren rechtssicherem Betrieb zu unterstützen, stellen ihnen die Druck- und Medienverbände Muster-AGB für das Onlinegeschäft zur Verfügung.

Die Online-AGB wurden im Jahr 2017 unter Federführung des Bundesverbandes Druck und Medien überarbeitet und an die neuen rechtlichen Anforderungen und den Stand der Rechtsprechung angepasst. Mitgliedsunternehmen erhalten diese nebst Erläuterungen und wichtigen Begleitinformationen kostenlos bei ihrer Verbandsgeschäftsstelle.

Die aktualisierten Online-AGB berücksichtigen auch die seit dem 1. Februar 2017 geltenden Informationspflichten zur Verbraucherstreitbeilegung. Sie gelten für alle Online-Shops, die sich an Verbraucher innerhalb Deutschlands richten, können aber auch im B2B-Bereich innerhalb Deutschlands eingesetzt werden. Ausführliche Erläuterungen der Mustertexte ermöglichen es den Unternehmen, die AGB an ihre eigenen Vertriebsmodelle anzupassen.



# Verbraucher bekommen Rückenwind

## Fitness-Check mit Folgen

Die Europäische Kommission sieht nach einem ‚Fitness-Check‘ des europäischen Verbraucherrechts Verbesserungsbedarf im Hinblick auf die effektive Rechtsdurchsetzung. In der Konsequenz hat sie am 11.4.2018 zwei Richtlinienvorschläge veröffentlicht, die unter anderem Folgendes vorsehen:

Zum einen sollen qualifizierte Einrichtungen – wie etwa Verbraucherorganisationen – Verbandsklagen zum Schutz der Kollektivinteressen der Verbraucher erheben können, um zum Beispiel eine Entschädigung, Reparatur oder Preisminderung zu erwirken. Zum anderen sollen vier bestehende EU-Richtlinien zum Schutz der wirtschaftlichen Interessen der Verbraucher, insbesondere die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken, geändert werden. So sollen Verbraucher im Fall unlauterer Geschäftspraktiken wie aggressiver Vermarktungsaktivitäten beispielsweise das Recht auf individuellen Rechtsbehelf, wie Vertragskündigung oder – außervertraglich – das Recht auf Schadensersatz, haben. Des Weiteren wird unter anderem die Einführung von Bußgeldern für weitverbreitete Verstöße gegen das Verbraucherrecht gefordert. Der Bundesverband Druck und Medien wird das Gesetzesvorhaben kritisch begleiten und sich für die Belange der Druck- und Medienindustrie einsetzen.

## Dieselskandal mit Folgen

Im Nachgang zum Dieselskandal hat das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz noch in der letzten Legislaturperiode einen Diskussionsentwurf zur Einführung einer Musterfeststellungsklage veröffentlicht. Diese soll es Kunden ermöglichen, sich gegen Unternehmen, die massenhaft Schaden verursachen, gemeinsam zur Wehr zu setzen, ohne ein großes Kostenrisiko einzugehen. Verbraucher sollen sich mit der Anmeldung ihres Anspruchs in einem Klageregister auf das Musterfeststellungsurteil berufen und ihren Anspruch individuell geltend machen können, ohne nochmals ein Urteil hinsichtlich der Begründung ihres Anspruchs erwirken zu müssen. Der Bundesverband Druck und Medien hat sich durch Mitwirkung an der Stellungnahme des Dachverbands ZAW für die Belange der Druck- und Medienindustrie eingesetzt.

Nach Ansicht des Bundesverbandes Druck und Medien birgt die Einführung der Musterfeststellungsklage die Gefahr des Entstehens einer Klageindustrie und des Klagemissbrauchs. Der Bundesverband Druck und Medien wird das Gesetzgebungsvorhaben daher weiterhin kritisch begleiten.

Der Bundesverband Druck und Medien und sein Bildungspolitischer Ausschuss vertreten die Interessen der Branche auf allen Gebieten der Aus- und Weiterbildung, insbesondere gegenüber Bundesministerien, Arbeitsagenturen und Interessenverbänden. Es gilt, die Berufsbilder kontinuierlich weiterzuentwickeln, modernste Konzepte anzubieten und Schulen sowie Unternehmen bei der Umsetzung zu begleiten. Darüber hinaus unterstützt der bvdm mit seinen Landesverbänden Unternehmen intensiv dabei, Nachwuchskräfte zu rekrutieren. Denn in der Druck- und Medienwirtschaft sind kluge Köpfe die Voraussetzung für den wirtschaftlichen Erfolg.



A large, solid orange circle is positioned on the left side of a white background, partially cut off by the edge of the frame. The circle's right edge is curved towards the center of the page.

**Bildung**

# Nachwuchs kommt nicht von ungefähr

Auszubildende zu rekrutieren ist auch für Druck- und Medienunternehmen kein Selbstläufer mehr. Seit 2005 wird der Nachwuchsmangel jedes Jahr größer. Dies zeigt auch die gerade von den Verbänden durchgeführte Unternehmensbefragung zum Fachkräftebedarf und zur Ausbildungssituation der Branche. 81% der befragten Unternehmen rechnen mit einem steigenden Bedarf an Fachkräften in den nächsten fünf Jahren.

### **Ausbildungsstatistik 2017: Ausbildungsverträge stabil**

2017 wurde bei den neuen Ausbildungsverträgen in der Druck- und Medienwirtschaft das Vorjahresniveau mit einem leichten Plus von 0,21% gehalten. 4.710 neue Ausbildungsverträge wurden abgeschlossen. Insgesamt befanden sich 2017 in den drei Ausbildungsjahren 12.172 Jugendliche in der Ausbildung (2016: 12.381). Das Ergebnis zeigt die hohe Ausbildungsbereitschaft der Unternehmen, die sich den Widrigkeiten der demografischen Entwicklung widersetzen.

Die Ausbildungszahl im Beruf Mediengestalter verzeichnet ein leichtes Plus von 0,96%. Die Neuabschlüsse belaufen sich auf 3.056 Verträge (2016: 3.027). Zunahmen verzeichnen auch die Berufe Medientechnologie Druck mit 0,73% und Medientechnologie Druckverarbeitung mit 0,75% gegenüber 2016. Weniger Ausbildungsverträge als 2016 wurden bei den Berufen Medientechnologie Siebdruck (Minus 8,11%), Buchbinder (Handwerk: Minus 2,44%) und Packmitteltechnologie (Minus 3,52%) abgeschlossen.

Fast 65% aller Auszubildenden der Branche lernen den Beruf Mediengestalter Digital und Print. Dies zeigt, dass die Druck- und Medienwirtschaft weiterhin auf diesen innovativen Ausbildungsberuf setzt, der

ein breites Spektrum von Qualifikationen abdeckt, angefangen von der Kundenberatung und Planung von Medienprodukten über die Visualisierung und Konzeption von Print- und Digitalmedien bis hin zur Gestaltung und technischen Umsetzung. Gerade die vielfältigen Qualifikationsmodule ermöglichen es Medienunternehmen, diesen Beruf auf ihre Spezialisierungen auszurichten.

Der Frauenanteil in den Berufen der Druck- und Medienwirtschaft kann sich mit 44,3% sehen lassen. Hauptanteil an dieser Quote hat der Ausbildungsberuf Mediengestalter Digital und Print, bei dem der Frauenanteil fast 60% beträgt. Aber auch in der Druckverarbeitung sind beachtliche 21,3% zu verzeichnen. Der Anteil in der Drucktechnik beträgt 15%. Dies zeigt, dass Ausbildungsbetriebe in den letzten Jahren vermehrt auf Frauen setzen, wobei die Potenziale weiter ausgebaut werden können.

Allerdings haben viele Unternehmen weiterhin Schwierigkeiten, Ausbildungsplätze mit qualifizierten Schulabgängern zu besetzen. Dies gilt insbesondere für Medientechnologen und Packmitteltechnologien. Kreative Unternehmen haben offensichtlich weniger Probleme bei der Nachwuchsrekrutierung und nutzen auch die Instrumente der Nachwuchswerbekampagne „Gestochen scharf, perfekt veredelt“ des Verbandes.

### Druckindustrie – Ausbildungsjahre 2001 bis 2017

Quelle: ZFA/BPA April 2018



### Auszubildende geben Ausbildungsbetrieben und Berufsschulen gute Noten

Die Ergebnisse der ersten Azubi-Befragung der Druck- und Medienberufe sind überwiegend positiv ausgefallen. Bemerkenswert ist die sehr gute Beteiligung mit rund 3.900 Auszubildenden. Das ist fast ein Drittel aller Auszubildenden in den sechs Ausbildungsberufen der Branche.

Über 70% der Auszubildenden gaben an, dass ihre Ausbilder „immer“ oder „häufig“ Arbeitsvorgänge zu ihrer vollsten Zufriedenheit erklären. 51,1% der Befragten gaben an, immer korrekt behandelt zu werden, weitere 30,8% bestätigten dies häufig. Einige kritische Bewertungen zur fachlichen Qualität der Ausbildung zeigen jedoch, dass noch „Luft nach oben“ ist. Durchgeführt hat die Befragung der Zentral-Fachausschuss Berufsbildung Druck- und Medien (ZFA), eine gemeinsame Einrichtung von Bundesverband Druck und Medien (bvdM) und der Gewerkschaft ver.di.

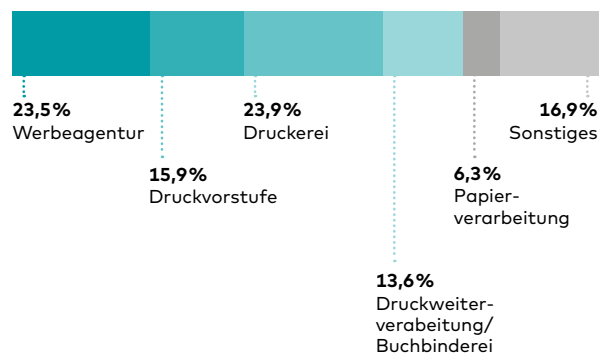
Für Andreas Jörß, arbeitgeberseitiger ZFA-Vorsitzender, ist es ein Novum, dass sich ein Arbeitgeberverband an einer Umfrage beteiligt, die normalerweise von der DGB-Jugend durchgeführt wird. „Wir haben uns bewusst dafür entschieden, weil wir überzeugt sind, dass nicht nur unser Selbstbild, sondern vor allem die Außenwahrnehmung unserer Azubis ein wichtiger Indikator ist, um Verbesserungen in der Ausbildung zu erreichen“, so Jörß.

Die Ergebnisse der Befragung können bei den Landesverbänden Druck und Medien bezogen werden. In der Veröffentlichung finden sich u. a. detaillierte Auswertungen zu den Themen „Fachliche Qualität der Ausbildung im Betrieb“, „Qualität der Berufsschule“ und „Perspektiven nach der Ausbildung“.

Bezug der Printversion: Landesverbände:  
<http://bit.ly/Azubi-Report>

### Art des Ausbildungsunternehmens in Medienberufen

Quelle: ZFA



## Leitfaden für die Nachwuchswerbung

Der Leitfaden für Betriebe zur Nachwuchswerbung informiert über die Bausteine und Elemente der Kampagne und gibt darüber hinaus viele wertvolle Anregungen, Tipps und Hinweise für ein erfolgreiches Ausbildungsmarketing – von klassischen Maßnahmen über digitale Chat-Angebote bis zum Azubi-Speed-Dating.

Bezug der Printversion: Landesverbände  
Download: [www.druckindustrie.de/fuer-arbeitgeber/](http://www.druckindustrie.de/fuer-arbeitgeber/)



## Virtuell lernen in der Druckindustrie bewährt sich

Zweifelsfrei hat die Digitalisierung in den Unternehmen große Auswirkungen auf die berufliche Bildung. Dies zeigte sich eindrucksvoll auf einer Tagung im Juni 2017 an der Bergischen Universität Wuppertal, auf der die Projekte „Social Augmented Learning (SAL)“ und „Social Virtual Learning (SVL)“ vorgestellt wurden. Die auf der Veranstaltung demonstrierten Ergebnisse zum virtuellen Lernen im Bereich der Druckindustrie sind im wahrsten Sinne begreifbar und haben sich schon jetzt in der beruflichen Ausbildung bewährt. Mit 80 Teilnehmerinnen und Teilnehmern war es eine erfolgreiche Veranstaltung.



Neben den Fachvorträgen hatten die Teilnehmer im „Markt der Möglichkeiten“ Gelegenheit, Augmented und Virtual Reality hautnah zu erleben. Für die berufliche Bildung in der Druckindustrie stehen derzeit vier Lernmodule für das Lernen an Tablets und drei Module für das Lernen in virtuellen Welten mit VR-Brillen zur Verfügung.

Weitere Infos: [www.social-virtual-learning.de](http://www.social-virtual-learning.de)



*Berufsbildung Druck und Medien, Autoren: Sabine Dresbach, Theo Zintel, Herausgeber: Bundesverband Druck und Medien (bvd m), 120 Seiten DIN A4, 8. überarbeitete Auflage 2017, Art.-Nr. 84001.*

## „Berufsbildung Druck und Medien“ Standardwerk zur Ausbildung neu erschienen

Bereits in der 8. überarbeiteten Fassung erhalten Mitgliedsunternehmen der Verbände Druck und Medien einen umfassenden Leitfaden zur Organisation und Durchführung der betrieblichen Bildung. In der Broschüre haben die Autoren Sabine Dresbach und Theo Zintel die sachlichen, organisatorischen und gesetzlichen Gegebenheiten der betrieblichen Bildungsarbeit zusammengefasst. Neben den wichtigsten Bestimmungen des Berufsbildungsrechts sind auch arbeits- und sozialrechtliche Vorschriften aufgeführt, Bildungsmöglichkeiten werden erläutert und Hinweise zur Bildungsplanung gegeben. Der Leitfaden ist auch Ratgeber bei der Vielzahl von Fragen der Berufsbildung, die täglich in der Bildungspraxis auftreten.

