



2018

Jahresbericht

2019

bvdm.



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

bvdm berät sich mit europäischer Umweltstrategiegruppe bei Intergraf, Brüssel

bvdm fordert Eins-zu-eins-Umsetzung der EU-Vorgaben für kleine und mittlere Feuerungsanlagen

BMU und Umweltbundesamt unterstützen bvdm-Klimainitiative erneut als besonders nachhaltig

bvdm bezieht Stellung zum Gesetzentwurf zur Stärkung des fairen Wettbewerbs

Verwertung grafischer Papiere: Hersteller, Verlage und Druckereien erfüllen erneut Selbstverpflichtung (82,2%)

1. Treffen zur Einbeziehung der Verlegerverbände in BG-ETEM-Projekt „Unfallzahlen in der Zulieferbranche“, Berlin

2. Tarifverhandlungsrunde

Koordinierungsausschuss mit bvdm, DIHK, ver.di und ZFA zu Prüfungsfragen, Bielefeld

Ende des Lohnabkommens

bvdm kritisiert öffentlich starke Papierpreis-erhöhungen und Lieferengpässe

bvdm kritisiert Entwurf der TA Luft: Forderungen übersteigen europäische Vorgaben

Auftakt Tarifverhandlungen

ver.di kündigt Lohnabkommen

Ende des Manteltarifvertrages

Juni 2018 | Juli | August | September | Oktober

2018

Deutscher Druck- und Medientag 2018, Stuttgart

bvdm-Klimainitiative erhält neues Corporate Design und neue Webseite

FESPA General Assembly, Sofia

bvdm-Besuchstour von Druckereien für Bearbeiter des EU Ecolables, Nürnberg und Kulmbach

bvdm veröffentlicht Leitfaden für Druckereien zum Verpackungsgesetz

Treffpunkt Innovation, Berlin

Jahreshauptversammlung des bvdm, Stuttgart

Beiratssitzung zum Projekt „Social Virtual Learning 2020“, Hannover

Projektstart InProD² – Inklusion in der Produktion, bvdm im Beirat

NUTZEN Ausgabe 2/2018, Schwerpunkt Sport

Jubiläum: ein Jahr Nachwuchskampagne „Gestochen scharf – Perfekt veredelt“

NUTZEN Ausgabe 3/2018, Schwerpunkt Gesundheit



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

bvdm vertritt Branche im BDA-Ausschuss Berufsbildung, Berlin



Vom bvdm mitüberarbeitetes
Güterverzeichnis für Produktions-
statistiken 2019 tritt in Kraft

bvdm vertritt Branche
im BDA-Ausschuss
Berufsbildung, Berlin

bvdm unterstützt
BDA-Stellungnahme
zur Novellierung des
Berufsbildungsgesetzes

Diskussion im Justizministerium über
mögliche Änderung des AGB-Rechts, Berlin

Einreichung Positions- und
Hintergrundpapier der Initiative
„pro AGB-Recht“

bvdm beim ZDH-Bildungsausschuss
zur Modernisierung der Standard-
Berufsbild-Positionen, Berlin

7. Tarifverhand-
lungsrunde

8. Tarifverhand-
lungsrunde –
Tarifabschluss

6. Tarifverhandlungsrunde

Februar

März

April

Mai

Juni

2. Konsortiumstreffen
zur standardisierten
Erstellung von
AR/VR-Lerninhalten,
Kassel

Bundesweite
bvdm-Roadshow
infoKompakt
zum Teilzeit- und
Befristungsrecht

Bundesweite
bvdm-Befragung
zur Ausbildungs-
und Fachkräfte-
situation der
Branche

FESPA Global
Print Expo,
München

bvdm vertritt
Branche bei
Treffen der
ISO/TC-130-
Arbeitsgruppen,
Hongkong

Pricing-Kongress,
Frankfurt am Main

Kick-off-Meeting des
IGF-Forschungsprojekts
„Deinkbarkeit von
UV-Drucken“, Leipzig

Digitaldruck-Kongress
2019 der Verbände
Druck und Medien,
Düsseldorf

Online Print Symposium,
München

bvdm stellt
Ausbildungsberufe den
Arbeitsagenturen vor

Bundesweite Befragung
zur wirtschaftlichen Lage
der Branche

DIN-NDR-Sitzung
beim bvdm,
Revisionsentwurf
ISO 12647-2, Berlin

Vorlage des
Spezifikationsentwurfs
XJDF 2.1 zur CIP4 InterOp 36
Conference, Kopenhagen

Kick-off Online-Eignungstests
für Azubis von bvdm und
u-form Testsysteme

NUTZEN Ausgabe 1/2019,
Schwerpunkt Geld

2018

Jahresbericht

2019

bvdm.

SEITE 04 **150 Jahre bvdm**

SEITE 08 **Editorial**

SEITE 10 **Wirtschaft**

- 12 Wirtschaftliche Lage der deutschen Druck- und Medienindustrie
- 17 Print international
- 18 In der Kürze liegt die Würze – das Konjunkturtelegramm
- 20 Konsolidierung in wichtigen Zuliefermärkten
- 21 Revidiertes Güterverzeichnis für Produktionsstatistiken

SEITE 22 **Sozialpolitik**

- 24 Warum hat das so lange gedauert?
- 28 Reform des Teilzeitrechts
- 29 Befristungsrecht unter Druck
- 30 Sozialversicherung – die 40%-Grenze wackelt
- 31 Mindestlohn – Erhöhung wird zum Politikum

SEITE 32 **Unternehmensrecht**

- 34 Gesetzentwurf zur Stärkung des fairen Wettbewerbs
- 36 EU-Kommission will Verbraucherrechte stärken
- 36 Umsetzung der Datenschutz-Grundverordnung
- 37 Schutz mittelständischer Betriebe

SEITE 38 **Bildung**

- 40 Ausbildungsstatistik 2018 – Anstieg bei den Neuverträgen
- 41 Social Virtual Learning 2020
- 42 Ausbildungs- und Fachkräftesituation 2019
- 43 Online-Eignungstest
- 43 Kennt jeder in der Branche – das Druck- und Medien-ABC
- 44 InProD² – Inklusion in der Produktion
- 44 bvdm-Award für den besten Ausbildungsbetrieb geht an FLYERALARM
- 45 Neue Verordnungen für Industriemeister Printmedien und Medienfachwirte
- 46 Berufsberater informieren sich über die Berufe der Druck- und Medienindustrie
- 46 WorldSkills Germany 2018
- 47 Berufsbildung 4.0
- 47 VerA verhindert Ausbildungsabbrüche

SEITE 48

Umwelt

- 50 Klimainitiative vom Umweltministerium unterstützt
- 51 Das neue Gesicht der Klimainitiative
- 52 BVT-Merkblatt geht in die finale Abstimmung
- 52 bvdm kompensiert seinen Fußabdruck
- 53 bvdm informiert über das Verpackungsgesetz 2019
- 54 Verwertungsquote vom Umweltministerium bestätigt
- 55 Immer wieder aktuell – das Rechtskataster
- 55 bvdm bezieht Stellung zum Entwurf einer Verordnung für kleine und mittlere Feuerungsanlagen

SEITE 56

Technik + Forschung

- 58 Objektive Bewertung von Digitaldrucksystemen jetzt möglich
- 59 bvdm setzt Standards
- 60 bvdm unterstützt auf dem Weg zur Druckindustrie 4.0
- 61 Engagement für sicheres und faires Online-Printing
- 62 Potenziale des UV-Drucks nutzen
- 64 Treffpunkt Innovation mit Start-up-Spirit

SEITE 66

Öffentlichkeitsarbeit

- 68 Einer für alle, alle für Print
- 70 NUTZEN bleibt nützlich
- 71 Print macht mehr draus
- 72 Digitaldruck-Kongress 2019
- 74 Greenprinting statt Greenwashing
- 76 Deutscher Druck- und Medientag 2018
- 78 Gemeinsam erfolgreich den Fachkräftenachwuchs sichern
- 79 infoKompakt
- 79 FESPA
- 80 Das Netzwerk der deutschen Druck- und Medienindustrie

SEITE 82

Insights

150 Jahre bvdm – Motor, Wegbereiter und Interessenvertreter der deutschen Druckindustrie

Der Bundesverband Druck und Medien (bvdm), Deutschlands erster Wirtschafts-, Arbeitgeber- und Fachverband, feiert in diesem Jahr sein 150-jähriges Jubiläum.



Alles begann 1869 mit einem Aufruf „An die Herren Buchdruckereibesitzer Deutschlands“ durch den Druckereibesitzer Johannes Schneider. Kurz darauf folgten die erste Tarifkommission aus Prinzipalen und Gehilfen, die erste Tarifgemeinschaft mit einem reichseinheitlichen Tarif und die erste Berufsgenossenschaft in Deutschland. Die rasante Technisierung der Branche eröffnete schon bald neue Möglichkeiten für die Herstellung von Informationsschriften, Zeitungen, Büchern und Werbung. Drucker schufen das erste Massenmedium der Geschichte und waren Schrittmacher in die moderne aufgeklärte Informationsgesellschaft.

84

Gründungsmitglieder

220

Mitglieder Ende 1869



Jahresbeitrag 1869:
4 ½ **Gulden** oder
2 ½ **Taler**



Gründungshaus des Deutschen Buchdrucker-Vereins (1894 abgebrannt), Mitteilungen für die Mitglieder des Kreises III (Main) des Deutschen Buchdrucker-Vereins, Festschrift zum vierzigjährigen Stiftungsfest am 2. Mai 1909.



Johannes Schneider,
Mitteilungen für die Mitglieder
des Kreises III (Main) des Deutschen
Buchdrucker-Vereins,
Festschrift zum vierzigjährigen
Stiftungsfest am 2. Mai 1909.

„Am 15. August 1869, vormittags 11 Uhr, versammelten sich im ‚Hof zum Gutenberg‘ in Mainz – just an der Stelle, wo der große Erfinder der Druckkunst das Licht der Welt erblickte – 87 deutsche Buchdruckereibesitzer, um gemeinschaftlich über die Form eines beruflichen Zusammenschlusses zur Wahrung der materiellen und ideellen Interessen ihres Standes zu beraten. Es war eine wichtige Stunde in der modernen Wirtschaftsgeschichte Deutschlands, sollte doch die erste deutsche Arbeitgeberorganisation ins Leben gerufen werden.“

Direktor Dr. Ruppel, Zeitschrift für Deutschlands
Buchdrucker und verwandte Gewerbe,
Jubiläumsausgabe zur Hauptversammlung
7.-9. September 1929 in Mainz.

Einladung zur Gründungsversammlung, Annalen der Typographie, Nr. 3 1869.

36

An die Herren Buchdruckereibesitzer Deutschlands!

Die Arbeiterbewegung hat unter den Buchdruckergehülften Deutschlands einen hervorragenden Ausdruck gefunden. Der „deutsche Buchdruckerverband“, der unter dem Vorsitze des Herrn Richard Härtel in Leipzig seinen Centralitz hat, beherrscht das Arbeitsgebiet der Buchdruckereien in durchaus einseitiger Weise.

Die Arbeitgeber sind grundsätzlich von dieser Verbindung ausgeschlossen, um jede Verständigung zwischen Capital und Arbeit zum Vortheile der einseitigen Parteierrschaft im Keime zu ersticken. Die einsichtsvollen Arbeitnehmer aber, die in Berücksichtigung gegebener Verhältnisse und im Einverständnisse mit ihren Arbeitgebern einen einzig dauernden Zustand anstreben möchten, werden durch Ausschluss von den Unterstützungskassen des deutschen Buchdruckerverbandes gegen ihren Willen genöthigt, den masslosesten Agitationen ihre billigende Zustimmung zu geben.

Im Interesse der Arbeit wird allseitig die Nothwendigkeit einer dauernden Regelung der vielfach muthwillig gestörten Arbeitsverhältnisse tief empfunden, und im Interesse der einsichtsvollen Arbeiter liegt die mahnende Verpflichtung vor, für die Unabhängigkeit derselben in allen Lagen des Lebens ausreichend zu sorgen.

Von diesen Grundanschauungen, die räumlich hier nur angedeutet zu werden vermögen, geleitet, fand am 7. Juli in Darmstadt eine Besprechung zwischen Buchdruckereibesitzern aus Hessen, Baden, Baiern und Preussen statt, die nach reiflicher Erwägung aller hier einschlagenden Verhältnisse den Beschluss fassten:

die Herren Buchdruckereibesitzer Deutschlands

zu einer

Versammlung in der Gutenbergsstadt Mainz im Saale des Casinos zum Gutenberg

auf

Sonntag den 15. August 1869 Vormittags 11 Uhr

zur

Gründung eines Verbandes deutscher Buchdruckereibesitzer

zu berufen.

Der Unterzeichnete, mit der Ehre der Einladung betraut, theilt zugleich mit, dass die Verhandlungen auf der Grundlage des von ihm unterm 11. Mai 1869 veröffentlichten Entwurfs stattfinden sollen.

Vertrauend auf die bewährte Einsicht und die bereite Opferwilligkeit der Herren Buchdruckereibesitzer Deutschlands, darf auf deren zahlreiches Erscheinen um so mehr gerechnet werden, als nur auf dem Wege gegenseitiger Verständigung die richtige Lösung der socialen Fragen auch unseres Standes sicher angebahnt werden kann.

Zahlreiche Berufsklassen der menschlichen Gesellschaft sind uns in Regelung ihrer Angelegenheiten mit Erfolg vorangegangen; bleiben wir nicht zurück, um uns schliesslich durch Zufall oder Willkür beherrschen zu lassen; die freie Ordnung und die selbstbestimmende Thätigkeit sind Hoheitsrechte des modernen Staats.

Darum kommen wir Alle zum 15. August 1869 in die Gutenbergsstadt Mainz zur Gründung eines Verbandes deutscher Buchdruckereibesitzer im Interesse der Arbeit, zum Nutzen der Gesellschaft und zur Ehre unseres Standes.

Inzwischen bin ich zu jeder gewünschten näheren Auskunft gerne bereit.
Mannheim, den 15. Juli 1869.

J. Schneider,
Buchdrucker und Buchhändler.

1869

- 1869** **Gründung des Deutschen Buchdrucker-Vereins**
Gründung der Vereinszeitschrift „Annalen der Typographie“
Eröffnung einer „Buchdrucker-Lehranstalt“ in Leipzig
- 1870** Erste Tarifkommission aus Prinzipalen (Unternehmern) und Gehilfen
Erster Normaltarif
- 1871** Eintrag ins sächsische Genossenschaftsregister
- 1872** Eisenacher Beschluss: Pflicht zu gegenseitiger Unterstützung bei Streik und Aussperrung
- 1873** Erste Tarifgemeinschaft
Erster reichseinheitlich gültiger Tarif
- 1884** Gründung des Zentralvereins für das gesamte Druckgewerbe
- 1885** Erste Berufsgenossenschaft der Buchdrucker
- 1886** Grundsteinlegung des Deutschen Buchhändlerhauses
Erneute Eröffnung einer Gewerbeschule in Leipzig
Tarifliche Fixierung einer Lehrlingsskala
- 1889** **Neues Vereinsorgan „Zeitschrift für Deutschlands Buchdrucker“**
Stettiner Resolution: Anstellung tariftreuer Gehilfen durch tariftreue Prinzipale
- 1892** Erste reichseinheitliche Aussperrungsfront
Gründung einer Unterstützungskasse für arbeitslose Gehilfen
Gründung einer Invalidenkasse
- 1898** Gründung einer Krankenversicherung
Technikum in Leipzig für Prinzipalsöhne
- 1899** Neues Buchgewerbehaus in Leipzig
- 1900** Akademie für graphische Künste und Buchgewerbe
- 1902** Allgemeingültiger Preistarif (Rote Tabellen)
- 1903** Gründung des Bildungsverbandes
- 1906** Garantievertrag mit dem Verband der Deutschen Buchdrucker: Schutz und Handlungsbündnis auf Gegenseitigkeit
- 1907** Gründung des Verbandes Deutscher Steindruckbesitzer
- 1910** Anschluss an den Bund der Industriellen
- 1914** Erste Weltausstellung (Bugra) in Leipzig
- 1917** Gründung einer Materialbeschaffungsstelle
- 1920** Organisationsvertrag mit dem Verband der Deutschen Buchdrucker
Entwurf einer Lehrlingsordnung
- 1922** Verlegung der Geschäftsstelle von Leipzig nach Berlin
- 1923** Anschluss an den Bund Deutscher Arbeitgeberverbände
Aufteilung der Aufgaben des Tarifamts auf die Organisationen der Tarifkontrahenten
- 1925** Einigung mit den Innungen über das Verfahren einer einheitlich geltenden Lehrlingsordnung

Entwicklung der Vereinszeitschrift



1869 „Annalen der Typographie“



1929 „Zeitschrift für Deutschlands Buchdrucker“



1955 „Graphische Woche“



1969 „druckwelt“



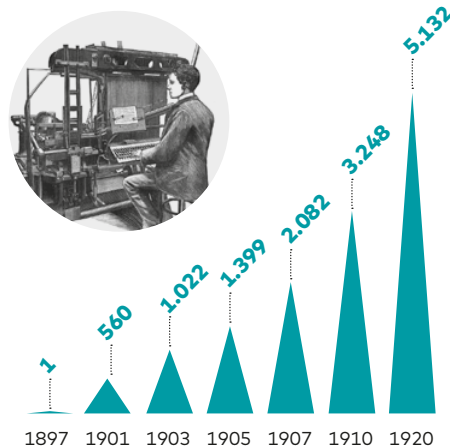
2017 „NUTZEN“

„Niemand hat deutlicher zu verspüren bekommen, welch Unheil mit dem gedruckten Wort angerichtet werden kann, als der deutsche Drucker in der hinter uns liegenden Zeit. Ihm ist deshalb aber auch in besonderem Maße bewußt, welche aufbauenden und versöhnlichen Kräfte in der Schwarzen Kunst begründet liegen. Die Stimmen der Vernunft und der Toleranz, die Ideen des Friedens und des tatkräftigen Wiederaufbaus können durch Presse und Buch, durch Broschüre und Flugblatt in allen Völkern laut werden.“

Der graphische Markt – Zeitschrift für das gesamte graphische Gewerbe, Nummer 26/27, Juli 1948.

Verbreitung der Linotype-Setzmaschine in Deutschland

Anzahl der Setzmaschinen



Quelle: Weckner, Hans Jürgen (1981): „Die Entwicklung des Setzen und Druckens“, in: Technikgeschichte als Geschichte der Arbeit, hrsg. von Ilse Schütte, S. 113. Bild: Setzmaschine der Firma Linotype, The Inland Printer, Vol. 7, No. 3, December, 1889.

- | | | |
|---|--|--|
| <p>1926 Hauptgeschäftsstelle im eigenen Haus in der Köthener Straße in Berlin
Gründung der „Leopold-Ullstein-Gedächtnis-Stiftung“: Unterstützung für unverschuldet in wirtschaftliche Schwierigkeiten geratene Buchdruckereibesitzer</p> <p>1927 Gründung einer Meisterschule in München</p> <p>1929 Gründung einer Meisterschule in Leipzig</p> <p>1933 Bad Nauheimer Tagung: Beschluss einer Notgemeinschaft, Verlust der Autonomie</p> <p>1935 Zwangskartellisierung</p> <p>1946 Neugründung als Verband der graphischen Betriebe Nordwestdeutschland</p> <p>1947 Gründung der Arbeitsgemeinschaft graphischer Verbände der Bizone
Letzter Interzonenkongress</p> <p>1949 Neue Ausbildungsordnungen
Gründung des Zentralfachausschusses für Fragen der beruflichen Bildung</p> | <p>1950 Konstanzer Tagung: Gründung der Arbeitsgemeinschaft der graphischen Verbände des Deutschen Bundesgebietes
Gründung eines Normenausschusses (NAGRA)</p> <p>1951 Neues Vereinsorgan „Graphische Woche“
1. Fachmesse nach dem Zweiten Weltkrieg drupa in Düsseldorf</p> <p>1952 Leitlinien zum Ausbildungswesen</p> <p>1955 Beginn der Einführung von REFA</p> <p>1956 Neue Hauptgeschäftsstelle in Wiesbaden</p> <p>1959 Gründung der Gefahrengemeinschaft</p> <p>1963 Umbenennung in Bundesvereinigung der Deutschen Graphischen Verbände</p> <p>1964 Gründung „Ruldolph-Ullstein-Stiftung“
Erste Verleihung des Ullsteinrings für besonderes Engagement</p> <p>1968 Umbenennung in Bundesverband Druck</p> <p>1969 Umbenennung des Vereinsorgans in „druckwelt“</p> | <p>1975 Integration der Fachverbände in den Bundesverband Druck</p> <p>1978 Rationalisierungsschutzabkommen (RTS-Tarifvertrag)</p> <p>1988 Gründung des Deutschen Instituts Druck für Praxisforschung</p> <p>1990 Gründung des Verbandes der Druckindustrie Sachsen und Thüringen</p> <p>1998 Zusammenfassung der Vorstufenberufe zum Mediengestalter Digital und Print</p> <p>2000 Neuordnung und Umbenennung des Druckerberufs zum Medientechnologen</p> <p>2004 Umbenennung in Bundesverband Druck und Medien (bvdmd.)</p> <p>2012 Umzug des bvdmd nach Berlin</p> <p>2014 Erster bundesweiter Deutscher Druck- und Medientag</p> <p>2017 Gemeinsames Magazin der Druck- und Medienverbände NUTZEN</p> <p>2019 150-jähriges Verbandsjubiläum</p> |
|---|--|--|

2019



Die Drucker waren es

Wer heute von Pressefreiheit spricht, meint eigentlich die Freiheit der Medien, unabhängig und ohne Einschränkungen berichten zu dürfen. Und nur wenigen ist bewusst: Das Wort Presse geht ursprünglich auf die Druckerpresse zurück. Es waren die Drucker und Verleger, die Meinungen, Standpunkte, Ideen und Forderungen vervielfältigten und unter das Volk brachten. Auch die für die Obrigkeit unbequemen. Diese Freiheit wurde hart erkämpft, gegen Ende des 18. Jahrhunderts erstmals in moderne Staatsverfassungen aufgenommen, immer wieder unterbunden und schließlich in vielen Teilen der Welt erfolgreich verteidigt. Heute gilt die Presse als vierte Gewalt unserer Demokratie und ist ein unschätzbar wertvolles Gut unserer Gesellschaft.

Wenn wir heutzutage von Verbänden sprechen, ist das völlig normal. Allein in Deutschland gibt es mehr als 15.000. Das war aber nicht immer so. Erst Mitte des 19. Jahrhunderts erließen Staaten des Deutschen Bundes das Vereins- und Versammlungsrecht. Dies war die entscheidende Voraussetzung für eine organisierte Vertretung unterschiedlicher und auch gegensätzlicher Interessen und damit – ähnlich wie die Pressefreiheit – ein fundamentaler Schritt hin zu unserer modernen demokratischen Gesellschaft. Auch diese Entwicklung haben die Drucker deutlich mitgeprägt. Bereits 1869 gründeten Druckereibesitzer den Deutschen Buchdrucker-Verein – heute firmiert er als Bundesverband Druck und Medien e.V. – und schufen damit den ersten bundesweiten Branchen- und Arbeitgeberverband in Deutschland.

In dieser Rolle war der Verband Wegbereiter für Organisationen anderer Wirtschaftszweige, beispielgebend für die Zusammenarbeit von Sozialpartnern

und Impulsgeber für zahlreiche Gesetzgebungen. Er stand und steht für die Weiterentwicklung von technischen Normen und Prozessen, spielt eine wichtige Rolle bei der Reform von Berufsbildern, ist Vorreiter in Deutschland für Maßnahmen umwelt- und klimafreundlicher Produktionsmethoden und vertritt aktiv die Interessen der Branche gegenüber Politik, Verwaltung, Gewerkschaften und Zulieferindustrie.

Die Jahre 2018/2019 waren besonders geprägt von Tarifverhandlungen zwischen dem bvdm und ver.di. Monatelang ging es hart zur Sache. Auch das ist nicht neu. Beide „Lager“ kennen solche Auseinandersetzungen seit fast 150 Jahren, denn die Buchdrucker-gehilfen zählten im 19. Jahrhundert zu den ersten Berufsgruppen, die sich gewerkschaftlich organisierten.

Mit seinem 150. Geburtstag begeht der bvdm in diesem Jahr also nicht nur ein bemerkenswertes Jubiläum, sondern er feiert auch die beachtlichen historischen Leistungen der Schwarzen Kunst. Sie hat unser Land maßgeblich mitgeprägt – und wird es auch in Zukunft tun.

Gott grüß' die Kunst!



Wolfgang Poppen
Präsident des Bundesverbandes
Druck und Medien e.V.

Wirtschaft

Die deutsche Wirtschaft blickt auf ein positives Jahr 2018 zurück. Mit einem Wachstum von 1,4 Prozent ist das reale Bruttoinlandsprodukt erneut gestiegen. Der langjährige Aufschwung verlor aufgrund der sich abkühlenden Konjunktur jedoch spürbar an Dynamik.

In der deutschen Druck- und Medienindustrie nahm der konjunkturelle Gegenwind 2018 deutlich zu. Neben der sinkenden Nachfrage nach Print waren die Unternehmen insbesondere in der jüngeren Vergangenheit mit deutlichen Kostensteigerungen konfrontiert.

Auch für das Jahr 2019 erwartet die Mehrzahl der Unternehmen Kostensteigerungen. Sie befürchten außerdem eine anhaltend schwierige Entwicklung ihrer Geschäftslage. Dennoch ist mit einer Zunahme an Investitionen zu rechnen, insbesondere in den Bereichen Software und Prozesse.



Wirtschaftliche Lage der deutschen Druck- und Medienindustrie

Die deutsche Gesamtwirtschaft ist 2018 zum neunten Mal in Folge gewachsen. Zu einem großen Teil trugen dazu positive binnenwirtschaftliche Entwicklungen wie gestiegene Konsumausgaben der Privathaushalte und eine verstärkte Nachfrage nach Investitionsgütern bei. Gleichwohl kühlte sich die Konjunktur im Jahresverlauf deutlich ab, nicht zuletzt weil die Konsumausgaben in der zweiten Jahreshälfte stagnierten. Waren zu Beginn des vergangenen Jahres noch Wachstumsraten von über zwei Prozent prognostiziert worden, so fiel das tatsächliche Wachstum des realen Bruttoinlandsproduktes mit 1,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr merklich flacher aus.

