

Die deutsche Druck- und Medienwirtschaft

→ Positionen, Forderungen, Ziele

bvdm.

Bundesverband
Druck und Medien e.V.

Inhaltsverzeichnis

Die deutsche Druck- und Medienwirtschaft [↗ Seite 4](#)

- 1. Unnötige Bürokratie abbauen** [↗ Seite 6](#)
- 2. Belastungen durch Sozialabgaben begrenzen** [↗ Seite 8](#)
- 3. Für ein flexibles Arbeitsrecht 4.0** [↗ Seite 10](#)
- 4. Tarifautonomie und Sozialpartnerschaft stärken**
[↗ Seite 12](#)
- 5. Deutschlands digitale Infrastruktur an der Leistungsfähigkeit der Unternehmen ausrichten** [↗ Seite 14](#)
- 6. Forschung und Innovationen erleichtern** [↗ Seite 16](#)
- 7. Die Fachkräfteausbildung aufwerten** [↗ Seite 18](#)
- 8. Berufsschulqualität ausbauen** [↗ Seite 20](#)

- 9. Angemessenen Datenschutz mit klaren Regelungen schaffen** ↗ [Seite 22](#)
- 10. Datensicherheit gewährleisten** ↗ [Seite 24](#)
- 11. Erhalt des ermäßigten Umsatzsteuersatzes für Printprodukte** ↗ [Seite 26](#)
- 12. Keine Schädigung der Betriebe durch Besteuerung der Substanz** ↗ [Seite 28](#)
- 13. Werbefreiheit gewährleisten** ↗ [Seite 30](#)
- 14. Umweltschutz in sinnvolle Bahnen lenken** ↗ [Seite 32](#)
- 15. Faire Energiepolitik für unsere energieabhängige Branche** ↗ [Seite 34](#)

Der bvdm und seine Landesverbände ↗ [Seite 36](#)

Die deutsche Druck- und Medienwirtschaft

Die deutsche Druck- und Medienwirtschaft ist überwiegend klein- und mitteständisch geprägt. Sie umfasst derzeit rund 8.300 Betriebe mit etwa 135.000 Beschäftigten. Der jährliche Branchenumsatz liegt bei rund 20 Mrd. €. Der Anteil der Betriebe mit unter 20 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten beträgt knapp 83 Prozent.

Produkte der Druckindustrie begegnen uns überall. Kein Wirtschaftszweig, keine Branche, kein privater Haushalt kommt ohne sie aus. Von der Omnipräsenz bedruckter Materialien und Produkte in unserem Alltag leben nicht nur Druckunternehmen und Mediendienstleister sowie deren Kunden, sondern auch die Zulieferer der Druck- und Medienwirtschaft. Dazu gehören Papierhersteller, die Druckfarbenlieferanten sowie die Händler und Produzenten von Klebstoffen. Aber auch Energiedienstleister, Maschinenhersteller, IT-Unternehmen oder Grundstücksvermieter profitieren von der Druck- und Medienwirtschaft.

Und nicht zuletzt ist die gesamte Gestaltungsbranche mit der Werbewirtschaft, Designern oder Webentwicklern auf das engste mit der Druck- und Medienwirtschaft verknüpft. Denn längst beschränkt sich der Wirtschaftszweig nicht nur auf das Vervielfältigen von Informationen auf Papier, sondern durch crossmediale Produktionsstrukturen werden die Daten auch für digitale Medien oder für Materialien aus anderen Industriezweigen professionell aufbereitet.

Größter Auftraggeber der Branche ist die gewerbliche Wirtschaft. Sie braucht Verpackungen, Broschüren, Gebrauchsanweisungen, Formulare, Geschäftsberichte, Plakate, Flyer, Etiketten etc.. Und sie ordert bedruckte Tapeten, Fußböden, Folien, Displays, Keramik, elektronische Schaltungen, Batterien und vieles mehr.