Hier bestellen: [www.bvdm-online.de/beruflichebildung](http://www.bvdm-online.de/beruflichebildung)

## Bundesverband Druck und Medien auf der Messe der Textilveredler

Nachwuchswerbung für Ausbildungsstellen anzustoßen ist eine der Aufgaben der Verbandsorganisation. So hat Theo Zintel, Referent für die Bildungspolitik im bvd m, auf der Leitmesse der Textilveredler „TecStyle Visions“ den Beruf des Medientechnologen Siebdruck auf dem Podium der Fachzeitschrift TVP präsentiert. Der Beruf ist wenig bekannt in der Textilbranche, obwohl der Textildruck ein wichtiges Segment in der Ausbildung des Medientechnologen ist. Deshalb ist es wichtig, auch in diesem Spezialsegment des Siebdrucks Ausbildungspotenziale zu erschließen.



*Andreas Farnung, Chefredakteur der Fachzeitschrift für Textilveredlung und Promotion (TVP); Karl-Heinz Eitle, Johannes-Gutenberg-Schule, Stuttgart (JGS); Theo Zintel (bvd m); Uwe Eisenmann, Inhaber des Textilveredlers „Grafik Idee“*

## optimal media GmbH vom bvdM zum Ausbildungsbetrieb des Jahres gekürt

Im Oktober 2017 zeichnete der Bundesverband Druck und Medien in Berlin die optimal media GmbH, Röbel/Müritz, im Rahmen der Druck&Medien Awards als besten Ausbildungsbetrieb der Branche aus. Das Unternehmen hat erkannt, dass die Ausbildung des eigenen Nachwuchses eine wichtige Managementaufgabe ist. Die optimal media GmbH gibt jungen Talenten die Chance auf eine fundierte Ausbildung und bietet dafür ein breites Spektrum an Ausbildungsberufen.

Eine Extra-Azubi-Broschüre gibt den Jugendlichen einen ersten Einblick in die Ausbildungsmöglichkeiten rund um die Herstellung von hochwertigen Printerzeugnissen, Akzidenzen, Magazinen, Büchern, Broschüren, Multimedia-drucksachen und Verpackungen.



*Die Gewinner des Druck&Medien Awards 2017 in der Kategorie „Bester Ausbildungsbetrieb des Jahres“: (v.l.n.r.) Christoph Gutjahr und Grit Schreiber (optimal media GmbH), Dr. Paul Albert Deimel (bvdM), Jörg Hahn (optimal media GmbH), Judith Rakers (Moderatorin)*

## WorldSkills 2019

Die Ausbildung in der deutschen Druckindustrie ist spitze. Das zeigten in der Vergangenheit die deutschen Teilnehmer auf den Weltmeisterschaften der Auszubildenden. Aktuell beteiligt sich die Druckindustrie in drei Wettbewerbskategorien an den nationalen Ausscheidungen zur Weltmeisterschaft der besten Auszubildenden 2019 in Kasan, Russland: Grafikdesign, Webdesign und Drucktechnik. Die Deutschen Meisterschaften finden im Oktober 2018 im Print Media Center der Heidelberger Druckmaschinen AG in Wiesloch/Heidelberg statt. Bewerben können sich Auszubildende der Berufe Mediengestalter und Medientechnologen Druck.

Unterstützt wird der Wettbewerb durch die Ausbildungsstiftung des Deutschen Instituts Druck (DID), die vom bvdM betreut wird. Anmelde-schluss ist der 31. August 2018.

Anmeldung und weitere Infos: [www.zfamedien.de/worldskills](http://www.zfamedien.de/worldskills)



## Wahlqualifikationen: Spiegelbild der Branche?

Bei den Ausbildungsberufen Medientechnologe/-in Druck und Medientechnologe/-in Druckverarbeitung bestimmen die Wahlqualifikationen die Spezialisierungsrichtung. Eine Umfrage bei den Industrie- und Handelskammern zeigt, dass es in den letzten Jahren deutliche Verschiebungen gegeben hat. Tendenziell spezialisieren sich weniger Azubis auf den Offsetdruck, während der Zulauf auf den Flexo-, Verpackungs- und Digitaldruck zunahm. Erfasst wurden 900 Auszubildende, die eine Abschlussprüfung abgelegt hatten.

### Medientechnologe Druck:

Noch werden 57% der Azubis im Offsetdruck ausgebildet. Deutlich zugenommen hat in diesem Segment der Rotationsbereich (Akzidenz, Zeitung, Formulare), der auf 14% angewachsen ist.

Deutlich wird der Wandel der Branche im Tiefdruck: Noch vor wenigen Jahren war der Illustrationstiefdruck ein starkes Segment mit ca. 20%. Heute sind in diesem Bereich laut Umfrage keine Ausbildungsverhältnisse zu verzeichnen. Gleichzeitig stieg die Zahl der Auszubildenden im Dekortiefdruck. Deutliche Zuwächse verzeichnet auch der Verpackungsbereich. Rechnet man den Etiketten- und Flexodruck dazu, werden fast 30% in diesem Segment ausgebildet. Auch der Digitaldruck hat sich mit über 10% in der Zwischenzeit etabliert.

### Medientechnologe Druckverarbeitung:

Es ist keine Überraschung, dass in der Akzidenzproduktion rund dreiviertel der Auszubildenden ausgebildet werden. Die Buchproduktion wählten 18,5% der Ausbildungsunternehmen und den Schwerpunkt Zeitungsproduktion 5,21%.

## Neuer Ausbildungsberuf für E-Commerce

Ab 1. August 2018 kann zum Kaufmann/zur Kauffrau im E-Commerce ausgebildet werden, der auch für alle Druckunternehmen mit Online-Shop von Interesse sein kann. Der branchenübergreifende Ausbildungsberuf eröffnet im stetig wachsenden Online-Geschäft die Möglichkeit, Auszubildende systematisch an neue Anforderungen heranzuführen, die mit der Digitalisierung und verändertem Kundenverhalten einhergehen.

Der Ausbildungsberuf vermittelt passgenau spezifische Anforderungen im Bereich des E-Commerce. Dazu zählen der Aufbau eines Online-Shops, die Auswahl und Pflege der angebotenen Produkte und/oder Dienstleistungen, Analyse der Kennzahlen und Einleiten von Maßnahmen im Online-Marketing.

Weitere Infos: [www.einzelhandel.de/ecommercekaufmann](http://www.einzelhandel.de/ecommercekaufmann)

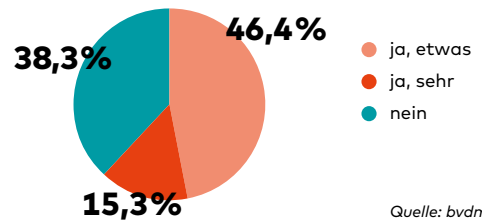


## Umfrage zur Fachkräftesituation 2018

Kaum ein Tag, ohne dass die Medien über den Fachkräftemangel berichten. Aber wie wirkt sich dieser in der Druck- und Medienbranche aus? Um ein aussagekräftiges Gesamtbild der aktuellen und zukünftigen Fachkräftesituation zu erhalten, startete der bvdM im März 2018 eine bundesweite Umfrage.

Die Umfrage ergab, dass auch die Unternehmen der Druck- und Medienbranche vor dem Problem stehen, dass insbesondere Facharbeiter eine rare und begehrte Spezies geworden sind. 62% der Unternehmen fühlen sich durch die Nichtbesetzung offener Stellen in ihrer Geschäftstätigkeit beeinträchtigt, ein Drittel davon sogar sehr.

### Beeinträchtigung der Geschäftstätigkeit durch Nichtbesetzung offener Stellen



78% der Betriebe versuchen durch eigene Ausbildung ihren zukünftigen Bedarf an Fachkräften abzudecken, aber nur 58% konnten all ihre Ausbildungsplätze besetzen.

Die hohe Beteiligung an der Umfrage bestärkt uns in der Dringlichkeit, die Betriebe durch geeignete Maßnahmen bei der Aus- und Weiterbildung zu unterstützen und das zu Unrecht angekratzte Image der Druckbranche wieder attraktiver zu machen. Die Umfrage zur Fachkräftesituation wird jährlich durchgeführt.

## Sprachniveau für Ausbildungsbewerber aus anderen Ländern

Entscheidend für eine erfolgreiche Ausbildung sind adäquate Sprachkenntnisse. Auszubildende in Berufen der Druck- und Medienindustrie sollten daher laut Empfehlung des bvdM zu Beginn der Ausbildung mindestens über das Sprachniveau B1 verfügen. Während der Ausbildung sollte dann das Sprachniveau auf mindestens B2 gehoben werden.

Die Kategorien sind im „Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen“ (GER) definiert. Er kategorisiert die Sprachkenntnisse in Stufen von A1 (Anfänger) bis C2 (annähernd muttersprachliche Kenntnisse).

Weitere Infos

[www.bvdm-online.de/themen/bildung/informationen-fuer-betriebe/allgemeine-informationen/](http://www.bvdm-online.de/themen/bildung/informationen-fuer-betriebe/allgemeine-informationen/)

## Ausbildung nach Studienabbruch

Fast ein Drittel aller Bachelorstudierenden an Universitäten bricht sein Studium ab. An den Fachhochschulen trifft mehr als ein Viertel der Studierenden diese Entscheidung. Erfreulicherweise führt der weitere Bildungsweg immer öfter in eine Berufsausbildung. Deshalb appelliert der bvdM an Unternehmen, Studienabbrecher in der Nachwuchswerbung gezielt anzusprechen.

Der Bundesverband Druck und Medien unterstützt die Unternehmen seit Jahren auf dem Weg in die umweltfreundliche Produktion. Gleichzeitig setzt er sich in Deutschland und Europa dafür ein, dass Vorschriften, Gesetze oder Zertifizierungsanforderungen die wirtschaftlichen Aspekte unternehmerischen Handelns ausreichend berücksichtigen.

Dieses ausgewogene Vorgehen hat dazu geführt, dass die Branche im Vergleich zu vielen anderen Industrien mittlerweile eine Vorreiterrolle hat. Dabei zeigt sich auch: Nachhaltiges, umwelt- und klimafreundliches Arbeiten zahlt sich für die Betriebe aus. Denn bei der professionellen Suche nach „Energiefressern“ im Unternehmen werden Prozesse analysiert, Produktionswege geprüft und Ressourcenverbräuche hinterfragt. Im Resultat führt das häufig zu effizienterem Arbeiten, zu Materialeinsparungen, der Vermeidung von Fehlern und damit zur Senkung von Kosten. Eine Win-win-Situation im Interesse einer gemeinsamen, gesunden Zukunft.

A large, solid orange circle is positioned on the left side of a white background, partially cut off by the edge of the frame. The circle's right edge is a smooth curve that extends towards the center of the page.

# Umwelt

# Die Klimainitiative der Verbände im zweiten Jahrzehnt

Immer mehr Druckereien engagieren sich in der Klimainitiative der Druck- und Medienverbände. Damit zeigen sie, dass sie nicht nur imstande sind, einzelne Produkte klimaneutral zu stellen, sondern dass sie sich glaubwürdig und konsequent engagieren wollen. Und sie werden dem Wunsch einer wachsenden Zahl von Kunden gerecht, die möglichst saubere, nachhaltig gefertigte Printprodukte erwarten.

„Die Klimainitiative der Verbände ist eine Erfolgsgeschichte, die ohne all die Unternehmen, die von Beginn an von ihr überzeugt waren, nicht möglich gewesen wäre. Für ihr Vertrauen und ihr Engagement verdienen sie allergrößten Dank.“

Dr. Paul Albert Deimel,  
Hauptgeschäftsführer des bvdm

Seit nun schon zehn Jahren unterstützen der Bundesverband Druck und Medien und die Landesverbände Druck und Medien mit ihrer Klimainitiative Druckereien dabei, die Emissionen einzelner Druckerzeugnisse zu quantifizieren, zu optimieren und im letzten Schritt zu kompensieren, also auszugleichen.

Und das gemeinsame Engagement kann sich sehen lassen: Seit 2007 wurden über 131.000 verschiedene Druckprodukte klimaneutral produziert und dabei insgesamt 185.000.000 Kilogramm CO<sub>2</sub> durch Investitionen in Klimaschutzprojekte kompensiert.

So belegt die Klimainitiative eindrucksvoll, dass die Druckindustrie längst eine Vorreiterrolle eingenommen hat, wenn es um Nachhaltigkeit und Klimaschutz geht. Zudem ist die Klimainitiative nicht nur gut für die Umwelt, sondern auch gut fürs Geschäft. Schließlich hilft sie auch dabei, „Energiefresser“ im Unternehmen zu entdecken und so effizienter zu arbeiten, Material einzusparen und letztlich Kosten zu vermeiden.

In diesem Jahr werden die Verbände all jene Unternehmen, die der Klimainitiative von Beginn an die Treue halten, für ihr Engagement auszeichnen: Unter anderem erhalten sie eine Urkunde, die persönlich übergeben wird.

### **Engagiert im Klimaschutz**

Die Klimainitiative der Druck- und Medienverbände verfolgt das Ziel, einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten, der vom Menschen verursachten globalen Erwärmung entgegenzuwirken und ihre Folgen zu begrenzen. Sie verfolgt einen ganzheitlichen Klimaschutzansatz, basierend auf folgendem Prinzip: Treibhausgasemissionen müssen quantifiziert und reduziert werden. Dies geschieht praktisch über eine Energieeffizienzanalyse sowie die Bereitstellung eines mit wissenschaftlicher Expertise entwickelten CO<sub>2</sub>-Rechners. Die unvermeidbaren Emissionen werden durch die Unterstützung von anerkannten Klimaschutzprojekten ausgeglichen und somit sozusagen „neutralisiert“.