Branche wieder im Abschwung

Auch die Konjunktur in der deutschen Druck- und Medienindustrie hat sich im Jahresverlauf anders entwickelt als ursprünglich erwartet. Nach einem gelungenen Start löste ein anhaltender Abschwung den bis dahin neun Monate andauernden leichten Aufschwung bereits im April 2018 wieder ab.

Die sinkende Nachfrage nach Druck- und Medienerzeugnissen führte im Jahresdurchschnitt zu einem Rückgang der Produktionstätigkeit um kalenderbereinigte 2,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Damit sank die Produktion ähnlich stark wie bereits 2016 (-2,0 Prozent). Im Jahr 2017 war sie auf dem Vorjahresniveau geblieben.

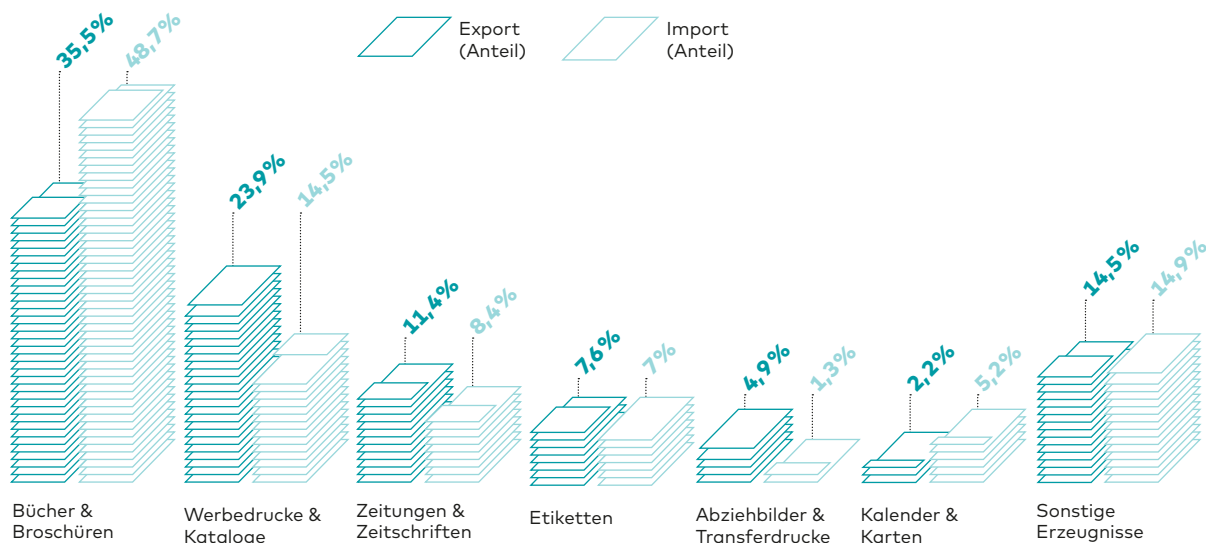
Da die Verkaufspreise für Druckereierzeugnisse 2018 nur geringfügig stiegen, sank auch der nominale Umsatz aller umsatzsteuerpflichtigen Branchenunternehmen nach bvdM-Schätzung um kalenderbereinigte 1,9 Prozent von 20,8 Milliarden Euro im Jahr 2017 auf 20,4 Milliarden Euro. Der vom Statistischen Bundesamt während des Jahres veröffentlichte Index der Umsätze von Druck- und Medienbetrieben mit über 50 Beschäftigten zeigt, dass sich sowohl der Inlandsumsatz (-1,9 Prozent) als auch der Auslandsumsatz (-2,2 Prozent) negativ entwickelten.

Überdurchschnittlicher Anstieg bei Investitionen

Nach den jüngsten Daten des Statistischen Bundesamtes sind die Bruttoanlageninvestitionen in der Branche 2017 um 16,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr auf 556 Millionen Euro zurückgegangen. Diesem starken Rückgang war im Jahr 2016 allerdings ein noch stärkeres Wachstum vorausgegangen. Damals hatte die Investitionssumme um 21,7 Prozent zugenommen.

Für 2018 geht der bvdM von einem Investitionsanstieg um 7,2 Prozent auf 596 Millionen Euro aus. Diese Schätzung basiert auf der Investitionsbefragung des ifo Instituts, welche auch Investitionshauptziele erfragt. Demnach zielten 47 Prozent der investierenden Unternehmen darauf ab,

Außenhandel 2018 nach Warengruppen



Export:

4,5

Milliarden Euro



Import:

2,8

Milliarden Euro

Quelle: Statistisches Bundesamt
 Datenstand: 12. April 2019
 Berechnungen: bvdm

Befragung der Unternehmen zur wirtschaftlichen Lage

Zum zweiten Mal hat der bvdm Unternehmen der Branche nach ihrer Einschätzung zur wirtschaftlichen Situation befragt. Teilgenommen haben erneut gut 420 Betriebe.

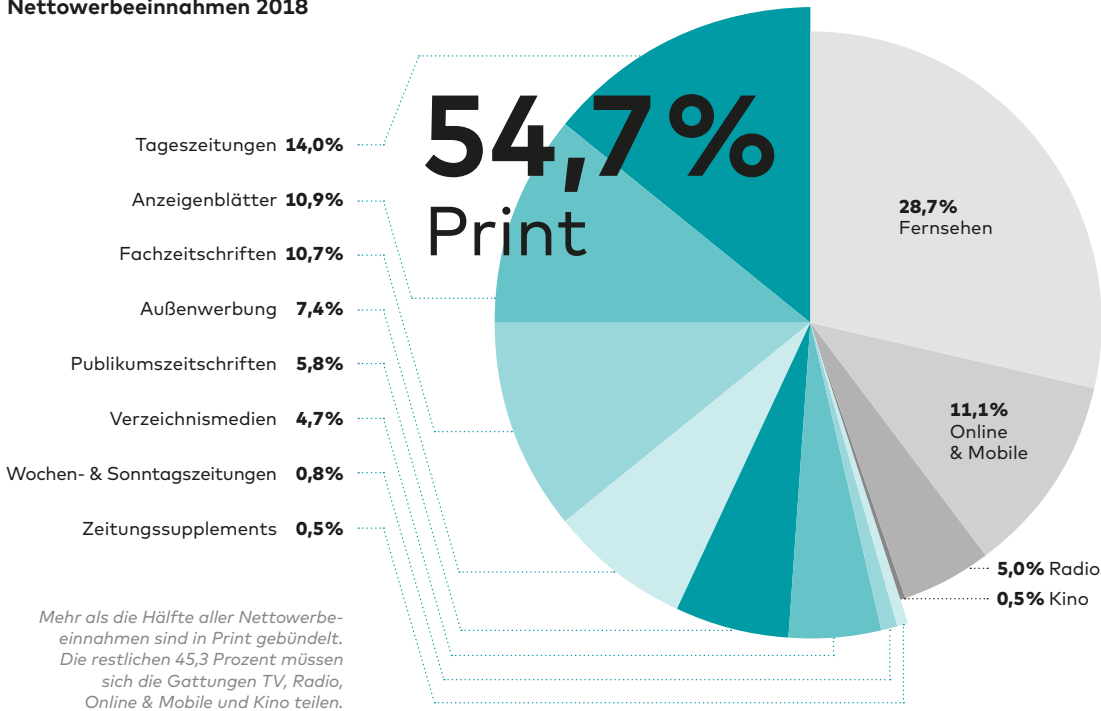
Wie schon im Vorjahr verzeichneten die befragten Unternehmen starke Kostensteigerungen: Neun von zehn Unternehmen (93 Prozent) mussten Teuerungen beim Druckpapier verkraften. Acht von zehn Unternehmen (78 Prozent) waren mit steigenden Transportkosten konfrontiert. Die steigenden Lieferantenpreise gelten den Unternehmen auch im laufenden Jahr als eines der größten Geschäftsrisiken: Sie befürchten bei allen abgefragten Kostenarten weitere Erhöhungen.

Als Konsequenz beabsichtigt fast jedes zweite Unternehmen (47 Prozent), die Verkaufspreise für ihre wichtigsten Produkte und Dienstleistungen zu erhöhen. Demgegenüber wollen 41 Prozent der Unternehmen die Preise auf dem Vorjahresniveau halten, 12 Prozent meinen, ihre Preise sogar senken zu müssen.

Geschäftschancen sieht die Mehrheit der Unternehmen in ergänzenden Dienstleistungen rund um das Druckprodukt (75 Prozent). Zudem erhoffen sie sich für 2019 Umsatz- und Gewinnzuwächse durch die beabsichtigten Verkaufspreissteigerungen. Die überwiegende Mehrheit der Unternehmen (je nach Investitionsbereich 81 bis 97 Prozent) plant überdies zunehmende Investitionen, insbesondere in Software und Prozesse.

bvdm-online.de/druckindustrie

Nettowerbeeinnahmen 2018



Quelle: Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft; ZAW; Berechnungen Print: bvd/m

die bereits vorhandenen Produktionsanlagen zu erneuern. Weitere 28 Prozent wollten ihre Anlagen erweitern, die restlichen 25 Prozent rationalisieren.

Die Branche investiert aber nicht nur in Produktionsanlagen und Bauten. Die bvd/m-Branchenbefragungen belegen eine große Bereitschaft der Unternehmen, in Prozesse und Software zu investieren. Denn gerade vor dem Hintergrund der ungünstigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen wächst die Bedeutung von Prozessinnovationen enorm.

Kostensteigerungen bei Papier drücken massiv auf die Erträge

In der diesjährigen bvd/m-Branchenbefragung meldeten neun von zehn Unternehmen (93 Prozent) Teuerungen beim Druckpapier. 57 Prozent der Teilnehmer mussten Steigerungen von über 5 Prozent verkraften.

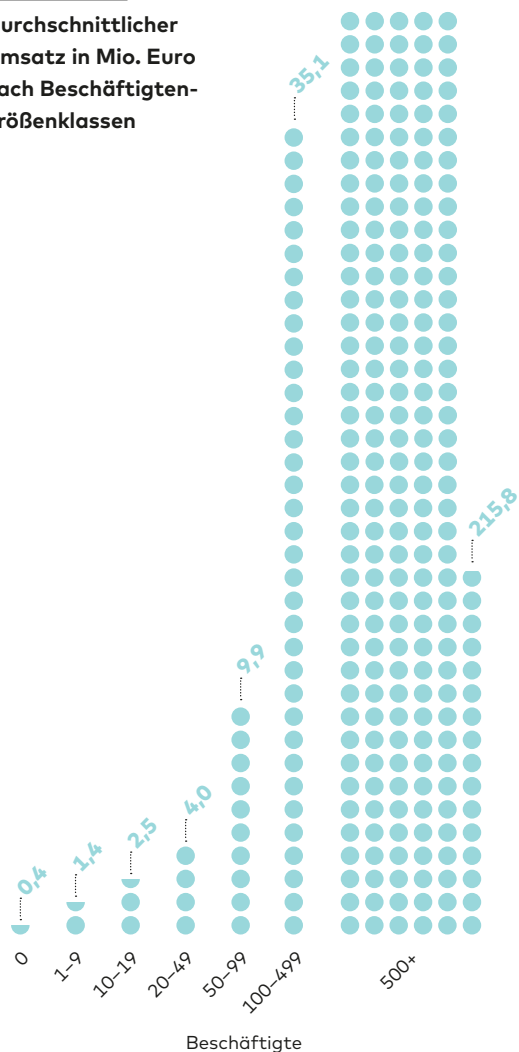
Die Daten des Statistischen Bundesamtes bestätigen diese außergewöhnliche Entwicklung. So stiegen die Preise für grafisches Papier auf der Erzeugerstufe im Jahresdurchschnitt um 6,6 Prozent, die

Preise für Zeitungsdruckpapier sogar um 7,1 Prozent. Der einstige Käufermarkt für Druckpapiere hat sich somit jüngst zu einem Verkäufermarkt entwickelt.

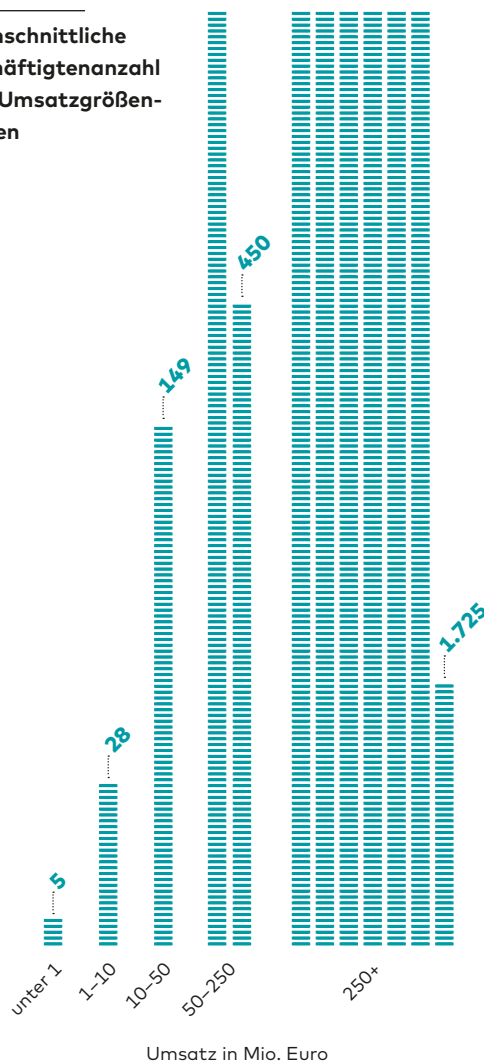
Daneben stiegen auch die Preise für andere Vorleistungsgüter wie Druckfarben. Deren Preise nahmen den amtlichen Daten zufolge auf der Erzeugerstufe um 0,8 Prozent zu. Laut bvd/m-Umfrage meldeten 59 Prozent der Teilnehmer Teuerungen in diesem Bereich. Für 78 Prozent der Unternehmen stiegen außerdem die Preise für Transport- und Logistikdienstleistungen.

Aufgrund der massiven Kostensteigerungen hat sich die Produktion von Druckerzeugnissen 2018 stark verteuert. Die Druck- und Medienunternehmen sahen sich daher gezwungen, mit eigenen Preiserhöhungen zu reagieren. Der Erzeugerpreisindex für Druckereileistungen, aus dem die Verkaufspreisentwicklung der Branche abgeleitet wird, stieg um 0,7 Prozent gegenüber seinem Vorjahresstand. Dies war der erste deutliche Anstieg der Verkaufspreise seit sechs Jahren – und vor dem Hintergrund eines über Preise ausgetragenen harten Wettbewerbs eine beachtenswerte Anstrengung.

Durchschnittlicher Umsatz in Mio. Euro nach Beschäftigtengrößenklassen



Durchschnittliche Beschäftigtenanzahl nach Umsatzgrößenklassen



Quelle: bvd/m-Branchenbefragungen

Gleichwohl ist es der Branche insgesamt nicht gelungen, die starken Kostensteigerungen ertragsneutral weiterzureichen. Allein durch den Anstieg des Preises für grafisches Papier um 6,6 Prozent entstand eine rechnerische Ertragslücke von 3,6 Prozentpunkten. Um diese Lücke zu schließen, hätten die Verkaufspreise neben den tatsächlichen 0,7 Prozent 2018 somit noch mindestens um weitere 3,6 Prozentpunkte steigen müssen.

Der Kostendruck hat sich 2018 also stark verschärft. Zusammen mit der rückläufigen Nachfrage nach Druckerzeugnissen ist ein betriebswirtschaftlich gefährliches Ungleichgewicht entstanden. So stieg die Zahl der Insolvenzfälle in der Druck- und Medienindustrie um 30,1 Prozent von 73 im Jahr 2017 auf 95. Die durchschnittliche Anzahl der betroffenen Beschäftigten pro Insolvenzfall erhöhte sich derweil auf 24. Der Durchschnitt hatte 2017 noch bei 19 betroffenen Beschäftigten pro Insolvenzfall gelegen. Demnach

sahen sich 2018 vergleichsweise größere Unternehmen gezwungen, Insolvenz anzumelden.

Unterschiedliche Entwicklungen der Segmente

Das schwieriger gewordene Geschäftsumfeld zeigte sich 2018 beinahe in allen Segmenten und Teilmärkten der Druck- und Medienindustrie. Während der Produktionswert aller Druckerzeugnisse und Druckdienstleistungen von Betrieben mit über 20 Beschäftigten um 2,0 Prozent auf rund 14,2 Milliarden Euro zurückging, stieg er dennoch in einigen Bereichen gegenüber dem Vorjahr. So erhöhte sich die Produktion von Plakaten (480 Millionen Euro, +1,8 Prozent), Wochenzeitungen (176 Millionen Euro, +0,7 Prozent), Kalendern und Karten (161 Millionen Euro, +3,2 Prozent) sowie von nicht auf Papier gedruckten Erzeugnissen (559 Millionen Euro, +6,8 Prozent).

Die Produktion in anderen, gewichtigeren Teilmärkten nahm hingegen überdurchschnittlich stark ab. Die allgemeine Trendwende in der Werbekonjunktur, womöglich eine Folge der stagnierenden Konsumausgaben der Privathaushalte im zweiten Halbjahr und der gleichzeitig steigenden Produktionskosten, strahlte besonders negativ auf das werbeabhängige Branchensegment aus: Der Produktionswert von Werbedrucken und Werbeschriften (außer Kataloge, Geschäftsberichte und Plakate) ging um 4,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr auf rund 3,3 Milliarden Euro zurück. Auch der Produktionswert von Katalogen (1,2 Milliarden Euro) lag 3,4 Prozent unter dem Vorjahreswert.

Darüber hinaus entwickelte sich der Produktionswert von Büchern (901 Millionen Euro, -1,0 Prozent), Zeitschriften (995 Millionen Euro, -3,4 Prozent), Tageszeitungen (866 Millionen Euro, -1,0 Prozent) und Anzeigenblättern (190 Millionen Euro, -2,8 Prozent) negativ. Leicht unter dem Vorjahreswert lag zudem der Produktionswert von Etiketten (1,2 Milliarden Euro, -0,2 Prozent).

Auch die Produkte der zwei Dienstleistungssparten der Druckindustrie lagen wertmäßig unter ihren Vorjahresniveaus: Während der Rückgang in der Druck- und Mediovorstufe mit -1,5 Prozent (977 Millionen Euro) vergleichsweise moderat ausfiel, entwickelte sich der Produktionswert in der Druckweiterverarbeitung mit -7,5 Prozent (707 Millionen Euro) besonders stark negativ.

Fachkräfteengpass und dennoch fortschreitender Personalabbau

Nach Angaben der Bundesagentur für Arbeit (BA) waren am 30. Juni 2018 in Deutschland 7.784 Druck- und Medienbetriebe mit mindestens einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten gemeldet. Gegenüber dem Vorjahresstichtag ist ihre Zahl mit 3,7 Prozent stärker zurückgegangen als noch im Vorjahr (-3,5 Prozent). Dieser Rückgang ist ausschließlich auf die Abnahme von Betrieben mit weniger als 50 Beschäftigten zurückzuführen. Die Anzahl von Betrieben mit mehr als 50 Beschäftigten vergrößerte sich hingegen um eine Einheit auf derzeit 594.

Insgesamt beschäftigten die 2018 bei der BA gemeldeten Betriebe 130.291 Personen. Auch ihre Zahl hat sich gegenüber dem Vorjahresstichtag mit -2,5 Prozent deutlich stärker verringert als noch ein Jahr zuvor (-1,4 Prozent). Dieser Rückgang zeigte sich über alle Beschäftigtengrößenklassen hinweg, fiel mit -10,9 Prozent jedoch besonders stark in der Größenklasse 500 und mehr Beschäftigte aus.

Darüber hinaus zeigt die BA-Statistik sinkende Betriebs- und Beschäftigtenzahlen in allen Sparten der Druckindustrie. Anders als im Jahr 2017, als der Zeitungsdruck noch am deutlichsten rückläufig gewesen war, entwickelte sich 2018 vor allem die Druckweiterverarbeitung überdurchschnittlich negativ.

Nichtsdestoweniger suchten die Druck- und Medienunternehmen 2018 auch nach gut ausgebildeten und erfahrenen Fachkräften, unter anderem im Bereich der Druckweiterverarbeitung. Die Arbeitslosenstatistik der BA zeigt, dass die Zahl der offenen Fachkräfte-, Spezialisten- und Expertenstellen für technische Druckberufe im Jahresdurchschnitt 2018 um 1,3 Prozent auf 1.025 angestiegen ist. Auch zeigen die vierteljährlichen Erhebungen des ifo Instituts zu den Produktionsbehinderungen in der Branche, dass fehlende Fachkräfte in den Unternehmen 2018 das zweitbedeutendste Produktionshemmnis waren.

Aussichten für das Jahr 2019

Das Jahr 2019 hat für die Druck- und Medienindustrie nicht gut begonnen. Die negativen Rahmenbedingungen des Vorjahres strahlen weiterhin aus, verstärken sich teilweise und sorgen für ein Ausbleiben nachfragebelebender Impulse. Die steigenden Produktionskosten, die wohl hauptsächlich auf stark steigende Druckpapierpreise zurückzuführen sind, schrecken langjährige Kunden und potenzielle Käufer von Druckprodukten ab. Dadurch dürfte das Gedruckte im Medienmix 2019 stärker an Bedeutung verlieren. Hinzu kommt das Risiko einer sich weiter abkühlenden gesamtwirtschaftlichen Konjunktur, das sich ebenfalls nachfragehemmend auswirken könnte.

Dem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld entsprechend war die Geschäftsstimmung in der Druck- und Medienindustrie zu Jahresbeginn gedämpft, die Erwartungen waren nur verhalten optimistisch. Auch wenn sich das saisonbereinigte monatliche Geschäftsklima inzwischen wieder in einem leichten Aufschwung befindet, liegt das Niveau des bvdM-Geschäftsklimaindexes deutlich unter dem des Vorjahreszeitraums.

Amtliche Daten bestätigen dieses Stimmungsbild. Während die Verkaufspreise in der Druckindustrie im ersten Quartal 2019 um 1,5 Prozent stiegen, lag der kalenderbereinigte Produktionsindex der Branche 7,5 Prozent unter dem Niveau des Vorjahresquartals. Der Umsatzindex der Branche sank gleichzeitig um 1,2 Prozent.

Print international

Der 6. drupa Global Trends Report zeigt, dass sich die internationale Printbranche insgesamt in einem stabilen Zustand befindet.

- Weltweit sind die wirtschaftlichen Kennzahlen insgesamt weiterhin positiv; allerdings gibt es Unterschiede zwischen Regionen und Märkten
- Geopolitische und wirtschaftliche Risiken trüben die ansonsten weitgehend positiven Aussichten
- Der 6. drupa Global Trends Report erscheint Anfang April 2019

Weltweit bezeichneten 40 Prozent der Druckdienstleister die wirtschaftliche Situation ihres Unternehmens im Jahr 2018 als „gut“, 13 Prozent hingegen als „schlecht“; 47 Prozent antworteten mit „zufriedenstellend“. Daraus ergibt sich ein positiver Saldo von 27 Prozent. Bei den Maschinenbauern/Zulieferern liegt der positive Saldo bei 19 Prozent. Beide Gruppen zeigen sich also auch weiterhin optimistisch: Etwa die Hälfte geht davon aus, dass sich die Lage im Jahr 2019 verbessern wird.

Hinzu kommt, dass die Ergebnisse sich je nach Region und Markt stark unterscheiden. Eine starke Wachstumsregion ist weiterhin Nordamerika und auch Europa und Australien wachsen beständig. Auf der anderen Seite beobachten wir eine verhaltene Entwicklung in Asien, dem Mittleren Osten sowie Zentral- und Südamerika, während Afrika von Rückgängen gekennzeichnet ist.

Schauen wir auf die Marktsegmente, erkennen wir, dass der Verpackungs- und Funktionsdruck weiteres Wachstum verzeichnen. Der Akzidenzdruck sowie der Publikationsdruck – ausgenommen im Bereich des Buchdrucks – erfahren eher Zurückhaltung.

Bei den Investitionsausgaben zeigt sich weiterhin ein positives Klima: 41 Prozent der Druckdienstleister gaben für das Jahr 2018 im Vergleich zu 2017 einen höheren Investitionsaufwand an, während lediglich 15 Prozent geringere Investitionen vermeldeten. Insgesamt stiegen die Investitionsausgaben in allen Regionen außer Afrika. Betrachtet man die einzelnen Marktsegmente, zeigen sich Dienstleister insbesondere im Verpackungsdruck und im Funktionsdruck zuversichtlich, wohingegen sie sich im Akzidenzdruck und Publikationsdruck eher zurückhaltend äußerten. Ein ähnliches Muster ließ sich auch bei den Maschinenbauern/Zulieferern erkennen.

Bei den Investitionszielen der Druckdienstleister steht für das Jahr 2019 Weiterverarbeitung an erster Stelle, gefolgt von Drucktechnologie und PrePress/Workflow/MIS. Im Bereich Drucktechnologie ist der digitale Toner-Farbdruck mit Einzelblattzufuhr die am häufigsten genannte Investition in beinahe allen Märkten. Eine Ausnahme bildet der Verpackungsdruck – hier steht der Bogenoffset im Fokus der Investitionen. Im Digitaldruck erstellte Produkte und Applikationen im Verpackungsbereich stiegen übergreifend um 5 Prozent, ausgenommen davon sind Etiketten, die bereits zu 40 Prozent im Digitaldruck hergestellt werden.

Quelle: 6. drupa Global Trends report vom 09.04.2019.



In der Kürze liegt die Würze – das Konjunkturtelegramm

Seit vier Jahrzehnten Frühindikator
für die wirtschaftliche Entwicklung der
Druck- und Medienindustrie

Das monatliche Konjunkturtelegramm des bvdm informiert seit beinahe 40 Jahren über die Geschäftslage der Druck- und Medienunternehmen in Deutschland. Der Begriff „Telegramm“ mag heutigen Beobachtern womöglich aus der Zeit gefallen scheinen. Schließlich stammt das Telegramm aus dem beginnenden 20. Jahrhundert, als es kaum Telefone gab und Standardbriefe mehrere Tage unterwegs waren. Zu dieser Zeit war es die einzige Möglichkeit, Nachrichten schnell zu überbringen. Und da sich das Entgelt für eine Mitteilung nach der Anzahl der Wörter richtete, fasste man sich kurz. Das Konzept, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren, hat vermutlich zum großen Erfolg des Konjunkturtelegramms beigetragen. Es ist damit zu einer Marke geworden, die selbst aus dem Ausland nachgefragt wird und eine wichtige Kernkompetenz des Bundesverbandes verkörpert – die volkswirtschaftliche Expertise.

