

Jahresbericht
2023 † 2024

Bundesverband
Druck † Medien

DEUTSCHLAND

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

BVDM vertritt die Branche
im BDA-Ausschuss Betrieb-
liche Altersvorsorge



BMEL-Stakeholderforum
Entwaldungsfreie Lieferketten



Justizstandort-Stärkungs-
gesetze – Stellungnahme
des BVDM



Green-Claims-Richtlinie –
Stellungnahme ggü.
EU-Kommission



Veröffentlichung Branchen-
daten der Druckindustrie
(Q2 2023)



BVDM vertritt die
Branche beim
BDA-Arbeitgebertag



Veröffentlichung Bericht
BVDM Branchenbefragung
2023



Juli 2023

August

September

Oktober

BVDM vertritt die Branche
im ZFA-DIHK-Koordi-
nungsausschuss zu
Prüfungsaufgaben, Berlin



NUTZEN 3/2023
Schwerpunkt Events



Tarifliche Jahres-
leistung 2023 –
Leitfaden des BVDM



Erstellung der
Einstiegsqualifikation
„Mediengestaltung“



Azubi-Gestaltungswett-
bewerb: Jurysitzung



Tagung Bildungs-
politischer Ausschuss
BVDM, Berlin



**Der BVDM unterstützt die deutsche
Druckindustrie in den Bereichen Wirtschaft,
Sozialpolitik, Unternehmensrecht,
Bildung, Umwelt, Technik & Innovation
sowie Öffentlichkeitsarbeit.**

Green-Claims-Richtlinie –
Stellungnahme BVDM

Veröffentlichung Konjunktur-
telegramm Oktober

Spezielle Technische Liefer-
bedingungen (STLB) für
Getränkeflaschenetiketten
aus Papier treten in Kraft

BMEL-Stakeholder-
forum Entwaldungsfreie
Lieferketten

BVDM vertritt die Branche
im ZDH-Ausschuss
Sozialversicherung

Start Nachhaltigkeits-
kampagne „Umwelt.
Bewusst.Gedruckt.“

BVDM vertritt die Branche
im BDA-Ausschuss Perso-
nalpolitik

Veröffentlichung Branchen-
daten der Druckindustrie
(Q3 2023)

Tarifverhandlungen
Druckindustrie 2024 –
ver.di fordert 12%

Viertes Bürokratie-
entlastungsgesetz –
Stellungnahme BVDM

November

Dezember

Januar 2024

Februar

Bericht der Umfrage
zur Ausbildungs- und Fach-
kräftesituation 2023

Arbeit an Heiligabend und
Silvester in der Druck- und
Medienindustrie – Leitfaden
des BVDM

EU-Verordnung gegen
Entwaldung – Intergraf-BVDM-
Leitfaden für Druckereien

Treffen des AK
Zeitungsdruck

Erhöhung des Mindestlohns
zum 1. Januar 2024 –
Leitfaden des BVDM

Erarbeitung der Neuordnung
für den Meister im Print-
und Medientechnologen-
handwerk, Kassel

Workshop zur neuen
Prüfungsstruktur Medien-
gestalter/in Digital und Print,
Kassel

NUTZEN 4/2023
Schwerpunkt Tiere

infoKompakt „Entwaldungs-
freie Druckprodukte“

Start Online-Jobbörse

Hinweisgeberschutzgesetz:
Unternehmen müssen interne
Meldestellen einrichten –
Merkblatt des BVDM



März April Mai Juni Juli



Jahresbericht
2023 + 2024

Bundesverband
Druck + Medien
DEUTSCHLAND

Inhalt

04 + Neue Impulse, neue Herausforderungen, neue Chancen

06 + Wirtschaft

Im Gespräch mit Kirsten Hommelhoff	08
Wirtschaftliche Entwicklung der Branche 2023	10
Druck- und Medienwirtschaft ist weiterhin hohen Preisen ausgesetzt	12
Produktionswerte in der Druck- und Medienwirtschaft	14
Branchendaten des BVDM liefern Entscheidern wichtige Informationen ...	15
Branchenentwicklung bleibt eingetrübt	16