## Der Blaue Engel – eine Erstberatung bieten die Landesverbände

Der Blaue Engel ist eines der bekanntesten Umweltzeichen. Er garantiert, dass die Produkte hohe Ansprüche an Umwelt-, Gesundheits- und Gebrauchseigenschaften erfüllen. Bei der Beurteilung ist dabei stets der gesamte Lebensweg eines Produktes zu betrachten. Entsprechend hoch sind auch die Anforderungen an die Druckerei, die Druckerzeugnisse mit dem „Blauen Engel für Druckerzeugnisse RAL-UZ 195“ kennzeichnen möchte.

Der umfangreiche Kriterienkatalog ist auf fast alle Druckverfahren anwendbar. Für die einzelnen Verfahren sind jeweils spezifische Höchstwerte festgelegt worden. Gefordert wird insbesondere der Verzicht auf kritische Substanzen in allen verarbeiteten Materialien aus Druckvorstufe, Druck und der Weiterverarbeitung

sowie auch die Emissionsbegrenzung flüchtiger organischer Verbindungen (VOC) aus Farben, Lacken, Reinigungs-, Wasch- und Feuchtmitteln. Druckfarben müssen mineralöl- und kobaltfrei sein.

Schon an der Entwicklung der Kriterien haben engagierte Druck- und Medienunternehmen und der bvdM aktiv mitgewirkt. Für kleine und mittelständische Druckereien besteht ein beträchtlicher Aufwand, die Einhaltung der Kriterien nachzuweisen. Der bvdM ist hierzu mit dem Umweltbundesamt im Austausch, um die Situation zu verbessern.

Die Verbände unterstützen Betriebe dabei, wie sich die Zertifizierung umsetzen lässt und welche Umstellungen und Kosten damit verbunden sind.



## bvdM kompensiert erneut seinen CO<sub>2</sub>-Ausstoß

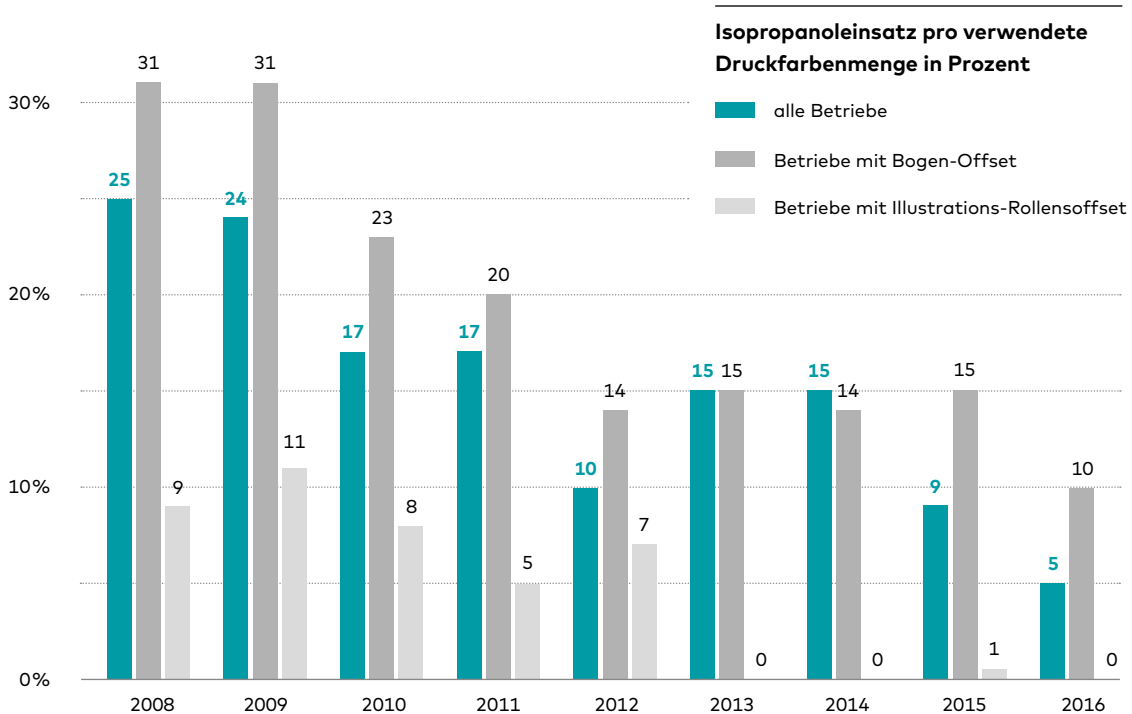
Der Bundesverband Druck und Medien arbeitet auch 2018 wieder klimaneutral. Erreicht wird dies durch die Kompensation des CO<sub>2</sub>-Fußabdruckes des Verbands. Dieser wird mit dem Klimarechner der Verbände Druck und Medien berechnet und mit Klimaschutzmaßnahmen im Projekt „Reduzierung von Rauchgasemissionen, Kenia“ ausgeglichen. Seit vier Jahren ermöglicht der Klimarechner

neben der produktbezogenen Emissionsermittlung auch die Berechnung des unternehmensbezogenen CO<sub>2</sub>-Fußabdruckes. Davon hat der bvdM 2018 erneut Gebrauch gemacht und alle betriebsbezogenen Energieflüsse, vom täglichen Weg der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Büro über Strom- und Heizenergie bis hin zu Geschäftsreisen, berechnen lassen.

# Kosten senken durch Kennzahlenvergleiche

Kennzahlen sind ein wichtiges Steuerungselement des Controllings. Im betrieblichen Umweltschutz hat sich die Darstellung von Verbrauchsdaten und umweltrelevanten Leistungen eines Unternehmens in Form von Umweltkennzahlen als nützliches Instrument erwiesen. Inputkennzahlen ermöglichen die Kontrolle wichtiger Material-, Wasser- und Energieströme. Outputkennzahlen ermöglichen die Kontrolle von Emissions- und Abfallströmen. Neben den ökologischen Optimierungsmöglichkeiten gestattet ein Umweltkennzahlensystem auch die Identifizierung ökonomischer Einsparungs- und Verbesserungsmöglichkeiten, wie z. B. den effizienteren Einsatz von Rohstoffen oder die Senkung von Produktionskosten etc. Ziel der jährlich durchgeführten Erhebungen ist es, den teilnehmenden Firmen ein Umweltkennzahlensystem für den eigenen Betrieb zur Verfügung zu stellen.

Der bundesweite Kennzahlenvergleich ermöglicht den Vergleich mit anderen Betrieben im Sinne eines Benchmarkings. Somit können die eigenen umweltrelevanten Leistungen bewertet und bislang nicht genutzte Einsparmöglichkeiten erschlossen werden. Seit über 15 Jahren helfen die Verbände Druckereien festzustellen, wie sie im Vergleich zum Wettbewerb aufgestellt sind. Die Erhebungen erfolgen anonymisiert und sind für alle Verbandsmitglieder kostenfrei. Unabhängig vom individuellen Nutzen, den die teilnehmenden Unternehmen aus der Analyse ziehen, belegen die Zahlen, welche Fortschritte die Branche im Bereich Umwelt und Nachhaltigkeit macht. Dies hat z. B. dazu geführt, dass der bvdm nachweisen konnte, dass die Emissionen der Druckbetriebe in Deutschland deutlich niedriger sind, als das Umweltministerium bislang gemeldet hat. Derartige Richtigstellungen stärken die Position der Branche und schützen vor Kritik und ungerechtfertigten, realitätsfremden Forderungen. Unternehmen, die sich an den Erhebungen beteiligen wollen, bekommen von ihrem Landesverband umfassende Unterstützung.



Quelle: Umweltkennzahlenerhebung Offsetdruck

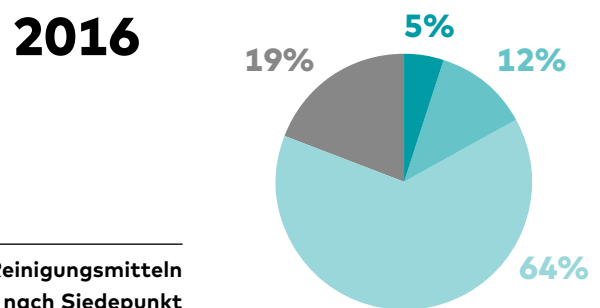
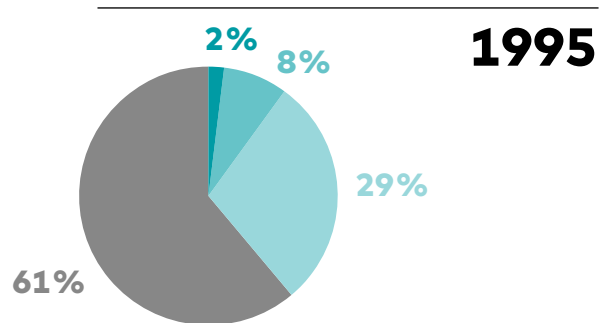
# Erfolg bei der Verminderung von Lösemittlemissionen im Offsetdruck

Seit über 22 Jahren haben es sich die Mitglieder der Brancheninitiative zur Aufgabe gemacht, die Lösemittlemissionen, denen Beschäftigte im Offsetdruck ausgesetzt sind, zu verringern. Das dient nicht nur dem Gesundheitsschutz der Beschäftigten, sondern auch dem Schutz der Umwelt. 1995 von der damaligen Berufsgenossenschaft Druck und Papierverarbeitung (heute BG ETEM), den führenden Druckmaschinen- und Waschmittelherstellern, dem Fogra Forschungsinstitut für Medientechnologien e. V., dem Bundesverband Druck und Medien (bvdv) und der IG Medien (heute ver.di) ins Leben gerufen, hat die Brancheninitiative nichts an Bedeutung eingebüßt. Sie hat zum Ziel, unter anderem die bei der Reinigung von Druckplatten und Gummitüchern anfallenden VOC-Emissionen (volatile organic compounds = flüchtige organische Verbindungen) deutlich zu reduzieren und so die Belastung der Atemluft im Drucksaal zu verringern.

Mit Erfolg – wie die bisherige Bilanz zeigt. So ist es seit der Gründung der Initiative gelungen, den Anteil an leichtflüchtigen Reinigungsmitteln in Offsetdruckereien um mehr als zwei Drittel zu reduzieren. Im Gegenzug stieg der Gesamtverbrauch an weniger flüchtigen Reinigungsmitteln auf ein seit mehreren Jahren konstant hohes Niveau von über 80% (siehe Grafik).

Ausblick: Der Gedanke der Brancheninitiative und ihr Erfolg brachte die Beteiligten schon in der Vergangenheit auf die Idee, das Prinzip auch auf andere Bereiche zu übertragen. Daraufhin wurden ähnliche Absprachen getroffen, etwa für Druckbestäubungspuder, für sogenannte Sonderreiniger im Offsetdruck und den Etikettendruck. Auch beim jüngsten Treffen wurde wieder der Wunsch geäußert, die Zusammenarbeit zu vertiefen. Einige Hersteller zeigten großes Interesse daran, auch in Bereichen wie Feuchtmittel oder Reinigungsmittel für den Flexodruck im Sinne der Brancheninitiative die Druckereien besser zu unterstützen und somit für eine sicherere Arbeitsumgebung zu sorgen.

Die freiwillige Brancheninitiative zeigt, dass die Druckindustrie innovativ und engagiert genug ist, Probleme ohne staatlichen Druck zu lösen. Durch Kooperationen konnten praxistaugliche und beständige Lösungen entwickelt werden. Dies ist nicht nur beispielhaft für vergleichbare Projekte in anderen Bereichen. Die Brancheninitiative im Offsetdruck wird seit vielen Jahren auch in anderen Ländern Europas akzeptiert und umgesetzt.



**Anteil an Reinigungsmitteln nach Siedepunkt**

unter 60 °C ●

über 100 °C ●

60–100 °C ●

weit über 100 °C ●

Quelle: Waschwittelhebung des bvdv

Der Anteil an weniger flüchtigen Reinigungsmitteln (petrol) ist im Jahr 2016 gegenüber dem Beginn der Initiative 1995 deutlich gestiegen. Gleichzeitig wurden die stark flüchtigen Reiniger (z. B. Testbenzine und Spezialbenzine in Grau) deutlich weniger eingesetzt.



## **bvdm bezieht Stellung zum Entwurf des BVT-Merkblatts**

Am 13. und 14. November 2017 fand ein Kommentierungstreffen der nationalen Expertengruppe zum BVT-Merkblatt „Oberflächenbehandlung mit organischen Lösemitteln“ statt. Der bvdm hat dort die Interessen der Heatset-Rollenoffset-, Flexo- und Tiefdrucker vertreten.

Das Treffen diente dazu, den im Oktober veröffentlichten Entwurf zur Beschreibung von besten verfügbaren Techniken (BVT) im Bereich der Lösemittelanwendungen sowie den daraus resultierenden Grenzwertanforderungen, die in den BVT-Schlussfolgerungen festgelegt sind, zu kommentieren.

Am 3. Dezember 2017 übermittelte der bvdm eine schriftliche Stellungnahme zum Entwurf mit 15 speziellen und ca. 100 allgemeinen Veränderungswünschen bezüglich der Technikbeschreibungen und Grenzwertanforderungen.

### **bvdm legt aktualisiertes Rechtskataster vor**

Ein mittelständisches Unternehmen unterliegt rund 60 Bundesgesetzen und etwa 150 Verordnungen, die durch zahlreiche Landesgesetze, Verwaltungsvorschriften sowie technische Regelwerke ergänzt und spezifiziert werden. Sie können zu erheblichen Hürden werden, etwa wenn ein Unternehmen ein Umweltmanagementsystem wie ISO 14001 oder EMAS oder Energiemanagementsysteme gemäß ISO 50001 einführen will. Rechtssicherheit und Rechtskonformität sind nur machbar, wenn alle relevanten Gesetze und Verordnungen bekannt sind und diese in stets aktualisierter Version vorliegen.