Die Entwicklung des Geschäftsklimaindexes erlaubt eine Beurteilung der Produktions- und Umsatzentwicklung mehrere Monate im Voraus.

Das heutige Konjunkturtelegramm beschreibt das monatliche Stimmungsbild der deutschen Druckindustrie ausgehend von zwei Indikatoren: der Beurteilung

der aktuellen und der in sechs Monaten erwarteten Geschäftslage. Aus diesen Indikatoren wird zusätzlich das sogenannte Geschäftsklima errechnet, das als zentraler Stimmungsindikator fungiert. Die Daten entstammen den Konjunkturtests des renommierten ifo Instituts.

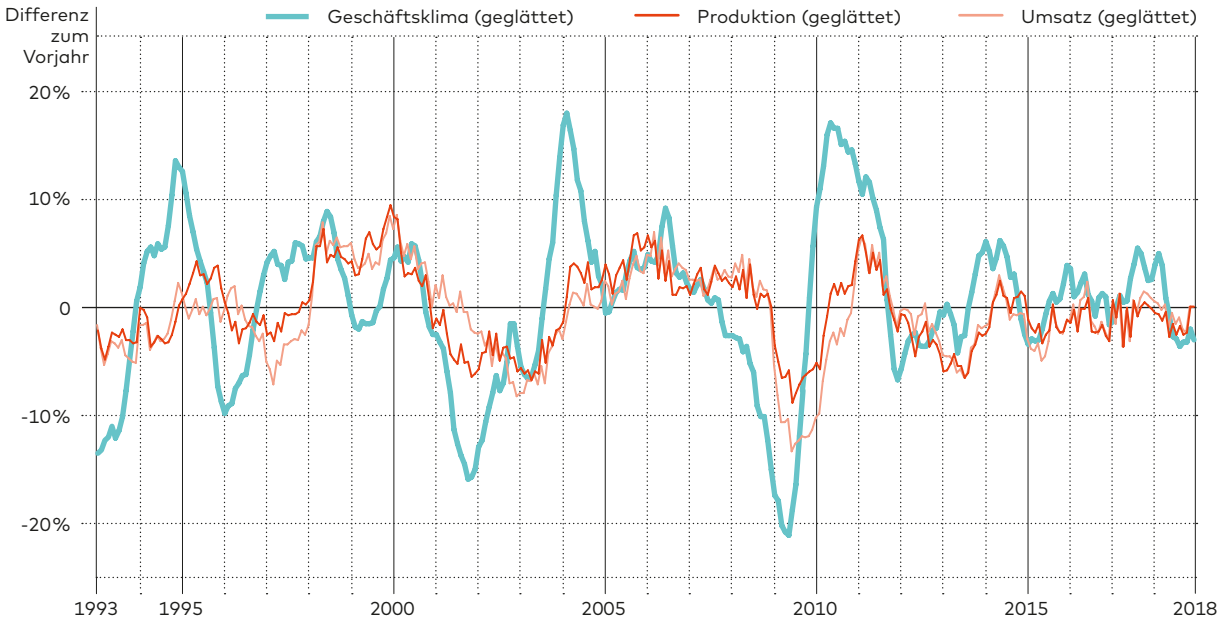
Wie alle Stimmungsindikatoren basiert es auf den subjektiven Einschätzungen von Druck- und Medienunternehmen. Dem Konjunkturtelegramm liegen demnach Einschätzungen zugrunde, die aus unterschiedlichsten Eindrücken und Wahrnehmungen gebildet werden. Ausgangspunkt bleibt jedoch stets die tatsächliche wirtschaftliche Entwicklung in den Unternehmen.

Ein Beispiel bieten die um mehrere Monate zurückversetzten Dreimonats-Durchschnitte des Geschäftsklimaindexes der vergangenen 25 Jahre: Die Veränderungen des Geschäftsklimaindexes gegenüber dem jeweiligen Vorjahr erklären etwa 40 Prozent des Verlaufs der vom Statistischen Bundesamt veröffentlichten Produktions- oder Umsatzindizes der Druckbranche. Die Entwicklung des geglätteten Geschäftsklimaindexes erlaubt also bereits mehrere Monate im Voraus eine Beurteilung der tatsächlichen Produktions- und Umsatzentwicklung.

Diese Eigenschaft eines Frühindikators lässt sich einerseits durch eine einfache grafische Analyse aller

Der Geschäftsklimaindex als Frühindikator

Quelle: bvdm



drei Indizes darstellen. Andererseits weisen sogenannte Kreuzkorrelationen darauf hin. Dabei wird der statistische Zusammenhang der geglätteten Produktions- und Umsatzindizes mit verzögerten oder vorgezogenen Werten des ebenfalls geglätteten Geschäftsklimaindexes errechnet. So ergibt sich für die Produktion die höchste positive Korrelation mit dem um fünf Monate zurückversetzten Geschäftsklimaindex (62 Prozent) und für den Umsatz sogar mit dem um acht Monate zurückversetzten Geschäftsklimaindex (61 Prozent). Rechnerisch nachweisen lässt sich zudem nicht nur ein statistischer, sondern auch ein kausaler Zusammenhang des Geschäftsklimaindexes mit dem Produktions- und Umsatzindex.

Das Konjunkturtelegramm des bvdm gibt somit zeitnah Einblicke in die wirtschaftliche Entwicklung der Branche: Steigt der Geschäftsklimaindex gegenüber dem Vorjahr an, ist ein Wachstum des Produktions- und Umsatzindex in fünf beziehungsweise acht Monaten höchstwahrscheinlich.

Ein Stimmungsindikator kann die Wirklichkeit freilich nicht komplett abbilden. Denn entscheidend für die Qualität eines Indikators ist seine Datenbasis. Druck- und Medienunternehmen können den Aussagewert des Konjunkturtelegramms daher maßgeblich stärken, indem sie am ifo Konjunkturtest teilnehmen. Informationen dazu bietet das bvdm-Referat Wirtschaftspolitik unter: wirtschaft@bvdm-online.de

Gestern und heute

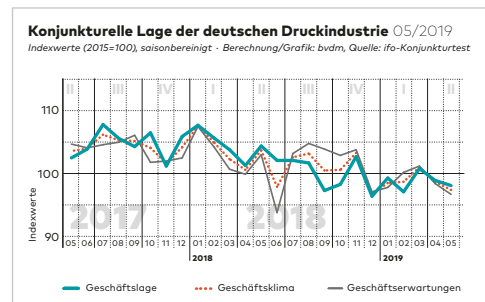
BVD-Konjunktur-Telegramm: Druckindustrie im Oktober 80

Bekanntlich ermittelt das ifo-Institut für Wirtschaftsforschung (München) jeden Monat durch eine Umfrage bei etwa 500 Betrieben die konjunkturelle Situation in der westdeutschen Druckindustrie, und «DD» berichtet jeweils darüber aufgrund der vom Bundesverband Druck e.V. ausgegebenen Daten.

Für Oktober 1980 ergibt sich folgendes Bild:

1. **Beurteilung der Geschäftslage:** Die Geschäftslage ist per Saldo nach wie vor zufriedenstellend: 15% halten ihre augenblickliche Situation für gut, 72% empfinden sie als befriedigend bzw. saisonüblich und 13% sind ausgesprochen unzufrieden.
2. **Die Produktionsentwicklung:** Der leichte Abwärtstrend setzt sich fort. Das vommonatige Produktionsniveau kann nicht gehalten werden. Jeder Fünftel stellt eine schwächere Produktionsleistung als im September fest, wohingegen lediglich jeder Sechste Produktionsausweitungen verzeichnet.
3. **Der Nachfrageverlauf:** Die Auftragslage hat sich erneut verschlechtert. Besserungen der Nachfragesituation bei jedem Achten stehen Einbußen bei nahezu jedem Dritten gegenüber. Analog verläuft die Entwicklung der Auftragsbestände. Kaum ein Betrieb hält sein gegenwärtiges Auftragspolster für verhältnismäßig groß, jeder Dritte hält es für zu klein, die übrigen für ausreichend bzw. saisonüblich.
4. **Die Preisituation:** Geplante Preisentwicklung hält an; Preis erhöhungen sind ebenso häufig wie Preis senkungen; jeweils jeder elfte teilbetriebl. Betrieb stellt Veränderungen nach oben bzw. unten fest.
5. **Die Pläne und Erwartungen:** Die Pläne und Erwartungen im September fest, wohingegen lediglich jeder Sechste in den kommenden drei Monaten; unter den übrigen sind allerdings Pessimisten dreimal so häufig wie Optimisten, so daß bis zum Jahresende mit einem sinkenden Produktionsniveau zu rechnen ist.
6. **Die Tendenz:** Verstärkte Eintrübung.

Konjunkturtelegramm Oktober 1980, Deutscher Drucker



Konjunkturtelegramm Mai 2019

Konsolidierung in wichtigen Zuliefermärkten

bvdm bewirkt ausführliche Prüfung der Fusionspläne von Papyrus Deutschland und Papier Union sowie der Übernahme von MBO durch Heidelberg

Im Herbst 2018 sind beim Bundeskartellamt Fusionsabsichten aus zwei wichtigen Zuliefermärkten für die Druck- und Medienbranche eingegangen. Die ohnehin schon oligopolistischen Marktstrukturen von Falzmaschinenherstellern und Papiergroßhändlern stehen im Fall der behördlichen Genehmigung vor einer weiteren Konsolidierung.

Die Heidelberger Druckmaschinen AG (Heidelberg) gab Anfang Oktober 2018 ihre Absicht zur Übernahme der MBO-Gruppe bekannt. Im Genehmigungsfall würde sich die Zahl der aktiven Falzmaschinenhersteller in Deutschland von vier auf drei reduzieren. Mit GUK, inklusive MB Bäuerle, und Horizon stünden damit zwei kleinere Anbieter einem vergleichsweise sehr großen Anbieter, Heidelberg/MBO-Gruppe, gegenüber.

Auch OptiGroup und Inapa, zwei international agierende Papiergroßhändler, kommunizierten Ende Oktober 2018 die Absicht der Zusammenführung ihrer deutschen Tochtergesellschaften Papyrus Deutschland und Papier Union. Nach Schätzung des bvdm kämen diese Großhändler zusammen auf einen Anteil von rund 38 Prozent des gesamtdeutschen Umsatzes im Papiergroßhandel. Bei einigen Druckpapiersorten, die beide Großhändler vertreiben, würden durch die Fusion deutlich höhere Marktanteile und gegebenenfalls sogar eine marktbeherrschende Stellung erlangt werden.

In beiden Fusionsverfahren waren die Unternehmen ursprünglich von einer schnellen Genehmigung durch das Bundeskartellamt ausgegangen und hatten einen positiven Beschluss noch im Dezember des vergangenen Jahres erwartet. Die Fusionsabsichten haben in der Branche jedoch große Besorgnis hervorgerufen.

Der bvdm hat daraufhin das Bundeskartellamt kontaktiert und sich für die berechtigten Interessen von Druck- und Medienunternehmen eingesetzt. Denn wie jedem Unternehmen in einer Marktwirtschaft ist es ihnen wichtig, dass die Angebotsvielfalt in den Zulieferbranchen erhalten bleibt und sich

ihre Einkaufssituation nicht verschlechtert. Darüber hinaus haben die Verbände Druck und Medien die Unternehmen dazu ermuntert, sich eigenständig beim Bundeskartellamt zu melden, um in den Prüfverfahren angehört zu werden.

Auf Betreiben von bvdm und besorgten Unternehmen sah das Bundeskartellamt weiteren Aufklärungsbedarf über die Konsequenzen der angestrebten Zusammenführungen und leitete in beiden Fällen förmliche Hauptprüfverfahren ein. Anders als im formlosen Prüfverfahren, in dem die Beschlussabteilung der Behörde innerhalb eines Monats eine Entscheidung fällen muss, kann ein förmliches Hauptprüfverfahren bis zu drei weitere Monate dauern. Im Rahmen dessen wurden schließlich stichprobenartig ausgewählte Druck- und Medienunternehmen ausführlich und systematisch zu den möglichen Folgen der Fusionen befragt.

Die Prüfung der Fusionsfälle hat sich als sehr komplex erwiesen, sodass die Behörde die Bearbeitungsfrist beider Verfahren bereits mehrmals verlängern musste. Während der Beschluss zum Fall Heidelberg/MBO-Gruppe bereits vor dem Redaktionsschluss des bvdm-Jahresberichtes vorlag – die Behörde hat den Kontrollenerwerb untersagt –, wurde die Prüfungsfrist im Fall OptiGroup/Inapa ein weiteres Mal verlängert.

Die ausführliche Prüfung beider Fusionsverfahren kann als ein Erfolg verbucht werden. Denn sie sensibilisiert die Wettbewerbshüter für die Position von Druck- und Medienunternehmen gegenüber ihren wichtigen Zulieferbranchen.

Revidiertes Güterverzeichnis für Produktionsstatistiken

bvdm führt Anpassungen und Richtigstellungen herbei

Ab 2019 gilt das neue Güterverzeichnis für Produktionsstatistiken (GP 2019) des Statistischen Bundesamtes. Die frühere Fassung stammte aus dem Jahr 2009. Sie wurde auf Drängen und mit Unterstützung des Bundesverbandes nun angepasst. Das Verzeichnis dient als Grundlage für die gesetzlich vorgeschriebenen Produktionserhebungen, unter anderem im Verarbeitenden Gewerbe. Betriebe mit mehr als 50 Beschäftigten sind verpflichtet, monatlich den Wert der von ihnen produzierten Güter zu übermitteln. Für Betriebe mit 20 bis 50 Beschäftigten gilt eine vierteljährliche Berichtspflicht. Insgesamt sind somit rund 18 Prozent aller Druck- und Medienbetriebe meldepflichtig.

Mit Unterstützung aus der Unternehmenspraxis bewirkte der Bundesverband Druck und Medien in der GP-Revision mehrere Anpassungen und Richtigstellungen für Druckerzeugnisse. So wurde beispielsweise der vormalige Sammelposten „Andere Werbedrucke und Werbeschriften (zum Beispiel Prospekte, Werbebeilagen für Zeitungen und Zeitschriften, Werbeaufkleber, Jubiläumsschriften und ähnliche Werbedrucke)“ in nunmehr drei Kategorien aufgeteilt: „Prospekte,

Werbebeilagen für Zeitungen und Zeitschriften“, „Mailings (Werbebriefe)“ und „Andere Werbedrucke und Werbeschriften“. Diese Differenzierung ermöglicht künftig eine genauere Erfassung von wichtigen Marktsegmenten.

Darüber hinaus wurden mehrere Güternummern für die Herstellung beziehungsweise das Drucken von Endlosformularen, Endlosformularsätzen oder anderen Durchschreibesätzen, die vormals unterschiedlichen Industriezweigen zugeordnet waren, auf zwei Produktnummern der Druckindustrie reduziert. Auch werden seit Jahresbeginn der Textildruck sowie der Etikettendruck der Druckindustrie zugeordnet – Produktsegmente, die früher der Textilindustrie beziehungsweise der papierverarbeitenden Industrie zugeordnet wurden.

Sozialpolitik

Von zukunftssicheren Flächentarifverträgen mit zeitgemäßen Arbeitsbedingungen profitieren sowohl die Unternehmen als auch die Mitarbeiter der gesamten Branche. Diese zu gestalten ist zentrale Aufgabe des bvdm als Arbeitgeberverband.

Der stete Austausch mit Gesetzgebern, der Gewerkschaft, Dachverbänden der Wirtschaft, Interessenvertretungen verwandter Branchen sowie der Öffentlichkeit ermöglicht es dem bvdm, die Interessen der Branche im Bereich der Sozialpolitik auf nationaler und europäischer Ebene engagiert zu vertreten.

Durch aktuelle, praxisrelevante Informationen, die durch rechtliche Beratung, Handlungsempfehlungen und Leitfäden ergänzt werden, profitieren die Mitglieder der Verbände Druck und Medien von der Expertise des bvdm.



Warum hat das so lange gedauert?

Tarifverhandlungen in der Druckindustrie

Am 17. September 2018 begannen die Tarifverhandlungen zwischen dem bvdm und der Gewerkschaft ver.di. ver.di forderte seinerzeit 5 Prozent mehr Geld für zwölf Monate. Die Arbeitgeber dagegen wollten eine Reform des Manteltarifvertrages (MTV) erreichen und hatten diesen im März mit Wirkung zu Ende September 2018 gekündigt. Was zunächst wie eine „normale“ Tarifrunde startete, entwickelte sich zu einem Konflikt, der an den Grundfesten der Sozialpartnerschaft in der Druckindustrie rüttelte.

ver.di begründete die ursprüngliche Lohnforderung mit dem „gesamtgemeinschaftlichen Wachstum“. Die Gewerkschaft verschwieg dabei aber, dass die Druckindustrie von diesem Wachstum seit Jahren gar nicht profitiert. Von sprudelnden Gewinnen ist die Druckindustrie weit entfernt. Die Betriebe kämpfen mit starken Preissteigerungen, die sie kaum an ihre Kunden weitergeben können. Dringend benötigtes Geld für Investitionen fehlt häufig. Zudem ist kein Produktivitätswachstum zu verzeichnen. Daher war die Lohnforderung aus Sicht der Arbeitgeber deutlich überzogen.

Auch wenn die Vorstellungen von ver.di und bvdm zunächst weit auseinanderlagen, wäre eine Einigung zum Lohn wohl bereits 2018 erreichbar gewesen. Die Arbeitgeber hatten von Beginn an deutlich gemacht, dass sie zu angemessenen Lohnerhöhungen bereit sind. Allerdings müsste im Gegenzug der schon lange

Die Lage der Branche 2018/2019



-300

Anzahl der Betriebe



-3.276

Anzahl der Beschäftigten



-1,8%

Arbeitsproduktivität je Stunde



-2,2%

Produktionsmenge



+30,1%

Insolvenzen



+6,6%

Papierpreise

Tarifkalender



schwelende Konflikt um die im MTV geregelten Arbeitsbedingungen endlich gelöst werden. Unter der Voraussetzung einer Einigung zur Reform des MTV hatte der bvdM ver.di daher im Oktober 2018 eine zweistufige Lohnerhöhung von insgesamt 3,8 Prozent und Einmalzahlungen von insgesamt 400 Euro angeboten, bei einer Laufzeit von 30 Monaten bis Ende Februar 2021.

Ferner sollte der MTV für bestehende Arbeitsverhältnisse wieder in Kraft gesetzt und eine Neufassung des Tarifvertrages für neue Arbeitsverhältnisse verhandelt werden. Außerdem sollten neue Flexibilisierungsmöglichkeiten für betriebliche Regelungen geschaffen werden. Die Gewerkschaft lehnte jedoch zunächst jede Verhandlung über eine Reform des MTV ab.

ver.di setzt den Flächentarifvertrag aufs Spiel

Statt mit dem bvdM an einer konstruktiven Lösung zu arbeiten, versuchte ver.di über mehrere Monate – begleitet von gezielten Streiks gegen einzelne Betriebe – mit den Landesverbänden Druck und Medien Baden-Württemberg, Bayern und Nord-West regionale Tarifverhandlungen für die gewerblichen Arbeitnehmer zu führen. Wohlwissend, dass die Zuständigkeit für diese Tarifverträge auf Bundesebene liegt – ein offener Affront gegen den Tarifpartner bvdM. In den übrigen Landesteilen gelang der Gewerkschaft

keine Mobilisierung mehr; daher rührte wohl auch das fehlende Interesse ver.di für die dortigen Arbeitsbedingungen.

In einem gemeinsamen Schreiben mit dem bvdM hatten die Landesverbände diesen Bestrebungen ver.di, die Verbände gegeneinander auszuspielen, eine Absage erteilt und die Gewerkschaft zur Fortsetzung der Verhandlungen auf Bundesebene aufgefordert. Dank der großen Solidarität der Betriebe hielt die Phalanx der Arbeitgeber.

Ausdauer zahlt sich aus – Tarifkompromiss in Runde acht

Nach insgesamt mehr als acht Monaten zähen Ringens folgte dann in der Nacht vom 2. auf den 3. Mai 2019 in der achten Verhandlungsrunde der Kompromiss. Arbeitgeber und Gewerkschaft verständigten sich neben einem neuen Lohnabschluss auf einen verbindlichen Fahrplan zur Reform des MTV in den nächsten zwei Jahren.

Die Laufzeit des Lohnabkommens beträgt insgesamt 36 Monate, gerechnet ab dem 1. September 2018. Die Tariflöhne für die gewerblichen Arbeitnehmer der Druckindustrie steigen in drei Schritten an: um 2,4 Prozent rückwirkend zum 1. Mai 2019, um weitere 2,0 Prozent ab 1. Juni 2020 sowie um weitere

Lohnerhöhungen für die Beschäftigten der Druck- und Medienindustrie



2,4% rückwirkend zum 1. Mai 2019

2,0% ab 1. Juni 2020

1,0% zum 1. Mai 2021



Laufzeit des Lohnabkommens

Das Lohnabkommen hat eine Laufzeit von insgesamt 36 Monaten, gerechnet ab dem 1. September 2018. Kündbar ist das Lohnabkommen erstmals zum 31. August 2021.

1,0 Prozent zum 1. Mai 2021. Kündbar ist das Lohnabkommen erstmals zum 31. August 2021. Die Betriebe erhalten damit drei Jahre Planungssicherheit.

Gerade durch die ungewöhnlich lange Laufzeit ist das neue Lohnabkommen akzeptabel. Zwar summiert sich die tabellenwirksame Erhöhung auf 5,49 Prozent und wird den im Preiskampf sowohl beim Einkauf als auch bei der Durchsetzung einbringlicher Verkaufspreise befindlichen Betrieben eine nicht unbeachtliche Belastung bescheren. Doch diese baut sich über einen langen Zeitraum auf. Zudem ist zu beachten, dass im gesamten Jahr 2018 keine Lohnerhöhung erfolgt ist und die erste Stufe der Erhöhung erst nach acht Leermonaten erfolgt.

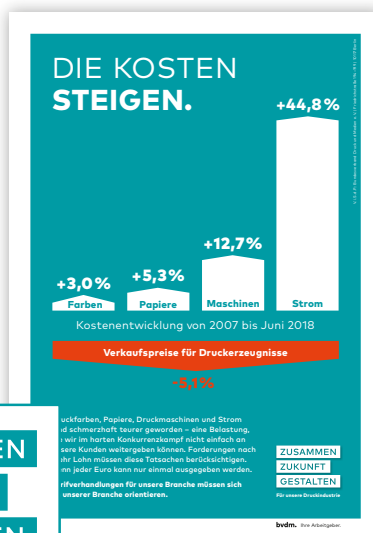
Im Vergleich zu den Tarifabschlüssen anderer Branchen in den letzten Monaten ist das Lohnabkommen daher insgesamt verhältnismäßig niedrig, gleichzeitig aber angesichts der nachvollziehbaren Erwartungshaltung der Mitarbeiter hinsichtlich ihrer Reallohnentwicklung und mit Blick auf die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit der Branche als verantwortungsvoll einzuschätzen.

Aufgeschoben ist nicht aufgehoben – neue Verhandlungen zum MTV

Deutlich schwieriger als die Einigung auf ein neues Lohnabkommen gestaltete sich das Finden eines Kompromisses zum MTV, der durch den bvdM zum 30. September 2018 gekündigt worden war. Die Vorschläge der Arbeitgeber zur Reform des Tarifwerks lehnte ver.di ab, ohne jedoch selbst konstruktive Ansätze für eine Lösung des Tarifkonflikts zu entwickeln.

Mit dem Tarifabschluss wurde nun vereinbart, ab Juni 2019 einen neuen Anlauf zur Reform des Tarifwerks unter Friedenspflicht zu unternehmen. Vereinbart wurden Verhandlungen zur Reform der Tarifverträge (MTV, Anhänge, Lohnrahmentarifvertrag); die regelungsbedürftigen Themen aus Sicht des bvdM sind mit Arbeitszeit, Zuschlägen, Urlaubsgeld und Jahresleistung sowie Anhängen (insbesondere wegen der antiquierten Besetzungsregeln) explizit genannt. ver.di wird nach entsprechender Beratung in der Tarifkommission bis spätestens 30. September 2019 einen eigenen Themenkatalog einbringen. Bestandteil der Verhandlungen soll aus Sicht von ver.di auch die Frage von allgemeinverbindlichen branchenbezogenen Lohnuntergrenzen sein. Um eine zügige Einigung zu erzielen, vereinbarten die Tarifvertragsparteien eine intensive Frequenz mit regelmäßigen Gesprächen alle zwei Monate ab Juni 2019.

Aktiv und auch kreativ hat der bvdm ver.di zu konstruktiven Verhandlungen aufgefordert sowie Betriebe und Beschäftigte über die Situation der Branche und den Stand der Gespräche informiert.



SO GEHT ES DOCH NICHT WEITER.

Zukunftssichere Tarifverträge?
Moderne Arbeitsbedingungen?

ver.di hat bisher alle Angebote der Arbeitgeber zur Lösung des Tarifkonflikts einfach ignoriert. Es hilft aber nichts, den Kopf in den Sand zu stecken.

Wir haben angeboten, den Manteltarifvertrag für alle jetzigen Arbeitnehmer wieder in Kraft zu setzen, von A wie Arbeitszeit bis Z wie Zuschläge über moderne Bezahlungsregeln, mehr Dienstleistungsorientierung für betriebliche Lösungen und eine Reform des Manteltarifvertrages für neue Mitarbeiter wollen wir mit ver.di reden.

Zur Zeit gibt es auf Grund der Blockade durch ver.di aber nicht einmal einen neuen Verhandlungstermin. Das bedeutet wir sehr, Streiks, die ihrem Betrieb und damit auch vielen Mitarbeitern schaden, sind jederzeit keine Lösung. Den Kopf aus dem Sand zu ziehen und der Realität ins Auge zu sehen, wäre aber schon mal ein Anfang.

ZUSAMMEN ZUKUNFT GESTALTEN
Für unsere Druckindustrie

bvdM, 100 Anzeigen

**ZUSAMMEN
ZUKUNFT
GESTALTEN**
Für unsere Druckindustrie

Um die komplexen und vermutlich langwierigen Verhandlungen ohne die Belastungen eines Arbeitskampfes führen zu können, wurde vereinbart, den gekündigten MTV und die Anhänge vorübergehend, für die Zeit der Verhandlungen, wieder in Kraft zu setzen. Der wieder in Kraft gesetzte MTV endet jedoch, ohne dass es einer Kündigung bedarf, automatisch zum 30. April 2021. Verhandelte Neuregelungen sollen zum 1. Mai 2021 in Kraft treten.