18 + Sozialpolitik

Sozialpartnerschaft unter Druck	20
Tariftreue per Gesetz?	22
Sorgfaltspflichten in der Lieferkette	23
Neues zum gesetzlichen Mindestlohn	24
Versuch Nummer vier für mehr Bürokratieabbau	25
Differenzierung nach Kinderzahl	26
Hinweisgeberschutz – Ende der Hängepartie	26
BVDM-Vertreter im Vorstand der BG ETEM	27
Zukunftsfonds Medien, Druck, Papier	27

28 + Medien- und Wirtschaftsrecht

Neue Spielregeln für Umweltaussagen	30
Erhalt der gedruckten Packungsbeilage für Arzneimittel	32
Postreform: Auswirkungen auf die Druckbranche	33
Verbändeinitiative verteidigt das deutsche AGB-Recht	34
BVDM setzt sich gegen pauschale Lebensmittelwerbeverbote ein	35

36 + Bildung

Textoptimierung mit KI für die Prüfungsaufgabenerstellung	38
Wir haben ChatGPT nach den Vor- und Nachteilen von KI in der beruflichen Bildung befragt	39
Ausbildungs- und Fachkräftesituation 2023	40
Gestaltungswettbewerb der Verbände Druck und Medien	42
Neue Ausbildungsordnung Mediengestalter/-in Print und Digital in Kraft ...	43
Einstiegsqualifizierungen für Medienberufe	43
Treffen der Fachschulen	44
Bester Ausbildungsbetrieb 2023	45
BVDM informiert Berufsberater über Branchenberufe	45

46 + Umwelt	
Klimainitiative auf dem Transformationspfad	48
BVDM arbeitet klimaneutral durch CO ₂ -Kompensation	49
BVDM beteiligt sich an Expertenanhörungen	49
Information und Lobbying zum Thema Lösemittelbilanz.....	50
BVDM fordert Nachbesserungen zur Entwaldungsverordnung	51
Neues aus Berlin und Brüssel.....	52
Mineralöleintrag von Zeitungen ins Altpapier weit niedriger als gedacht . . .	53
54 + Technik & Innovation	
Mit Standards zukunftsfähig	56
Immer wichtiger: der fachliche Austausch von Zeitungsdruckereien	57
KI – Booster für eine Branche im Wandel	58
Zehn Fragen zu KI.....	59
Überarbeitete Mindestanforderungen für Getränkeflaschenetiketten	60
62 + Öffentlichkeitsarbeit	
Keiner weiß mehr über Print.....	64
Kampagnen	66
Initiativen.....	68
Events.....	70
76 + Insights	
Zahlen, Daten und Tabellen	77
Präsidium, Ausschüsse und Referate.....	83
Das Netzwerk der deutschen Druck- und Medienwirtschaft	84
Organisation.....	86



Neue Impulse, neue Herausforderungen, neue Chancen

Der Transformationsprozess in der Druck- und Medienwirtschaft ist in vollem Gange. Wirtschaftliche Rahmenbedingungen, die Digitalisierung und die künstliche Intelligenz gewinnen immer mehr Raum in unserem Arbeitsalltag. Manche erschreckt das, doch es bietet auch enorme Chancen für die Herstellungsprozesse und neue Geschäftsfelder. Wir müssen sie nur nutzen und uns den Herausforderungen stellen, wie wir es bereits seit Gutenberg tun.

Auch der Bundesverband Druck und Medien (BVDM) stellt sich dem Transformationsprozess und steht den Druck- und Medienbetrieben sowie den Landesverbänden tatkräftig und beratend zur Seite. Veränderung gehört zum täglichen Geschäft. Und personelle Veränderungen gab und gibt es auch beim Dachverband. Im Dezember 2023 verabschiedeten wir Dr. Paul Albert Deimel, der als Hauptgeschäftsführer des BVDM die Geschicke des Verbandes 13 Jahre lang erfolgreich geführt hat.