Um die Mitglieder der Verbände Druck und Medien dabei zu unterstützen, stellt der bvdm jährlich ein aktualisiertes Rechtskataster zur Verfügung. Ein Rechtskataster listet die für das Unternehmen zutreffenden Rechtsvorschriften und Zuständigkeiten auf. In ihm sind alle für den Standort relevanten Vorschriften, Verordnungen, Richtlinien, Entscheidungen, Gesetze, Regeln, Satzungen und Betriebsauflagen enthalten. Für die Zertifizierungen, aber auch für die betriebliche Übersicht ist es ein wichtiges Instrument.

Das reibungslose Zusammenspiel von Maschinen, Geräten, Software und Materialien sowie deren problemlose Handhabung durch die damit arbeitenden Menschen haben einen entscheidenden Einfluss auf die Wirtschaftlichkeit der Unternehmen. Gleichzeitig sind diese Komponenten Grundlagen für innovative Produkte und Prozesse sowie die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle.

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

# Technik + Forschung

# Drum prüfe, wer sich ewig bindet ...

Neue Richtlinie für die  
technische Abnahme von  
Bogenoffsetdruckmaschinen

Für jede Druckerei ist es ein besonderes Ereignis, eine neue Druckmaschine in Betrieb zu nehmen. Umso wichtiger, dass das oft millionenteure Schwermetall jene Aufgaben auch erfüllt, für die es angeschafft wurde. Sicherheit schafft da eine technische Abnahmeprüfung. Der Bundesverband Druck und Medien bietet dafür seit März 2018 eine neue Prüfrichtlinie an.

### Wozu eine Prüfrichtlinie?

Die Prüfrichtlinie legt Qualitätsanforderungen fest, die jede neue Bogenoffsetdruckmaschine mindestens erfüllen muss. Eine bestandene Abnahmeprüfung bietet Schutz gegen versteckte Mängel, die sich im Laufe der Zeit zu einem kapitalen Maschinenschaden auswachsen können. Aus diesem Grund beteiligen sich einzelne Maschinenversicherer sogar an den Kosten der technischen Abnahmeprüfung.

## Der bvdm hat die neue Richtlinie mit dem VDMA abgestimmt.

Damit Druckereien und Druckmaschinenhersteller die Prüfanforderungen nicht jedes Mal bei Vertragsabschluss individuell aushandeln müssen, hat der bvdm die Richtlinie mit dem Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA) abgestimmt. Es genügt also, wenn die Vertragsparteien beim Maschinenkauf vereinbaren, die Druckmaschine nach der von beiden Branchenvertretungen empfohlenen bvdm-Richtlinie abzunehmen.

### Was ist neu?

Die bisherige Prüfrichtlinie aus dem Jahr 2003 wurde einer umfassenden Modernisierung unterzogen. Sowohl der Katalog der Prüfkriterien und die Gestaltung der Testformen als auch die Beschreibung der

Prüfabläufe haben eine gründliche Revision erfahren. Prüfungsgeschwindigkeit und Grenzwerte wurden dem aktuellen Stand der Technik angepasst. Um eine bessere Vergleichbarkeit der Druckwerke zu erreichen, sind nun alle Druckwerke mit der Skalenfarbe Cyan abzudrucken.

Neu hinzugekommen sind die Prüfparameter Übergabepasser, Druckwerkspreizung und druckwerkbezogene Tonwertstabilität. Dagegen ist die absolute Höhe der Tonwertzunahme heute kein K.-o.-Kriterium mehr, denn sie lässt sich durch die CtP-Übertragungskennlinie steuern.

Die Richtlinie gilt nun auch für lange Maschinen mit mehr als zwölf Druckwerken sowie für das Supergroßformat bis 2,05 Meter Druckbreite. Sie enthält außerdem Regelungen für Druckmaschinen, bei denen vor, zwischen und nach den Druckwerken Lackier- und Trockenaggregate angeordnet sind.

### Wer prüft die Druckmaschine?

Die wenigsten Druckereien verfügen über die für eine qualifizierte Druckmaschinenprüfung erforderliche Messgeräteausstattung. Ohnehin empfiehlt es sich, mit dieser Aufgabe einen Spezialisten zu betrauen, der über entsprechende Erfahrungen verfügt und sowohl von der Druckerei als auch vom Druckmaschinenhersteller als unparteiische Instanz akzeptiert wird. Die Experten der Landesverbände des bvdm bzw. deren PrintXMedia-Beratungsgesellschaften verfügen über diese Voraussetzungen und beraten auch schon bei der Planung einer Druckmaschineninvestition.

# Treffpunkt Technik 2017 – Impulsgeber für die Branche

Faszinierende Perspektiven auf die Branchenzukunft lieferte der Treffpunkt Technik am 19. und 20. Oktober in Berlin. In Plenarvorträgen und Themenpanels präsentierte die Veranstaltung des Bundesverbandes Druck und Medien Potenziale technischer Innovationen für Strategien und Geschäftsfelder der Druck- und Medienunternehmen.

## „Markt der Möglichkeiten – Möglichkeiten für Märkte“

Unter diesem Motto stand das Forum Innovation des Treffpunkt Technik am ersten Veranstaltungstag. Moderiert von Matthias Tietz, Geschäftsführer der Rheinisch-Bergischen Druckerei GmbH und Vizepräsident des bvdm, boten neun Fachvorträge den über 120 Teilnehmern spannende und informative Einblicke: etwa in die Möglichkeiten der Nutzung mobiler Endgeräte im Drucksaal, die intelligente Vernetzung von Prozessen mit passgenauen Softwarelösungen und die Geschäftsfeldentwicklung mit Hilfe von Unternehmenspartnerschaften.

Höhepunkt des Forum Innovation war „yolandi.workerbot“, die Pressesprecherin der Robozän GmbH aus Berlin – und selbst eine Roboterdame. Sie erläuterte, wie humanoide Roboter als Leiharbeiter auch in der Druckindustrie Auftragsspitzen auffangen können. Schließlich erfordern gerade komplexere Druckerzeugnisse noch viel manuelle Arbeit.

## Offene Panels als Diskussionsforen

In sieben Themenpanels diskutierten die Teilnehmer am zweiten Tag in kleineren Gruppen. Hier ging es unter anderem um Geschäftsmodelle im Bereich Digitalmedien, die Zusammenarbeit mit der Zulieferindustrie in den Zeiten von Druckindustrie 4.0, die Absicherung von Investitionen in Bogenoffsetdruckmaschinen, Digitaldrucksysteme und Zeitungsrotationen, aktuelle Erfahrungen mit dem Prozessstandard Offsetdruck,

die Bedeutung von Umweltzertifikaten bei der nachhaltigen Druckproduktion sowie die praxiserprobte Anwendung von Umweltvorschriften. Die Panels, hervorgegangen aus den Technik-Gremien des bvdm, wurden in diesem Jahr erstmals öffentlich angeboten und erfreuten sich regen Zuspruchs.

## Leitveranstaltung für innovative Konzepte

„Der Treffpunkt Technik hat sich als Leitveranstaltung zu innovativen technischen Aspekten der Druck- und Medienindustrie etabliert“, freut sich bvdm-Hauptgeschäftsführer Dr. Paul Albert Deimel über den ausgezeichneten Zuspruch zur Veranstaltung. „Die Impulse, die regelmäßig aus diesem Veranstaltungsformat hervorgehen, bereichern die Teilnehmer wie auch die zukunftsorientierte Arbeit der Verbände in gleicher Weise.“

Im Jahr 2018 findet der Treffpunkt Technik am 27. und 28. September statt – mit einem neuen Namen, der das über die letzten Jahre weiterentwickelte inhaltliche Konzept der Veranstaltung deutlich unterstreicht: Treffpunkt Innovation.

*Harry Belz, Referent Technik des bvdm, im Dialog mit Teilnehmern des Treffpunkt Technik.*



*Matthias Tietz, Geschäftsführer der Rheinisch-Bergische Druckerei GmbH und Vizepräsident des bvdm, führte durch den Tag.*



*Verschiedene Arbeitsfelder,  
verschiedene Perspektiven:  
Die Podiumsdiskussion  
bot spannende Ausblicke  
auf das Thema Print 4.0.*



*Mobil, flexibel, effizient:  
yolandi.workerbot, Presse-  
sprecherin der Robozän GmbH,  
der weltweit ersten Zeitarbeits-  
firma für humanoide Roboter.*

## Systemprüfung Digitaldruck

Mit der wachsenden Bedeutung des Digitaldrucks steigen auch die Anforderungen an die Qualität und Verfügbarkeit der Systeme.

Eine in Kürze erscheinende Prüfrichtlinie erlaubt es nun endlich auch, Digitaldrucksysteme nach branchenweit akzeptierten Kriterien auf Herz und Nieren zu prüfen. Der Fokus liegt auf elektrofotografischen Vierfarben-Bogendigitaldrucksystemen mit einem Druckformat bis DIN A3+, für die bereits ein gut abgesichertes Prüfinstrumentarium zur Verfügung steht.

### Heterogene Systemanforderungen

Die Prüfrichtlinie wurde gemeinsam von bvdn und Fogra von Grund auf neu entwickelt, denn die Digitaldruck-Technologie stellt völlig andere Anforderungen an die Druckmaschinenprüfung als der Offsetdruck, für den es schon lange Prüfrichtlinien gibt. Darüber hinaus sind die Eigenschaften der Digitaldrucksysteme genauso heterogen wie die Anforderungen, die Druckereien an sie stellen. Dementsprechend beschreibt die Richtlinie zwar Testformen, Prüfablauf und Kenngrößen; die einzuhaltenden Sollwerte unterliegen jedoch der freien Vereinbarung zwischen Käufern und Anbietern.

### Hilfe bei der Systemauswahl

Damit stellt die Prüfrichtlinie auch ein wertvolles Instrument zur Systemauswahl dar. Die definierten Prüfkriterien ermöglichen erstmals einen objektiven Systemvergleich: Anbieter können die Qualitätseigenschaften ihrer Systeme beschreiben und Druckereien sind dadurch in der Lage, das Marktangebot mit ihren Anforderungen an die Druckqualität abzugleichen. Zur Orientierung enthält die Richtlinie zu jedem Prüfparameter auch offsettypische Werte, die eine ungefähre Einordnung des Qualitätsniveaus erlauben.

## UV-Druck: Status quo und Entwicklungsperspektiven

Soll man seine neue Bogenoffsetdruckmaschine mit UV-Strahlern zur Druckfarbenhärtung ausstatten? Oder gar eine vorhandene Druckmaschine entsprechend nachrüsten?

Angesichts der euphorischen Werbebotschaften der Zulieferindustrie und zahlreicher Beiträge in der Fachpresse müsste man diese Fragen unweigerlich mit Ja beantworten. Und in der Tat: Seit vor wenigen Jahren Niedrigenergie- und LED-UV-Strahler auf den Markt kamen, hat die einstige Nischentechnologie UV-Druck einen enormen Wachstumsschub erfahren.

### Neue Technologie – neue Chancen – neue Herausforderungen

Die Vorteile sprechen für sich: Der Druckbogen gelangt bereits trocken in die Auslage und kann sofort weiterverarbeitet werden. Die Farbe hat kaum noch Zeit, in den Bedruckstoff wegzuschlagen, was vor allem auf Naturpapieren die Brillanz erhöht, und zeigt auch keine Trocknungsdrift mehr. Aber muss man sich auf das Bedrucken von Natur- und Bilderdruckpapieren beschränken, wo sich dank UV-Härtung auch transparente, metallisierte und anderweitig beschichtete Papiere sowie Folien hervorragend bedrucken lassen – und das alles ohne Schutzlack und Bestäubungspuder?

Andererseits: Die zum Druck verwendeten Materialien müssen erheblich besser aufeinander abgestimmt werden als beim konventionellen Druck, die Farbe-Wasser-Balance ist schwerer einzustellen und zu halten, und auch die Anforderungen an den Gesundheitsschutz der Mitarbeiter stellen die Druckereien vor neue Herausforderungen.

### bvdm-Publikation bietet Orientierung

Es gilt also, die Vor- und Nachteile der UV-Technologie vor dem Hintergrund der geplanten Produkte und der betrieblichen Rahmenbedingungen gegeneinander abzuwägen. Die neue bvdm-Publikation „Niedrigenergie- und LED-UV-Druck – Chancen, Herausforderungen, Perspektiven.“ bietet dafür wertvolle Informationen. Sie beschreibt Märkte, vermittelt die technischen Grundlagen, stellt Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen an und widmet sich den Umwelt- und Gesundheitsschutzaspekten der Technologie.

### Fortschritte am Runden Tisch

So manche Frage, die sich im Zusammenhang mit dem UV-Druck stellt, ist allerdings noch nicht abschließend beantwortet. So weiß man zwar, dass viele UV-Druckprodukte Schwierigkeiten beim Deinken verursachen und dadurch den Altpapier-Recyclingkreislauf stören können. Wie stark der UV-Anteil im Altpapier noch wachsen darf, ohne dass die Qualität des Recyclingpapiers sichtbar leidet, lässt sich derzeit aber nur grob abschätzen. Auch vermissen UV-Anwender nach wie vor eine verlässliche Messmethode, mit der sich die vollständige Durchhärtung der Druckfarbenschicht am Ort der Druckproduktion testen lässt.

Auf Initiative des bvdm trafen sich im Juli 2017 und im Februar 2018 Vertreter der Prozesskette UV-Druck, um diese Aspekte zu klären. In einem von Druckindustrie, Druckmaschinenbau, Druckfarben- und Papierindustrie gemeinsam getragenen Forschungsprojekt sollen zunächst weitere Erkenntnisse zur Deinking-Problemik gewonnen werden.





## Weltweit unterwegs in Sachen Standardisierung

Das ISO Technical Committee 130 „Graphic Technology“ diskutiert zweimal im Jahr aktuelle Normenprojekte. Als Gründungsmitglied des TC 130 vertritt der Bundesverband Druck und Medien seit jeher die Interessen und Ziele der deutschen Druck- und Medienunternehmen. Anfang Dezember 2017 traf sich das Gremium in Surakarta auf der indonesischen Hauptinsel Java sowie Mitte April 2018 in den Räumen des DIN im Herzen Berlins.