Auch wenn noch keine materiellen Änderungen vereinbart werden konnten, ist ver.di doch zumindest von ihrer totalen Verweigerungshaltung abgerückt. Erstmals hat sich die Gewerkschaft verpflichtet, eigene Vorstellungen zur Reform des Tarifwerks vorzulegen. Die Diskussion um den Flächentarifvertrag geht damit in die nächste Runde.

Reform des Teilzeitrechts

Flexibilität ist eine Einbahnstraße

Anlässlich der Anhörung im Bundestagsausschuss für Arbeit und Soziales am 15. Oktober 2018 hat der bvdm zum Gesetz zur Weiterentwicklung des Teilzeitrechts Stellung genommen. Die wichtigsten Inhalte des Gesetzes sind die Einführung einer befristeten Teilzeit, neue Regelungen für Arbeit auf Abruf und die Verlängerung der Arbeitszeit auf Wunsch des Arbeitnehmers.

Das Gesetz zur Weiterentwicklung des Teilzeitrechts umfasst im Wesentlichen folgende Elemente:

- Brückenteilzeit: Einführung einer befristeten Teilzeit für 1–5 Jahre
- Verlängerung der Arbeitszeit: Änderung der Beweislast zulasten des Arbeitgebers
- Arbeit auf Abruf: Änderung der Auffangregelung bei fehlender Festlegung der Arbeitszeit (20 statt bisher 10 Stunden pro Woche)
- Erörterungsanspruch für Arbeitnehmer über die Dauer und Lage ihrer Arbeitszeit

Stellungnahme des bvdm

In seiner Stellungnahme hat der bvdm die neue Regelung zur Verlängerung der Arbeitszeit als Fortschritt gegenüber dem Referentenentwurf vom 18. April 2018 begrüßt. Die Verteilung der Arbeitszeit und das Ob und Wie der Einrichtung von zusätzlichen Arbeitsplätzen liegen weiterhin im Ermessen des Arbeitgebers. Der Arbeitgeber wird nicht verpflichtet, neue Arbeitsplätze nach den Vorstellungen des Arbeitnehmers zu schaffen.

Bedauerlich ist jedoch, dass die geplanten Regelungen zur Brückenteilzeit unverändert geblieben sind. Es steht zu befürchten, dass die neuen Regelungen dazu einladen, häufiger zwischen Voll- und Teilzeit hin und her zu wechseln. Das kann gerade kleinere Betriebe vor erhebliche Probleme stellen. Der bvdm kritisierte insbesondere, dass die Politik Arbeitnehmern ständig weitere Möglichkeiten einräumt, ihre Arbeit nach ihren Vorstellungen zu gestalten, während sie Arbeitgeber gleichzeitig daran hindert, entsprechende Arbeitsausfälle flexibel aufzufangen, etwa durch Zeitarbeit, Arbeit auf Abruf oder befristete Arbeitsverhältnisse. Die Stellungnahme des bvdm ist abrufbar unter: bvdm-online.de/teilzeit-und-befristung

Die Verbände Druck und Medien haben Anfang 2019 bundesweit Informationsveranstaltungen zum neuen Teilzeitrecht sowie zur geplanten Reform des Befristungsrechts angeboten.



Befristungsrecht unter Druck

Befristete Arbeitsverhältnisse sind für Unternehmen unverzichtbar, um ihren Personalbestand an den betrieblichen Bedarf anzupassen und Veränderungen Rechnung tragen zu können. Mit dem im Koalitionsvertrag verankerten Vorhaben, die Regelungen zur Befristung von Arbeitsverhältnissen deutlich zu verschärfen, stehen den Unternehmen in Deutschland voraussichtlich eine erhebliche Einschränkung ihrer Flexibilität und ein deutlicher Zuwachs an Bürokratie ins Haus. Ein entsprechender Gesetzentwurf wird in der ersten Jahreshälfte 2019 erwartet.

Abschaffung der sachgrundlosen Befristung?

Die vorgesehene Begrenzung sachgrundloser Befristungen auf 18 statt 24 Monate bei nur noch einmaliger statt dreimaliger Verlängerung lehnt der bvdm ab. Dasselbe gilt für die geplante Quote, nach der Arbeitgeber mit mehr als 75 Beschäftigten künftig nur noch 2,5 Prozent der Belegschaft sachgrundlos befristet einstellen dürfen. Damit dürfte es etwa in Unternehmen mit 76 bis 79 Arbeitnehmern nur noch eine sachgrundlose Befristung geben, ab 80 Arbeitnehmern wären es zwei. Diese Quote liefe im Grunde auf eine Abschaffung der sachgrundlosen Befristung für größere Unternehmen hinaus.

Sachgrundlos, aber nicht ohne Grund

Befristete Verträge werden von Arbeitgebern häufig eingesetzt, wenn noch nicht absehbar ist, wie sich die Auftragslage entwickelt oder ob ein Arbeitnehmer tatsächlich zum Unternehmen passt. Gleichermaßen gilt dies bei Saisonarbeit, zeitlich begrenzten Aufträgen und Projekten oder bei der Vertretung von Arbeitnehmern, die etwa wegen Elternzeit oder längerer Krankheit ausfallen. Zusätzlichen Vertretungs- und Befristungsbedarf wird auch der gerade neu geschaffene Anspruch auf befristete Reduzierung der Arbeitszeit („Brückenteilzeit“) schaffen.

In nahezu allen Befristungsfällen gibt es also aus der Sicht des Unternehmens einen guten Grund für den Abschluss eines (zunächst) befristeten statt eines unbefristeten Arbeitsvertrages. Dass Arbeitgeber bisher häufig dennoch auf die sogenannte sachgrundlose Befristung zurückgreifen, liegt vor allem daran, dass diese gegenüber der Befristung mit Sachgrund

einfacher und rechtssicherer zu nutzen ist. Denn nicht alle aus Sicht des Unternehmens tragenden Gründe für eine Befristung werden von den Arbeitsgerichten anerkannt, dies gilt besonders für die Fälle unsicherer Geschäftsentwicklung. Der öffentlichen Hand steht, anders als der Privatwirtschaft, dagegen der spezielle Sachgrund der „Haushaltsbefristung“ zur Verfügung.

Höchstdauer und Karenzzeit

Künftig soll eine Befristung dann nicht mehr zulässig sein, wenn mit demselben Arbeitgeber bereits zuvor ein unbefristetes oder ein oder mehrere befristete Arbeitsverhältnisse mit einer Gesamtdauer von fünf oder mehr Jahren bestanden haben. Ein erneutes befristetes Arbeitsverhältnis mit demselben Arbeitgeber soll nach dem Ablauf einer Karenzzeit von drei Jahren möglich sein. Diese Regelung soll missbräuchliche „Kettenbefristungen“ verhindern, die jedoch bisher nur im öffentlichen Dienst, nicht in der Privatwirtschaft verbreitet waren.

Befristungen müssen weiterhin rechtssicher möglich sein

Der bvdm wird sich im Laufe des Gesetzgebungsverfahrens für eine stärkere Berücksichtigung der betrieblichen Interessen einsetzen. Die Vereinbarung von befristeten Arbeitsverhältnissen muss, gerade vor dem Hintergrund des rigiden Kündigungsschutzes, weiterhin rechtssicher und praktikabel sein. Kettenbefristungen im öffentlichen Dienst als Begründung für eine Belastung der privaten Arbeitgeber heranzuziehen und gleichzeitig die privilegierte Befristung mit sachlichem Grund für die öffentliche Hand zu erhalten, ist nicht akzeptabel.

Sozialversicherung – die 40%-Grenze wackelt

Ein zentrales Anliegen der Sozialpolitik ist aus Sicht des bvdm, die Sozialversicherungssysteme dauerhaft finanzierbar und leistungsfähig zu erhalten. Betriebe dürfen in ihrer internationalen Wettbewerbsfähigkeit nicht durch immer weiter steigende Sozialausgaben belastet werden.

Ob die Zusage der Koalition, die Sozialabgaben auf unter 40 Prozent zu begrenzen, langfristig gehalten werden kann, ist unsicher. Leistungsausweitungen in der Rentenversicherung, Eingriffe in die Rentenformel, um das Rentenniveau von 48 Prozent abzusichern, sowie Mehrkosten in der Pflegeversicherung lassen zweifeln, ob die Stabilisierung der Abgaben gelingt.

Zwar wurde zum 1. Januar 2019 der Beitragssatz zur Arbeitslosenversicherung um 0,5 Prozentpunkte auf 2,5 Prozent gesenkt und damit eine zentrale Forderung der Arbeitgeber erfüllt. Die Beitragssenkung entlastet die Beitragszahler jährlich um über 6 Milliarden Euro.

Allerdings stieg gleichzeitig der Beitragssatz der Pflegeversicherung um 0,5 Prozentpunkte, verbunden mit einer Mehrbelastung der privaten Arbeitgeber um etwa 2,1 Milliarden Euro allein im Jahr 2019.

Durch die Wiederherstellung der Parität bei den Beiträgen zur Krankenversicherung müssen seit dem 1. Januar 2019 die Beiträge (inklusive Zusatzbeitrag) wieder in gleichem Maße von Arbeitgebern und Beschäftigten getragen werden, was zu Mehrkosten für Arbeitgeber von etwa 4,9 Milliarden Euro pro Jahr führt.

Damit ist die Entlastung der Arbeitgeber bei der Arbeitslosenversicherung bereits wieder verpufft.

Die Beiträge zur Rentenversicherung blieben zwar 2019 stabil bei 18,6 Prozent, eine eigentlich mögliche Senkung um bis zu 0,3 Prozentpunkte konnte aber nicht realisiert werden. Grund hierfür sind erhebliche Leistungsausweitungen, die ferner befürchten lassen, dass die Rentenversicherungsbeiträge langfristig, das heißt bis zum Jahr 2030, auf über 22 Prozent steigen werden.

Fragwürdige Pläne zur „Grundrente“

Das Anfang Februar 2019 von Bundesarbeitsminister Hubertus Heil vorgestellte Konzept zur Grundrente darf nicht zu weiteren Beitragssteigerungen führen. Die neue Grundrente sieht eine Aufwertung von Rentenansprüchen für Versicherte vor, die mindestens 35 Jahre in die Rentenversicherung eingezahlt haben. Das hätte zur Folge, dass gleich hohe Beiträge nicht mehr zu gleich hohen Rentenleistungen führen würden. Dies widerspricht dem Grundsatz, dass sich die Höhe der Rente nach den zuvor eingezahlten Beiträgen richtet. Daher lehnt der bvdm diese Pläne als ungerecht ab. Die Umsetzung der Pläne des Bundesarbeitsministers würde nach seiner Aussage einen mittleren einstelligen Milliardenbetrag kosten. Um eine Beitragssteigerung zu vermeiden, muss zumindest sichergestellt sein, dass die Grundrente aus Steuermitteln finanziert wird, da die geplanten zusätzlichen Leistungen nicht durch entsprechende Beiträge gedeckt sind.

Mindestlohn – Erhöhung wird zum Politikum

Zum Jahresanfang 2019 ist der gesetzliche Mindestlohn wie bereits erwartet auf 9,19 Euro pro Stunde gestiegen. Auch die nächste Erhöhung steht bereits fest: Zum 1. Januar 2020 steigt der Mindestlohn auf 9,35 Euro. Diese zweistufige Erhöhung hat offenbar politische Gründe.

Nach dem Mindestlohngesetz muss alle zwei Jahre eine Überprüfung und Anpassung des gesetzlichen Mindestlohns erfolgen. Dies geschieht durch eine paritätisch – mit Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertretern sowie einem Vorsitzenden – besetzte Mindestlohnkommission. Nach ihrer Geschäftsordnung orientiert sich die Kommission dabei in der Regel an den Tarifabschlüssen der beiden vorhergehenden Kalenderjahre.

Auf Basis der Tarifentwicklungen der Jahre 2016 und 2017 schlug die Kommission demzufolge eine Anpassung des Mindestlohns auf 9,19 Euro brutto pro Stunde vor.

So weit, so erwartet. Allerdings berücksichtigte die Kommission darüber hinaus die Tarifabschlüsse des ersten Halbjahres 2018 und zog diese für einen zweiten Anpassungsschritt auf 9,35 Euro pro Stunde ab 1. Januar 2020 heran. Die vorzeitige weitere Erhöhung kam überraschend, denn diese Abschlüsse hätten eigentlich erst für die Mindestlohnanpassung zum 1. Januar 2021 Berücksichtigung finden dürfen.

Seit Langem fordern Gewerkschaften und nunmehr auch die SPD eine deutliche Anhebung des Mindestlohns pro Stunde. Die vorzeitige Erhöhung ist daher offenbar politisch motiviert. Dieses nicht nachvollziehbare Vorgehen hat der bvdm im Juni 2018 deutlich kritisiert und daran erinnert, dass die Kommission keine Tarifverhandlungen führt und sich an das vorgesehene Prozedere halten muss.

Im Vorfeld der Anpassungsentscheidung hatte der bvdm zudem in einer Stellungnahme auf die bisherigen Auswirkungen des Mindestlohns hingewiesen und notwendige Änderungen gefordert, unter anderem eine Anpassung der 450-Euro-Grenze für Minijobs parallel zur Erhöhung des Mindestlohns. Diesen Punkt hat die Bundestagsfraktion der FDP aufgegriffen und einen Entwurf für ein Gesetz zur Dynamisierung der Verdienstgrenzen der geringfügigen Beschäftigung vorgelegt. Ob dies umgesetzt wird, bleibt allerdings abzuwarten.

Der bvdm hat seinen Leitfaden zum gesetzlichen Mindestlohn aktualisiert und dabei neben den Auswirkungen der beschlossenen Erhöhungen auch die neuste Rechtsprechung berücksichtigt. Die aktualisierte Version des Mindestlohnleitfadens stellen die Verbände Druck und Medien ihren Mitgliedsbetrieben seit Ende 2018 zur Verfügung.



Unternehmens- recht

Die Rahmenbedingungen für die Druck- und Medienbranche ändern sich ständig. Der Bundesverband Druck und Medien setzt sich dafür ein, dass die Positionen der Branche bei der Erstellung von Gesetzen auf deutscher und europäischer Ebene berücksichtigt werden. Einen besonderen Schwerpunkt bildet dabei das AGB-Recht, für dessen Beibehaltung der bvdm sich zum Schutz der Druckereien stark macht.

Den Mitgliedsunternehmen werden außerdem Muster und sonstige Hilfestellungen, etwa zur Umsetzung der Datenschutz-Grundverordnung, zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus unterstützt der bvdm seine Landesverbände bei der Beratung zu komplexen wirtschaftsrechtlichen Fragen, beispielsweise zum Datenschutzrecht oder zum Urheber- und Medienrecht.



Gesetzentwurf zur Stärkung des fairen Wettbewerbs

Eindämmung des Abmahnmissbrauchs

Am 11. September 2018 hat das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) einen Referentenentwurf eines Gesetzes zur Stärkung des fairen Wettbewerbs veröffentlicht. Der Gesetzgeber verfolgt damit das Ziel, den grassierenden Abmahnmissbrauch einzudämmen. Der bvdm hat hierzu eine Stellungnahme abgegeben und fordert Klarstellungen.

Abmahnungen dienen der effizienten Geltendmachung von Unterlassungsansprüchen und der Vermeidung von langwierigen und kostenintensiven Gerichtsverfahren. Durch die massenhafte missbräuchliche Generierung von Gebühren und Vertragsstrafen durch „Abmahnanwälte“ ist die Abmahnung jedoch zunehmend in Verruf geraten.

Der bvdm begrüßt in seiner Stellungnahme daher das Ziel des Gesetzentwurfs, den Abmahnmissbrauch einzudämmen. Allerdings sieht er die zahlreichen unbestimmten Rechtsbegriffe darin kritisch und befürchtet, dass der Entwurf das Problem im Kern nicht beseitigen wird. Hervorzuheben an der Neuregelung sind insbesondere die folgenden Punkte:

1. Verbot der missbräuchlichen Geltendmachung von Ansprüchen

Das BMJV schlägt vor, dass eine unzulässige missbräuchliche Geltendmachung von Ansprüchen vermutet werden soll, wenn der Gegenstandswert, nach dem

sich die Anwaltskosten berechnen, unangemessen hoch angesetzt wird oder unangemessen hohe Vertragsstrafen gefordert werden. Der bvdm hält die Verringerung der finanziellen Anreize für Abmahnungen für den richtigen Weg, die Formulierung „unangemessen hoch“ allerdings für zu unbestimmt. Der bvdm fordert daher eine gesetzliche Begrenzung von Gegenstandswert und Vertragsstrafe. Eine Regelung sollte so klar gefasst sein, dass abgemahnte Unternehmen selbst erkennen können, ob in ihrem Fall überhöhte Gegenstandswerte oder Vertragsstrafen angesetzt worden sind.

2. Keine Kostenerstattung bei unerheblichen Beeinträchtigungen

Der Gesetzentwurf schließt bei unerheblichen Verstößen den Anspruch auf Ersatz der Aufwendungen für eine Abmahnung unter bestimmten Voraussetzungen aus. Der bvdm begrüßt den Kostenerstattungsabschluss für Bagatellfälle: Ohne wettbewerbsrelevanten Nachteil hat der Abmahnende kein berechtigtes Interesse an einer kostenpflichtigen Abmahnung. Allerdings hält der bvdm auch hier die Formulierung „in nur unerheblichem Maße beeinträchtigt“ für zu unbestimmt. Damit ist eine Rechtsunsicherheit gegeben, die im Zweifel eine gerichtliche Klärung verlangt. Der bvdm fordert daher mehr Rechtssicherheit, unter anderem durch eine Konkretisierung, wann eine Beeinträchtigung in nur unerheblichem Maße vorliegt.



3. Klarstellung bezüglich Datenschutzverstößen

Insbesondere zum Schutz von kleinen und mittelständischen Unternehmen spricht sich der bvdM nachdrücklich für eine gesetzliche Klarstellung aus, die Abmahnungen durch Wettbewerber wegen angeblicher datenschutzrechtlicher Verstöße explizit ausschließt. Die Umsetzung der Datenschutz-Grundverordnung hat kleine und mittelständische Unternehmen sowohl personell als auch finanziell bereits besonders herausgefordert. Angesichts der vielen komplexen Vorschriften mit zahlreichen unbestimmten Rechtsbegriffen und derzeit bestehenden Unsicherheiten sind die Fehleranfälligkeit und das entsprechende Abmahnrisiko durch Abmahnanwälte naturgemäß hoch. Verstöße gegen datenschutzrechtliche Vorschriften haben indes grundsätzlich keine Auswirkungen auf den Wettbewerb.

Der bvdM wird das Gesetzesvorhaben weiterhin aktiv begleiten.

Wann sind Gegenstandswert und Vertragsstrafe „unangemessen hoch“?

Wann beeinträchtigt ein Verstoß „in nur unerheblichem Ausmaße“?

EU-Kommission will Verbraucherrechte stärken

Der New Deal for Consumers

Die Europäische Kommission hat am 11. April 2018 zwei Richtlinienvorschläge veröffentlicht, die unter anderem Folgendes vorsehen:

- Bestimmte Einrichtungen, etwa Verbraucherorganisationen, sollen Verbandsklagen zum Schutz der Kollektivinteressen der Verbraucher erheben können, um beispielsweise eine Entschädigung, Reparatur oder Preisminderung zu erwirken.
- Vier bestehende EU-Richtlinien zum Schutz der wirtschaftlichen Interessen der Verbraucher sollen geändert werden („Omnibus-Richtlinie“), insbesondere die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken. So sollen Verbraucher im Fall unlauterer Geschäftspraktiken, wie irreführender Werbung, ein Recht auf Vertragskündigung oder Schadensersatz haben. Des Weiteren wird die Einführung von Bußgeldern für weitverbreitete Verstöße gegen das Verbraucherrecht gefordert.

Der bvdm hat gemeinsam mit anderen Verbänden gegenüber der Politik deutlich gemacht, dass jede weitere Verschärfung des kollektiven Rechtsschutzes in Deutschland abzulehnen ist und die bewährten Strukturen der Rechtsdurchsetzung im Lauterkeitsrecht zu erhalten sind.

Ende März 2019 haben sich die Verhandlungsführer von Europäischer Kommission, Rat und Parlament auf einen finalen Text für die „Omnibus-Richtlinie“ geeinigt. Dieser lässt den Mitgliedstaaten aus Sicht des bvdm in wesentlichen Teilen zumindest mehr Raum für die Umsetzung in das nationale Recht als der ursprüngliche Kommissionsentwurf. Der Richtlinienentwurf zu den Verbrauchersammelklagen indes wird im Rat wohl nicht mehr vor der Wahl des Europäischen Parlaments im Mai 2019 abgeschlossen sein. Der Verband wird das Gesetzesvorhaben weiterhin kritisch begleiten.

Umsetzung der Datenschutz-Grundverordnung

Beispiel-Verarbeitungsverzeichnisse für Druckereien

Vor dem Hintergrund der seit dem 25. Mai 2018 geltenden Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO) haben die Druck- und Medienverbände unter Federführung des bvdm Beispiele von Verarbeitungsverzeichnissen für Druckereien erarbeitet.

Druckereien müssen ein Verzeichnis als „Verantwortlicher“ führen (Art. 30 Abs. 1 DS-GVO), welches

beispielsweise die Datenverarbeitungstätigkeiten der Personalverwaltung und der Buchhaltung umfasst. Daneben müssen Druckereien unter Umständen auch ein Verzeichnis als „Auftragsverarbeiter“ erstellen (Art. 30 Abs. 2 DS-GVO), zum Beispiel im Fall der Werbeadressenverarbeitung (Lettershop).

Dementsprechend umfassen die von den Verbänden erstellten Beispiele typische Verarbeitungstätigkeiten des Verantwortlichen und des Auftragsverarbeiters. Die Beispiele können Mitgliedsunternehmen der Verbände der Druck- und Medienindustrie kostenlos bei ihrer Verbandsgeschäftsstelle anfordern.

Schutz mittelständischer Betriebe

Keine Abschwächung der AGB-Kontrolle

Der Koalitionsvertrag sieht vor, das AGB-Recht für Verträge zwischen Unternehmen auf den Prüfstand zu stellen. Das Ziel lautet: mehr Rechtssicherheit für „innovative Geschäftsmodelle“. Der bvdm hat sich gemeinsam mit zahlreichen anderen Verbänden in der Initiative „pro AGB-Recht“ klar für den Schutz marktschwächerer Unternehmen und gegen eine Abschwächung der AGB-Kontrolle ausgesprochen.

Kleine und mittelständische Unternehmen, die Vertragsbedingungen ihres Vertragspartners aufgrund der wirtschaftlichen Kräfteverhältnisse faktisch akzeptieren müssen, sollen nach dem Koalitionsvertrag zwar im bisherigen Umfang durch das AGB-Recht geschützt bleiben. Allerdings ist vollkommen unklar, wie kleine und mittelständische Unternehmen zu definieren sind.

Im Januar 2019 fand eine Diskussionsveranstaltung zur etwaigen Änderung des AGB-Rechts im Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) statt. Dabei legte der bvdm dar, wie sehr Druckereien auf die Beibehaltung des geltenden AGB-Rechts angewiesen sind. Kleine und mittelständische Druckereien befinden sich oftmals in der marktschwächeren Position gegenüber „mächtigeren“ Vertragspartnern. Eine Kontrolle der AGB durch das Gesetz und die Rechtsprechung muss zum Schutz marktschwächerer Unternehmen sichergestellt sein.

Aktuell befasst sich eine Bund-Länder-Arbeitsgruppe, der auch das BMJV angehört, mit der weiteren Prüfung des Reformvorhabens. Der bvdm wird mit dem Ministerium im Gespräch bleiben und sich weiter entschieden gegen eine Abschwächung der AGB-Kontrolle stark machen.

Bildung

Die fortschreitende Digitalisierung verändert die Arbeitswelt mit all ihren Facetten – auch die Berufsbildung wird tiefgreifend umgestaltet: Digitale Tools bieten neue Möglichkeiten der Wissensvermittlung. Wissen ist über Apps und Smartphones jederzeit und überall verfügbar. Augmented-Reality-Anwendungen zeigen komplexe Abläufe in Maschinen, in virtuellen Welten können Lernende aktiv Tätigkeiten ausführen.

Der Bundesverband Druck und Medien stellt sich der Herausforderung, Inhalte, Berufsbilder, Prüfungsordnungen und Aufstiegsqualifikationen diesem Prozess anzupassen. Damit die Berufe unserer Branche zukunftsweisend bleiben.



Ausbildungsstatistik 2018 – Anstieg bei den Neuverträgen

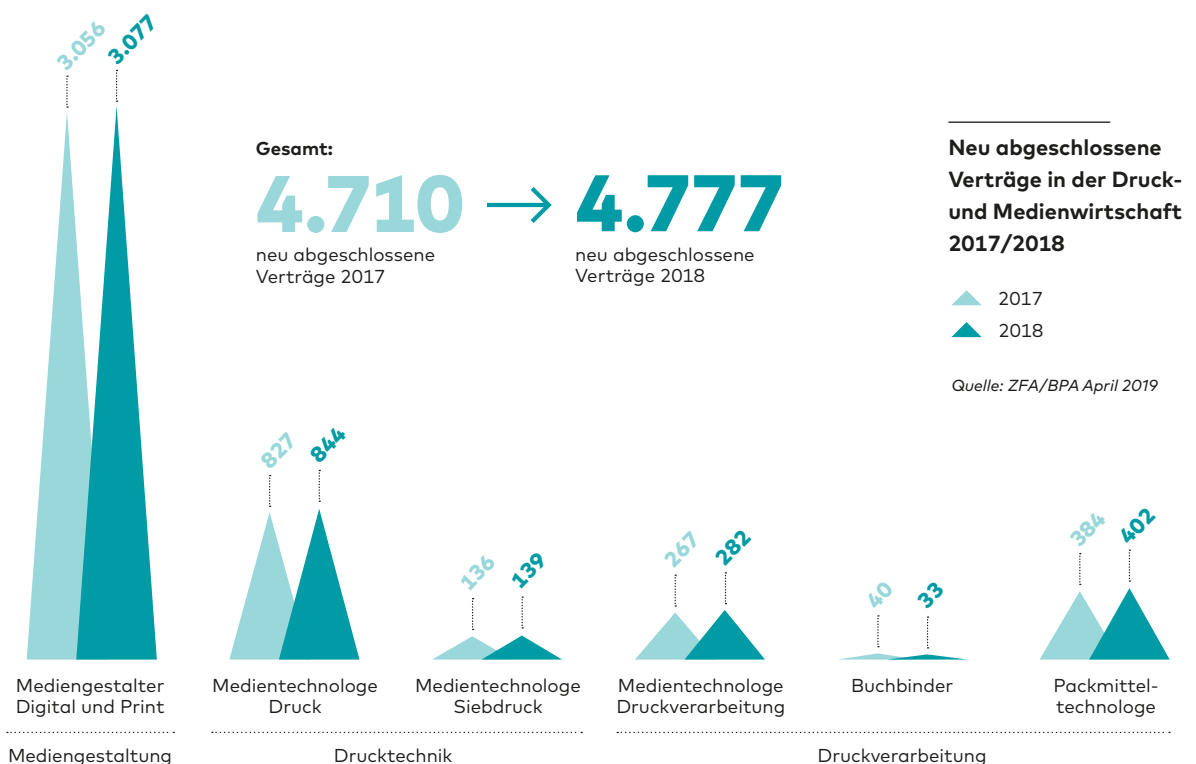
Die Druck- und Medienindustrie konnte 2018 im zweiten Jahr in Folge einen Anstieg bei den neuen Ausbildungsverträgen gegenüber dem Vorjahr verzeichnen. Abgeschlossen wurden 4.777 Neuverträge. Das entspricht einem Plus von 1,42 Prozent. Insgesamt befanden sich 12.118 Jugendliche in der Ausbildung (2017: 12.172 Auszubildende). Dieses Ergebnis zeigt, dass die Unternehmen die Ausbildung als ein probates Mittel gegen den Fachkräftemangel erachten.