Rund 20 % des Auftragsvolumens geht auf die Verlagswirtschaft zurück, insbesondere auf die Herstellung von Zeitungen, Zeitschriften und Büchern. Diese Medien sind nachweislich wirksame und wichtige Instrumente für eine umfassende Wissensvermittlung und eine differenzierte Meinungsbildung. Damit haben sie einen besonderen Wert für unsere offene demokratische Gesellschaft.

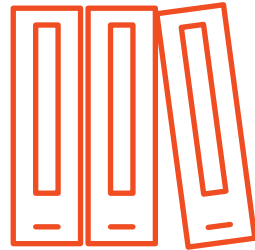
Zugenommen haben in den vergangenen Jahren Aufträge aus privaten Haushalten – sie machen aktuell knapp 9 % des gesamten Volumens aus. Für die Einladungskarte zur Hochzeit, über Abi-Bücher bis zum Fotobuch geben die Deutschen über 2 Milliarden Euro für ge- und bedruckte Privatdrucksachen aus.

Die Unternehmen unserer Industrie haben ein substantielles Interesse an vernünftigen Rahmenbedingungen, um auch zukünftig erfolgreich ihre Leistungen erbringen zu können und auch, um die digitalen Wandel zu meistern.

Die Unternehmen der Druck- und Medienwirtschaft bündeln ihre Überzeugungen und Interessen im Bundesverband Druck und Medien e.V. (bvdm). Er ist der Spitzenverband der deutschen Druck und Medienwirtschaft. Als Arbeitgeberverband, politischer Wirtschaftsverband und technischer Fachverband vertritt er die Positionen und Ziele der Branche gegenüber Politik, Verwaltung, Gewerkschaften und der Zulieferindustrie und unterstützt sie in den Bereichen Wirtschaftspolitik, Tarifpolitik, Arbeits- und Wirtschaftsrecht, Bildung, Umwelt, Technik und Forschung sowie Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Getragen wird der bvdm von acht regionalen Verbänden.

Bundesverband Druck und Medien,
Berlin 2017

01



Unnötige Bürokratie abbauen

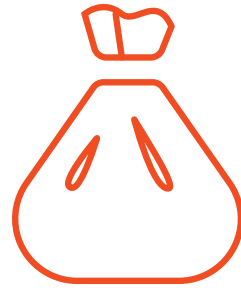
Das Programm „Bürokratieabbau und bessere Rechtsetzung“, mit dem die Bundesregierung seit April 2006 Bürokratiekosten senken will, hat bislang nicht viel gebracht.

Noch immer kosten bürokratische Lasten unsere Wirtschaft gut 45 Milliarden € im Jahr. Und: Gerade für kleine und mittelständische Betriebe, also für die meisten Druckereien, sind in den vergangenen Jahren sogar zusätzliche Anforderungen entstanden, z.B. beim Mindestlohn- oder dem Entgelttransparenzgesetz.

Dafür stehen wir:

- **Abbau bestehender bürokratischer Hürden, insbesondere in der Arbeitsmarktpolitik**
- **Abschaffung von Berichtspflichten und komplizierten Auskunftsansprüchen im Entgeltgleichstellungsgesetz**
- **keine erweiterten Betriebsratsrechte**
- **keine Pflichten zur Personalplanung nach § 92 Betriebsverfassungsgesetz bei Zeitarbeit**
- **kein Dokumentationsmarathon beim Mindestlohn**
- **Konsequentes Einhalten der One-in-one-out-Regel (Keine neuen Belastungen, solange alte nicht abgeschafft sind)**
- **Keine Umgehungsmöglichkeiten und Ausnahmen im Bürokratieabbau z.B. aufgrund von EU-Recht**
- **Abschaffung unsinniger Nachweispflichten im Umweltschutz**

02



Belastungen durch Sozialabgaben begrenzen

Der Wettbewerb in der Druck- und Medienwirtschaft wird härter. Kosten steigen, Preise sinken.