Durch strategische Allianzen und Vernetzungen gelang es dem bvdM wiederum, seine Positionen und Argumente erfolgreich geltend zu machen. Im Vordergrund steht dabei stets, verlässliche und praxissichere Rahmenbedingungen für die deutsche Druckindustrie zu gewährleisten. Besondere Aufmerksamkeit gilt der Weiterentwicklung der zentralen Normenreihe für die Hauptdruckverfahren, ISO 12647. Das prominenteste der aktuellen Normprojekte ist jedoch PDF/X-6. Der kommende Nachfolger von PDF/X-4 basiert auf dem neuen PDF 2.0 und erlaubt Multicolorprofile, die für den Druck mit mehr als vier Farben geeignet sind und Spektraldaten berücksichtigen. Und im Bereich der Umweltschutz-Standardisierung wurde im Februar 2018 die ISO-Norm 20690 zur Bestimmung des Energieverbrauchs von Digitaldruckmaschinen verabschiedet.

### Cybersicherheit: Gefahren erkennen, vermeiden und abwehren

Gerade in der stark digitalisierten Druck- und Medienwirtschaft sind die Anforderungen an die IT-Infrastruktur der Unternehmen hoch: Neben dem allgemeinen Umgang mit Internet und E-Mail bietet der Datenaustausch mit dem Kunden zusätzliche Angriffsfläche für Cyberkriminelle. Außerdem stoßen viele Dienstleister in den Markt rund um digitale Medien vor – von der Website-Programmierung über Online-Shops bis hin zur Private Cloud.

Um Geschäftsführungen, Mitarbeiter und Administratoren bei technischen und persönlichen Entscheidungen zu unterstützen, bietet der Bundesverband Druck und Medien die Publikation „Schutz vor Cyberangriffen – Leitfaden für Betriebe der Druck- und

Medienwirtschaft“ an. Das Werk ermöglicht es, die Verhaltensregeln und technischen Anforderungen anhand umfangreicher Checklisten praktisch umzusetzen. Da die Checklisten flexibel auf allen Endgeräten verwendet werden sollen, wird der Praxisleitfaden als PDF-Formulardatei zur Verfügung gestellt.

Die Empfehlungen und Kriterien des Praxisleitfadens „Schutz vor Cyberangriffen“ stützen sich sowohl auf die Informationsschriften des Bundesamts für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) als auch auf Tests renommierter Prüflabore, Fachzeitschriften und unabhängiger Beratungsunternehmen. Die Publikation ist für Mitglieder der Druck- und Medienverbände kostenlos.

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

## MedienStandard Druck: wichtige Ergänzungen

Die Standardisierungsarbeit steht nicht still. Nach der grundlegenden Überarbeitung des MedienStandard Druck im Jahr 2016 hat der Bundesverbandes Druck und Medien bereits im März 2018 eine Aktualisierung als notwendig erachtet.

Der MedienStandard Druck, der kostenlos in deutscher und englischer Sprache verfügbar ist, wird weltweit als Grundlage für eine reibungslose Zusammenarbeit zwischen Auftraggebern, Medienvorstufe-Dienstleistern und Druckereien in der Medienproduktion genutzt. Er ist somit besonders wertvoll für global agierende Kunden, die in allen Marktregionen identische Standards für die Realisierung ihrer Printmedien vorfinden möchten. Im Mittelpunkt des MedienStandard Druck steht die Normenreihe ISO 12647, in der alle Hauptdruckverfahren sowie der digitale Prüfdruck standardisiert sind. Darüber hinaus enthält diese „Technische Richtlinien für Daten, Prüfdruck und Auflagendruck“ grundlegende Informationen über Datei- und Farbformate, Arbeitsabläufe, Prüfmittel und weitere Normen.



### Was wurde ergänzt?

Nachdem in die letzte Ausgabe 2016 unter anderem die neuen Standard-Druckbedingungen für den Offsetdruck sowie typische Digitaldruck-Szenarien aufgenommen worden waren, fügt der MedienStandard Druck 2018 diesen Übersichten notwendige Ergänzungen hinzu. Und: Alle Angaben zu neuen Arbeitsfarbräumen und ICC-Profilen – auch für den Tiefdruck – basieren erstmals durchgängig auf Messbedingungen, die optische Aufheller im Papier berücksichtigen. Außerdem werden im Bereich Kommunikation und Druck von Sonderfarben die kürzlich publizierten ISO-Normen und entsprechenden Prüfmittel in Text, Tabellen und Glossar erläutert. Der Anwendernutzen liegt im Erstellen und Kontrollieren von Druckkennlinien auf Basis von Spektral- und CIELAB-Farbdaten, womit Farbraumerweiterungen und Duotone-Anwendungen im Druck sicherer und komfortabler werden.

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

## DID-Award geht an die Kösel GmbH & Co. KG

Am 19. Oktober 2017 wurde zum 12. Mal der DID-Award für herausragende Druckweiterverarbeitungen verliehen. Die Gewinnertrophäe nahm Erik Kurtz, Geschäftsführer der Kösel GmbH & Co. KG aus Altusried-Krugzell, für das Werk „Jubiläumsband 50 Jahre Stiftung Buchkunst“ entgegen. Der Jubiläumsband zur Sonderausstellung „50 Bücher – 50 Jahre“ unterstreicht das Motto des fünfzigsten Jahres der Stiftung Buchkunst: „Wir feiern die Schönheit der Bücher.“

Die Jury begründete ihre Entscheidung folgendermaßen: „Die einzigartige Covertechnik ist eine innovative Verarbeitung, die technisch einwandfrei umgesetzt wurde. Durch die neuartige Lamello-Covertechnik liegt das Buch perfekt in der Hand. Gelungen werden die Bücher innerhalb des Buches in Szene gesetzt. Der Anspruch des DID-Award an Innovationskraft und Kreativität wird durch diese neuartige Druckweiterverarbeitung vollends erfüllt.“

Neben der Kösel GmbH & Co. KG, die die Druckweiterverarbeitung bewerkstelligte, war auch die design-plus GmbH an der Herstellung beteiligt.



Der DID-Award für Druckweiterverarbeitung wird gestiftet von der Gruppe Druckweiterverarbeitung im Deutschen Institut Druck (DID). Der Wettbewerb soll besonders gelungene, innovative und kreative Lösungen der industriellen Druckweiterverarbeitung hervorheben und auf die vielfältigen Möglichkeiten in diesem Segment aufmerksam machen.



Print ist Kommunikation: Ob als Buch oder Presseerzeugnis, als ansprechend gestaltete Verpackung, als Werbemittel, das erfolgreich zum Kauf anregt, oder als individuell bedrucktes Geschenk. Jedes Druckerzeugnis transportiert auch eine Botschaft.

Kommunikation ist Print: Keine Branche, kein Wirtschaftszweig verzichtet im eigenen Kommunikationsmix auf Print. Facebook schaltet ganzseitige Anzeigen, Onlinehändler drucken Kataloge, selbst Videospielehersteller setzen auf Print.

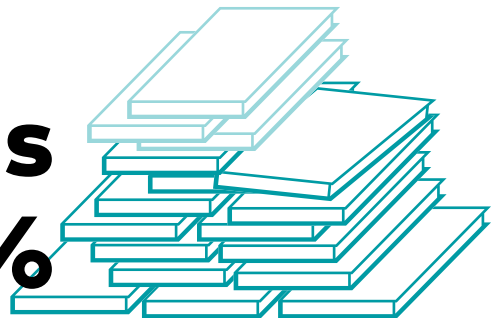
Print ist Kommunikation – Kommunikation ist Print: So lautet auch das Credo, nach dem der Bundesverband Druck und Medien handelt, wenn es darum geht, der deutschen Druckindustrie Geltung zu verschaffen. Davon zeugen nicht zuletzt das neue Verbändemagazin NUTZEN – natürlich gedruckt – und die erfolgreiche Kommunikationsarbeit des Verbandes auf allen Kanälen.

**Öffentlichkeitsarbeit**

# Die Renaissance von Print

Verlässlichkeit, Beständigkeit, Ruhe,  
Inspiration: 2017 war das Jahr, in dem die  
verunsicherte Gesellschaft sich auf die  
Stärken von Print zurückbesonnen hat.

# Um bis zu 18%



nahm die Reichweite  
großer, überregionaler Zeitungen zu.

Die „beste Zeit seit 50 Jahren, vielleicht sogar seit seines Bestehens“ attestierte Markus Dohle, Chef von Penguin Random House, im Interview mit dem „Handelsblatt“ im Oktober 2017. Denn weltweit profitieren die Buchmärkte von einer wachsenden Weltbevölkerung, dem zurückgehenden Analphabetismus und dem demografischen Wandel.

## **Start-ups und Online- unternehmen setzen auf gedruckte Medien.**

Voreilige Prognosen, die an der Realität zerschellen, scheinen ein Grundmerkmal unserer Zeit zu sein. Das gilt nicht nur für die US-Präsidentenwahl mit ihrem irritierenden Ausgang, sondern auch für die Trends der Mediennutzung.

Während Online-Medien noch vor kurzer Zeit als Verheißung und Rettung der Demokratie gepriesen wurden, diskutiert man heute ihren schädlichen Einfluss auf Wahlen und hinterfragt, wie nachhaltig soziale Medien sind, die vor allem als Vehikel für Hass und Hetze dienen – verbreitet von Bots und Algorithmen.

Zeitungen hingegen sind in Deutschland nicht nur weiterhin mehrheitsfähig, sondern konnten 2017 Leser hinzugewinnen: Große überregionale Titel steigerten ihre Reichweite um bis zu 18%. Für Magazine gilt: Es wird gedruckt wie nie zuvor. In der Unternehmenskommunikation setzen sogar Start-ups und Onlineunternehmen auf gedruckte Medien wie Flyer, Broschüren und Kataloge. Und Etiketten, Kalender, funktionaler Druck, Dekor- und Textildruck oder Large Format erleben eine Nachfrage wie kaum je zuvor.

# „Gestochen scharf – Perfekt veredelt“

Freie Stellen, die dringend auf Bewerber warten, zeugen von dem hohen Bedarf an Nachwuchskräften in der Druckindustrie. Einige Betriebe befürchten aufgrund des Fachkräftemangels bereits Engpässe in der Produktion. Die Verbände Druck und Medien unterstützen die Betriebe deshalb seit September 2017 mit einer Kampagne bei der Nachwuchsrekrutierung.

„Was gefällt dir besonders gut an deinem Beruf?“

„Die Frühschicht.“

Tobias Hoffmann, angehender Medientechnologe Druck bei Mail Druck + Medien GmbH, im Kurzinterview auf [www.druckindustrie.de](http://www.druckindustrie.de)

Und die hat es in sich: Zwei aufmerksamkeitsstarke Keyvisuals werben unter dem Motto „Gestochen scharf – Perfekt veredelt“ für die Branche. Sie vermitteln, dass hier Menschen willkommen sind, die ihren eigenen Stil haben. Dass man sich in der Druckindustrie nicht „verbiegen“ muss, dass sie jungen Erwachsenen eine berufliche Zukunft bietet und die Branche cool ist.

Genutzt werden die Motive für Plakate, Flyer, Banner, Anzeigen, Social Media, Roll-ups, Messeauftritte und vieles mehr. Verbandsmitglieder können sie an ihre eigenen Bedürfnisse anpassen, mit ihrem Firmennamen und Logo versehen und sie dann direkt für ihre Nachwuchswerbung nutzen.

„Es ist ein großartiges Gefühl, die letzte Person im Ablauf zu sein, die das Produkt nach Kundenwünschen fertigt.“

Elena Friedrich, angehende Medientechnologin Druckverarbeitung bei Beisner Druck GmbH & Co. KG, im Kurzinterview auf [www.druckindustrie.de](http://www.druckindustrie.de)

Mit [www.druckindustrie.de](http://www.druckindustrie.de) betreibt der Bundesverband Druck und Medien die zentrale Landingpage zur Kampagne. Hier werden die Berufe unserer Branche zielgruppengerecht vorgestellt. Auszubildende werben selbst mit Kurzinterviews und Videos für ihre Berufe. Auf einer Ausbildungsplatzbörse finden interessierte Jugendliche freie Stellen in ihrer Nähe. Unternehmen können einen Leitfaden für die Anwerbung von Jugendlichen herunterladen.

Die Verbände Druck und Medien setzen die Kampagne gezielt zur Unterstützung ihrer Mitgliedsbetriebe ein: Sie werben mit Plakaten in hoch frequentierten U-Bahn-Stationen, auf Ausbildungsmessen, mit Edgar-Cards in Schulen, auf T-Shirts, mit Anzeigen in Amts- und Ortsblättern, in Newslettern und mit gezielter Pressearbeit weit über die Branchenmedien hinaus.





# Print macht immer mehr draus

Die Kampagne „Print macht mehr draus“ sorgt seit der drupa 2016 für Klicks, Retweets, Likes und vor allem Aufmerksamkeit für Print in der breiten Öffentlichkeit. Und sie wird von uns regelmäßig und oft tagesaktuell ergänzt.



## Print macht Druck

Wer politisch etwas bewegen will, muss Druck aufbauen. Als CDU, CSU, FDP und Grüne noch die Jamaica-Koalitionsverhandlungen führten, nutzten Interessenverbände die Reichweite von Print. So werden die Entscheider erreicht, auf die es ankommt. Und zugleich wird die breite Öffentlichkeit bewegt.



## Print erobert Millionen

Vor 150 Jahren erschien das erste Reclam-Büchlein: Goethes Faust. 50 Jahre später feierte Schillers Wilhelm Tell einen Auflagenrekord: 2,3 Mio. verkaufte Exemplare. In den 1950er-Jahren eroberten Taschenbücher endgültig den deutschsprachigen Literaturmarkt.



## Print kickt

Es gibt die Bibel und es gibt ... DIE BIBEL. Seit mehr als fünfzig Saisons und Ausgaben ist das Kicker Sonderheft Pflicht für Fans aller Clubs aus allen deutschen Ligen. Zum Saisonstart 2017/2018 der Fußball-Bundesliga wünschten wir eine spannende Saison.