Den höchsten prozentualen Anstieg bei den Neuverträgen verzeichnen die Medientechnologen Druckverarbeitung mit 5,62 Prozent, gefolgt von den Packmitteltechnologien mit 4,69 Prozent. Die Medientechnologen Druck und Siebdruck weisen ein Plus von 2,08 Prozent auf. Der beliebteste Beruf bleibt der Mediengestalter Digital und Print, der mit 3.077 neuen Auszubildenden ein Plus von 0,69 Prozent aufweist. Allein die Buchbinder (Handwerk) verzeichnen ein Minus von 17,50 Prozent, welches aber lediglich einem Rückgang um 7 Neuverträge entspricht.

Laut Berufsbildungsbericht 2019 konnten im vergangenen Jahr über alle Ausbildungsberufe hinweg 1,6 Prozent mehr Neuverträge abgeschlossen werden. Zugleich stieg auch die Zahl der unbesetzten Ausbildungsstellen. Die Bewerberzahl erhöhte sich um 9.000 auf 556.000 Personen, was auf die zunehmende Integration von jungen Menschen mit Fluchthintergrund zurückzuführen ist. Auf 100 Ausbildungsinteressierte kamen damit 106 Ausbildungsangebote. Ein solches Verhältnis gab es zuletzt 1996.

Eine zentrale Herausforderung des Ausbildungsmarktes bleibt das Passungsproblem von Angebot und Nachfrage. Die Zahl der unbesetzten Ausbildungsplätze ist um 17,7 Prozent gestiegen. Dabei spielen für die Jugendlichen Faktoren wie das Image des Berufes, die Ausbildungskonditionen und der Ausbildungsstandort eine Rolle.

Um passgenaue Bewerber zu finden, bieten die Verbände seit Jahresbeginn die neuen Online-Eignungstests an. Darüber hinaus stehen den Mitgliedsunternehmen die Materialien der Nachwuchskampagne „Gestochen scharf – Perfekt veredelt“ zur Verfügung. In der Ausbildungsplatzbörse auf druckindustrie.de können sie Ihre offenen Ausbildungsplätze anbieten.



Social Virtual Learning 2020

In der dritten und aktuellen Stufe der Entwicklung neuartiger Lernmedien werden unter anderem Module für weitere Maschinen und Verfahren entwickelt, zum Beispiel für den Flexodruck. Anfang März fand die erste Erprobung für den Planschneider in der Gutenberg-schule in Frankfurt am Main statt. Zunächst wurden die Fachlehrer in die Technik eingeführt, um Erfahrungen im Umgang mit der VR-Technologie zu sammeln und Feedback zu den pädagogischen Möglichkeiten geben zu können. Später testeten Auszubildende Medientechnologen/-innen den Umgang mit dem neuen Modul und stellten dabei fest, wie viel Spaß das Lernen auf diese Weise macht. Das Entwicklungsteam sammelte in Interviews und einer abschließenden Feedbackrunde positive und negative Erfahrungen der Auszubildenden. Das Projekt wird Ende September abgeschlossen und liefert unserer Branche moderne Lernmedien, die sowohl im Berufsschulunterricht als auch in Betrieben vielfältig eingesetzt werden können.

Weitere Informationen: social-augmented-learning.de



Eine Auszubildende erprobt das neue Modul mit der VR-Brille.



Auch auf dem Monitor wird sichtbar, was die VR-Brille zeigt.

Ausbildungs- und Fachkräftesituation 2019

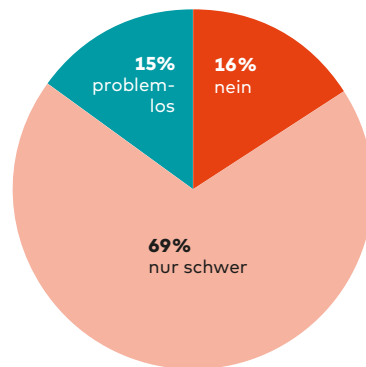
Trotz der leicht gestiegenen Anzahl von Neuverträgen in den Ausbildungsberufen der Druck- und Medienindustrie sank die Quote der Betriebe, die zurzeit ausbilden, auf 65 Prozent gegenüber 78 Prozent im Vorjahr. Das ergab die jährliche Umfrage der Verbände zur Ausbildungs- und Fachkräftesituation in der Druck- und Medienindustrie. Insbesondere bei Unternehmen mit weniger als 50 Mitarbeitern ist ein deutlicher Rückgang zu verzeichnen. Als Grund dafür nennt davon ein Drittel fehlende oder ungeeignete Bewerbungen. Insgesamt konnten die ausbildenden Betriebe nur 60 Prozent ihrer angebotenen Ausbildungsplätze besetzen.

Die Gewinnung von Facharbeitern bleibt weiterhin schwierig. Nur in 15 Prozent der Fälle gelang es problemlos, Mitarbeiter für offene Stellen zu finden, in 69 Prozent war es schwer und in 16 Prozent der Fälle glückte es gar nicht. Fehlendes Personal wird am häufigsten durch Überstunden oder Qualifizierung der Mitarbeiter kompensiert. Die Inanspruchnahme von Leiharbeitern oder Personalservices sowie die Beschäftigung von Geflüchteten bleiben die Ausnahme.

Der Anteil der Unternehmen, die sich durch Nichtbesetzung offener Stellen in ihrer Geschäftstätigkeit beeinträchtigt fühlen, ist erfreulicherweise um 6 Prozent gesunken. Jeweils 87,5 Prozent sehen sich nicht oder nur etwas beeinträchtigt, 12,5 Prozent allerdings sehr (2018 noch 15,3 Prozent).

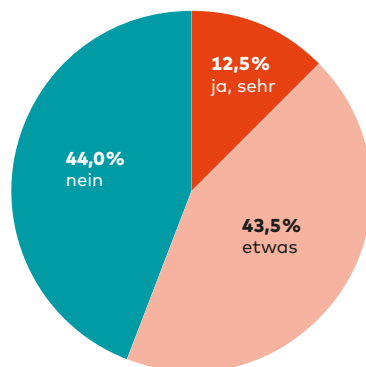
Zur Qualifizierung ihrer Fachkräfte greift mit 60 Prozent die überwiegende Anzahl der Unternehmen auf die Angebote der Verbände zurück, gefolgt von selbstorganisierten Schulungen.

Können Ihre offenen Facharbeiterstellen besetzt werden?



Quelle: bvd/m

Geschäftsbeeinträchtigung durch nicht besetzte Stellen



Quelle: bvd/m

Online-Eignungstest

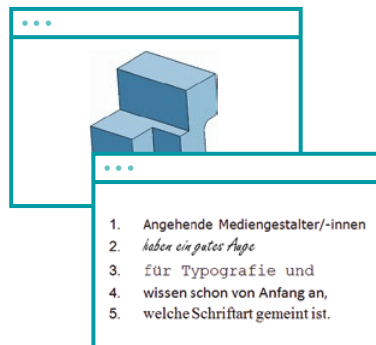
Interessierte können online ab sofort Eignungstests für die Druck- und Medienberufe durchführen. Den bisherigen Eignungstest hat der bvdm zusammen mit der u-form Testsysteme GmbH aktualisiert und an die Anforderungen der einzelnen Berufsbilder angepasst. So gibt es nun eigene Tests für die Berufe Mediengestalter/-in Digital und Print, Medientechnologe/-in Druck, Medientechnologe/-in Druckverarbeitung und Packmitteltechnologie/-in.

Auch inhaltlich wurde vieles den Wünschen und Bedarfen der Unternehmen angepasst: Zum Beispiel legt der Test für Mediengestalter/-innen stärker als bisher Wert auf ein hohes Niveau im Bereich der Deutschkenntnisse. Der Test für die Packmitteltechnologien/-innen enthält mehr Aufgaben zum räumlichen Vorstellungsvermögen. Zusätzlich stehen von u-form angebotene Tests für kaufmännische Berufe zur Verfügung.

Eignungstests erfreuen sich bei Jugendlichen einer sehr hohen Akzeptanz, da sie vermitteln, dass nicht nur Schulnoten in die Entscheidung einfließen. Auch die Möglichkeit, Tests jederzeit und zu Hause online durchzuführen, entspricht den Erwartungen und Wünschen junger Menschen. Für die Durchführung im Unternehmen müssen lediglich PCs oder Tablets mit einem Internetzugang bereitgestellt werden.

Die Ergebnisse stehen sofort nach der Beendigung des Tests bereit und sind übersichtlich nach den einzelnen Testbereichen, wie Sprachkompetenz, Logik und Rechenkenntnisse, ausgewiesen. Auf diese Weise ist auf einen Blick erkennbar, wo die Stärken oder aber die Schwächen der sich Bewerbenden liegen. Die Ergebnisse sind für alle vergleichbar.

Mitgliedsunternehmen erhalten die Testzugänge zu Sonderkonditionen und ohne Mindestabnahmemenge über ihren Verband Druck und Medien.



Der Eignungstest fragt nach vielfältigen Kompetenzen, zum Beispiel nach dem räumlichen Vorstellungsvermögen oder auch nach berufsbezogenen Grundkenntnissen.



Die Testauswertung stellt die persönliche Eignung in einer anschaulichen „Ergebnisampel“ dar.



Kennt jeder in der Branche – das Druck- und Medien-ABC

Das Magazin für die Ausbildung in der Branche, das seit 1954 erscheint, kennt jeder, der eine Ausbildung in der Druck- und Medienwirtschaft absolviert hat. Auch die neueste Ausgabe ist wieder vollgepackt mit Informationen zur Aus- und Weiterbildung. Auszubildende erhalten die Zeitschrift kostenlos über ihre Berufsschulen, Ausbildungsbetriebe erhalten sie kostenlos über den Landesverband.

InProD² – Inklusion in der Produktion

Das dreijährige Projekt will Menschen mit Behinderungen sowie ihren Ausbildungs- und Lehrkräften digitale und Barrieren kompensierende Hilfestellungen zur Verfügung stellen. Damit ermöglicht es eine inklusive und praxisnahe Berufsorientierung, welche die berufliche Ausbildung unterstützt und neue Perspektiven auf dem ersten Arbeitsmarkt eröffnet.

Digitale Lernmedien eignen sich bestens für den Einsatz in der inklusiven beruflichen Bildung. Für den erfolgreichen Einsatz bedarf es aber einer sorgfältigen Adaption der Lerninhalte an die Fähigkeiten der Lernenden. Hierbei kann auf bereits vorhandene Lerninhalte der Mediencommunity des Zentralfachausschusses Berufsbildung Druck und Medien (ZFA) sowie auf die Lernmodule des

Social Augmented und des Social Virtual Learning zurückgegriffen werden. Daneben gilt es, eine intuitiv nutzbare Oberfläche für die Auszubildenden zu schaffen.

An diesem Verbundprojekt sind fünf Partner beteiligt: das Oberlin Berufsbildungswerk in Potsdam, das Institut SIKom der Bergischen Universität Wuppertal, das mmb Institut in Essen, das Institut für Textoptimierung in Halle an der Saale und der ZFA in Kassel. Die Projektförderung erfolgt durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung und aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds für Deutschland.

Weitere Informationen: inprod2.de

bvdm-Award für den besten Ausbildungsbetrieb geht an FLYERALARM

Am 25. Oktober 2018 überreichte Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes Druck und Medien, in Berlin den Award für den besten Ausbildungsbetrieb der Branche an das Würzburger Unternehmen FLYERALARM. Die Fachjury begründete ihre Entscheidung damit, dass eine Ausbildung bei FLYERALARM weit über die IHK-Ausbildungsstandards hinausgeht. Auszubildende nehmen zu Beginn an einem Onboarding-Programm teil, durch das sie das Unternehmen und alle anderen Auszubildenden kennenlernen. Während der Ausbildung gibt es die Möglichkeit, im Rahmen der Programme azubi@FLY und ausbilder@FLY sowie durch Beteiligung an sozialen Projekten sowohl zusätzliche Fachkompetenz als auch Team- und Networking-Fähigkeiten, Sozialkompetenz und persönliche Skills zu erwerben. Gemeinsame Events fördern eine Vernetzung der Auszubildenden untereinander. Bei FLYERALARM schließen 99 Prozent der Auszubildenden ihre Ausbildung erfolgreich ab, die Übernahmequote liegt bei knapp 84 Prozent.



Die Gewinner des Druck&Medien Awards 2018 in der Kategorie „Bester Ausbildungsbetrieb des Jahres“: v.l.n.r. Hartmut Kappes, Carolin Mandler und Thomas Broßmann (FLYERALARM), Dr. Paul Albert Deimel (bvdm), Esther Sedlaczek (Moderatorin).

Neue Verordnungen für Industriemeister Printmedien und Medienfachwirte

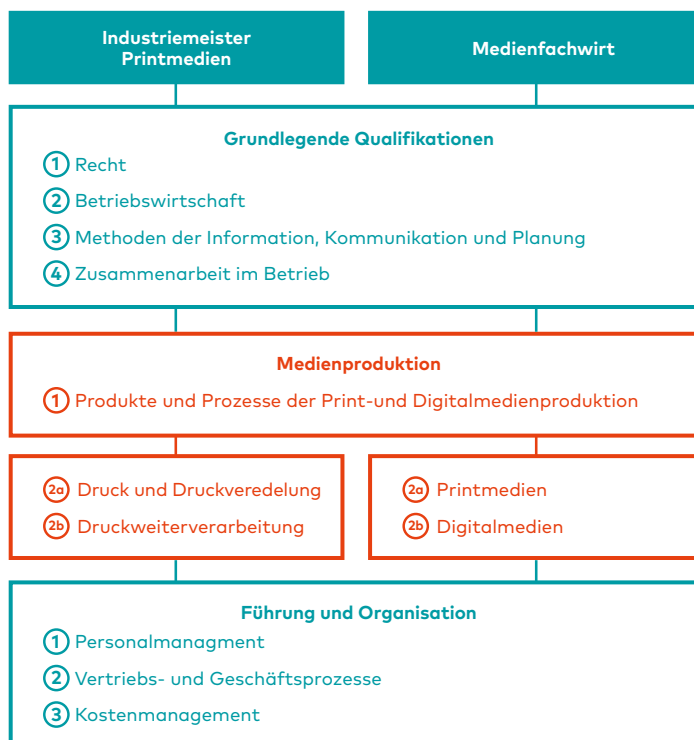
Im Juni 2017 fand die erste Sitzung der Expertengruppe zur Novellierung der Medienfortbildungsverordnung statt. Neben der Aktualisierung der Inhalte hatte die Sitzung zum Ziel, den Industriemeister Buchbinderei in die neue Verordnung zu integrieren. Anfang März 2018 hat die Expertengruppe die Verordnungsentwürfe an das Bundesministerium für Bildung und Forschung weitergeleitet.

Zukünftig wird es zwei Verordnungen geben: Industriemeister/-in Printmedien und Geprüfte/-r Medienfachwirt/-in. Die grundlegenden Qualifikationen bleiben für beide Fortbildungen identisch. Im Rahmen der Medienproduktion gibt es für die Industriemeister/-innen die Wahl zwischen „Druck und

Druckveredelung“ und „Druckweiterverarbeitung“. Bei den Medienfachwirten/-innen erfolgt die Spezialisierung unverändert auf Print- und Digitalmedien. In der Prüfung wird die gewählte Spezialisierung in der Situationsaufgabe zur Medienproduktion und in der Projektarbeit berücksichtigt.

Erst im Dezember 2018 kam es zu einem Treffen im Ministerium, bei dem sich der bvdm dafür eingesetzt hat, dass die Projektarbeit bei der Ermittlung der zukünftig ausgewiesenen Gesamtnote mit 40 Prozent einfließt und das Zeugnis den gewählten Qualifikationsschwerpunkt ausweist.

Neues Strukturmodell: Zwei Verordnungen



Berufsberater informieren sich über die Berufe der Druck- und Medienindustrie

Die Arbeitsagenturen sind wichtige Vermittler und Multiplikatoren für Arbeitssuchende und junge Menschen, die nach einer geeigneten Ausbildung suchen. Der Kontakt zu Mitarbeitern und Verantwortlichen der Agenturen ist für den bvdm und seine Landesverbände daher ein wichtiger Baustein, um dem Fachkräftemangel in der Druck- und Medienindustrie zu begegnen. Immer wieder stellen die Verbände den Berufsberatern der Arbeitsagenturen die Berufsbilder aus der Druck- und Medienbranche vor.

Auch 2018 wurden neben Erläuterungen zum Aufbau der Ausbildungsverordnungen die breitgefächerten Einsatzmöglichkeiten der Berufe aufgezeigt: So benötigt beispielsweise auch die Textilbranche Medientechnologen/-innen Druck, und Großhandelsunternehmen bilden auch Mediengestalter/-innen Digital und Print aus. Die zeitgemäßen Ausbildungsverordnungen der Druck- und Medienberufe decken zudem durch Wahl- und Zusatzqualifikationen die breitgefächerten Anforderungen im modernen Arbeitsleben im Hinblick auf die Digitalisierung ab.



Bild: Heidelberger Druckmaschinen AG

Gewinner im Skill Drucktechnik:
Platz 1 für Jessica Sturm, Druckerei
Raichle in Marktoberdorf,
und Platz 2 für Maurice Vornholt,
Mohn Media in Gütersloh.

WorldSkills Germany 2018

Erstmals fand der deutsche Wettbewerb der WorldSkills zeitgleich in den Kategorien Drucktechnik, Grafikdesign und Webdesign im Print Media Center der Heidelberger Druckmaschinen AG in Wiesloch statt. Die besten drei Fachkräfte jeder Kategorie bilden die Nationalteams für die Weltmeisterschaften im August 2019 in Kazan, Russland. Diese Teams werden durch weitere Trainings intensiv vorbereitet und die Besten jedes Skills vertreten Deutschland bei der Weltmeisterschaft der besten Auszubildenden.

„Die Jury war beeindruckt von der außerordentlich hohen Qualität der abgelieferten Ergebnisse aller Teilnehmenden. Toll fand ich auch die Begeisterung, mit der die Jugendlichen die gestellten Aufgaben absolviert haben“, lobte Anette Jacob vom ZFA, dem Zentral-Fachausschuss Berufsbildung Druck und Medien, im Rahmen der Preisverleihung.

Der bvdm unterstützt die WorldSkills über die 100-Jahre-Gebrüder-Schmidt-Stiftung: Diese übernimmt für alle Teilnehmenden des Vorentscheids die Übernachtungskosten und gewährt den drei Landesmeistern für die Weltmeisterschaften in Kazan einen großzügigen Reisekostenzuschuss.

Berufsbildung 4.0

Fachkräftequalifikationen und Kompetenzen für die digitalisierte Arbeit von morgen

Die im April 2016 begonnene Initiative des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und des Bundesinstituts für Berufsbildung basiert auf drei Säulen: Berufe- und Branchen-Screening, Medienkompetenz und Fachkräftebedarf. Unter den 14 hinsichtlich ihres Digitalisierungsgrades untersuchten Berufen befand sich auch der Beruf Mediengestalter/-in Digital und Print. Im Rahmen einer Fachtagung im November 2018 in Bernsberg bei Köln wurden Ergebnisse und erste Handlungsempfehlungen vorgestellt. Daneben befassten sich verschiedene Workshops mit den Auswirkungen der Digitalisierung auf die Berufsbildung und mit den veränderten Kompetenzanforderungen an Fachkräfte.

Das Berufe-Screening ergab, dass die Digitalisierung in allen untersuchten Berufen angekommen ist. Beim Beruf Mediengestalter/-in Digital und Print hat die Digitalisierung zu einer deutlichen Zunahme der Komplexität der Medienproduktion geführt. Prozesse werden stärker automatisiert, zum Beispiel Datenprüfprozesse, die Durchführung von Korrekturen und zukünftig auch Gestaltungsarbeiten. Selbstständiges und eigenverantwortliches Arbeiten erfordert neben sozialen und personalen Kompetenzen eine hohe Prozesskompetenz.

Die Studie bescheinigt der Ausbildungsverordnung Mediengestalter/-in Digital und Print Zukunftsfähigkeit. Die bei der Teilnovellierung 2013 eingeführten zusätzlichen Wahlqualifikationen, zum Beispiel in den Bereichen Content-Erstellung, Social Media und 3D-Gestaltung, gehen auf neue Entwicklungen ein.

Mittelfristig empfohlen wurde eine Prüfung der Wahlqualifikationen, insbesondere im Hinblick auf Augmented und Virtual Reality sowie auf die Verknüpfung von Datenbanken mit Marketinginstrumenten. Auch sollten mögliche Übergänge zwischen Aus- und Fortbildung durch eine Implementierung von Zusatzqualifikationen in der Ausbildung erwägt werden, um eine Alternative zu den akademischen Bildungsgängen zu schaffen.

Der bvdm hat zusammen mit dem ZFA das Thema der Integration von Augmented und Virtual Reality in die Ausbildungsverordnung Mediengestalter/-in Digital und Print bereits aufgegriffen. Dazu führte der Verband erste Gespräche mit Unternehmen, um sich ein Bild von den geforderten Kompetenzen in diesem Bereich zu machen.

Weitere Informationen: bibb.de/de/87878.php

VerA verhindert Ausbildungsabbrüche

Die Gründe für einen vorzeitigen Abbruch der Ausbildung sind vielfältig: Prüfungsstress, Ärger mit dem Ausbilder, mangelnde Sprachkenntnisse, schlechte Noten in der Schule oder auch Probleme im privaten Umfeld. Hilfe bietet die Initiative VerA – Verhinderung von Ausbildungsabbrüchen. Engagierte Fachleute im Ruhestand begleiten die Jugendlichen durch die Ausbildung, indem sie Nachhilfe geben, Probleme

besprechen, die Prüfungsvorbereitung betreuen oder organisatorische und fachliche Fragen klären. Dabei wird VerA nur aktiv, wenn die Auszubildenden dies möchten.

Weitere Informationen: vera.ses-bonn.de



Umwelt

Viel wurde bereits erreicht und doch bleiben die Anforderungen an den Umwelt- und Klimaschutz weiterhin ein zentrales Thema für die Unternehmen und den bvdm.

Mit der Klimainitiative der Druck- und Medienverbände sowie der Selbstverpflichtung der AGRAPA ist die Druckindustrie bereits seit Jahren Vorreiter in Fragen der transparenten, umweltfreundlichen und nachhaltigen Produktion.

Dabei sind die Vorschriften und Gesetze zum Thema Umweltschutz inzwischen so umfangreich, dass vielen Unternehmen der Überblick fehlt. Hier bieten die Verbände ihren Mitgliedern Unterstützung.

Gleichzeitig setzt sich der Bundesverband dafür ein, dass Vorschriften, Gesetze und Zertifizierungsanforderungen die wirtschaftlichen und vor allem praxisnahen Aspekte unternehmerischen Handelns ausreichend berücksichtigen. Denn nur dann können Regulierungen zielführend umgesetzt werden und den Weg zu erfolgreichem und nachhaltigem Unternehmertum ebnen.



Klimainitiative vom Umweltministerium unterstützt

Die bvdm-Klimainitiative verfolgt die Bestrebungen der Bundesregierung und wird daher weiterhin vom Umweltministerium ideell unterstützt.

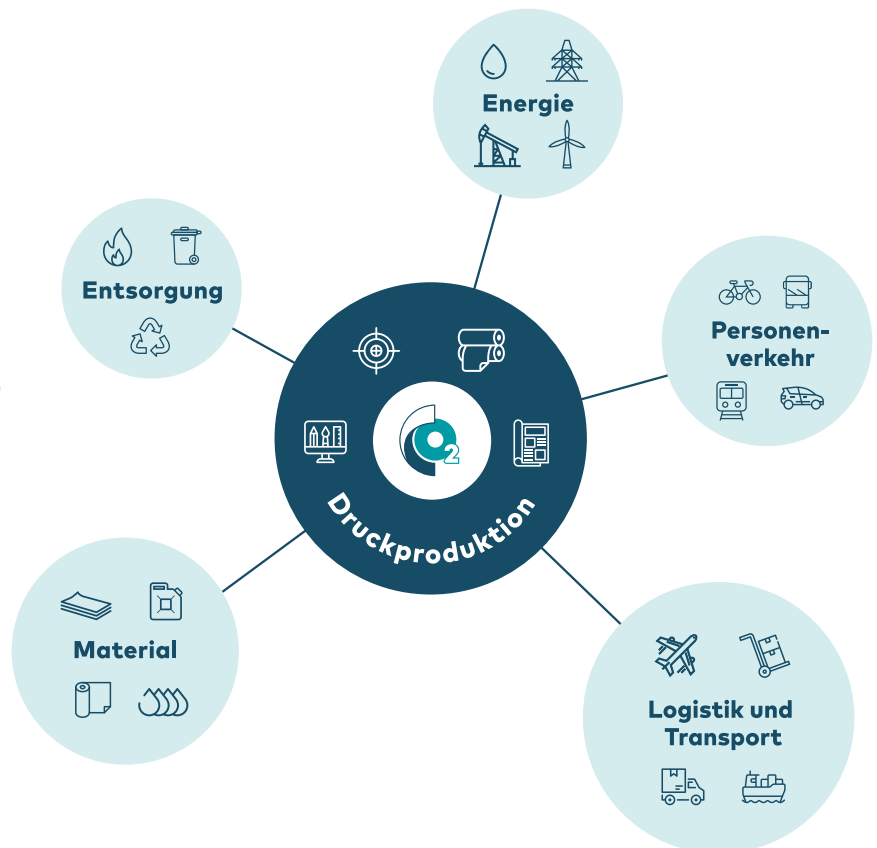
Überzeugen konnte der bvdm mit der Nachhaltigkeit seiner Initiative. Denn die Klimainitiative bietet nicht nur die Möglichkeit, CO₂-Emissionen zu kompensieren, sondern zielt in drei Schritten darauf ab, sie so gut wie möglich zu vermeiden. Ein erster Schritt erfasst die CO₂-Emissionen, die bei der Produktion anfallen. Den zweiten Schritt bildet die Energieeffizienzanalyse. Sie hilft dabei, Minimierungsmöglichkeiten zu erkennen und Schwachstellen zu beseitigen und somit CO₂-Emissionen zu reduzieren. Im letzten Schritt können die CO₂-Emissionen kompensiert werden, indem sie durch Projektförderung an anderer Stelle eingespart werden.