Er übergab den Staffelstab an seine Nachfolgerin Kirsten Hommelhoff. Mit ihr gewann der Spitzenverband der deutschen Druck- und Medienwirtschaft eine erfahrene Interessenvertreterin und exzellente Verbandsmanagerin, die an die bisherigen Erfolge des BVDM anknüpfen kann, aber auch neue Akzente im strukturellen Wandel der Druckindustrie setzen wird. Als Generalsekretärin des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen bewies sie eindrucksvoll, wie Verbände den Transformationsprozess gehen können.

Und auch ich werde nach zehn Jahren als Präsident des BVDM den Staffelstab weitergeben und bedanke mich für die vertrauensvolle und intensive Zusammenarbeit im Verband und in allen Netzwerken des BVDM.

Blicken wir also optimistisch in die Zukunft! Denn es gibt neben allen Widrigkeiten und Stolpersteinen positive Aspekte. Unsere Branche hat sich trotz Coronapandemie und Energiekrise bewährt, sie gehört zu den modernsten Wirtschaftszweigen weltweit, ist – trotz aller Digitalisierungstrends – absolut unverzichtbar und setzt sich immer stärker für nachhaltiges Wirtschaften ein. Letzteres ist mittlerweile ein wichtiger Schwerpunkt unserer politischen Lobbyarbeit.

Und der breiten Öffentlichkeit präsentieren wir die Leistungen und Stärken der Branche in bundesweiten Kampagnen. Denn es gilt, Vorurteile abzubauen und Print den Stellenwert zu geben, der ihm gebührt. Das gelingt, wenn wir an einem Strang ziehen, und dafür stehen der Bundesverband und seine acht Landesverbände. Heute, morgen und übermorgen.

Gott grüß die Kunst!

A handwritten signature in red ink that reads "W. Poppen". The signature is fluid and cursive.

Ihr Wolfgang Poppen

Präsident des Bundesverbandes
Druck und Medien e. V.

Wir haben ChatGPT gefragt:

Wie sieht die Druckindustrie der Zukunft aus? Was und wie wird in 25 Jahren gedruckt werden? Wie wird sich die Arbeit in den Druck- und Medienunternehmen verändern im Vergleich zu heute?

ChatGPT: Die Zukunft der Druckindustrie könnte eine faszinierende Mischung aus traditionellen Drucktechniken, fortschrittlichen Materialien und innovativen Technologien sein ...

Auf den Kapitelseiten finden Sie kreative Ideen, wie die Druckindustrie in 25 Jahren aussehen könnte, die mithilfe von KI generiert worden sind.

Achtung: Die KI-Aussagen sehen wir durchaus kritisch, und sie bilden nicht die Meinung des BVDM ab. KI kann viel und hat viel Potenzial, weist aber bekanntlich einige Schwächen und Wissenslücken auf.

„Nanotechnologie im Druck:

Stellen Sie sich vor, dass Drucker in der Lage sind, winzige Materialien auf der nanoskaligen Ebene zu platzieren, um extrem feine und präzise Drucke zu erzeugen. Dies könnte Anwendungen in der Elektronik, Medizin und sogar im Bereich der Raumfahrt haben.“

(Text- und Bildidee wurden mithilfe von KI generiert und bilden nicht die Meinung des BVDM ab.)

Wirtschaft







Im Gespräch mit Kirsten Hommelhoff

Frau Hommelhoff, Sie sind seit Beginn des Jahres Hauptgeschäftsführerin des Bundesverbandes Druck und Medien. Würden Sie uns etwas über ihren bisherigen beruflichen Werdegang erzählen?

Ich habe Jura studiert, ein Erasmus-Studium an der Università di Bologna absolviert und den Abschluss zum Master of Laws in European Law an der University of Exeter in Großbritannien erworben. Nach meiner Tätigkeit als Büroleiterin des FDP-Fraktionsvorsitzenden und späteren Präsidenten der Europäischen Investitionsbank, Dr. Werner Hoyer, war ich bei der Deutschen Bahn unter anderem für den Bereich Corporate Governance zuständig. Danach war ich zehn Jahre in leitender Funktion bei der Stiftung Mercator beschäftigt. Von 2020 bis 2023 führte ich als Generalsekretärin den Bundesverband Deutscher Stiftungen. In dieser Zeit habe ich den Verband strategisch neu ausgerichtet und die Interessenvertretung auf nationaler und europäischer Ebene ausgebaut.