## Print macht Gamer zu Bastlern

Der Spielkonsolenhersteller Nintendo überraschte im Herbst 2017 Branche, Fans und Öffentlichkeit mit einer völlig neuen Spielidee, die Print und Gaming auf unnachahmliche Art verknüpft.

# Engagiert für Print

„Höher! Schneller! Weiter!“ gilt nicht nur im Sport, sondern auch in der Kommunikation. Der bvdM setzt noch das Motto „Effektiv, ergiebig, nachhaltig“ obendrauf, denn es geht darum, Print offensiv zu vermarkten und den Interessen der Branche in der Politik Gehör zu verschaffen.

Effektiv heißt dabei, das richtige Instrument für die richtige Botschaft einzusetzen. Das kann eine kurze Twitter-Botschaft sein oder die klassische Pressemitteilung.

Ergiebig ist Kommunikation, wenn sie Menschen tatsächlich erreicht. Was so einfach klingt, ist im vielstimmigen Chor der Kommunikation von Verbänden, Unternehmen und Influencern nicht leicht, aber der bvdM weiß, wie es geht.

Und nachhaltig? Nachhaltig ist Kommunikation, wenn sprichwörtlich „eins zum anderen führt“: Die Newsletter-Abonnentin meldet sich für eine Veranstaltung an. Der Leser des Magazins NUTZEN abonniert den Newsletter und erfährt vier Mal im Jahr, was er schon immer über Print wissen wollte.

Effektiv, ergiebig, nachhaltig eben. Und das auch in den vergangenen 12 Monaten wieder mit Erfolg:

**23.555**

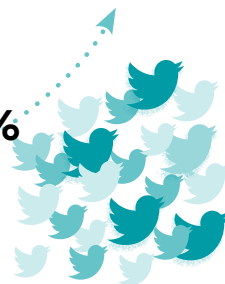
Mal wurden die Newsletter des bvdM gelesen.



Um

**+ 8,35%**

stieg die Anzahl der Follower auf Twitter.



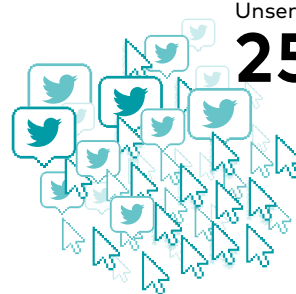
Unsere Tweets haben

**256.816**

Personen erreicht und über

**1.000**

Interaktionen generiert.



**+ 2,29%**

verzeichnet die Abonnentenzahl des bvdM-Newsletters.



Über

**500**

Mal wurden Meldungen, Daten und Fachinformationen des bvdM von den Medien aufgegriffen.



**35.147**

Besucher informierten sich auf der bvdM-Homepage.

**107.000**

Mal wurden Unterseiten aufgesucht.



Über

**20.000**

Exemplare des Verbändemagazins NUTZEN wurden gedruckt und versandt.



## Interesse?

Twitter @der\_bvdM

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

Newsletter abonnieren [www.bvdM-online.de/newsletter](http://www.bvdM-online.de/newsletter)

# NUTZEN kommt von nützlich

Am 22. Juni 2017, pünktlich zum Deutschen Druck- und Medientag, war er da. Druckfrisch: NUTZEN. Die erste Ausgabe des gemeinsamen Mitgliedermagazins des bvd/m und aller Landesverbände Druck und Medien.

NUTZEN bezeichnet in der Druckersprache, mehrere Vorlagen auf einem Bogen zu drucken. Das spart Ressourcen, ist wirtschaftlich und effizient. Und davon profitieren Drucker und ihre Kunden. NUTZEN zu bringen ist entsprechend auch das Ziel, das die Verbände mit dem neuen gemeinsamen Magazin verfolgen.

Die Vorarbeiten für die Erstausgabe waren erheblich. Zunächst die Entscheidung, dass NUTZEN sich nicht nur an Verbandsmitglieder richtet, sondern auch an die Politik, andere Verbände oder Kammern, denen die Relevanz von Print präsentiert werden soll. In diesem Sinne galt es, ein Redaktionsteam – bestehend aus Mitarbeitern des bvd/m sowie Kollegen aus den Landesverbänden – zu etablieren. Eine gestalterische Linie wurde definiert, inhaltliche Schwerpunkte und

Rubriken benannt. Und: Jeder Landesverband sollte die Möglichkeit haben, sich in seinem Verbandsgebiet mit einem eigenen mehrseitigen Regionalteil in der Heftmitte präsentieren zu können.

Jetzt – knapp ein Jahr später – liegen bereits fünf Ausgaben des NUTZEN vor, die Print und die Druckindustrie in vielen Facetten beleuchten. Politisch zur Bundestagswahl, aufmerksamkeitsstark zum Thema Nachwuchswerbung, grün wenn es um klimaneutrales Drucken geht, sportlich anlässlich der Fußball-WM. Und: Schon mit der vierten Ausgabe waren sämtliche Landesverbände mit eigenen Regionalteilen vertreten. Das spricht für den NUTZEN. Und seinen Nutzen.



Der **ddk2019** findet im bewährten Format am 6. Februar 2019 in Düsseldorf statt.

*Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdm, und Sabine Geldermann, Director drupa, eröffnen den dritten Digitaldruck-Kongress in Düsseldorf.*



## Digitaldruck-Kongress trifft den Nerv der Branche

Mit über 200 Teilnehmern, spannenden Vorträgen und Diskussionen war auch der dritte Digitaldruck-Kongress (ddk) am 15. Februar 2018 in Düsseldorf ein Erfolg. Damit haben die Verbände Druck und Medien erneut gezeigt, welche Relevanz das Thema hat und in Zukunft haben wird. Präsentiert wurden innovative Geschäftsmodelle und Produkte, Transformationsprozesse vom Offset- zum Digitaldruck sowie Leistungen, mit denen sich Druck- und Mediendienstleister erfolgreich im Markt positionieren. „Der Digitaldruck – verknüpft mit ausgefeiltem Datenmanagement – bietet insbesondere in Nischenmärkten und für besonders anspruchsvolle Zielgruppen Lösungen, mit denen sich attraktive Geschäftsfelder aufbauen und neuen Kunden gewinnen lassen“, betonte Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes Druck und Medien, in seiner Eröffnungsrede.

Bereits der traditionelle Vorabend des Kongresses bot beste Gelegenheiten zum fachlichen Austausch zwischen Profis, die im stark wachsenden Segment Digitaldruck aktiv sind. Dazu gehörten Traditionsunternehmen ebenso wie Start-ups, Anwender genauso wie deren Kunden.

Bewährt hat sich auch in diesem Jahr das Veranstaltungskonzept „Anwender präsentieren für Anwender“. Auf dieser Ebene werden Themen, Herausforderungen, Chancen, Probleme und Lösungsansätze unabhängig vom Angebot einzelner Hersteller oder Zulieferer diskutiert.

Über den Kongress hinaus bieten die Verbände Druck und Medien Unternehmen eine große Palette an Werkzeugen, um sich erfolgreich dem digitalen Wandel zu stellen und neue Technologien optimal zu nutzen. Diese reichen von der Prüfung und Zertifizierung der technischen Voraussetzungen im Betrieb über Investitionsplanungen bis hin zur umfassenden Qualifizierung von Mitarbeitern. Unterstützt wurde der ddk2018 von den Firmen Canon, CloudLab, DocSolutions, efi, FKS, Heidelberg, Konica Minolta, der Medienversicherung, Obility, Papier Union, RICOH, Steube, technotrans und Xerox.

Applaus für die Redner gab es reichlich auf dem ddk2018.



Berufsbilder und Qualifikationen werden von den Verbänden kontinuierlich den Anforderungen der Unternehmen angepasst, erläutert Dr. Paul Albert Deimel, bvdv.

(v.l.n.r.) Jörg Eickelpasch, Dominik Romer, Robert Höllein, Jens Meyer, Carola Gather, Dr. Paul Albert Deimel, Patrick Jarzabek, Sabine Geldermann, Jens Beckmann, Dirk Hentschler, Johannes Petrasch, Guido Weigand, Julian Jost.



Oben: Berlin, Brüssel, Bayern im Dialog. Bettina Knappe (bvdv), Beatrice Klose (Intergraf), Holger Busch (Geschäftsführer des Verbandes Druck und Medien Bayern).



Die ddk-Partner Canon und CloudLab im Gespräch mit den Moderatoren Udo Eickelpasch (links) und Jens Meyer (rechts), beide PrintXMedia.



Rechts: Fachlicher Austausch auch in den Pausen mit Oliver Curdt, Geschäftsführer des Verbandes Druck + Medien Nord-West (Mitte).

# Deutscher Druck- und Medientag 2017: Weg frei für gutes Unternehmertum

Die Jahrestagung des Bundesverbandes Druck und Medien stand 2017 ganz im Zeichen der Politik. Über 240 Teilnehmer verfolgten am 22. Juni im Kempinski Hotel Bristol Berlin interessante Vorträge von Politikern und politischen Interessenvertretern.

Steffen Kampeter, Hauptgeschäftsführer der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände, referierte zu den Ausgangsbedingungen der Wirtschaft vor der Wahl. Eindringlich warb er mit dem Leitsatz „Mehr Wirtschaft wagen!“ dafür, in der anstehenden Wahlauseinandersetzung die legitimen Interessen des Unternehmertums verstärkt in den Blick zu nehmen.

Herzliche Grüße von Angela Merkel aus Brüssel übermittelte Peter Altmaier, damals Bundesminister für besondere Aufgaben und Chef des Bundeskanzleramtes. In seinem Vortrag präsentierte er einen eindrucksvollen Überblick über das Erreichte und die anstehenden Aufgaben der Politik – in Deutschland und in Europa. Man dürfe den Kampf um das gedruckte Wort nicht aufgeben, stellte Altmaier in einem leidenschaftlichen Appell für Print zu Beginn seiner Rede klar.

Dr. Markus Lorenz, Partner bei The Boston Consulting Group (BCG), schloss das Unternehmerforum mit dem wohl wichtigsten Zukunftsthema der Branche ab: Print 4.0 und die Zukunft des Druckens. Lorenz, der digitale Druckmaschinen für industrielle Anwendungen baute, bevor er 2002 zu BCG kam, bot spannende Einblicke in den voll digitalisierten, vernetzten und weitgehend automatisierten Drucksaal der Zukunft.

Den Abend der Deutschen Druckindustrie verbrachten die Teilnehmer im Spreespeicher im neuen Medienzentrum am Berliner Osthafen. Höhepunkt des Abends war ein Grußwort des Regierenden Bürgermeisters von Berlin, Michael Müller, der viele Jahre als selbstständiger Drucker tätig war und die Branche daher wie wohl nur wenige Politiker kennt.

*Die Jahrespressekonferenz 2017 des Bundesverbandes Druck und Medien.*



*Oben: Networking und Gespräche auf dem Deutschen Druck- und Medientag 2017.*

*Wolfgang Poppen, Präsident des bvdm, eröffnet das Unternehmerforum des Deutschen Druck- und Medientages 2017.*





(v.l.n.r.) Wolfgang Poppen, Präsident des bvdm, Peter Altmaier, damals Bundesminister für besondere Aufgaben und Chef des Bundeskanzleramtes, und Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdm.

Unten: Dr. Markus Lorenz, Partner bei The Boston Consulting Group, sprach zum Thema Print 4.0 und die Zukunft des Druckens.

Steffen Kampeter, Hauptgeschäftsführer der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände, referierte zum Thema „Die Wirtschaft vor der Wahl“.



Oben: Entspannte Atmosphäre und herrliche Aussicht beim Abend der Deutschen Druckindustrie an der Spree.

Rechts: Klaus Nelius (Mitte) wurde für seine ehrenamtliche Tätigkeit im sozialpolitischen Ausschuss des bvdm und in der Berufsgenossenschaft ETEM mit der Goldenen Ehrennadel des Bundesverbandes geehrt.



Michael Müller beehrte den Abend der Deutschen Druckindustrie mit einem Grußwort. Der Regierende Bürgermeister von Berlin war viele Jahre als selbstständiger Drucker tätig.



# Im Herzen Europas: Intergraf kämpft in Brüssel für die Druckindustrie

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.

## Intergraf: Unser starker Partner in Europa

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 präsentiert innovative Geschäftsmodelle



*Jens Meyer (bvdm/PrintXMedia),  
Michael Neugart (Fogra) und  
Bernd Zipper (zipcon)  
führten durch den Kongress.*

Unter der Überschrift „Leading the Competition“ lieferte das 6. Online Print Symposium am 15. und 16. März 2018 in München rund 250 Teilnehmern wertvolle Denkanstöße und reichlich Diskussionsstoff.

Onlineprinter verzeichnen auch weiterhin starke Wachstumsraten. Wegweisend dabei ist, dass sie Strategien konsequent umsetzen, neue Marktbedingungen erfassen – und auch selber initiativ neue Trends setzen und neue Zielgruppen erschließen. Das Online Print Symposium, veranstaltet von Bundesverband Druck und Medien, Fogra und zipcon consulting, präsentierte zukunftsrelevante Mechanismen und Anforderungen im Bereich E-Commerce. Die Referenten – eine spannende Mischung aus etablierten Branchenkennern und jungen Start-ups – boten verschiedene Perspektiven auf den Markt, zeigten ihre Strategien auf oder erklärten, wie der Wandel von einem klassischen Offline-Drucker zu einem erfolgreichen Onlineprinter gelang.

## Kleidung, Möbel, Autos – bei der FESPA wird alles bedruckt

Textildruck und gedruckte Innenraumausstattung waren zwei der gefragtesten Schwerpunkte der FESPA Global Print Expo 2018, die vom 15. bis 18. Mai 2018 in Berlin stattfand.