In Deutschland schließen sich immer mehr Unternehmen der Initiative an. Für sie ist klimaneutrales Produzieren mehr als eine kurzfristige verkaufsfördernde Maßnahme. Sie beweisen glaubwürdiges, konsequentes Engagement und erfüllen damit den Anspruch ihrer Kunden, sich gemeinsam verantwortungsbewusst zu verhalten. Und schließlich rechnet es sich auch auf betriebswirtschaftlicher Ebene. Allein durch die Umstellung von Pumpen spart zum Beispiel die Rheinisch-Bergische Druckerei rund 60.000 Euro im Jahr.

Die Berechnung der CO₂-Bilanz

Bei der Produktion von Druckerzeugnissen werden direkt und indirekt CO₂-Emissionen erzeugt.

Mit dem ISO-konformen (DIN/ISO 14040, 14044 und 14067 sowie DIN/ISO 16759) Rechenmodell werden alle wichtigen Einflussfaktoren abgedeckt.



Das neue Gesicht der Klimainitiative

2018, zum 10-jährigen Jubiläum, hat die Klimainitiative der Druck- und Medienverbände ein neues Corporate Design erhalten. Alle damit verbundenen Informationsinstrumente wurden modernisiert und an das Erscheinungsbild des Bundesverbandes Druck und Medien angepasst. Komplett überarbeitet wurde die Webseite der Initiative klima-druck.de: Sie erhielt ein zeitgemäßes und für mobile Endgeräte optimiertes Design sowie eine benutzerfreundliche Suchfunktion, über die Kunden Druckereien nach Ort oder Postleitzahl finden können.

Auch das Logo für die Unternehmen, die Mitglied der Initiative sind, wurde neu aufgelegt. Teilnehmende Unternehmen können nun mit dem Emblem „Mitglied der bvdm-Klimainitiative“ für ihr Engagement werben. Ebenfalls neu gestaltet erscheinen die Logos, die ein klimaneutral hergestelltes Druckerzeugnis auszeichnen.



Drei Stufen, drei Logos:
Mitglieder der Initiative können ihr Engagement genau abbilden.



Auf einen Blick lassen sich die Betriebe finden, die klimaneutral produzieren.

BVT-Merkblatt geht in die finale Abstimmung

Seit dem Beginn der Merkblattüberarbeitung zur „Oberflächenbehandlung mit organischen Lösemitteln“ im Jahr 2014 begleitet der bvdm die Diskussion der nationalen Expertengruppe. Die Überarbeitung ist ein umfangreicher Prozess: Die Anwendungsbereiche des Merkblatts – von Lösemittelanwendungen beim Drucken über das Konservieren und das Lackieren von Metallen, Kunststoffen und Holz bis zum Reinigen und vieles mehr – erfasst ein Dokument.

Das Merkblatt ist besonders wichtig, da es europarechtlich harmonisierte Grenzwerte für die nationale Gesetzgebung liefert. Seine Erarbeitung ist nun fast abgeschlossen. Im Spätherbst 2018 wurde der letzte Entwurf veröffentlicht, der die besten verfügbaren Techniken (BVT) im Bereich der Lösemittelanwendungen beschreibt sowie die daraus resultierenden Grenzwertanforderungen,

die in den BVT-Schlussfolgerungen festgelegt sind. Der bvdm vertritt gegenüber der Expertengruppe die Anliegen der betroffenen Drucktechnologien Heatset-, Rollenoffset-, Flexo- und Tiefdruck. In seiner letzten Stellungnahme zum Merkblatt hat der Verband insbesondere den Vorstoß kritisiert, die Messhäufigkeit für NO_x und CO von einem derzeit dreijährlichen auf einen jährlichen Rhythmus festzusetzen.

Die Unterstützung der deutschen Delegation konnte der bvdm bereits erwirken. Welcher europäische Konsens zu erwarten ist, bleibt bis zum finalen BVT-Merkblatt jedoch ungewiss.



bvdm kompensiert seinen Fußabdruck

Der bvdm hat auch 2018 klimaneutral gearbeitet – durch die Kompensation seines CO₂-Fußabdrucks. Der Verband berechnete seinen Fußabdruck dazu mithilfe des CO₂-Rechners der Klimainitiative der Verbände Druck und Medien und glich ihn durch Klimaschutzmaßnahmen im Projekt „Effiziente Kocher“ in Ghana aus.

bvdm informiert über das Verpackungsgesetz 2019

Der bvdm-Leitfaden

Das Verpackungsgesetz ist am 1. Januar 2019 vollumfänglich in Kraft getreten. Die vielen neuen Verpflichtungen für gewerbsmäßig in den Verkehr gebrachte Verpackungen erläutert praxisnah ein vom bvdm erstellter Leitfaden für Druckereien.

Der Leitfaden zum Verpackungsgesetz behandelt ausführlich die maßgeblichen Rechtsbegriffe und erläutert die jeweiligen Pflichten. Dabei berücksichtigt er besonders die betriebliche Praxis.

Wer sich nicht registriert,
riskiert Vertriebsverbot.

Aufgrund der geplanten stärkeren Überwachung der Einhaltung des Verpackungsgesetzes widmet sich der Leitfaden auch den Rechtsfolgen bei Pflichtverstößen. Praktische Hinweise, eine Darstellung der möglichen Auswirkungen auf Druckereien und eine Übersicht über die bestehenden Dualen Systeme runden den Leitfaden ab. Mitglieder können ihn kostenfrei bei ihrem Landesverband abrufen.

Zusätzlich hat der bvdm die wichtigsten Pflichten und Schritte in einer Kurzfassung zusammengestellt – für eine schnelle Übersicht darüber, wie Druckereien den Anforderungen aus dem Verpackungsgesetz nachkommen können. Dennoch treiben viele ungeklärte Einzelfälle die Branche um. Daher ergänzt der bvdm diese Materialien noch sukzessive um FAQs, die stetig erweitert und aktualisiert werden.

Roadshow zum Verpackungsgesetz

Die Verbände Druck und Medien haben außerdem branchenspezifische Informationsveranstaltungen in ganz Deutschland angeboten: Unter dem Titel „infoKompakt: Das Verpackungsgesetz 2019“ haben sie im Herbst 2018 bundesweit neun Veranstaltungen durchgeführt.

Aus erster Hand erhielten die teilnehmenden Druck- und Mediendienstleister umfassende Informationen über die neuen Regelungen. Von den Experten der Verbände und des Systembetreibers interseheroh erfuhren die Teilnehmer praxisnah und anhand anschaulicher Beispiele, welche juristischen Pflichten ihr Unternehmen betreffen, was mit dem Begriff Endverbraucher gemeint ist, wie das Registrierungsverfahren abläuft und wie sich Verpackungen recyclinggerecht gestalten lassen.



Das Roadshow-Format infoKompakt sorgt für die schnelle, bundesweite Information der Unternehmen.

Verwertungsquote vom Umweltministerium bestätigt

Die Arbeitsgemeinschaft Graphische Papiere (AGRAPA) hat in der Sitzung des Altpapierrates am 5. Juli 2018 in Berlin bestätigt, dass Papierhersteller, Verlage und die Druckindustrie mit 82,2 Prozent erneut ihre Verwertungsquote grafischer Papiere einhalten – gemäß der Selbstverpflichtung gegenüber dem Bundesumweltministerium und dem Umweltbundesamt.

Der Verbrauch von grafischen Papieren ist in Deutschland leicht rückläufig. Trotzdem konnte das hohe Niveau ihrer Verwertung weiter ausgebaut werden. Das Bundesumweltministerium hat der AGRAPA, bestehend aus Vertretern von Papierherstellern, Verlagen und Druckindustrie, ihre Selbstverpflichtung bestätigt, die Verwertungsquote grafischer Papiere dauerhaft bei über 80 Prozent (+/- 3 Prozent) zu halten.

Die Verbände und Organisationen der AGRAPA



Immer wieder aktuell – das Rechtskataster

Die Einhaltung aller rechtlichen Pflichten ist in der Praxis eine schwierige, oft unterschätzte Aufgabe. Immerhin gelten für ein mittelständisches Unternehmen rund 60 Bundesgesetze und etwa 150 Verordnungen, die zahlreiche Landesgesetze, Verwaltungsvorschriften und technische Regelwerke noch ergänzen und spezifizieren.

Um die Unternehmen beim Management der vielen umweltrelevanten Vorschriften zu unterstützen, erstellt der bvdM jährlich ein aktualisiertes Rechtskataster, welches Mitgliedern kostenfrei zur Verfügung steht. Dabei handelt es sich um eine Auflistung aller für die deutschen Standorte relevanten Gesetze, Verordnungen und Richtlinien.

bvdM bezieht Stellung zum Entwurf einer Verordnung für kleine und mittlere Feuerungsanlagen

Der Entwurf der „Verordnung über kleine und mittlere Feuerungsanlagen“ sieht strengere Grenzwerte und umfassendere Messpflichten vor als die europäische Richtlinie. Der bvdM kritisiert diese Bestrebungen in seiner Stellungnahme zum Entwurf.

Aus der Sicht des bvdM setzen die europäischen Regelungen zum Emissionsschutz bereits ein einheitlich hohes Umweltschutzniveau, welches harmonisierte Wettbewerbsbedingungen in Europa gewährleistet. Darüber hinausgehende nationale Forderungen würden die wirtschaftliche Wettbewerbssituation durchkreuzen. Vielmehr fordert der bvdM eine Eins-zu-eins-Umsetzung der europäischen Vorgaben.

Zudem untergräbt der Entwurf mit seinen neuen Anforderungen und Verschärfungen die erklärten Ziele der Bundesregierung zum Bürokratieabbau. Aus der Sicht des bvdM kann es nicht Ziel sein, den weiteren Betrieb und die Genehmigungsfähigkeit von neuen und bestehenden Feuerungsanlagen in Deutschland zu gefährden. Durch die bürokratischen Vorgaben würden erhebliche Kosten auf die Unternehmen zukommen und damit deren Existenz oder zumindest deren Wirtschaftlichkeit gefährden.

Technik + Forschung

Im Zuge der digitalen Transformation werden die betrieblichen Leistungsprozesse immer stärker miteinander verzahnt und über die Unternehmensgrenzen hinaus mit Kunden, Zulieferern und Partnern vernetzt. Das reibungslose Zusammenspiel aller Komponenten sorgt für eine wirtschaftliche Fertigung und schafft Freiräume, um innovative Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln.

Der Ausschuss Technik + Forschung des Bundesverbandes Druck und Medien sorgt für eine schlagkräftige technische Interessenvertretung der Branche. Er fördert mit seiner Grundlagenarbeit effiziente Produktionsprozesse und arbeitet darauf hin, dass Druck- und Medienunternehmen die passenden Rahmenbedingungen für ihren Geschäftserfolg vorfinden.



Objektive Bewertung von Digitaldrucksystemen jetzt möglich

Neu installierte Offsetdruckmaschinen werden schon lange nach den bewährten bvdM-Abnahmerichtlinien geprüft, um sicherzustellen, dass sie technisch einwandfrei funktionieren. Jetzt haben bvdM und Fogra eine Prüfrichtlinie erarbeitet, nach der sich die Qualitätseigenschaften von elektrofotografischen Digitaldrucksystemen objektiv testen lassen.

Die Richtlinie „Technische Prüfung von Bogendrucksystemen mit elektrofotografischer Druckbildübertragung“ enthält einen Katalog standardisierter Qualitätskriterien und Prüfmethoden, mit deren Hilfe Systemanbieter und Druckereien wichtige Qualitätseigenschaften von Digitaldrucksystemen beschreiben, miteinander vereinbaren und nach der Systeminstallation überprüfen können. Im Fokus der 15 Prüfkriterien stehen dabei Farbwiedergabe und Bildqualität sowie Passer- oder Registergenauigkeit.

Während die Abnahmerichtlinien für Offsetdruckmaschinen zu jedem Prüfparameter einen Grenzwert angeben, der nicht überschritten werden darf, ist eine solche Vorgabe für Digitaldrucksysteme nicht sinnvoll. Denn hier differenziert sich das Marktangebot im

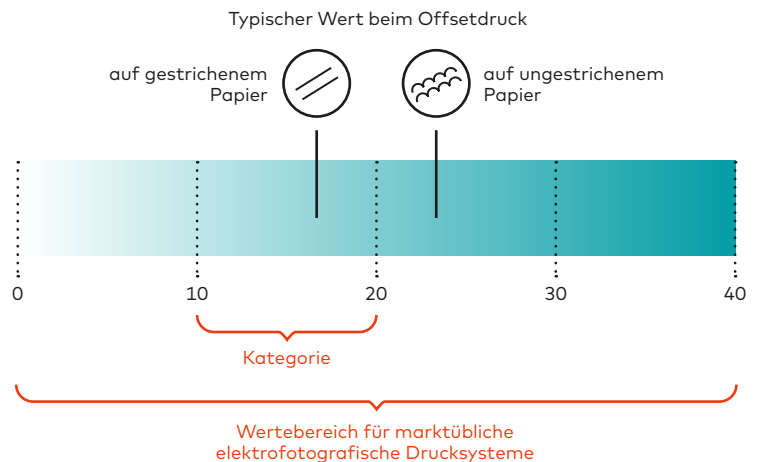
Hinblick auf Preis und Leistungsfähigkeit der Maschinen erheblich breiter aus. Die neue Richtlinie enthält daher zu jedem Prüfkriterium eine Werteskala, die das Qualitätsspektrum marktüblicher Systeme angibt. Zur besseren Orientierung zeigt die Skala auch jene Werte, die für den Offsetdruck typisch sind. Mithilfe dieser Angaben können Druckereien ihre Anforderungen formulieren und die Anbieter ihre Systeme einordnen.

Die zur Systemprüfung benötigten Testformen im Bogenformat SRA3 stehen mit der Prüfrichtlinie zusammen zum kostenlosen Download bereit: bvdM-online.de/richtlinien

Da einige Auswertungen besondere Messinstrumente oder eine spezielle Analysesoftware erfordern, empfiehlt es sich, die Systemprüfung mit externer Unterstützung durchzuführen. Die Beratungsgesellschaften der Druck- und Medienverbände helfen hier gern weiter.

Kontakt: bvdM-online.de/bvdM/landesverbaende

Beispielhafte Darstellung einer Skala zur Einordnung von Prüfergebnissen



bvdm setzt Standards

Als Gründungsmitglied des ISO Technical Committee 130 „Graphic Technology“ (ISO/TC 130) vertritt der Bundesverband Druck und Medien seit jeher die Interessen und Ziele der deutschen Druck- und Medienunternehmen bei branchenbezogenen Normungsvorhaben. Um verlässliche und praxissichere Rahmenbedingungen für die Druckindustrie zu gewährleisten, macht der bvdm seine Positionen und Argumente mit praxisnahen Vorschlägen immer wieder erfolgreich geltend.

bvdm ist Editor der ISO 12647-2

Die Standardisierungsexperten aus aller Welt trafen sich zuletzt im Oktober 2018 in Tokio sowie im Mai 2019 in Hongkong, um laufende und neue Projekte zu diskutieren: Ein aktueller Schwerpunkt der Standardisierungsarbeit liegt auf der turnusmäßigen systematischen Überarbeitung der Offsetdrucknorm ISO 12647-2, die auf Initiative des bvdm entstanden ist und deren Inhalte eng mit dem Prozessstandard Offsetdruck verknüpft sind. Daher agiert der bvdm bei der Weiterentwicklung der ISO 12647-2 als Editor.

ISO/TC 130 stellt Rekord auf

Im Jahr 2018 hat das ISO/TC 130 aber auch so viele ISO-Normen wie noch nie in Jahresfrist auf den Weg gebracht. So wurden zwölf internationale Normprojekte erfolgreich abgeschlossen. Die entsprechenden ISO-Normen sind inzwischen größtenteils erhältlich.

Darüber hinaus sind unter der Federführung des bvdm fünf DIN-Normen aktualisiert worden. Die Inhalte dieser Bestandsnormen sind von grundlegender Bedeutung und werden daher in festgelegten Zeitabständen überprüft und bei Bedarf dem aktuellen Stand der Technik angepasst. Sie enthalten beispielsweise wichtige Definitionen, die für die berufliche Bildung herangezogen werden können.

Eine Übersicht über die im Jahr 2018 verabschiedeten ISO-Standards sowie die vom bvdm überarbeiteten DIN-Bestandsnormen bietet der bvdm unter: bvdm-online.de/normen-und-standards-2018

bvdm unterstützt auf dem Weg zur Druckindustrie 4.0

Obwohl die erste Welle der Diskussion um die Chancen und die Herausforderungen der sogenannten vierten industriellen Revolution für die Druck- und Medienwirtschaft abgeebbt scheint, sind die Wogen nicht geglättet. Denn eines steht fest: Die Digitalisierung und Vernetzung der Produktion ist lediglich ein Element eines umfassenden Transformationsprozesses. Die digitale Transformation wird künftig noch viel stärker als bisher bestehende Geschäftsmodelle infrage stellen, aber sie wird auch eine Fülle von Möglichkeiten für neue Produkte und Dienstleistungen eröffnen.

Fragen der Digitalisierung und Vernetzung von Produktions- und Geschäftsprozessen können folglich nicht allein den Technikabteilungen überlassen bleiben, sondern sind im Rahmen des strategischen Managements zu beantworten – und sind damit Chefsache. Ein Königsweg existiert dabei nicht. Jedes Unternehmen benötigt eine individuelle Strategie für die Digitalisierung, die von der Geschäftsstrategie abgeleitet werden muss.

Der bvdm unterstützt die Druck- und Medienunternehmen bei ihrem digitalen Transformationsprozess unter anderem mit profunden Informationen und Praxisbeispielen. Auf Kongressen, wie dem Treffpunkt Innovation, dem Digitaldruck-Kongress oder dem Online Print Symposium, in Gremiensitzungen, bei Workshops und mit Publikationen informiert der Verband fortlaufend über aktuelle Aspekte der digitalen Transformation. Die vom Ausschuss Technik + Forschung und vom Wirtschaftsausschuss gemeinsam mit dem Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO erarbeitete bvdm-Publikation „Druckindustrie 4.0 – Impulse zur Strategieentwicklung für Druck- und Mediendienstleister“ stellt Druckindustrie-4.0-Szenarien für das Jahr 2025 vor. Analysiert werden Geschäftsfelder und Produkte, Kunden- und Lieferantenbeziehungen sowie die Produktion. Dabei wird deutlich: Da die Digitalisierung außer den eigenen Fertigungsprozessen auch die Kundenbedürfnisse und die Geschäftsmodelle der Zulieferer und Partner verändert, müssen Druck- und



Die Publikation „Druckindustrie 4.0“ beschreibt Handlungsoptionen, um die digitale Transformation erfolgreich zu bewältigen.

Medienunternehmen ihre Strategien nach allen Seiten hin überprüfen. Das unterstreichen auch die in der Publikation enthaltenen Fallbeispiele dreier Unternehmen, die auf dem Weg ins Industrie-4.0-Zeitalter schon ein gutes Stück vorangeschritten sind. Darüber hinaus stellt die seit Dezember 2018 im bvdm-Shop erhältliche Veröffentlichung Förderprogramme vor, mit denen die öffentliche Hand kleine und mittlere Unternehmen bei Digitalisierungsprojekten unterstützt.

Eine wichtige Aufgabe des bvdm ist es, für günstige Rahmenbedingungen für die digitale Transformation der Druck- und Medienunternehmen zu sorgen. Experten des Verbandes arbeiten an DIN- und ISO-Standards mit, die wichtige Schnittstellen für vernetzte industrielle Druckprozesse definieren. Darüber hinaus unterstützen sie die Arbeit des CIP4-Konsortiums zur Automatisierung von Produktions- und Geschäftsprozessen mit XJDF. Der Verband vertritt gegenüber der Politik die Interessen der Branche beim Datenschutz und Breitbandausbau und stellt Ratgeber und Checklisten zum Umgang mit Daten und zur IT-Sicherheit bereit. Sein Bildungspolitischer Ausschuss setzt sich dafür ein, dass das öffentliche Bildungssystem Schüler und Studenten angemessen auf die Anforderungen der digitalisierten Arbeitswelt vorbereitet, und entwickelt geeignete Konzepte für die berufliche Aus- und Weiterbildung, um den Branchennachwuchs auf die Druckindustrie 4.0 vorzubereiten.

Engagement für sicheres und faires Online-Printing

Webbasierte Bestellprozesse für Druckprodukte aller Art machen einen ständig wachsenden Anteil an den Umsätzen der Druck- und Mediendienstleister aus – und erfordern „Leitplanken“.

Die Zahl der öffentlich zugänglichen Webshops (B2C) und geschlossenen Lösungen (B2B) zur webbasierten Erstellung von Druckaufträgen nimmt stetig zu. Damit gleiche Chancen für alle Marktteilnehmer gewahrt bleiben, muss der Wettbewerb in diesem Segment für alle Unternehmen sicher und fair gestaltet werden – ungeachtet ihrer Größe und Marktdurchdringung. Um einen praxisnahen Beitrag zur Digitalisierung der Druckindustrie zu leisten, engagiert sich der bvdM unter anderem in der Arbeitsgruppe „CIP4 XJDF Quality Control ICS“.

Qualitätssicherung und E-Procurement mit XJDF: Industrie 4.0 statt Insellösungen

Im Februar 2018 hat die International Cooperation for the Integration of Processes in Prepress, Press and Postpress (CIP4) die XJDF-Spezifikation veröffentlicht. XJDF steht für Exchange Job Definition Format. Die Spezifikation ist eine Weiterentwicklung der bekannten Formate JDF für die digitale Auftragstasche und JMF für Statusmeldungen.

Der Fortschritt besteht darin, dass XJDF und XJMF Produkt- und Prozessbeschreibungen darstellen und sich unabhängig von bilateral vereinbarten XML-Dialekten anwenden lassen. Nunmehr müssen wichtige zusätzliche IC-Schnittstellen zwischen dem Kunden und der zentralen Kontrollinstanz MIS einerseits und dem MIS und der Produktion andererseits definiert werden, um XJDF im Wertschöpfungsnetzwerk etablieren zu können.

Die Arbeitsgruppe „CIP4 XJDF Quality Control ICS“ wurde auf gemeinsame Initiative von bvdM und CIP4 gegründet und möchte die Echtzeit-Qualitätssicherung der Druckproduktion voranbringen. Angesichts der Einbettung in XJDF, das sich als Industriestandard durchsetzen dürfte, ist diese Initiative konkurrierenden Insellösungen weit überlegen.

Eine zweite Arbeitsgruppe, „CIP4 XJDF Print Procurement ICS“, widmet sich allen Belangen des sicheren E-Procurement, also der webbasierten Abwicklung von Angebotserstellung und Rabattierung, Auftragsakquise einschließlich vertraglicher Vereinbarungen, Auftragserfüllung, Rechnungsstellung und Bezahlung.

Potenziale des UV-Drucks nutzen

Dank neuartiger Strahler hat die einstige Nischentechnologie UV-Druck in den letzten zehn Jahren einen gewaltigen Aufschwung erlebt.

Bereits seit den 1970er Jahren lassen sich Druckfarben durch ultraviolette Strahlung schlagartig aushärten und dadurch Drucke erzeugen, die schon beim Verlassen der Druckmaschine eine hohe Widerstandsfähigkeit gegen physikalische und chemische Einflüsse besitzen. Aber die konventionelle UV-Härtung ist energieintensiv, technisch aufwendig und in der Anwendung durchaus anspruchsvoll. Sie wird deswegen nur eingesetzt, wenn es technisch nicht anders geht. Demgegenüber stellt der UV-Druck mit den neuen Niedrigenergie- und LED-UV-Strahlern für viele Druckereien eine echte Alternative zum Druck mit herkömmlichen Druckfarben dar, die physikalisch und/oder chemisch trocknen. Denn mit den neuen Strahlertechnologien lassen sich viele Vorteile der UV-Druckfarbenhärtung vergleichsweise einfach nutzen. Gleichwohl bieten auch der Niedrigenergie- und der LED-UV-Druck noch Optimierungspotenzial.

Die neuen UV-Strahler haben den UV-Druck fast nur für die Produktion von Akzidenzen interessant gemacht. Wurde die UV-Härtung bisher vor allem bei nichtsaugenden Materialien, zum Beispiel bei Folien, eingesetzt, so wird nun mehr und mehr Papier mit UV-Farben bedruckt. Problematisch ist daran, dass UV-Drucke für das Papier-Recycling als kritisch gelten, da sich die Druckfarbe beim Deinking-Prozess, der Druckfarbentfernung aus dem Altpapier, nur schwer von den Papierfasern trennt. Verbleibende Farbpartikel bilden dann im Recycling-Papier störende Schmutzpunkte. Weder für den Verbraucher noch für die Altpapier-Sortieranlagen sind UV-Drucke als solche

zu erkennen. Somit ist es nicht möglich, UV-Druck-erzeugnisse und konventionelle Druckprodukte beim Sammeln oder Sortieren des Altpapiers zu trennen und in spezifischen Deinking-Prozessen aufzubereiten.