Sie pflegen sehr aktiv den Austausch mit Unternehmen. Welche Themen werden am häufigsten an Sie herangetragen?

Die Bandbreite der Themen ist enorm und ebenso ihre Komplexität. Dazu gehören Bürokratieabbau, Energiekosten, Werbefreiheit, Fachkräfte, Tarifpolitik und vieles mehr. Auch die immer schärferen Regeln und Verordnungen im Bereich Nachhaltigkeit und Umweltschutz – ganz aktuell die Diskussion um die geplante Entwaldungsverordnung – sind immense Herausforderungen für die Betriebe. Hier setzen wir uns mit aller Kraft dafür ein, dass sie praxisnah und wirtschaftlich umsetzbar sind. All das verlangt das Expertenwissen im BVDM für die intensive Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Ministerien und Behörden (die sich leider nicht immer einig sind) – und einen langen Atem.

Wie gelingt es dem BVDM, diese enorme Bandbreite an Themen zu bearbeiten?

Mal vorweg: Leider kann sich niemand mit gleicher Intensität auf alle Themen gleichzeitig konzentrieren. Deshalb definieren wir, was als Branchenthema allein durch den BVDM vertreten werden muss und wo wir in Netzwerken oder über starke Partner agieren. So ist Nachhaltigkeit ein Kernthema des BVDM, und in der Arbeitsgemeinschaft Grafische Papiere (AGRAPA) kooperieren wir erfolgreich in Fragen des Recyclings von Altpapier. Beim Thema Werbefreiheit sind wir in einer Allianz tätig. Dazu gehören der Zentralverband der Werbewirtschaft (ZAW), der Verband kostenloser Wochenzeitungen (BVDA), die Papierindustrie und der Deutsche Dialogmarketing Verband (ddv).

Wichtige Mittelstandsthemen, wie Bürokratieabbau, Energiekosten oder das Lieferketten-sorgfaltspflichtengesetz, bearbeiten wir im Schulterschluss mit anderen Organisationen, wie z. B. dem Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) und der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA). Dort sind wir in Ausschüssen engagiert, in denen wir gezielt die Belange unserer Branche vertreten.

Viele politische Entscheidungen werden in Brüssel verhandelt. Wie gelingt es, unserer Branche dort Gehör zu verschaffen?

Auf europäischer Ebene agieren wir mit unserem Dachverband Intergraf in Brüssel. Auch hier dreht sich vieles um große Themen, wie Werbefreiheit oder Nachhaltigkeit. Oft aber auch um Bereiche, die an der öffentlichen Wahrnehmung zunächst vorbeigehen. Aktuell versuchen wir zum Beispiel, durchzusetzen, dass Beipackzettel für Medikamente den Packungen weiterhin in gedruckter Form beiliegen sollten. Das ist ein wichtiges Thema für zahlreiche Betriebe und gleichzeitig ein gutes Beispiel für den Wert von Print – denn wir meinen, dass ausschließlich digital bereitgestellte Informationen oft nicht ausreichen.

Wie schätzen Sie die Rolle von KI in der Druckbranche ein?

Selbst Menschen, die vor einem Jahr noch glaubten, KI sei fern von ihrer Welt, verstehen heute, dass hier eine Technologie heranreift, die weite Teile der Arbeitswelt umkrempeln kann. Wie Druckunternehmen KI in ihre Prozesse integrieren, muss natürlich in jedem Betrieb individuell entschieden werden. Sicher ist aber, dass sich mit KI ganze Berufsbilder, also auch die Ausbildung von Fachkräften, verändern werden. Auch Marketingmaßnahmen, Recruitingprozesse, Vertrieb oder der Dialog mit Zulieferern und Kunden können künftig von KI gestützt sein. Der BVDM und die Landesverbände werden die Mitgliedsbetriebe auf diesem Weg aktiv begleiten.