Eine Politik, die Ihre Lohnnebenkosten in die Höhe treibt, schadet Ihrem Unternehmen – und damit auch Ihren Mitarbeitern. Und wenn Mitarbeiter deshalb ihren Arbeitsplatz verlieren, entstehen sogar neue Belastungen der Sozialkassen.

Dafür stehen wir:

- **Begrenzung des Gesamtbeitragsatzes zur Sozialversicherung auf unter 40 %**
- **Versicherungsfremde Leistungen müssen aus Steuermitteln finanziert werden**
- **Schaffung von Anreizen für die Beschäftigung älterer Menschen**
- **Stärkung der privaten Altersvorsorge und der Entgeltumwandlung in der betrieblichen Altersvorsorge**
- **Keine Haltelinie für das Rentenniveau, da mit ihr höhere Beiträge drohen**
- **Lebensarbeitszeit bis zum 67. Lebensjahr nicht absenken**

03



Für ein flexibles Arbeitsrecht 4.0

Mediendienstleister müssen in der Lage sein, Auftragspitzen flexibel und gemäß Terminanforderungen ihrer Kunden bearbeiten zu können. Flexibilität im Arbeitsrecht muss Arbeitnehmern und Arbeitgebern gleichermaßen dienen.

Die Politik darf sich daher nicht darauf beschränken, nur die Arbeitszeitsouveränität der Arbeitnehmer auszubauen, wie dies durch neue Teilzeitansprüche, Ansprüche von Teilzeitbeschäftigten auf Rückkehr in ihr ursprüngliches Vollzeitarbeitsverhältnis oder bei Wahl- oder Familienarbeitszeit der Fall wäre.

Dafür stehen wir:

- **Weiterhin die Möglichkeit befristeter Arbeitsverhältnisse**
- **Keine weitere Einschränkung der Nutzung von Zeitarbeits- und Werkvertragsverhältnissen**
- **Ausweitung der Möglichkeiten zur flexiblen Gestaltung von Arbeitszeit unter angemessener Berücksichtigung von Arbeitgeber- und Arbeitnehmerinteressen**
- **Flexibilisierung der starren gesetzlichen Regelungen zu Tages- und Wochenhöchst- arbeitszeiten sowie Ruhezeiten, insbesondere vor dem Hintergrund der Nutzung moderner Kommunikationsmittel**
- **Keine automatischen Rückkehransprüche von Teilzeitbeschäftigten in ein Vollzeit arbeitsverhältnis**

04



Tarifautonomie und Sozialpartnerschaft stärken

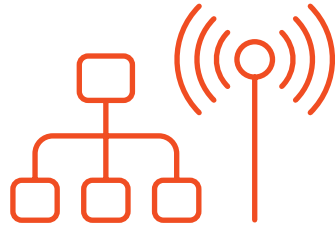
Gelebte Tarifautonomie ist seit 1869 Bestandteil der DNA der Verbände Druck und Medien. Basis der Tarifautonomie ist das Gleichgewicht zwischen den Sozialpartnern: Gewerkschaften und Arbeitgeberverbänden. Einmischungen des Staates destabilisieren dieses Gleichgewicht.

Weder für die Lohnfindung noch in Fragen der Arbeitsbedingungen hat die Politik ausreichende Branchenkenntnisse, um praxisnah mitreden zu können. Flächentarifverträge finden dort Akzeptanz, wo sie die Wirklichkeit und die Möglichkeiten der Betriebe abbilden.