Unter dem Motto „Print Make Wear“ erlebten die Messebesucher eine interaktive Fast-Fashion-Fabrik mit Siebdruckkarussell, Wasch- und Trockeneinheiten, digitalem Direct-to-Garment-Druck, Zuschnitt- und Nähbereich sowie Geräten zum Schweißen und Verzieren.

In einer Live-Produktionsumgebung wurden die Sieb- und Digitaldruckverfahren für Textilien Schritt für Schritt demonstriert, von den ersten Entwürfen bis hin zum fertigen Produkt. Dabei drehte sich alles um Modetextilien, Bekleidung und bedruckte Accessoires. Die bei Print Make Wear hergestellten Textilien wurden live auf einem Laufsteg vorgeführt.

Das bewährte Format Printeriors präsentierte gedruckte Innenraumausstattung in Gestalt einer Flughafenlouge der Zukunft im Eingangsbereich der Messe Berlin.

Möbel, Wand- und Bodenbeläge, Fenstergrafiken, Raumtextilien und weitere von Ausstellern der FESPA 2018 bereitgestellte gedruckte Innenraumausstattungen sorgten für ein immersives Erlebnis.

Printeriors unterstrich so in einmaliger Weise das kreative Potenzial, die Vielseitigkeit und die Wirtschaftlichkeit von Druck für die Innenraumgestaltung.



Ein Wahljahr stellt die Interessenvertretung einer Branche vor besondere Herausforderungen, eröffnet aber auch große Chancen. Selten sind Öffentlichkeit, Medien und Parteien offener für politische Positionen der Wirtschaft. Aber auch die Schlagzahl an Positionierungen, Meldungen und Wortbeiträgen ist selten höher als zu Wahlkampfzeiten. Um sich in diesem Umfeld zu behaupten, hat der bvdm schon Anfang 2017 eine Strategie zur Interessenvertretung im Wahljahr erarbeitet und diese bis zum Abschluss des Koalitionsvertrages konsequent verfolgt. So konnte die politische Sichtbarkeit des Verbandes und der Branche erhöht werden. Und es wurde erneut eine belastbare Grundlage geschaffen, auf der die Interessenvertretung in der laufenden Legislaturperiode aufbauen kann.

# Lobbying

# Leitplanken der Lobbyarbeit: die politischen Grundsatzpositionen des bvdm

Die Unternehmen der Druck- und Medienindustrie haben ein substantielles Interesse an vernünftigen Rahmenbedingungen, um auch zukünftig erfolgreich ihre Leistungen erbringen zu können. Mit der Bundestagswahl 2017 wurden die Karten neu gemischt, neue Köpfe und neue Ressorts werden die kommenden Jahre prägen. Für den Bundesverband Druck und Medien bedeutet das einmal mehr, klare Positionen zu beziehen und sie in Berlin mit starker Stimme konsequent zu vertreten.



Welche Themen betreffen die Druck- und Medienbranche in besonderer Weise? Worauf sollen sich die Lobbying-Aktivitäten im Wahlkampf und danach konzentrieren? Was kann man vernachlässigen?

Um diese Fragen zu beantworten, hat sich der bvd m rechtzeitig vor der Bundestagswahl in einen intensiven Austausch mit seinen Gremien und Mitgliedern begeben.

Das Ergebnis – die Grundsatzpositionen des bvd m – ist „Druckindustrie pur“: Themen, die die Wettbewerbsfähigkeit, den Erfolg und die Zukunft der Branche maßgeblich und auf lange Sicht bestimmen. Denn die Langlebigkeit der Positionen war ein wesentliches Ziel des Prozesses: Sie bestimmen die Interessenvertretung des bvd m und werden konsequent bei politischen Entscheidungsträgern eingefordert werden.

Die Grundsatzpositionen des bvd m decken die folgenden Themenfelder ab:

- ① Abbau unnötiger Bürokratie
- ② Begrenzung von Belastungen durch Sozialabgaben
- ③ Flexibles Arbeitsrecht im Sinne der Unternehmen
- ④ Stärkung von Tarifautonomie und Sozialpartnerschaft
- ⑤ Ausrichtung der digitalen Infrastruktur an der Leistungsfähigkeit der Unternehmen
- ⑥ Erleichterung von Forschung und Innovation
- ⑦ Aufwertung der Fachkräfteausbildung
- ⑧ Ausbau der Berufsschulqualität
- ⑨ Schaffung eines angemessenen Datenschutzes mit klaren Regelungen
- ⑩ Erhalt des ermäßigten Umsatzsteuersatzes für Printprodukte
- ⑪ Keine Schädigung der Betriebe durch Besteuerung der Substanz
- ⑫ Gewährleistung der Werbefreiheit
- ⑬ Umweltschutz in sinnvollen Bahnen
- ⑭ Faire Energiepolitik für unsere energieabhängige Branche

Online sind die Grundsatzpositionen verfügbar unter [www.bvd m-online.de/lobbying](http://www.bvd m-online.de/lobbying)

## Den Parteien auf den Zahn gefühlt

Wie positionierten sich die Parteien vor der anstehenden Bundestagswahl in den Politikfeldern, die für die deutsche Druck- und Medienwirtschaft besonders relevant sind? Wahlprüfsteine sind ein verbreitetes Instrument, um die interessierte Öffentlichkeit, aber auch die Parteien selbst für die jeweils eigenen Themen zu sensibilisieren.

Der bvdm hat auf Basis seiner Grundsatzpositionen einen Fragenkatalog erstellt und die Unionsparteien, die SPD, Bündnis 90/Die Grünen, Die Linke und die FDP um Beantwortung gebeten. Die Wahlprüfsteine mit den Antworten der Parteien wurden auf der bvdm-Homepage veröffentlicht.

Die Themenfelder umfassen Bürokratieabbau, die Zukunft der Sozialversicherung, Tarifautonomie, Digitalisierung, Forschung, Bildung, Fragen zum Urheberrecht, Datenschutz und Datensicherheit, Werbefreiheit und die Themen Umwelt- und Klimaschutz sowie Energiepolitik.

Die Wahlprüfsteine des bvdm können online gelesen werden unter [www.bvdm-online.de/lobbying](http://www.bvdm-online.de/lobbying)

„Mit unseren Wahlprüfsteinen erhalten die Unternehmen der Druck- und Medienbranche einen Überblick über die Vorhaben der Parteien und darüber, welche Partei sich am besten für ihre Belange einsetzt, ohne mehrere dicke Wahlprogramme lesen zu müssen. Die Parteien werden wiederum an die politischen Forderungen der deutschen Druckindustrie erinnert. Beides ist gut für die politische Arbeit der Verbände Druck und Medien.“

Wolfgang Poppen,  
Präsident des Bundesverbandes  
Druck und Medien

# Der Koalitionsvertrag unter der Lupe

Unmittelbar nachdem sich die Spitzen aus CDU, CSU und SPD auf den Koalitionsvertrag geeinigt hatten, hat der bvdm ihn einer umfassenden Bewertung mit Fokus auf die Belange der Druck- und Medienunternehmen unterzogen. Das ernüchternde Fazit: Die Vereinbarungen der Parteien bleiben insbesondere im Hinblick auf die Entbürokratisierung und die Sozialpolitik weit hinter den Erwartungen der Unternehmen zurück.

Gerade die kleinen und mittelständischen Unternehmen der Branche leiden jedoch schon lange unter unflexiblen Vorgaben, hohen Belastungen und ineffizienten Verwaltungsprozessen. Diesen wirtschaftsfeindlichen Rahmenbedingungen sowie der sichtlich zunehmenden Regelungswut oder womöglich dem Versuch, erneut die Freiheiten der Werbewirtschaft zu beschneiden, wird der bvdm daher entschieden entgegenzutreten.

Begrüßt werden der im Bereich Bildung geplante Schulterschluss zwischen Bund und Ländern, das Festhalten am ermäßigten Mehrwertsteuersatz für Verlagserzeugnisse sowie die anvisierte Vorbereitung von Schülerinnen und Schülern auf die Anforderungen in der Digitalen Wirtschaft.

Nicht allzu viel Hoffnung setzt der bvdm in das Vorhaben, ein flächendeckendes Breitbandnetz zeitnah einzuführen. Dieses Projekt sollte bereits im Jahr 2018 vollendet sein, ist jedoch in der vergangenen Legislaturperiode trotz bereitgestellter Mittel keinen nennenswerten Schritt vorangekommen. Daher wird der bvdm seine Forderungen auch zu diesem Thema und im Schulterschluss mit starken Partnern nachdrücklich in die zukünftigen Regierungskreise einbringen.

Arbeitsmarktpolitik, Tarifautonomie, Sozialversicherung: Kaum ein politischer Bereich hat mehr unmittelbare Auswirkungen auf die Wirtschaft im Allgemeinen und die Druckindustrie im Besonderen wie das Ressort Arbeit und Soziales. Hier entscheidet sich, welchen Belastungen und bürokratischen Hürden die Unternehmen ausgesetzt sind. Daher lohnt sich ein detaillierter Blick auf die im Koalitionsvertrag festgehaltenen Vorhaben hier besonders. Die ausführliche Bewertung zu diesem Themenspektrum findet sich daher im Kapitel Sozialpolitik.

Die Kommentierung des Koalitionsvertrages kann online gelesen werden unter [www.bvdm-online.de/lobbying](http://www.bvdm-online.de/lobbying)

„Dem Titel ‚Eine neue Dynamik für Deutschland‘ werden die 177 Seiten an kaum einer Stelle gerecht.“

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



# Das Netzwerk der deutschen Druck- und Medienindustrie

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

② **Verband Druck und Medien Bayern**  
Aschheim • Nürnberg

③ **Verband Druck und Medien Hessen**  
Frankfurt am Main

④ **Verband Druck und Medien Mitteldeutschland**  
Leipzig

⑤ **Verband Druck und Medien NordOst**  
Berlin • Hannover

⑥ **Verband Druck + Medien Nord-West**  
Lünen • Hamburg • Düsseldorf

⑦ **Verband Druck und Medien Rheinland-Pfalz und Saarland**  
Neustadt an der Weinstraße

⑧ **Verband Papier, Druck und Medien Südbaden**  
Freiburg

● **Bundesverband Druck und Medien**  
Berlin

7

12

10

6

6

11

1

16

3

15

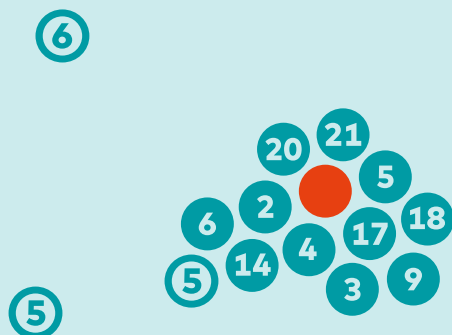
13

7

1

8





- 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 Deutschen Arbeitgeber-  
verbände (BDA) Berlin
- 6 DIN Deutsches Institut  
für Normung Berlin
- 7 FESPA Dorking
- 8 Fogra Forschungsgesellschaft  
Druck Aschheim
- 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  
Zeitschriftenverleger (VDZ)  
Berlin
- 18 ver.di – Vereinte Dienst-  
leistungsgewerkschaft  
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 2017

	<b>absolut</b>	Veränderung gegen- über Vorjahr in %
<b>Berichtskreis: Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten</b>		
Anzahl der Betriebe	556	0,2
Beschäftigte	71.153	1,5
<b>Umsatz (in Mio. Euro)</b>		
Nominal	11.651	-0,8
<i>Inlandsumsatz</i>	10.047	-1,0
<i>Auslandsumsatz</i>	1.604	0,1
· <i>mit der Eurozone</i>	965	0,8
· <i>mit dem sonstigen Ausland</i>	639	-0,8
<i>Exportquote in % (Auslandsumsatz/nominaler Umsatz)</i>	13,8	1,0
<i>je Beschäftigten (in Euro/Monat)</i>	13.646	-2,2
<i>je geleistete Arbeitsstunde (in Euro/Std.)</i>	109,59	-0,4
Real	11.697	-0,5
<b>Entgelte (in Mio. Euro)</b>		
Lohnquote (in % des Umsatzes)	22	1,6
je Beschäftigten (in Euro/Monat)	2.997	-0,6
je geleistete Arbeitsstunde (in Euro/Std.)	24,07	1,2
<b>Produktionsindizes*</b>		
Verarbeitendes Gewerbe	104,7	3,5
Druckindustrie	97,7	-0,2
<i>Drucken von Zeitungen</i>	91,5	-4,9
<i>Drucken sonstiger Erzeugnisse</i>	98,4	0,6
<i>Druck- und Mediovorstufe</i>	99,0	-0,3
<i>Druckweiterverarbeitung</i>	93,9	-3,8
<b>Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten</b>		

\*arbeitstäglich bereinigt, für nicht bereinigte Indizes gilt 2015=100

Berichtskreis Produktionsindizes: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten

Berichtskreis aller anderen Werte: Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten

Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: 14. März 2018; Berechnungen: bvdm

## 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 %
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
2016	11.204	-3,4	20.861	-1,1	20.887	-0,9	153.968	1,6
2017*	10.715	-4,4	20.835	-0,1	20.919	0,2	155.988	1,3

\*Schätzungen des bvdm; Zusätzlich zur Wirtschaftskrise fand 2009 eine Umstellung der amtlichen Klassifikation der Wirtschaftszweige statt. Beide Ursachen führten zu einem Strukturbruch der Zeitreihen.