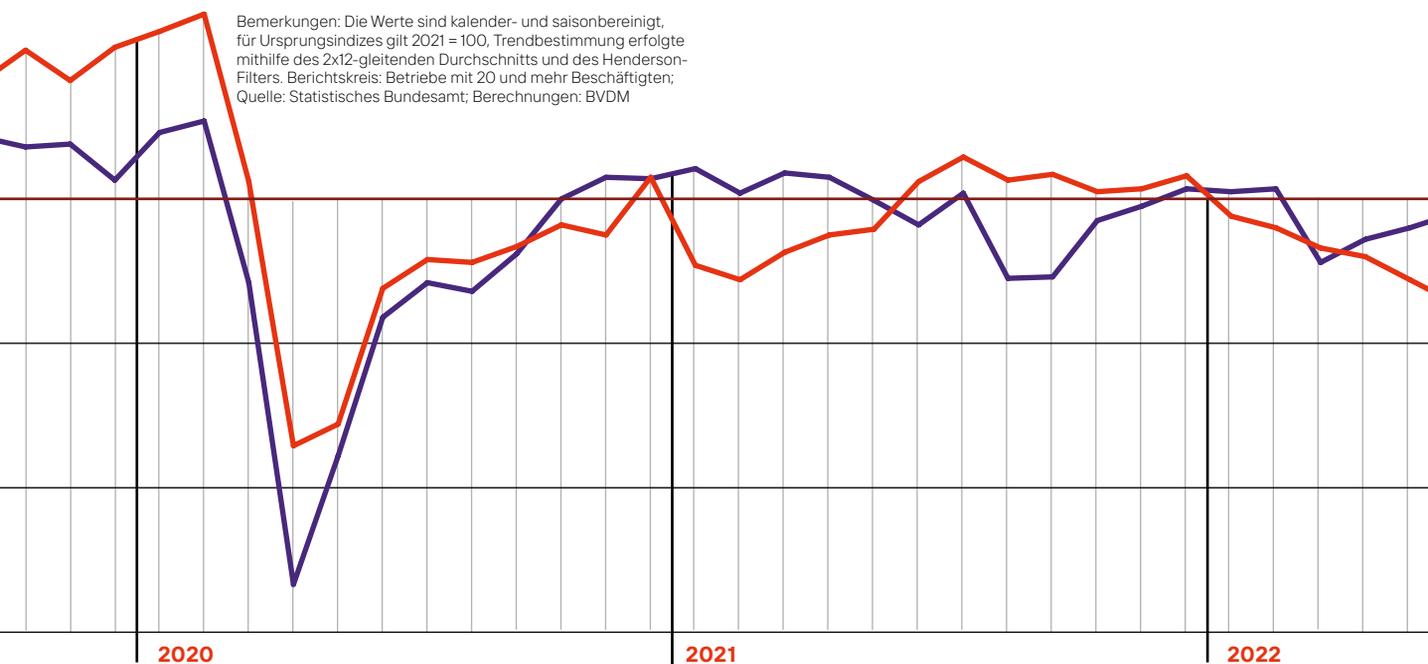
Noch haben Sie den Blick von außen. Was fällt Ihnen aus dieser Perspektive auf, was möchten Sie den Branchenunternehmen mit auf den Weg geben?

Eins ist völlig klar: Ohne Printprodukte funktioniert unsere Gesellschaft nicht. Das rückt einem aber erst ins Bewusstsein, wenn man sich gezielt mit dem Thema beschäftigt. Gleichzeitig wird digitalisiert, was digitalisiert werden kann, selbst wenn das Endprodukt seinen Zweck mitunter nicht so gut erfüllt wie Print. Der BVDM fährt deshalb seit Jahren die Kampagne „Print macht mehr draus“. Mit über 50 Motiven wirbt er permanent für den Wert von Druckerzeugnissen. Mit der Kampagne „Nah.Nützlich.Nachhaltig.“ liefern wir Argumente für Werbe- und Informationspost. Die Nachhaltigkeitskampagne der Verbände Druck und Medien „Umwelt. Bewusst. Gedruckt.“ klärt über die gute Umweltbilanz von Print auf.