Dafür stehen wir:

- **Keine Einmischung des Staates in Tarifverhandlungen**
- **Mehr Gestaltungsspielraum für die Sozialpartner in Fragen des Arbeitsrechts**
- **Keine Ausweitung der Tarifbindung durch staatlichen Zwang**
- **Kein staatlicher Zwang zu Allgemeinverbindlichkeitserklärungen**
- **Faire Bedingungen im Arbeitskampfrecht**

05



Deutschlands digitale Infrastruktur an der Leistungsfähigkeit der Unternehmen ausrichten

Für die deutsche Druck- und Medienwirtschaft ist ein schnelles Internet mindestens so wichtig wie ein gutes Verkehrsnetz. Aber: Mit durchschnittlichen 14,6 Mbit/s liegt Deutschland international auf Platz 25. Außerhalb von Großstädten ist die Leistung oft besonders schlecht. Glasfaserkabel liegen bislang nur in 7 % der Haushalte.

Der Plan der Politik, bis 2018 einen flächendeckenden Breitbandausbau zu realisieren, ist nachweislich gescheitert. Manche Druckereien in ländlichen Regionen haben sich bereits selbst leistungsstarke Kabel gelegt, um geschäftsfähig zu sein. Aber das kann nicht die Lösung für politisches Versagen sein.

Dafür stehen wir:

- **Flächendeckender Breitbandausbau – und zwar verbindlich im Bundeshaushalt geplant**
- **Keine Re-Monopolisierung der Infrastruktur zu Gunsten der Deutschen Telekom, die den Ausbau zukunftsfester Glasfaserleitungen verhindern würde**
- **Transparenz und Planungssicherheit hinsichtlich einer hochleistungsfähigen Netzabdeckung**
- **Netzausbau gerade auch in Gebieten außerhalb der städtischen Ballungszentren**

06



Forschung und Innovationen erleichtern

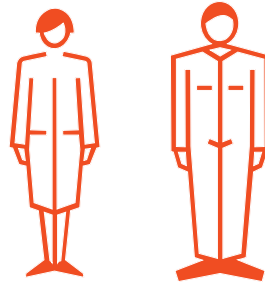
Die Innovationskraft der deutschen Druck- und Medienwirtschaft ist enorm. Genau das macht sie erfolgreich. Von staatlicher Förderung konnte sie bislang allerdings kaum profitieren. Denn der Aufwand für die Antragstellung ist so bürokratisch, dass gerade die kleineren Unternehmen ihn sich nicht leisten können.

Der Bund zahlt der privaten Wirtschaft jedes Jahr mehr als 25 Milliarden € – direkt wie auch indirekt. Davon muss zukünftig mehr bei den Druck- und Medienbetrieben ankommen.

Dafür stehen wir:

- **Gezielte Ausrichtung von Forschungs- und Innovationsförderung auf kleine und mittelständische Unternehmen wie Druck- und Medienbetriebe**
- **Entbürokratisierung von Antragstellungen und Dokumentationen für Fördermaßnahmen**
- **Transparentere, nachvollziehbare Entscheidungskriterien für Forschungsförderung**

07



Die Fachkräfteausbildung aufwerten

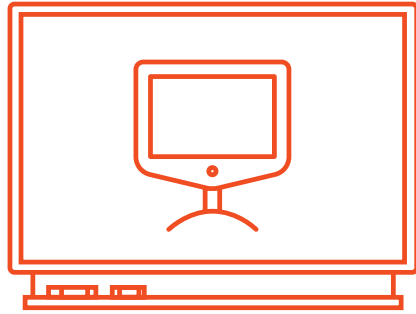
Die Druck- und Medienindustrie braucht Fachkräfte und ist gerne bereit, sie auszubilden. Die Politik dagegen fördert im Übermaß das Hochschulstudium. So hat sich die Zahl der Studienanfänger pro Jahrgang in den vergangenen 20 Jahren mehr als verdoppelt. Ausbildungsberufe dagegen wurden und werden als weniger wertvoll für die Wissensgesellschaft eingestuft.

Damit arbeitet die Politik am Bedarf der Wirtschaft vorbei; denn gerade das duale Ausbildungssystem macht unsere Betriebe erfolgreich.