Berichtskreis: Umsatzsteuerpflichtige Unternehmen mit über 17.500 Euro Jahresumsatz

Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: 14. März 2018; Berechnungen: bvdm

## Ausbildungsverträge in der Druck- und Medienindustrie 2016/2017

Ausbildungsbereich/ Ausbildungsberuf	Gesamtausbildungsverträge 1. bis 3. Ausbildungsjahr			Neue Ausbildungsverträge 1. Ausbildungsjahr		
	2016	2017	Veränderung in %	2016	2017	Veränderung in %
Mediengestaltung	7.958	7.857	-1,27	3.027	3.056	0,96
Mediengestalter Digital/Print	7.958	7.857	-1,27	3.027	3.056	0,96
Drucktechnik	2.490	2.479	-0,44	969	963	-0,62
Medientechnologie Druck	2.141	2.123	-0,48	821	827	0,73
Medientechnologie Siebdruck	349	356	2,01	148	136	-8,11
Druckverarbeitung	1.933	1.836	-5,02	704	691	-1,85
Medientechnologie Druckverarbeitung	673	673	0	265	267	0,75
Buchbinder	134	121	-9,70	41	40	-2,44
Packmitteltechnologie	1.126	1.042	-7,46	398	384	-3,52
<b>Gesamt</b>	<b>12.381</b>	<b>12.172</b>	<b>-1,69</b>	<b>4.700</b>	<b>4.710</b>	<b>0,21</b>

Quelle: ZFA

## Anzahl der Betriebe und sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Sparten 2017

Sparten	Betriebe			Beschäftigte		
	Anzahl	Anteil in %	Veränderung gegenüber Vorjahr in %	Anzahl	Anteil in %	Veränderung gegenüber Vorjahr in %
Druck von Zeitungen	207	2,6	-4,6	8.894	6,7	-3,2
Sonstige Druckerzeugnisse	5.906	73,1	-3,2	98.761	73,9	-1,1
Druck- und Mediovorstufe	1.434	17,7	-4,6	18.405	13,8	-1,5
Druckweiterverarbeitung	537	6,6	-2,4	7.507	5,6	-2,8
<b>Gesamt</b>	<b>8.084</b>	<b>100,0</b>	<b>-3,5</b>	<b>133.567</b>	<b>100,0</b>	<b>-1,4</b>

Berichtskreis: Betriebe mit mindestens einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten

Quelle: Bundesagentur für Arbeit; Datenstand: 14. März 2018; Stichtag: 30.06.2017; Berechnungen: bvdM

## Anzahl der Betriebe und sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Beschäftigtengrößenklassen 2017

Beschäftigten-größenklassen	Betriebe			Beschäftigte		
	Anzahl	Anteil in %	Veränderung gegenüber Vorjahr in %	Anzahl	Anteil in %	Veränderung gegenüber Vorjahr in %
1 bis 9	5.651	69,9	-4,0	17.192	12,9	-5,0
10 bis 19	996	12,3	-4,1	13.663	10,2	-4,5
20 bis 49	844	10,4	-0,1	25.659	19,2	-0,3
50 bis 99	341	4,2	-3,1	23.576	17,7	-2,2
100 bis 499	242	3,0	0,4	44.169	33,1	-0,9
500 und mehr	10	0,1	11,1	9.308	7,0	7,1
<b>Gesamt</b>	<b>8.084</b>	<b>100,0</b>	<b>-3,5</b>	<b>133.567</b>	<b>100,0</b>	<b>-1,4</b>

Berichtskreis: Betriebe mit mindestens einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten

Quelle: Bundesagentur für Arbeit; Datenstand: 14. März 2018; Stichtag: 30.06.2017; Berechnungen: bvdM

## Produktionswerte deutsche Druckindustrie 2017

	in Mio. Euro	Anteil in %	Veränderung gegen- über Vorjahr in %
Werbedrucke/Kataloge	5.163	40,6	-0,7
<i>Kataloge</i>	1.207	9,5	2,6
<i>Plakate</i>	474	3,7	1,5
<i>Geschäftsberichte</i>	43	0,3	-2,5
<i>Andere Werbedrucke und -schriften</i>	3.439	27,1	-2,1
Geschäftsdrucksachen	1.240	9,8	3,5
Zeitschriften	1.030	8,1	-2,6
Zeitungen/Anzeigenblätter	1.243	9,8	-2,5
<i>Tageszeitungen</i>	874	6,9	0,6
<i>Wochenzeitungen</i>	175	1,4	-15,1
<i>Anzeigen-/Annoncenblätter</i>	194	1,5	-3,1
Bücher/kartografische Erzeugnisse	911	7,2	-5,0
Bedruckte Etiketten	1.245	9,8	2,4
Kalender/Karten	156	1,2	5,1
Sonstige Druckerzeugnisse	1.721	13,5	2,8
<b>Summe Druckerzeugnisse</b>	<b>12.709</b>	<b>100,0</b>	<b>-0,2</b>
Druck- und Medienstufe	990	56,5	-1,2
Druckweiterverarbeitung	763	43,5	-3,4
Summe Druckleistungen	1.754	100,0	-2,1
<b>Gesamt</b>	<b>14.463</b>		<b>-0,4</b>

Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten

Quelle: Statistisches Bundesamt, vorläufige Werte; Datenstand: 12. April 2018; Berechnungen: bvdM

## Weitere bedruckte Erzeugnisse 2017

	in Mio. Euro	Veränderung gegen- über Vorjahr in %
Verpackungen (z.B. Faltschachteln, Displays etc.)	8.241	3,8
Tapeten	340	-3,2
Schreib-/Bürowaren	541	-1,5
Textilien	249	-2,7

Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten

Quelle: Statistisches Bundesamt, vorläufige Werte; Datenstand: 12. April 2018; Berechnungen: bvdM

## Indizes der Erzeugerpreise 2017

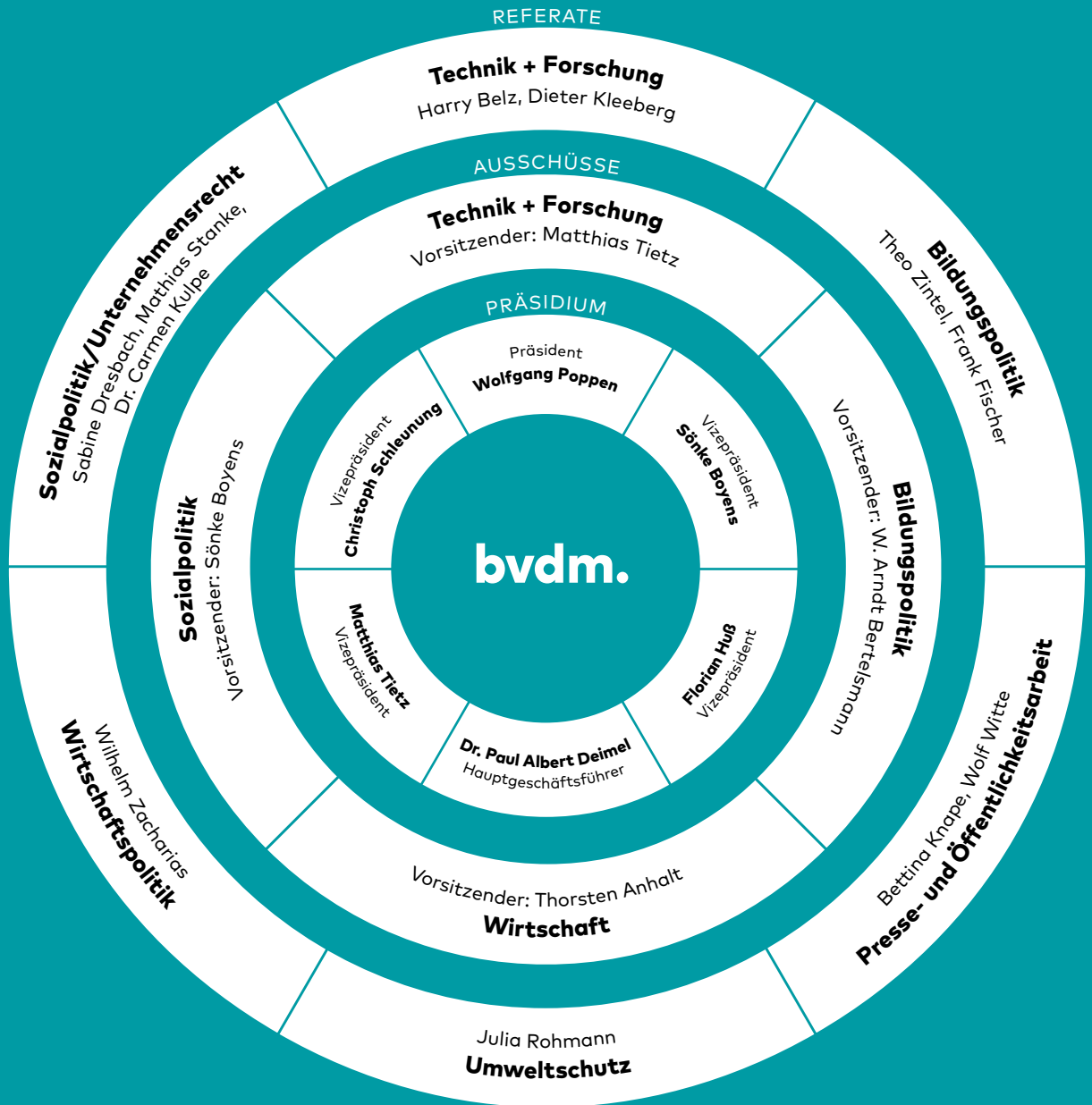
Wirtschaftszweig/ Produkt	Index (2010=100)	Veränderung gegen- über Vorjahr in %	Veränderung gegen- über 2007 in %
Verarbeitendes Gewerbe	106,0	2,6	8,2
Zeitungsdruckpapier	97,5	0,1	-20,9
Andere grafische Papiere	97,3	-1,1	0,3
Elektrischer Strom	127,6	1,6	46,2
Druckmaschinen	106,9	1,4	11,4
Druckfarben	99,6	0,1	2,4
<b>Druckereileistungen</b>	<b>99,6</b>	<b>-0,3</b>	<b>-5,6</b>

Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: 14. März 2018; Berechnungen: bvdM

## Nettowerbeeinnahmen 2017

Werbeträger	Mio. Euro	Veränderung gegen- über Vorjahr in %	Anteil in %
Tageszeitungen	2.386	-5,7	15,6
Fernsehen	4.591	0,7	30,0
Anzeigenblätter	1.857	-3,1	12,1
Publikumszeitschriften	965	-4,9	6,3
Verzeichnismedien	790	-6,5	5,2
Fachzeitschriften	834	-3,5	5,5
Außenwerbung	1.151	11,4	7,5
Hörfunk	784	2,2	5,1
Online und Mobile	1.639	8,0	10,7
Wochen-/Sonntagszeitungen	138	-4,4	0,9
Filmtheater	93	5,2	0,6
Zeitungssupplements	79	0,0	0,5
<b>Summe</b>	<b>15.307</b>	<b>-0,3</b>	<b>100,0</b>
<b>Summe Print</b>	<b>8.200</b>	<b>-2,7</b>	
<b>Printanteil</b>	<b>54%</b>	<b>-2,4</b>	

Quelle: Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ZAW; Berechnungen Print: bvdM



**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 Arbeitsausschüsse

---

**Bildungspolitik**  
W. Arndt Bertelsmann

**Sozialpolitik**  
Sönke Boyens

**Technik + Forschung**  
Matthias Tietz

**Wirtschaft**  
Thorsten Anhalt

## Vorsitzende der Fachbereiche des Ausschusses Technik + Forschung

---

**Flexografie**  
N.N.

**Medienvorstufe**  
Roland v. Oeynhausens

**Produktionsverfahren**  
Matthias Tietz

**Siebdruck**  
Hellmuth Frey

**Umweltschutz + Sicherheit**  
Oliver Hensen

## 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 +49 (0) 7 11/4 50 44 0  
Fax +49 (0) 7 11/4 50 44-15  
info@verband-druck-bw.de  
www.verband-druck-bw.de

Vorsitzender: Hartmut Villinger  
Geschäftsführer: Dr. Alexander  
Lägeler



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

Einsteinering 1a  
85609 Aschheim bei München  
Telefon +49 (0) 89/33 03 60  
Fax +49 (0) 89/33 03 61 00  
info@vdmb.de  
www.vdmb.de

Vorsitzender: Christoph Schleunung  
Geschäftsführer: Holger Busch



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

Flughafenstraße 4a  
60528 Frankfurt am Main  
Telefon +49 (0) 69/9 59 67 80  
Fax +49 (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 +49 (0) 3 41/86 85 90  
Fax +49 (0) 3 41/8 68 59 28  
info@vdm-mitteldeutschland.de  
www.vdm-mitteldeutschland.de

Vorsitzende: Christian Heinrich  
Geschäftsführerin: Antje Steinmetz



Verband Druck & Medien  
NordOst e.V.  
wissens werte vereint

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

Bödekerstraße 10  
30161 Hannover  
Telefon +49 (0) 5 11/33 80 60  
Fax +49 (0) 5 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 +49 (0) 23 06/20 26 20  
Fax +49 (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 +49 (0) 63 21/85 22 75  
Fax +49 (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 +49 (0) 7 61/79 07 90  
Fax +49 (0) 7 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

**© 2018 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**

Seite 22, Ausblick Lohnrunde 2018:  
Andreas Döring

Seite 58/58, Treffpunkt Technik 2017:  
Christian Plambeck

Seite 63: DID-Award geht an die Kösel GmbH & Co. KG:  
Christian Plambeck

Seite 72/73, Digitaldruck-Kongress trifft den Nerv der Branche:  
Joerg Friedrich

Seite 74/75, Deutscher Druck- und Medientag 2017:  
Christian Werner

Alle anderen Bilder sowie sämtliche Grafiken: bvdm

**Gestaltung**

Das Büro des Präsidenten, Berlin

**Druck und Verarbeitung**

ruksaldruck, Berlin

**Papier**

Der bvdm bedankt sich bei Sappi Europe für die Bereitstellung  
des Papiers für den bvdm-Jahresbericht 2017/2018.

Die vorliegende Publikation wurde auf Magno Volume 135g/  
m<sup>2</sup> gedruckt, für den Umschlag wurde Magno Volume 300g/m<sup>2</sup>  
gewählt, beide produziert von Sappi Europe S.A.

Gedruckt gemäß ISO 12647 ProzessStandard Offsetdruck

Weitere Informationen zum ProzessStandard Offsetdruck  
sind erhältlich unter

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