Für die neue Initiative „WE.LOVE.PRINT.“, deren Gründungsmitglied der BVDM ist, ist es sogar gelungen, die Unterstützung von Zulieferern zu gewinnen. Ich lade Druckereien sehr herzlich dazu ein, sich mit uns Verbänden ganz aktiv für ein gutes Image von Print zu engagieren. Das ist eine Aufgabe, die wir nur bewältigen können, wenn alle an einem Strang ziehen. Lassen Sie uns gemeinsam dafür sorgen, dass die Branche wieder den Stellenwert bekommt, der ihr gebührt.

Wirtschaftliche Entwicklung der Branche 2023

Im Jahr 2023 ebften die direkten Effekte des durch den Ukrainekrieg ausgelösten Energiepreisschocks langsam ab, die mittelbaren Auswirkungen blieben jedoch weiterhin bestehen und hielten die wirtschaftliche Entwicklung der Druck- und Medienindustrie fest im Griff.



Umsatzentwicklung in der Druck- und Medienwirtschaft

Umsatz in Mrd. Euro



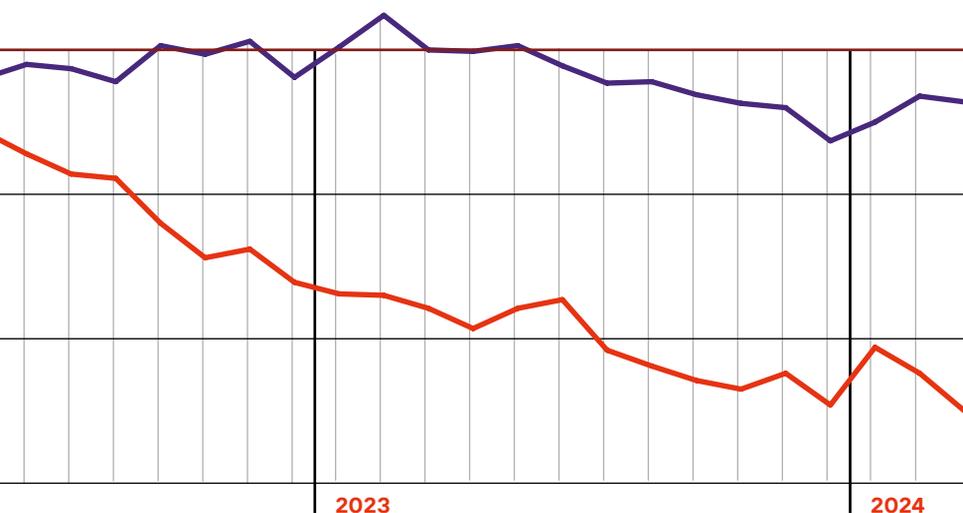
Quelle: Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Bundesamts; Berichtskreis: Unternehmen mit mehr als 22.000 EUR Jahresumsatz; Anmerkung: *Prognose BVDM; Datenstand: Mai 2024

Der bereits im Jahr 2022 zu verzeichnende Produktionsrückgang bei Druckerzeugnissen verstärkte sich im Jahr 2023 noch einmal merklich, sodass der vom Statistischen Bundesamt berechnete saison- und kalenderbereinigte Produktionsindex rund 12,7% unter dem Vorjahresniveau notierte. Primär machte den Betrieben die deutlich eingetrübte Auftragslage zu schaffen.

Die gesamtwirtschaftliche Eintrübung, schwache Konsumausgaben sowie die weiterhin deutlich über den Vorkrisenniveau liegenden Verkaufspreise für Druckprodukte dämpften die stark von der konjunkturellen Entwicklung abhängige Druckbranche und verstärkten den ohnehin in der Branche vorherrschenden strukturellen Wandel.

Dies verringerte die Nachfrage und führte zu dem nach der Coronakrise größten Produktionseinbruch seit Beginn der Zeitleiste.