Dafür stehen wir:

- **Anerkennung der Stärken der Berufsausbildung in der öffentlichen Wahrnehmung**
- **Vereinfachung der Übergänge zwischen Ausbildungssystemen durch Anerkennung von Ausbildungs-/Studieninhalten**

08



Berufsschulqualität ausbauen

Die deutschen Druck- und Medienunternehmen gehören zu den modernsten Unternehmen der Welt. Damit dieses Niveau gehalten werden kann, müssen die Berufsschulen dringend besser werden. Sie brauchen modernere Ausstattungen, neue Maschinen, Top-Lehrerinnen und Lehrer, praxisnahe Lehrpläne und zeitgemäße Lehrmittel.

Hier sind konzeptionelle Reformen durch Bund und Länder und eine bessere, d.h. branchengerechte finanzielle, Ausstattung der Bildungseinrichtungen mehr als überfällig.

Dafür stehen wir:

- **Aufkündigung des Kooperationsverbotes in der Bildungspolitik**
- **moderne technische Ausstattungen der Berufsschulen**
- **Bundesweite Vereinheitlichung von Bildungsstandards und Lehrplänen**
- **Anpassung von Lerninhalten an die heutigen Techniken und Prozesse**
- **Eine Reform des Gewerbelehrerstudiums unter Berücksichtigung branchenspezifischer Inhalte**

09



Angemessenen Daten- schutz mit klaren Regelungen schaffen

Werbeinstrumente werden zunehmend individualisiert und personalisiert. Das macht zum Beispiel Direct-Mailings so erfolgreich. Ermöglicht haben dies die Verfügbarkeit von Daten sowie qualifiziertes Datenhandling. Datenschutz darf diese wichtigen Geschäftsmodelle in der Druckindustrie nicht gefährden. Unklare rechtliche Regelungen dürfen nicht zu einem untragbaren Risiko für kleine und mittelständische Unternehmen führen.

Der zur Erfüllung der datenschutzrechtlichen Anforderungen erforderliche administrative Aufwand muss sich im Rahmen vorhandener Unternehmenskapazitäten halten.

Dafür stehen wir:

- **Schaffung von Rechtsklarheit**
- **Hilfestellungen bei der Umsetzung datenschutzrechtlicher Anforderungen**
- **Verhinderung von Rechtsmissbrauch im Datenschutz**

10



Datensicherheit gewährleisten

Mit fortschreitender Vernetzung gewinnt der Schutz Ihres Betriebes vor Ausspähung und Cyberangriffen an Bedeutung. Eine Attacke durch Schadsoftware wie „WannaCry“ kann betriebsbedrohend sein, mindestens aber erhebliche Umsatzausfälle und Kundenverlust nach sich ziehen.

Doch die Entwicklung von Sicherheitsstrategien kann nicht allein den Unternehmen aufgebürdet werden.

Dafür stehen wir:

- **Finanzielle Investitionen und organisatorische Maßnahmen der Politik, die das Cybersicherheitsniveau in Unternehmen und Behörden deutlich erhöhen**

11



Erhalt des ermäßigten Umsatzsteuersatzes für Printprodukte

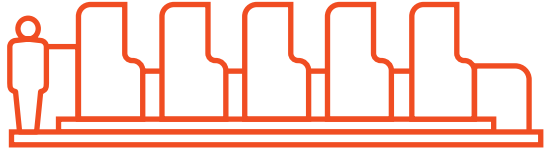
Viele Printmedien unterliegen traditionell einem ermäßigten Umsatzsteuersatz – genauso wie Lebensmittel, öffentlicher Personennahverkehr oder Kunstwerke. Zusammengenommen stehen diese Bereiche für eine freie, selbstbestimmte und kulturell weit entwickelte Gesellschaft.

Und es gibt keinen Grund diese Errungenschaften durch eine ungerechtfertigt höhere Besteuerung ins Abseits zu stellen.