Zurzeit ist die Situation aber alles andere als dramatisch. Denn einerseits halten sich die Einträge von UV-Drucken ins Altpapier mengenmäßig noch in Grenzen, andererseits gibt es durchaus UV-Drucke, die bei Deinking-Tests gute Resultate erzielen. Dennoch: Geht man davon aus, dass sich angesichts der vielen technischen Vorteile das Marktwachstum der UV-Härtung fortsetzt und diese Art der Druckfarbentrocknung vielleicht sogar zu einer ernsthaften Alternative zur Heatset-Trocknung im Rollen-Akzidenzdruck werden könnte, so steht zu befürchten, dass der Recycling-Prozess künftig empfindlich gestört wird. Die Frage, wie eine UV-Druckfarbe zusammengesetzt sein muss, um gut deinkbar zu sein, ohne dass ihre veränderte Zusammensetzung den Druckprozess destabilisiert oder die Qualität des Druckproduktes leidet, ist größtenteils noch unbeantwortet.

Auf Initiative des bvd m trafen sich im Sommer 2017 und Anfang 2018 Vertreter der gesamten Lieferkette UV-Druck, um offene Fragen zu klären und vorausschauend Lösungen zu entwickeln, damit das weitere Marktwachstum bei UV-Druckprodukten nicht zum Problem wird. Ergebnis der Gespräche: Ein umfassendes Forschungsprojekt soll die technischen Zusammenhänge beim Deinking von UV-Drucken klären und Empfehlungen ableiten, wie eine gute

Beim Open House „25 Jahre Sächsisches Institut für die Druckindustrie“ in Leipzig erläuterte Harry Belz Chancen, Herausforderungen und Perspektiven des UV-Drucks.



Wiederverwertbarkeit gewährleistet werden kann. In Rekordzeit konnten für das Projekt Fördermittel des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie eingeworben werden. Dies lag sicher nicht zuletzt daran, dass außer zahlreichen Druckereien auch Druckmaschinen- und Strahlerhersteller sowie die Druckfarben- und die Papierindustrie ihre Unterstützung zusagten. Im Januar 2019 hat die auf zwei Jahre angelegte Forschungsarbeit begonnen. Erste Ergebnisse sind noch im laufenden Jahr zu erwarten.

**Der UV-Druck führt auf rauen
Papieren zu sehr brillanten
Druckergebnissen – und erhält
die natürliche Haptik.**

Einen guten Überblick über Chancen, Herausforderungen und Perspektiven des UV-Drucks bietet die bvdM-Publikation „Niedrigenergie- und LED-UV-Druck“. Sie beantwortet viele Fragen, die sich etwa in Gesprächen mit Kunden über die Möglichkeiten und die Grenzen der Technologie stellen. So gibt die Veröffentlichung Druckereien Argumente an die Hand, mit denen sich UV-Druck vermarkten lässt. Viele Kunden wissen beispielsweise nicht, dass der UV-Druck auf rauen Papieren zu sehr brillanten Druckergebnissen führt und gleichzeitig die angenehm natürliche Haptik der Papiere erhalten bleibt, weil keine Schutzlackierung erforderlich ist. Werden diese Möglichkeiten

bereits bei der Planung und Gestaltung eines Druckproduktes berücksichtigt, steigt nicht nur sein Wert als Kommunikationsmittel, sondern auch das vom Kunden wahrgenommene Preis-Leistungs-Verhältnis verbessert sich.

Wertvolle Informationen zum UV-Druck vermittelte auch der Treffpunkt Innovation 2018, bei dem sich die Teilnehmer über Markttendenzen und Nachhaltigkeitsaspekte des Verfahrens auf den aktuellen Stand bringen konnten. Auch auf externen Veranstaltungen war der bvdM mit entsprechenden Beiträgen präsent. Angesichts der raschen technischen Weiterentwicklung und der wachsenden Marktbedeutung des UV-Drucks bleiben die Technikexperten des Verbandes am Ball. Beim Treffpunkt Innovation 2019 jedenfalls ist das Thema schon fest eingeplant – unter anderem mit ersten Ergebnissen aus dem Forschungsprojekt „Deinking“.

Treffpunkt Innovation mit Start-up-Spirit

Wie innovativ ist die Druck- und Medienwirtschaft? Welche Potenziale hat sie für Innovationen? Wie wird und bleibt man innovativ? Mit diesen Fragen setzten sich Referenten und Teilnehmer am 27. und am 28. September 2018 beim Treffpunkt Innovation auseinander. Der neue Name der jährlich in der Start-up-Hauptstadt Berlin stattfindenden bvdM-Veranstaltung, die bislang Treffpunkt Technik hieß, signalisiert: Bei dem Branchentreffen geht es ganz konkret um die Branchenzukunft – und wie sie sich mit Know-how, Kreativität und Tatendrang erfolgreich gestalten lässt.

Technische Aspekte spielten beim Treffpunkt Innovation 2018 durchaus eine Rolle, etwa als digitale Vernetzungskonzepte für die Leistungsprozesse einer Druckereigruppe zur Sprache kamen oder als die Potenziale von JDF 2.0 (XJDF) für die automatisierte Kommunikation an der Kundenschnittstelle ausgeleuchtet wurden. Mindestens genauso wichtig wie die technische Vernetzung ist für den Innovationserfolg aber die Pflege persönlicher Netzwerke über die Grenzen der eigenen Organisation hinaus.

Ein weiterer Schwerpunkt der Tagung war die Frage, wie sich der Innovationsgrad einer Branche messen lässt und wie die Druckindustrie diesbezüglich im Branchenvergleich abschneidet. Das Ergebnis: Druck- und Medienunternehmen übernehmen vor allem im Hinblick auf kostensenkende Prozessinnovationen eine Vorreiterrolle. In puncto Produktinnovationen bleiben sie bisweilen noch hinter ihren Möglichkeiten zurück. Dass dies bei Weitem nicht auf alle Druck- und Mediendienstleister zutrifft, zeigten die präsentierten Beispiele genauso wie die Podiumsdiskussion: Mit frischen Produktideen und ausgereiften Servicekonzepten können Druckdienstleister sehr erfolgreich sein. An die Stelle des Preiswettbewerbs tritt dann der Wettbewerb um den größten Kundennutzen. Der muss allerdings auch mit Start-ups und innovativen Quereinsteigern aus anderen Branchen geführt werden, für die es unter bestimmten Voraussetzungen durchaus attraktiv sein kann, Druckdienstleistungen in ihr Angebotsportfolio zu integrieren. Zugleich können für Druck- und Medienunternehmen durch Kooperationen mit solchen Akteuren neue Marktchancen entstehen.

Dass die Digitalisierung auch neue Möglichkeiten für die Unternehmensfinanzierung eröffnet, ist ein weiteres wichtiges Ergebnis der Tagung. Bei der Anschaffung von Investitionsgütern etablieren sich inzwischen auch Mietmodelle für Produktionssysteme, die, um zusätzliche Dienstleistungen des Systemanbieters erweitert, enge Partnerschaften zwischen Druckerei und Anbieter begründen, in denen die Produktionsverantwortung mehr und mehr auf den Anbieter übergeht. Überdies bieten unterschiedlichste Crowdfunding-Konzepte bisher noch kaum bekannte Chancen, die Unternehmensfinanzierung mit der Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen zu verknüpfen.

Nicht zuletzt wurde deutlich, wie entscheidend die sogenannten weichen Faktoren für die Innovationskraft eines Unternehmens sind. Die Unternehmenskultur kann Innovationen maßgeblich fördern, schlimmstenfalls aber auch verhindern.

Der zweite Veranstaltungstag bot insgesamt sieben Themenpanels. Sie lieferten Einsichten in, Informationen über und Perspektiven auf die Themen Neues Verpackungsgesetz, Standardisierung von Druckprozessen, aktuelle Entwicklungen beim UV-Druck, Beschaffungsmarkt für Papier, Digitalmedien-Geschäftsmodelle und Auswirkungen der digitalen Transformation auf die Anforderungen von Druckerei-Kunden.



Matthias Tietz, Vorsitzender des bvdM-Ausschusses Technik + Forschung, eröffnete den Treffpunkt Innovation und stellte das Umweltmanagement-Netzwerk Ökoprot vor.

Der nächste **Treffpunkt Innovation** findet statt am 7. und am 8. November 2019 im VKU-Forum Berlin.

Harry Belz vom bvdM präsentiert Beispiele für erfolgreiche Crowdfunding-Kampagnen in der Druckindustrie.



Abendprogramm: Der bvdM lud die Teilnehmer des Treffpunkt Innovation zum Abendessen im Funkturm-Restaurant ein.



Diskussion steht beim Treffpunkt Innovation im Vordergrund. Ein Grund, weshalb er von den Teilnehmern so geschätzt wird.



Fotos: Hans-Christian Plambeck.



Demonstration der Roboter-Gisela. Im eigenen Kiosk fertigt und verkauft sie Spielzeugroboter aus Wellpappe.



„Erfolgsfaktor Innovation“ war das Thema einer von insgesamt vier Podiumsdiskussionen im Rahmen des Treffpunkt Innovation.

Öffentlichkeits- arbeit

Die Kommunikation des Bundesverbandes zielt insbesondere darauf ab, Entscheidern in der Politik, in Ministerien und Verwaltungen und zunehmend in Arbeitsagenturen kontinuierlich den grundsätzlichen Wert von Print zu verdeutlichen. Die Vielfalt, die Stärken, die unvergleichliche Wirkung und damit die Bedeutung unserer Branche für unsere Gesellschaft. Denn nur wenn die wirtschaftsrelevanten Rahmenbedingungen stimmen, sind die Druck- und Medienunternehmen in der Lage, ihre unverzichtbaren Leistungen auch in Zukunft zu erbringen. Und selbstverständlich unterstützt der bvdm die Betriebe ganz konkret: mit Branchenveranstaltungen, Kampagnen zur Nachwuchsgewinnung, Publikationen und intensiver Öffentlichkeitsarbeit, um die Bedeutung von Print kontinuierlich zu stärken.



Einer für alle, alle für Print

Kommunikation soll vor allem eins: ankommen. Der bvdM kommuniziert seine Botschaften daher auf vielfältigen Kanälen, zielgruppenspezifisch und crossmedial.

Aus unseren Pressemitteilungen erfahren die Journalisten alle wichtigen Nachrichten der Druck- und Medienbranche. Kurz und knapp, doch stets fundiert und klassisch für den Redaktionsablauf aufbereitet. Auf Twitter informieren sich unter anderem Politiker und Medienschaffende über aktuelle Entwicklungen und Trends. Hier darf es auch einmal etwas unterhaltsamer sein, aber nie die 280-Zeichen-Grenze überschreiten.

Unser Newsletter kredenzt allen Interessierten Information im handlichen Tapas-Stil. Probieren ausdrücklich erwünscht. Wer dabei auf den Geschmack kommt, kann sofort aktiv werden und erreicht mit nur einem Mausklick zum Beispiel die Anmelde-seite einer Veranstaltung oder eine interessante Online-Umfrage.



„Der deutsche Gesamtmarkt liegt laut Branchenverband bvdM bei jährlich gut 20 Milliarden Euro.“

„bvdM-Sprecherin Bettina Knappe sieht [in der Mass-Customization] zugleich großes Potenzial für Print. Gebrandete Gummibärchentüten, personalisierte Schokolinsen, individuell bedruckte Nutella-Gläser sind nur ein paar von tausenden Möglichkeiten. „Jedes Stück ist ein Einzelstück, das in Masse hergestellt wird.“

„Ein weiterer Wachstumsbereich ist der Verpackungsdruck. Beispiel: Eine personalisierte Lunchbox zum Kindergeburtstag. „Hier bieten die Drucker nicht nur den Druck, sondern auch gleich die maßgeschneiderte Box an“, erklärt der bvdM. Es gibt noch viele Nischen.“

Pressemitteilungen

Der bvdM wendet sich beständig mit Pressemitteilungen, Fachartikeln und Statements sowie mit Zahlen, Daten und Fakten an Print- und Onlinejournalisten. Fachpublikationen setzen fest auf diese Information. Und auch in den Medien, die ihre Kunden lesen, schlägt der Bundesverband sichtbare Wellen.

Journalisten griffen Mitteilungen, Daten und Fachinformation des bvdM 2018 in durchschnittlich gut **80** Meldungen pro Monat auf.



Die Zeitschrift *Werben & Verkaufen* kennt den bvdM aus seinen Pressemitteilungen als verlässliche Fachquelle und bat Anfang 2019 daher um ein Interview. Heraus kam der zweiseitige Artikel „Wachstum statt Flaute“ über die Digitalisierung in der Druckbranche.

Twitter

Über die Hälfte aller Abgeordneten im Bundestag tweeten, und auch Journalisten nutzen Twitter gern als Quelle für direkte und schnelle Information. Das ergab eine Civey-Studie zu den deutschen Twitter-Nutzern von 2018. Die Social-Media-Plattform ist demnach ein weiteres wichtiges Tool, um der Branche nicht zuletzt in Politik und Medien Gehör zu verschaffen.

- Die Anzahl unserer Follower stieg von Januar 2018 bis Januar 2019 um **+5,92%**.
- Unsere Tweets von 2018 wurden insgesamt **1.026.758**-mal angesehen (Impressions). Hinzu kommen noch die Impressions von Drittanbieterplattformen wie Hootsuite.
- Zusammen haben unsere Tweets **1.997** Interaktionen generiert.

Besonders viel Aufmerksamkeit erhielten Tweets zur bvdm-Kampagne „Print macht mehr draus“ und zum Thema „Print kommt an“, gefolgt von Veranstaltungsmeldungen.

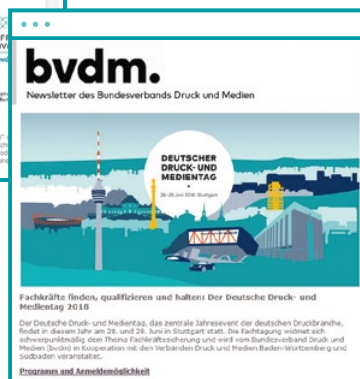
Bildergalerien laden zum Erkunden ein, so auch unser Top-Tweet Interaktionen zum Deutschen Druck- und Medientag 2018.



Zur Krisenkommunikation nutzt selbst der Online-Riese Facebook Print. Mit dieser Meldung erzielte unser Top-Tweet Impressions gut 14-mal so viele Betrachtungen, wie wir Follower haben.



Der bvdm-Newsletter informiert regelmäßig über wichtige Themen, Inhalte und Veranstaltungen der Druck- und Medienbranche.



Newsletter

Der bvdm-Newsletter serviert zwölfmal im Jahr fein ausgewählte „Druck-Häppchen“. Mitunter gibt es auch zusätzliche Spezialausgaben, etwa zur infoKompakt-Roadshow „Teilzeit- und Befristungsrecht“.

Im Dezember 2018 erreichte der bvdm-Newsletter **7.578** Empfänger.



NUTZEN bleibt nützlich

Im März hat der bvdmb auf acht Ausgaben seines Verbändemagazins NUTZEN zurückgeblickt – mit anderen Worten: auf zwei volle Jahrgänge. Der bewährte NUTZEN behandelt eine breite Themenpalette – von den Stärken des Gedruckten im Gesundheitsmarkt über Print in Politik und Sport bis zu allen Facetten des gedruckten Genusses. Vier Mal im Jahr zeigt er damit Trends auf, liefert wichtige Brancheninformationen, bietet Argumente für Print und beweist, dass es in unserer Gesellschaft ohne Druckprodukte nicht geht.

Über die integrierten Regionalteile versorgen die Landesverbände Druck und Medien ihre Mitglieder und Multiplikatoren aus Politik und Gesellschaft direkt mit branchenspezifischen Informationen aus ihrem Geschäftsgebiet. Ein schöner Service und ein wichtiger Baustein für die Vermarktung von Print.

Print macht mehr draus

Eine Kampagne, die uns, den Druckern und der Öffentlichkeit Spaß macht

Gedruckt wird unheimlich viel. So manchem ist das heute aber gar nicht mehr bewusst. Der bvdM liefert deshalb regelmäßig kleine feine Motive und Texte mit Wissenswertem, Überraschendem oder auch tagesaktuellen Print-Infos. Denn Print sorgt für Umsatz, Einschaltquoten, Wähler, Gäste, Marktanteile, Mieter, Nutzer, Besucher und Kunden.

Print macht Marken



Kunden vertrauen Marken. Verpackungen werden als Teil des Produktes wahrgenommen. Sie sind damit ein wichtiger Teil der Markenidentität. In prall gefüllten Supermärkten heben sie sich vom Umfeld ab und sind maßgebliche Wegweiser bei der Kaufentscheidung.

Print versüßt das Frühstück



Persönlicher als mit dem eigenen Namen und einem süßen Foto auf dem Etikett ist Kundenansprache kaum denkbar. Individuelle Datenverarbeitung und der Digitaldruck machen es möglich. Das bringt viele Sympathiepunkte bei den Kunden. Und die Hersteller freuen sich, weil die Online-Bestellung gleichzeitig die Möglichkeit bietet, den Kundenkontakt fortzusetzen. Etwa per Newsletter.

Print verankert Marken im Alltag



Eine Schachtel Frühstückscerealien wird zu Hause durchschnittlich bis zu 13-mal in die Hand genommen. 32-mal wird sie gesehen. Die Verpackung verankert die Marke im Alltag, fördert Wiederholungskäufe und sorgt für Weiterempfehlungen. Bei rund 20 Millionen Cornflakes-Essern in Deutschland lohnt sich das.

Print vergoldet



Foto: dm-drogerie markt GmbH+ Co. KG

Schnödes weißes Toilettenpapier? Langweilig, dachte sich Drogerie-Riese dm und brachte Ende 2018 Rollen mit Mops-Aufdruck heraus. Das sorgte für einen Kaufrasch, als stünde eine weltweite Papierknappheit bevor. Presse, Funk und Fernsehen berichteten und im Internet ging die Post ab. Dort wurden nach dem ersten Ausverkauf einzelne Rollen für über 100 Euro gehandelt. Ein spektakulärer Werbeerfolg für dm.

Sabine Geldermann (drupa) und Dr. Paul Albert Deimel (bvdm) eröffnen den vierten ddk.



Thomas Egenolf (Offsetdruckerei Schwarzach) präsentiert die digitale Strategie des Unternehmens.



Rainer Wilke (Christiansen Print) hat den Vorstufenprozess um 20 Tage verkürzt.

Bewährtes Doppel. Jens Meyer und Udo Eickelpasch (pxm) führen durch ein hoch spannendes Programm.



Fotos: Mark Keppler

Wichtiger denn je – Netzwerken, Kontakte knüpfen, Allianzen schmieden.



Digitaldruck-Kongress 2019

Im Mittelpunkt des vierten Digitaldruck-Kongresses am 6. Februar 2019 in Düsseldorf standen Strategien, Geschäftsmodelle, Instrumente, Konzepte und Anwendungsfelder, mit denen Unternehmen aktuell den Wachstumsmarkt Digitaldruck bearbeiten und für sich ausbauen. Experten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz präsentierten praxisnah ihre Wege zum geschäftlichen Erfolg.

„Mit Digitaldruck Geld verdienen“ lautete das Thema von Peter Sommer (Elanders) auf dem vierten ddk in Düsseldorf, und er zeigte analytisch fundiert, wie er das macht. Deutlich wurde auf dem Kongress, in welchen Märkten des Digitaldrucks enormes Geschäftspotenzial steckt. Dazu gehören Verpackungen genauso wie Kataloge. Ausschöpfen ließe sich das Potenzial jedoch nur, wenn sich das ganze Unternehmen auf die Digitalisierung und auf neue Geschäftsmodelle ausrichtet. Wer bereit sei, sämtliche Arbeitsprozesse – von der Vorstufe über die Vertriebswege bis zur Auslieferung oder sogar Entsorgung von Printprodukten – neu zu denken, habe den Erfolg auf seiner Seite. Eindrucksvoll bewiesen das auch die Vorträge von Patrick Donner (Traffic Print · Online · Solutions), Rainer Wilke (Christiansen Print), Thomas Egenolf (Offsetdruckerei Schwarzach), Steffen Tomasi (Flyerline Schweiz), Michael Hoffmann (INFOX), Daniela Krawinkel (VDM NW) sowie Klaus Busch (Druckerei Busch).

Über 200 Teilnehmer sind der Einladung des bvdM gefolgt und hatten damit die beste Möglichkeit, sich durch die Vorträge aber auch im entspannten Austausch mit Kollegen am Vorabend auf den neuesten Stand zu bringen.

Ein Gigant in Sachen Informationslogistik ist die INFOX. Michael Hoffmann erklärt, wie es funktioniert.



Mit Digitaldruck Geld verdienen. Peter Sommer (Elanders) erklärt, wie das geht.

Volles Haus. Auch der vierte Digitaldruck-Kongress war wieder ausgebucht.

Greenprinting statt Greenwashing

Verzicht auf Print macht nicht grün

Grün durch den Wechsel von Print auf Digital? Das darf zu Recht bezweifelt werden, erklärt der bvdm und sagt der digitalen Grünfärberei zahlreicher Unternehmen seit Juni 2018 den Kampf an. Denn gerade die deutschen Druckunternehmen gehören seit Jahren zu den transparent produzierenden, umweltengagierten Vorreitern unserer Wirtschaft. Der öffentlich proklamierte Umstieg von Print auf Online ist also vielmehr eine fragwürdige Imagepolitik als fakten-gestütztes Handeln – zulasten der Verbraucher und zulasten einer modernen, sauber und kontrolliert arbeitenden Branche.

Unter dem Motto „Greenprinting statt Greenwashing“ macht der Verband deutlich, dass digitale Kommunikation nicht automatisch umweltfreundlicher ist als Print. Die Webseite bvdm-online.de/greenwashing nennt Fakten, die die Nachhaltigkeit von Print belegen und die Argumentationen der Grünfärber entkräften.

Der bvdm folgt zudem Hinweisen auf „Greenwasher“ und fordert diese auf, irreführende Argumentationen zu korrigieren. So geschehen bei einem großen deutschen Automobilbauer: Dessen Niederlassungen erklärten ihren Kundinnen und Kunden, „der Umwelt zuliebe“ keine Kataloge mehr zu drucken. Stattdessen verwiesen sie an ein Info-Terminal. Neben dem Automobilbauer lernten auch eine große Fluggesellschaft, Versicherungen und der Einzelhandel inzwischen das Umdenken.

Die Fakten

- Print ist nachhaltig. Das beweist die Klimainitiative der Verbände. Mit ihrer Hilfe können teilnehmende Druckereien ermitteln, welche Emissionen ein Druckauftrag erzeugt, und die entsprechende Menge kompensieren. In den vergangenen zehn Jahren kompensierten Druckereien so bereits 185.000.000 kg CO₂. Die Klimainitiative arbeitet nachweislich im Sinne der Klimaziele der Regierung und wird daher vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) unterstützt.
- Dem Wald in Deutschland geht es gut. So gut wie nie zuvor seit der Industrialisierung: Die dritte Bundeswaldinventur belegt, dass unser Wald in der modernen Zeit nie artenreicher, stabiler und vielfältiger war als heute. Deutschland ist mit rund 11,4 Millionen Hektar zu einem Drittel bewaldet. Die Waldfläche hat sich zwischen 2002 und 2012 nur wenig verändert. In der Summe hat sie um rund 50.000 Hektar zugenommen. Damit wächst mehr neues Holz nach, als wir nutzen können.
- Die europäische Papierindustrie forstet mehr Wald auf, als sie verbraucht. Jedes Jahr. Denn auch die Waldfläche in Europa schrumpft nicht, sondern wächst: zwischen 2005 und 2010 um 512.000 Hektar. Das entspricht einer Fläche von 1,5 Millionen Fußballfeldern. Die europäischen Wälder sind damit heute mehr als 30 Prozent größer als noch in den 1950er Jahren.
- Nach Europa importierte Hölzer unterliegen strengster Aufsicht. Dafür sorgt die europäische Holzhandelsverordnung EU Timber Regulation/ EUTR. Sie dämmt weltweit illegalen Holzschlag



Die europäische Papierindustrie forstet mehr Wald auf, als sie verbraucht. Jedes Jahr.

ein und unterbindet dessen Vermarktung in der EU. Alle Marktteilnehmer, die Holz oder Holzprodukte erstmals in der EU in den Verkehr bringen, müssen dafür Sorgfaltspflichten erfüllen.

- Printmedien sind nicht an sich umweltschädlicher als digitale Kommunikation. Zu diesem Schluss kommt eine Studie des Verbandes Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e.V., die den Umwelteinfluss von Print- und E-Medien verglichen hat.
- Digitale Kommunikation verschlingt immense Ressourcen. Ressourcen fressen vor allem die Gewinnung seltener Erden, die energieaufwendige Produktion sowie der Betrieb von stromintensiven Geräten und Servern. Die Herstellung eines PCs samt Monitor verbraucht 2.790kWh. Das entspricht einem Betrieb der Waschmaschine von drei Stunden pro Tag – ein ganzes Jahr lang. Zudem verbraucht die Herstellung zwischen 500kg und 1.500kg wertvolle Rohstoffe und 23 kg Chemikalien und setzt 850kg Treibhausgase frei.
- Die verantwortungslose Entsorgung von Endgeräten alarmiert. Die CWIT-Studie belegt, dass Europa ein Elektroschrott-Problem hat. Insgesamt wurden 2016 in den 28 EU-Ländern (inklusive Norwegen und der Schweiz) 3,3 Millionen Tonnen Elektroschrott gesammelt und recycelt. Schätzungen zufolge wurden im selben Zeitraum aber 9,45 Millionen Tonnen Elektroschrott produziert. Rund zwei Drittel der Altgeräte in der EU verschwinden im Hausmüll oder in dubiosen, teils illegalen Kanälen. Oft gelangt der Schrott nach Asien und Afrika, wo es keine Recycling-Standards gibt und die Bauteile nicht fachmännisch zerlegt werden. Aggressive Giftstoffe gefährden so Müllsammler und die Umwelt.

Deutscher Druck- und Medientag 2018

Diversität und Vielfalt – auch in der Ausbildung

Der Deutsche Druck- und Medientag 2018 stand im Zeichen des Themas Fachkräftemangel. Über 250 Teilnehmer verfolgten am 28. und 29. Juni im Hotel Maritim in Stuttgart spannende und interessante Vorträge. Ausgerichtet wurde die wichtigste Veranstaltung der Branche vom Bundesverband Druck und Medien sowie dem Verband Druck und Medien in Baden-Württemberg und dem verband papier, druck und medien südbaden.