Diese Entwicklung wirkt sich auch auf die Umsatzentwicklung in der Druck- und Medienwirtschaft aus. Nachdem im Jahr 2022 ein deutlicher Zuwachs auf 19,2 Mrd. Euro zu verzeichnen war, führte die deutliche Abnahme der Produktionstätigkeit im Jahr 2023 zu einem Umsatzrückgang. Der BVDM prognostiziert für das Jahr 2023 einen Branchenumsatz von rund 17,6 Mrd. Euro. Dies entspricht einem Rückgang von rund 8,7% im Vergleich zum Vorjahr.



Trend der Produktionsindizes, Vergleich zum Verarbeitenden Gewerbe, Januar 2020–März 2024

Index: 2021 = 100

Verarbeitendes Gewerbe

90

80

Druckindustrie

70

2023

2024

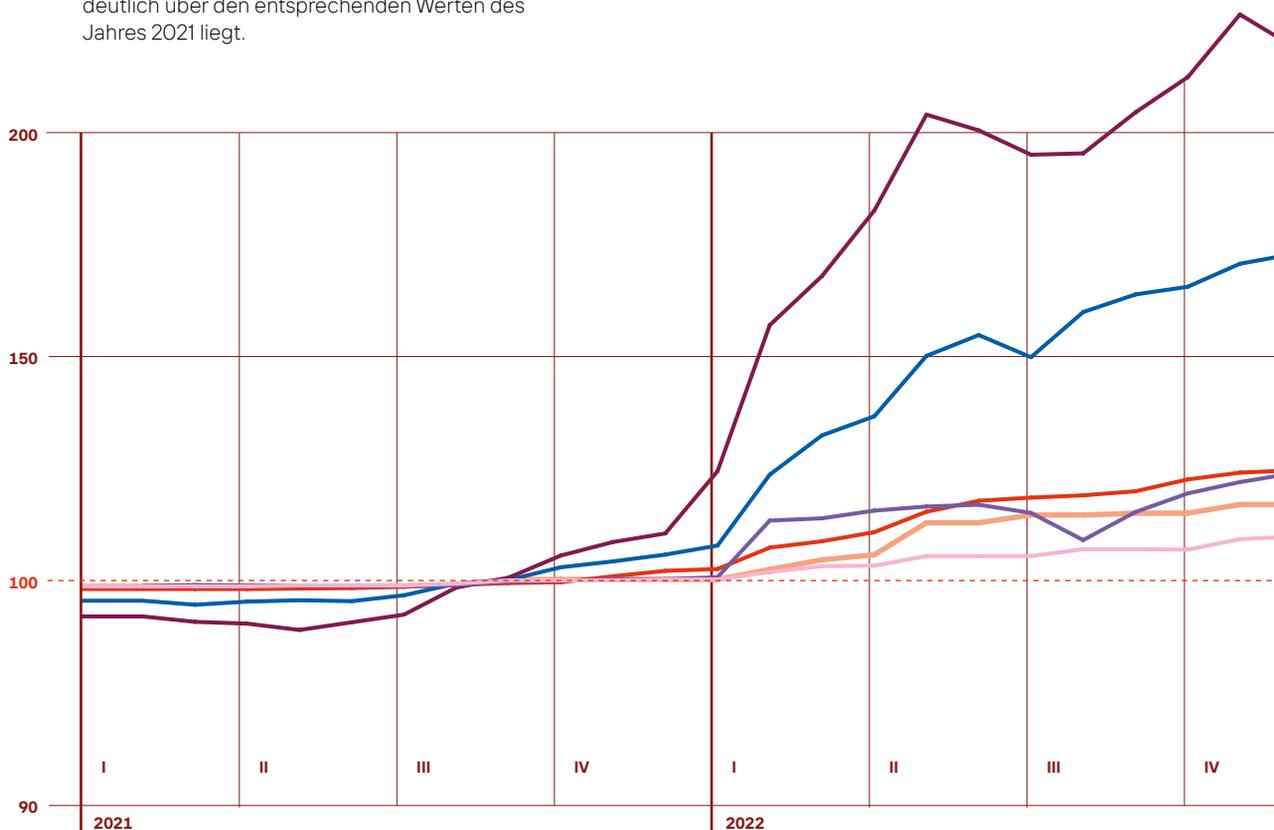
Druck- und Medienwirtschaft ist weiterhin hohen Preisen ausgesetzt