Dafür stehen wir:

- **Beibehaltung des geltenden ermäßigten Umsatzsteuersatzes für Druckerzeugnisse**
- **Anwendung des ermäßigten Steuersatzes für weitere Printprodukte**
- **Schaffung eindeutiger Regeln für die Festlegung von Umsatzsteuersätzen auf gedruckte Produkte, um Rechtssicherheit für die Anwender zu schaffen**

12



Keine Schädigung der Betriebe durch Besteuerung der Substanz

Unsere Branche ist schon allein wegen der hochwertigen Maschinenparks kapitalintensiv. Das Vermögen vieler Druckunternehmer ist zu großen Teilen in den Betrieben gebunden.

Steuermodelle, die an die Substanz gehen, etwa Vermögens- oder unverhältnismäßige Erbschaftssteuern auf Betriebsvermögen sind daher Gift für die wirtschaftliche Weiterentwicklung der deutschen Druck- und Medienwirtschaft. Gerade die vielen kleinen und mittleren, meist familiengeführten Unternehmen der Druck- und Medienindustrie müssen vor einer ruinösen Steuerpolitik bewahrt werden.

Dafür stehen wir:

- **Keine Vermögensteuer oder andere substanzbesteuernde Maßnahmen**
- **Keine Verschärfung des Erbschaftsteuergesetzes**
- **Die Anpassung von Bewertungskriterien, Freigrenzen und Ausnahmeregelungen für kleine und mittlere Druck- und Medienbetriebe**

13



Werbefreiheit gewährleisten

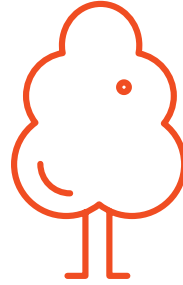
Die Druckindustrie lebt zu 40% von Aufträgen werbender Unternehmen. Wenn zukünftig z.B. Tabakhersteller ihre erwachsenen, mündigen Kunden nicht mehr ansprechen dürfen (obwohl Tabak ein legales Produkt ist), hat dies erhebliche wirtschaftliche Konsequenzen für die Druck- und Medienwirtschaft.

Es geht nicht um die Verharmlosung von Gesundheitsgefährdung, sondern um die Freiheit der Werbung. Denn solche Verbote können eine gefährliche Signalfunktion für andere Branchen haben. Die Werbung der Lebensmittel- oder Alkoholproduzenten steht bereits unter politischer Beobachtung.

Dafür stehen wir:

- **Keine Werbeverbote für legale Produkte**
- **Anerkennung der freiwilligen Selbstkontrolle durch den Deutschen Werberat anstelle von Gesetzen und Verordnungen**
- **Respekt für die Freiheit des mündigen Bürgers, so zu leben, wie er leben möchte**

14



Umweltschutz in sinnvolle Bahnen lenken

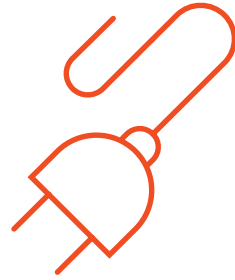
Druckunternehmer wissen um den Wert und die Vorteile einer energieeffizienten und nachhaltigen Produktion. Kunden schätzen umweltfreundliche Produkte, für viele sind entsprechende Zertifikate Bedingung für die Auftragsvergabe. Das macht die Druck- und Medienwirtschaft zu einer der anerkannt umweltbewusstesten Branchen im ganzen Land. Trotzdem entwickelt die Politik immer neue Auflagen, verschiebt Grenzwerte und verschärft Nachweispflichten.

Gerade Politiker sollten den Wert von Printprodukten in unserer Gesellschaft kennen. Hersteller mit überzogenen Anforderungen zu konfrontieren, die der Umwelt kaum oder sogar überhaupt nicht zugutekommen, führt ausschließlich zu einer Schwächung der Betriebe.