Nach der Eröffnung des traditionellen Unternehmerforums durch den Präsidenten des bvdM, Wolfgang Poppen, hielten der Innenminister Baden-Württembergs, Thomas Strobl, sowie der Oberbürgermeister Stuttgarts, Fritz Kuhn, Grußworte, in denen sie die Relevanz von Printprodukten eindrucksvoll unterstrichen. Auf Fachvorträge folgte eine Podiumsdiskussion zum Thema Fachkräftemangel und Nachwuchsgewinnung mit Thomas Masselink, BHW, Arndt W. Bertelsmann, wbv Media, Dr. Paul Albert Deimel, bvdM, Ernst Zoller, C.H. Beck,

Peter Sommer, Elanders, und Prof. Dipl. Ing. Volker Jansen, HdM. Einigkeit bestand darüber, dass die Berufe der Branche gute Perspektiven bieten, jedoch zum Teil in der Öffentlichkeit nicht ausreichend bekannt bzw. positiv wahrgenommen würden.

Auf dem Abend der Deutschen Druckindustrie im Porsche Museum warb Ehrengast Muhterem Aras, Präsidentin des Landtags von Baden-Württemberg, eindringlich und überzeugend für Vielfalt und Diversität in Unternehmen und Organisationen. Dazu gehöre es auch, sich noch mehr um Frauen als Auszubildende zu bemühen. In diesem Zusammenhang lobte sie die Nachwuchskampagne des bvdM.

Ausbildung Digital – präsentiert auf dem Deutschen Druck- und Medientag.

Wolfgang Poppen, Präsident des Bundesverbandes Druck und Medien, und Hauptgeschäftsführer Dr. Paul Albert Deimel informieren die Presse über die aktuelle Lage der Branche.



Entspanntes Get-together am Abend der Deutschen Druckindustrie im Porsche Museum.



Fotos: Astrid Schmidhuber

Landtagspräsidentin Muhterem Aras und Dr. Paul Albert Deimel in Gesellschaft von über 200 Gästen beim Dinner



Wolfgang Poppen begrüßt gut 250 Teilnehmer, die der Einladung des bvdm sowie den Landesverbänden Baden-Württemberg und Südbaden gefolgt waren.



Fritz Kuhn, Oberbürgermeister von Stuttgart, verspricht, dass die umfangreichen Programme der Grünen auch weiterhin gedruckt werden.



Prof. Dr. Alexander W. Roos, Rektor Hochschule der Medien, referiert über Ausbildungsziele.

Dr. Paul Albert Deimel, Wolfgang Poppen, Fritz Kuhn, Thomas Strobl, Dr. Alexander Lögeler und Hartmut Villinger auf dem DDMT 2018.



Muhterem Aras, Präsidentin des Landtags von Baden-Württemberg, beeindruckte mit einem leidenschaftlichen Appell für Vielfalt und Diversität.



Wolfgang Poppen begrüßt den Innenminister Baden-Württembergs, Thomas Strobl.

Gemeinsam erfolgreich den Fachkräftenachwuchs sichern

Schon seit über einem Jahr nutzen Mitglieder der Verbände Druck und Medien die Instrumente der Kampagne „Gestochen scharf – Perfekt veredelt“, um aufmerksamkeitsstark den Nachwuchs anzusprechen. Und auch die Verbände setzen die Motive kontinuierlich ein. Damit werben sie ganz grundsätzlich für die Berufe in der Branche und unterstützen gleichzeitig den Imagewandel der Druckindustrie.



Die Branche im Großformat: In stark frequentierten U-Bahn-Stationen werben die Druck- und Medienverbände für die Ausbildung in der Druckbranche.



Über 40 frisch gegautschte Jüngerinnen und Jünger Gutenbergs verweisen in gestochenen scharfen und perfekt veredelten T-Shirts stolz auf ihren Beruf in der Druck- und Medienindustrie. Bild: Hans Dölzer, Fachausschuss Rhein-Neckar, Juli 2018.



Von wegen „verstaubte Branche“: Das sportliche Team des bvd.m. trat am 30. Mai 2018 zum großen Berliner Firmenlauf mit rund 17.000 Läuferinnen und Läufern in den T-Shirts der Nachwuchskampagne an!

infoKompakt

Verbände Druck und Medien informieren flächendeckend, schnell und kompakt

Mit der Roadshow infoKompakt haben die Verbände unter dem Dach des bvdM 2018 ein neues Veranstaltungsformat geschaffen. Die Veranstaltungsreihen behandeln drängende Themen der Branche nicht nur kompakt, sondern auch praxisnah und lösungsorientiert und finden innerhalb kürzester Zeit in ganz Deutschland statt. Auf diese Weise erhalten die Unternehmen eine schnelle, flächendeckende Information – ohne lange Anreisen.

Neun Termine in zwölf Tagen, von Oldenburg bis Aschheim bei München, bot der bvdM etwa zum Verpackungsgesetz an, das zum 1. Januar 2019 vollumfänglich in Kraft getreten ist. Druckereien, die ihre Produkte verpackt und gewerbsmäßig an private Endverbraucher in den Verkehr bringen, mussten

sich vor dem Stichtag offiziell registrieren. Wer das nicht getan hat, dem droht Vertriebsverbot. Entsprechend hoch war der Zulauf. Begleitet wurden die Veranstaltungen von ausführlichem Informationsmaterial des Bundesverbandes, und auch im Anschluss hatten die Teilnehmer die Möglichkeit, Fragen an den bvdM zu richten, die dieser an die zentrale Stelle weiterleitete.

Zur Reform des Teilzeit- und Befristungsgesetzes boten die Verbände zwischen dem 29. Januar und dem 28. Februar 2019 zwölf Termine an, die ebenfalls auf sehr großes Interesse stießen. Angesichts des Erfolgs dieses Formats werden die Verbände auch weiterhin infoKompakt-Roadshows zu Themen anbieten, die die Branche bewegen.



bvdM-online.de/infokompakt



FESPA

Die Global Print Expo gastierte in München

Zum dritten Mal in Folge beehrte die FESPA Global Print Expo Deutschland: Textildruck und gedruckte Innenraum-Ausstattung waren zwei der gefragtesten Schwerpunkte der FESPA Global Print Expo 2019, die vom 14. bis 17. Mai 2018 in München stattfand.

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

Das bewährte Format Printeriors präsentierte gedruckte Innenraum-Ausstattung in Gestalt einer Flughafenlounge der Zukunft im Eingangsbereich der Messe Berlin.

Möbel, Wand- und Bodenbeläge, Fenstergrafiken, Raumtextilien und weitere von Ausstellern der FESPA 2018 bereitgestellte gedruckte Innenraum-Ausstattungen sorgten für ein immersives Erlebnis. Die international aktive Organisation FESPA verbindet die Druckereibranche weltweit durch ihr Netzwerk von 37 nationalen Fachverbänden. Die deutsche Druckindustrie wird durch den bvdM repräsentiert.

fespa.com

PRINTERIORS
15-18 MAY 2018 • BERLIN, GERMANY

FESPA

Das Netzwerk der deutschen Druck- und Medienindustrie



① **Industrieverbände Druck und Medien, Papier- und Kunststoffverarbeitung 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**
Düsseldorf · Hamburg · Lünen

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



- 10 Hauptverband Papier- und Kunststoffverarbeitung (HPV) Berlin
- 11 Initiative Online Print Essen
- 12 Institut der deutschen Wirtschaft Köln (IW) Köln
- 13 Intergraf Brüssel
- 14 Verband der deutschen Lack- und Druckfarbenindustrie (VdL) Frankfurt am Main
- 15 Verband Deutscher Lokalzeitungen (VDL) Berlin
- 16 Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA) Frankfurt am Main
- 17 Verband Deutscher Papierfabriken (VDP) Bonn
- 18 Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) Berlin
- 19 ver.di – Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft Berlin
- 20 Zentral-Fachausschuss Berufsbildung Druck und Medien (ZFA) Kassel
- 21 Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) Berlin
- 22 Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) Berlin

- 1 Berufsgenossenschaft Energie Textil Elektro Medien-erzeugnisse (BG ETEM) Köln
- 2 Börsenverein des Deutschen Buchhandels Frankfurt am Main
- 3 Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter (BVDA) Berlin
- 4 Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) Berlin
- 5 Bundesverband E-Commerce und Versandhandel (bevh) Berlin
- 6 Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) Berlin
- 7 DIN Deutsches Institut für Normung Berlin
- 8 FESPA Dorking
- 9 Fogra Forschungsgesellschaft Druck Aschheim

- 6
- 5
- 20
- 4
- 2
- 9
- 2
- 7
- 3
- 5
- 15
- 5
- 4
- 10
- 18
- 19
- 6
- 21
- 22

Insights





Konjunkturindikatoren 2018

	absolut	Veränderung gegen- über Vorjahr in %
Berichtskreis: Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten		
Anzahl der Betriebe	557	0,2
Beschäftigte	70.631	-0,7
Umsatz (in Mio. Euro)		
Nominal	11.438	-1,8
<i>Inlandsumsatz</i>	9.883	-1,6
<i>Auslandsumsatz</i>	1.556	-3,2
· <i>mit der Eurozone</i>	934	-3,4
· <i>mit dem sonstigen Ausland</i>	622	-2,7
<i>Exportquote in % (Auslandsumsatz/nominaler Umsatz)</i>	13,6	-1,3
<i>je Beschäftigten (in Euro/Monat)</i>	13.496	-1,2
<i>je geleistete Arbeitsstunde (in Euro/Std.)</i>	108,31	-1,3
Real	11.453	-2,5
Entgelte (in Mio. Euro)		
Lohnquote (in % des Umsatzes)	22,3	1,7
je Beschäftigten (in Euro/Monat)	3.012	0,5
je geleistete Arbeitsstunde (in Euro/Std.)	24,17	0,4
Produktionsindizes*		
Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten		
Verarbeitendes Gewerbe	105,9	1,1
Druckindustrie	95,7	-2,2
<i>Drucken von Zeitungen</i>	86,7	-5,0
<i>Drucken sonstiger Erzeugnisse</i>	97,5	-1,2
<i>Druck- und Medienstufwerke</i>	95,9	-3,0
<i>Druckweiterverarbeitung</i>	86,5	-7,9

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

Quelle: Statistisches Bundesamt, Datenstand: 16. Mai 2019

Berechnungen: bvdM

Entwicklung des Branchenumsatzes

Jahr	Umsatzsteuerpflichtige Unternehmen		Nominaler Umsatz		Realer Umsatz (in Preisen des Jahres 2015)	
	Anzahl	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %
2008	14.805	-0,9	23.116	-1,9	21.974	-1,6
2009	13.970	-5,6	20.823	-9,9	20.157	-8,3
2010	13.573	-2,8	20.687	-0,6	20.667	2,5
2011	13.181	-2,9	21.048	1,7	20.777	0,5
2012	12.944	-1,8	21.560	2,4	21.158	1,8
2013	12.432	-4,0	20.707	-4,0	20.340	-3,9
2014	11.934	-4,0	20.697	0,0	20.492	0,7
2015	11.601	-2,8	21.084	1,9	21.084	2,9
2016	11.204	-3,4	20.861	-1,1	20.924	-0,8
2017	10.811	-3,5	20.753	-0,5	20.921	0,0
2018*	10.449	-3,3	20.359	-1,9	20.380	-2,6

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

Quelle: Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Bundesamtes, Datenstand: 12. April 2019
Berichtskreis: Umsatzsteuerpflichtige Unternehmen mit über 17.500 Euro Jahresumsatz
Berechnungen: bvdM

Ausbildungsverträge in der Druck- und Medienindustrie 2017/2018

Ausbildungsbereich/ Ausbildungsberuf	Gesamtausbildungsverträge 1. bis 3. Ausbildungsjahr			Neue Ausbildungsverträge 1. Ausbildungsjahr		
	2017	2018	Veränderung in %	2017	2018	Veränderung in %
Mediengestaltung	7.857	7.809	-0,61	3.056	3.077	0,69
Mediengestalter Digital/Print	7.857	7.809	-0,61	3.056	3.077	0,69
Drucktechnik	2.479	2.500	0,85	963	983	2,08
Medientechnologie Druck	2.123	2.149	1,22	827	844	2,06
Medientechnologie Siebdruck	356	351	-1,40	136	139	2,21
Druckverarbeitung	1.836	1.809	-1,47	691	717	3,76
Medientechnologie Druckverarbeitung	673	679	0,89	267	282	5,62
Buchbinder	121	94	-22,31	40	33	-17,50
Packmitteltechnologie	1.042	1.036	-0,58	384	402	4,69
Gesamt	12.172	12.118	-0,44	4.710	4.777	1,42

Quelle: Statistik Berufsausbildung und Fortbildung des Zentral-Fachausschusses Berufsbildung Druck und Medien (ZFA), Kassel, Datenstand: 13. Mai 2019

Anzahl der Betriebe und sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Sparten 2018

Sparten	Betriebe			Beschäftigte		
	Anzahl	Anteil in %	Veränderung gegenüber Vorjahr in %	Anzahl	Anteil in %	Veränderung gegenüber Vorjahr in %
Druck von Zeitungen	197	2,5	-4,8	8.715	6,7	-2,0
Sonstige Druckerzeugnisse	5.721	73,5	-3,1	96.336	73,9	-2,5
Druck- und Medienstufung	1.367	17,6	-4,7	18.057	13,9	-1,9
Druckweiterverarbeitung	499	6,4	-7,1	7.183	5,5	-4,3
Gesamt	7.784	100,0	-3,7	130.291	100,0	-2,5

Berichtskreis: Betriebe mit mindestens einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten
 Quelle: Bundesagentur für Arbeit; Datenstand: 12. April 2019; Stichtag: 30.06.2018; Berechnungen: bvdvm

Anzahl der Betriebe und sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Beschäftigtengrößenklassen 2018

Beschäftigtengrößenklassen	Betriebe			Beschäftigte		
	Anzahl	Anteil in %	Veränderung gegenüber Vorjahr in %	Anzahl	Anteil in %	Veränderung gegenüber Vorjahr in %
1 bis 9	5.387	69,2	-4,7	16.431	12,6	-4,4
10 bis 19	987	12,7	-0,9	13.579	10,4	-0,6
20 bis 49	816	10,5	-3,3	24.724	19,0	-3,6
50 bis 99	340	4,4	-0,3	23.289	17,9	-1,2
100 bis 499	244	3,1	0,8	43.971	33,7	-0,4
500 und mehr	10	0,1	0,0	8.297	6,4	-10,9
Gesamt	7.784	100,0	-3,7	130.291	100,0	-2,5

Berichtskreis: Betriebe mit mindestens einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten
 Quelle: Bundesagentur für Arbeit; Datenstand: 12. April 2019; Stichtag: 30.06.2018; Berechnungen: bvdvm

Produktstruktur der Druckindustrie 2018

	in Mio. Euro	Anteil in %	Veränderung gegen- über Vorjahr in %
Werbedrucke/Kataloge	4.971	39,8	-3,6
<i>Kataloge</i>	1.166	9,3	-3,4
<i>Plakate</i>	480	3,8	1,8
<i>Geschäftsberichte</i>	42	0,3	-2,7
<i>Andere Werbedrucke und -schriften</i>	3.284	26,3	-4,5
Geschäftsdrucksachen	1.230	9,8	-0,9
Zeitschriften	995	8,0	-3,4
Zeitungen/Anzeigenblätter	1.232	9,9	-1,1
<i>Tageszeitungen</i>	866	6,9	-1,0
<i>Wochenzeitungen</i>	176	1,4	0,7
<i>Anzeigen-/Annoncenblätter</i>	190	1,5	-2,8
Bücher/kartografische Erzeugnisse	901	7,2	-1,0
Bedruckte Etiketten	1.244	10,0	-0,2
Kalender/Karten	161	1,3	3,2
Sonstige Druckerzeugnisse	1.756	14,1	2,2
Summe Druckerzeugnisse	12.491	100,0	-1,7
Druck- und Medienstufe	977	58,0	-1,5
Druckweiterverarbeitung	707	42,0	-7,5
Summe Druckdienstleistungen	1.684	100,0	-4,1
Gesamt	14.175		-2,0

Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten

Quelle: Produktionserhebung im Verarbeitenden Gewerbe, Statistisches Bundesamt, vorläufige Werte; Datenstand: 12. April 2019

Berechnungen: bvdm

Weitere bedruckte Erzeugnisse 2018

	in Mio. Euro	Veränderung gegen- über Vorjahr in %
Verpackungen (z.B. Faltschachteln, Displays etc.)	8.839	7,4
Tapeten	312	-8,2
Schreib-/Bürowaren	518	-4,4
Textilien	243	-2,2

Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten

Quelle: Produktionserhebung im Verarbeitenden Gewerbe, Statistisches Bundesamt, vorläufige Werte

Datenstand: 12. April 2019; Berechnungen: bvdm

Indizes der Erzeugerpreise 2018

Wirtschaftszweig/ Produkt	Index (2015=100)	Veränderung gegen- über Vorjahr in %	Veränderung gegen- über 2008 in %
Verarbeitendes Gewerbe	104,2	2,1	7,2
Zeitungsdruckpapier	108,2	7,1	-13,4
Andere grafische Papiere	108,2	6,6	3,2
Elektrischer Strom	102,0	-0,5	40,1
Druckmaschinen	104,6	1,8	12,7
Druckfarben	98,2	0,8	2,7
Druckereileistungen	99,9	0,7	-5,0

Quelle: Statistisches Bundesamt, Datenstand: 12. April 2019; Berechnungen: bvdm

Nettowerbeeinnahmen 2018

Werbeträger	Mio. Euro	Veränderung gegen- über Vorjahr in %	Anteil in %
Tageszeitungen	2.219	-7,0	14,0
Fernsehen	4.537	-1,2	28,7
Anzeigenblätter	1.723	-7,2	10,9
Publikumszeitschriften	915	-5,2	5,8
Verzeichnismedien	738	-6,6	4,7
Fachzeitschriften	1.685	-3,1	10,7
Außenwerbung	1.164	1,2	7,4
Radio	789	0,6	5,0
Online und Mobile	1.755	7,1	11,1
Wochen-/Sonntagszeitungen	134	-2,5	0,8
Kino	79	-15,4	0,5
Zeitungssupplements	79	0,0	0,5
Summe	15.818	-2,4	100,0
Summe Print	8.658	-4,9	
Printanteil	54,7%	-2,5	

Quelle: Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ZAW
Datenstand: 22. Mai 2019; Berechnungen: bvdm

Durchschnittlicher Umsatz nach Beschäftigtengrößenklassen

Beschäftigtengrößenklassen	Durchschnittlicher Umsatz (in Mio. Euro)
0	0,4
1 bis 9	1,4
10 bis 19	2,5
20 bis 49	4,0
50 bis 99	9,9
100 bis 499	35,1
500 und mehr	215,8

Quelle: Branchenbefragungen des bvdm

Durchschnittliche Beschäftigtenanzahl nach Umsatzgrößenklassen

Umsatzgrößenklasse (in Mio. Euro)	Durchschnittliche Beschäftigtenanzahl
unter 1	5
1 bis 10	28
10 bis 50	149
50 bis 250	450
250 und mehr	1.725

Quelle: Branchenbefragungen des bvdm

Außenhandel 2018 nach Ländern

Export nach ...			
Land	Mio. Euro	Veränderung gegen- über Vorjahr in %	Anteil in %
Schweiz	666	-1,9	14,8
Österreich	600	-6,3	13,3
Frankreich	483	9,9	10,7
Polen	410	1,9	9,1
Tschechische Republik	342	29,3	7,6
Großbritannien	292	-2,2	6,5
Niederlande	240	3,1	5,3
Italien	190	1,3	4,2
USA	167	24,5	3,7
Belgien	120	0,3	2,7
Summe Top 10	3.510	3,3	78,1
Summe gesamt	4.497	2,6	100,0

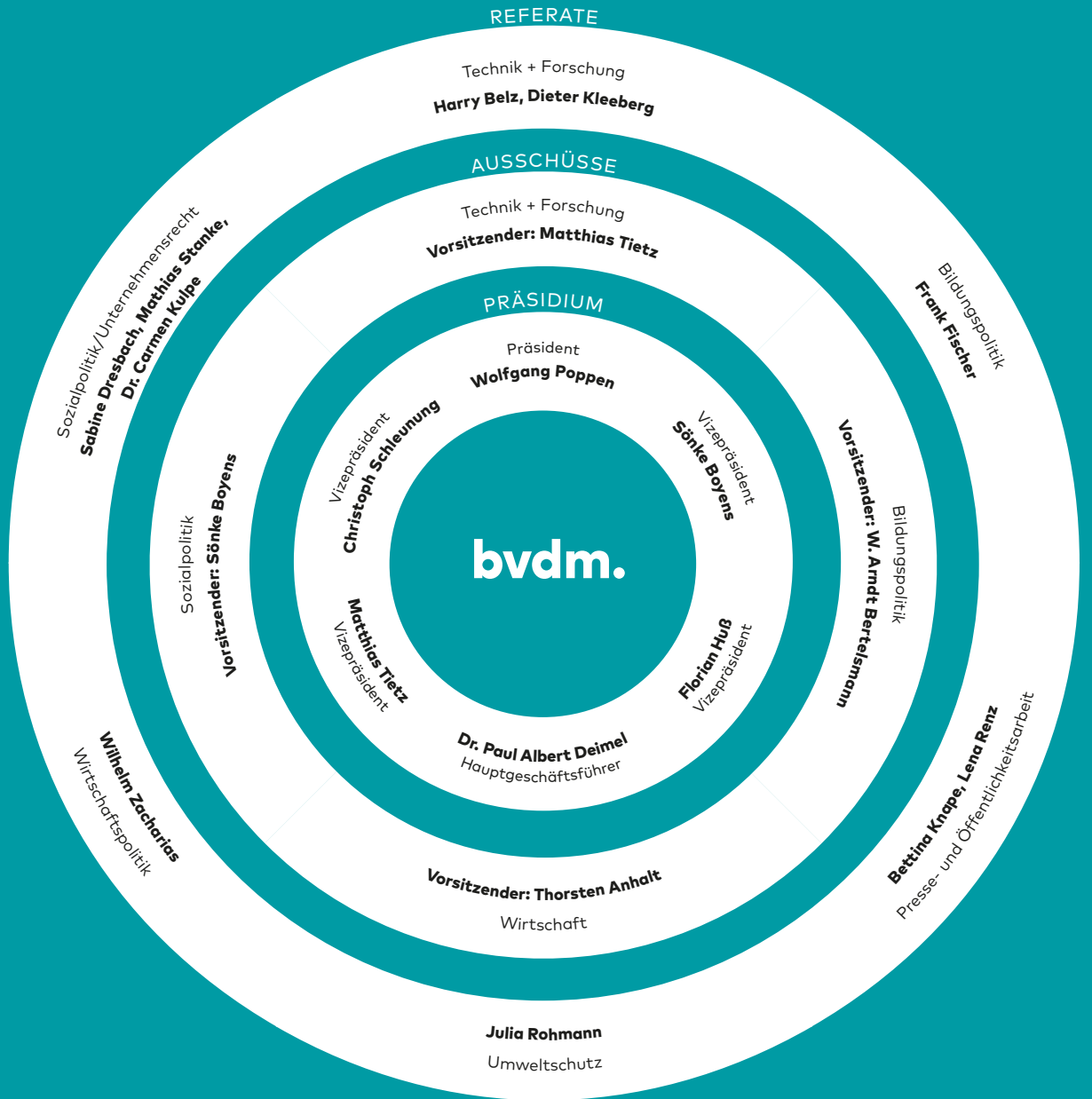
Importe aus ...			
Land	Mio. Euro	Veränderung gegen- über Vorjahr in %	Anteil in %
Polen	857	15,9	31,2
Tschechische Republik	331	-3,7	12,0
Großbritannien	232	8,0	8,4
Niederlande	189	10,2	6,9
China	176	6,1	6,4
Österreich	168	25,6	6,1
Italien	135	2,6	4,9
USA	110	-12,3	4,0
Frankreich	101	-5,4	3,7
Schweiz	77	-12,3	2,8
Summe Top 10	2.376	7,0	86,4
Summe gesamt	2.751	6,5	100,0

Quelle: Statistisches Bundesamt, Datenstand: 12. April 2019; Berechnungen: bvd/m

Außenhandel 2018 nach Warengruppen

Warengruppe	Export			Import		
	Mio. Euro	Veränderung gegenüber Vorjahr in %	Anteil in %	Mio. Euro	Veränderung gegenüber Vorjahr in %	Anteil in %
Werbedrucke/Kataloge	1.074	5,2	23,9	400	11,1	14,5
Etiketten	342	4,1	7,6	192	-1,3	7,0
Kalender/Karten	98	-0,6	2,2	143	3,4	5,2
Abziehbilder/Transferdrucke	219	8,7	4,9	36	20,1	1,3
Sonstige Erzeugnisse	654	-0,3	14,5	409	18,1	14,9
Summe Druckerzeugnisse	2.387	3,5	53,1	1.180	10,3	42,9
Bücher/Broschüren	1.597	5,3	35,5	1.340	7,4	48,7
Zeitungen/Zeitschriften	514	-8,4	11,4	231	-13,2	8,4
Summe Verlagserzeugnisse	2.111	1,6	46,9	1.571	3,8	57,1
Summe gesamt	4.497	2,6	100,0	2.751	6,5	-2,5

Quelle: Statistisches Bundesamt, Datenstand: 12. April 2019; Berechnungen: 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. Oeynhausen

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



**Industrieverbände Druck und Medien,
Papier- und Kunststoffverarbeitung
Baden-Württemberg**

Zeppelinstraße 39
73760 Ostfildern/Kemnat
Telefon +49 (0) 7 11/4 50 44 0
Fax +49 (0) 7 11/4 50 44 16
info@dmpi-bw.de
www.dmpi-bw.de

Vorsitzender: Hartmut Villinger
Geschäftsführer: Dr. Alexander
Lägeler



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

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

Vorsitzender: Christian Heinrich
Geschäftsführerin: Antje Steinmetz



**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: Andreas Jörß
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: Sönke Boyens
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
Geschäftsführerin: Britta Oswald-Brügel

Herausgeber

Bundesverband Druck und Medien e.V. (bvdm)

Redaktion

Bettina Knape (verantwortlich)
Lena Renz

© 2019 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.

Alle Bilder sowie sämtliche Grafiken soweit nicht anders vermerkt: 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 2018/2019.

Die vorliegende Publikation wurde auf Magno Volume 135g/m² gedruckt, für den Umschlag wurde Magno Volume 300g/m² gewählt, beide produziert von Sappi Europe S.A.

Gedruckt gemäß ISO 12647 ProzessStandard Offsetdruck

Weitere Informationen zum ProzessStandard Offsetdruck sind erhältlich unter prozess-standard.com