Dafür stehen wir:

- **Nachhaltige Umweltpolitik, ohne betriebliche Belange ins Abseits zu stellen**
- **Stärkere Berücksichtigung von technischen Fakten und nachweislicher Wirksamkeit bei der Entwicklung gesetzlicher Vorgaben**
- **Entbürokratisierung von Dokumentationspflichten und beim Nachweis von Lieferketten**
- **Zugang zu Umweltgütesiegeln wie FSC, Blauer Engel etc. auch für kleinere Unternehmen erleichtern**

15



Faire Energiepolitik für unsere energie- abhängige Branche

Ohne Energie geht in der in der Druck- und Medienwirtschaft nichts. Das liegt in der Natur der Sache. Und weil Energie Geld kostet, arbeiten immer mehr Betriebe so effizient, dass es kaum mehr Einsparpotenziale gibt.

Nicht zuletzt aufgrund der EEG-Umlage werden jedoch die meisten Druck- und Medienunternehmen über Gebühr zur Kasse gebeten. Denn aufgrund ihrer Größe gelingt es ihnen nicht, Ausnahmeregelungen in Anspruch zu nehmen, wie es in anderen energieintensiveren Branchen durchaus möglich ist. Das führt zu bedrohlichen Wettbewerbsnachteilen gegenüber Herstellern in den Nachbarländern.

Dafür stehen wir:

- **Wettbewerbsorientiertes Energiekonzept für Deutschland, das die Kosten der Energiewende nicht den kleinen und mittleren Unternehmen aufbürdet**
- **Die Klimainitiative der Druck- und Medienverbände, die auf den Dreiklang aus Identifizierung von Energiekosten, Vermeidung und Kompensation setzt**

Der bvdm

Der bvdm setzt sich in Gesetzgebungsverfahren mit Stellungnahmen, in parlamentarischen Anhörungen sowie in Gesprächen mit politisch Verantwortlichen auf Bundes- und EU-Ebene für die deutschen Druck- und Medienunternehmen ein. Er vertritt die Branche gegenüber Ministerien und Behörden des Bundes sowie – zusammen mit den Landesverbänden – Ministerien und Verwaltungsbehörden der Bundesländer.

Der bvdm übt seinen Einfluss direkt oder im Verbund mit internationalen und nationalen Verbänden aus. Dazu gehören: Berufsgenossenschaft Energie Textil Elektro Medienerzeugnisse, Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter, Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger, Bundesverband E-Commerce und Versandhandel, Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände, DIN Deutsches Institut für Normung, Hauptverband Papier und Kunststoffverarbeitung, Intergraf, Verband der deutschen Lack- und Druckfarbenindustrie, Verband Deutscher Lokalzeitungen, Verband Deutscher Maschinen und Anlagenbau, Verband Deutscher Papierfabriken, Verband Deutscher Zeitschriftenverleger, Zentral-Fachausschuss Berufsbildung Druck und Medien, Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft, Zentralverband des Deutschen Handwerks.

Politische Interessenvertretung

- Politische Stellungnahmen zu sämtlichen mittelstands- und branchenrelevanten Sachverhalten
- Gespräche mit Ministerien
- Argumentarien zu Gesetzesentwürfen
- Anhörungen in Bundestagsausschüssen
- Beteiligung an Konsultationen auf EU-Ebene
- Interessenvertretung gegenüber Bundesbehörden
- Interessenvertretung gegenüber anderen Industriezweigen

Unterstützung der Branche

- Schaffung nationaler und internationaler Standards und Normen durch Mitarbeit in den Gremien von DIN und ISO
- Wirtschaftliche Erhebungen, Branchenstatistiken
- Beteiligung an Forschungsprojekten
- Weiterentwicklung der Berufsbilder und Ausbildungsordnungen in der Druckindustrie
- Bundesweite Kampagne zur Verbesserung des Branchenimages und zur Nachwuchswerbung
- Informationsmaterial für Auszubildende

Unterstützung der Mitgliedsbetriebe

- Checkliste zur Umsetzung der Datenschutzgrundverordnung
- Checklisten und Beratung zur Cybersicherheit
- Leitfaden für Ausbildungsbetriebe und zielgruppengerechte Informationen über die Berufe
- Eignungstests für Auszubildende
- Handbücher für Berufsschulen
- Publikationen von Geschäfts-, Zahlungs- und Lieferungsbedingungen
- Leitfäden zu Ausbildung, Arbeitskampfrecht, gesetzlicher Mindestlohn
- Merkblätter zu Regelungen von Zeitarbeit, Werkverträgen, Mindestlohn, Pflichten gemäß Verbraucherstreitbeilegungsgesetz, Beste Verfügbare Techniken (BVT)
- Updates zur Altona Test Suite, ProzessStandard Offsetdruck, Medienstandard Druck



.....

Verband Druck und Medien in Baden-Württemberg e.V.

Zeppelinstraße 39, 73760 Ostfildern/Kemnat
Telefon 07 11/4 50 44-0
Fax 07 11/4 50 44-15
info@verband-druck-bw.de
Vorsitzender: Hartmut Villinger
Geschäftsführer: Dr. Alexander Lägeler



.....

Verband Druck und Medien Bayern e.V.

Friedrichstraße 22, 80801 München
Telefon 0 89/33 03 60
Fax 0 89/33 03 61 00
info@vdm-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 0 69/9 59 67 80
Fax 0 69/95 96 78 90
info@vdmh.de
www.vdmh.de
Vorsitzende: Cristina Henrich-Kalveram
Geschäftsführer: Dirk Glock



.....

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

„Haus des Buches“, Gerichtsweg 28
04103 Leipzig
Telefon 03 41/86 85 90
Fax 03 41/8 68 59 28
info@vdm-mitteldeutschland.de
www.vdm-mitteldeutschland.de
Vorsitzende: Martina Radlbeck
Geschäftsführerin: Antje Steinmetz



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

.....

Verband Druck und Medien NordOst e.V.

Bödekerstraße 10, 30161 Hannover
Telefon 05 11/33 80 60
Fax 05 11/3 38 06 20
info@vdmno.de
www.vdmno.de
Vorsitzender: Frank Dallmann
Geschäftsführer: Harald Bareither



.....

Verband Druck + Medien Nord-West e.V.

An der Wethmarheide 3, 44536 Lünen
Telefon 0 23 06/20 26 20
Fax 0 23 06/2 02 62 99
info@vdmnw.de
www.vdmnw.de
Vorsitzender: Dr. Reinhard Laumanns
Geschäftsführer: Oliver Curdt



Verband Druck
und Medien
Rheinland-Pfalz
und Saarland e.V.

.....

**Verband Druck und Medien Rheinland-Pfalz
und Saarland e.V.**

Friedrich-Ebert-Straße 11-13
67433 Neustadt an der Weinstraße
Telefon 0 63 21/85 22 75
Fax 0 63 21/85 22 21
verband@druckrps.de
www.druckrps.de
Vorsitzende: Rita Endres-Grimm
Geschäftsführer: Thomas Gans



Verband Papier, Druck und Medien
Südbaden e.V.

.....

**Verband Papier, Druck und Medien
Südbaden e.V.**

Holbeinstraße 26, 79100 Freiburg
Telefon 07 61/79 07 90
Fax 07 61/7 90 79 79
vpdm@medienverbaende.de
www.medienverbaende.de
Vorsitzender: Wolfgang Poppen
Geschäftsführer: Rainer A. Goller

Herausgeber

Bundesverband Druck und
Medien e.V. (bvdm)

Redaktion

Bettina Knappe (verantwortlich)
Wolf Witte

**© 2017 Bundesverband Druck
und Medien e.V.**

Friedrichstraße 194-199 |
10117 Berlin
Telefon +49 (0) 30/20 91 39-0
Fax +49 (0) 30/20 91 39-113
info@bvdm-online.de
www.bvdm-online.de/shop

Gestaltung

Das Büro des Präsidenten, Berlin

Druck und Verarbeitung

ruksaldruck, Berlin