Preise für grafische Druckpapiere im Jahresverlauf 2023 überwiegend rückläufig, Niveau bleibt hoch

Nach den Kostenexplosionen im Jahr 2022 war das Jahr 2023 überwiegend von einem Rückgang der Preise der wichtigsten Vorleistungsgüter und Betriebsmittel der Druck- und Medienwirtschaft geprägt. Insbesondere für das wichtigste Vorleistungsgut, die grafischen Druckpapiere, waren die Preisindizes im Jahresverlauf 2023 stark rückläufig. Im Zeitraum von Januar 2023 bis Dezember 2023 verzeichneten die Preise für Zeitungsdruckpapier einen Rückgang von rund 32 %, während die Preise für andere grafische Papiere und Pappen um rund 16 % sanken. Im Verlauf des Jahres schwächte sich dieser Trend jedoch deutlich ab, sodass spätestens im ersten Quartal 2024 eine Plateaubildung zu beobachten ist. Die Rückgänge fielen insgesamt jedoch deutlich geringer aus als die Anstiege des Jahres 2022, sodass der Quartalsdurchschnitt der Indizes weiterhin deutlich über den entsprechenden Werten des Jahres 2021 liegt.

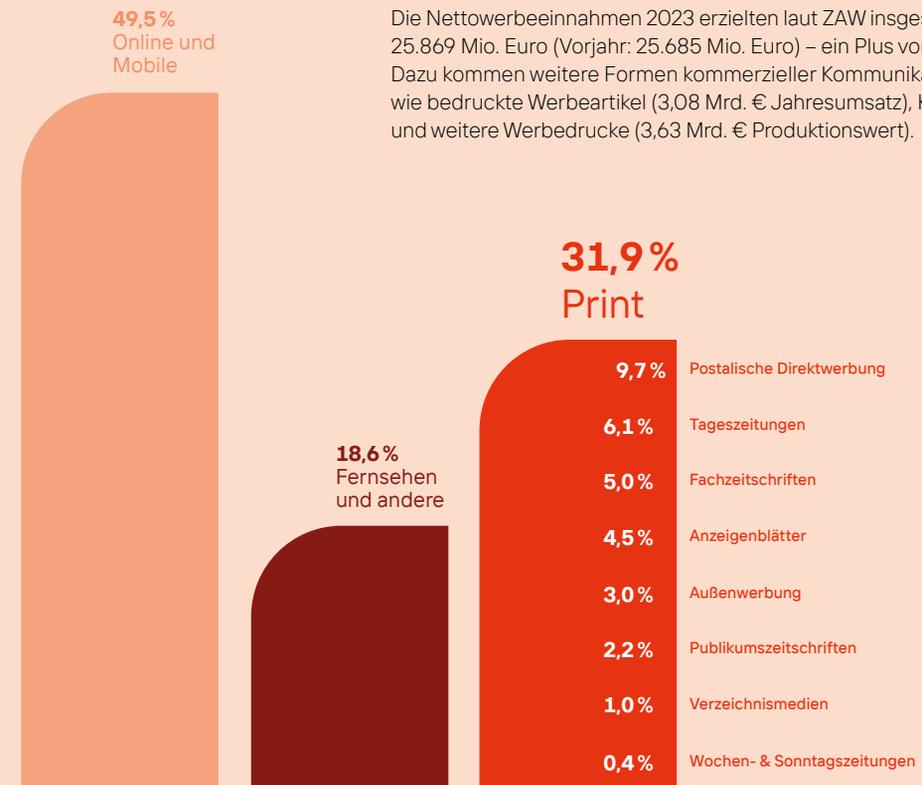
Kurzfristig ist eine Rückkehr der Preise auf das Vorkrisenniveau nicht zu erwarten, weil die Entwicklung der Preise für Vorprodukte, wie Zell-, Holzstoffe und Altpapiere, im ersten Quartal erneut auf steigende Produktionskosten hindeutet. Hinzu kommen die gestiegenen Arbeitskosten sowie die mittelfristig weiterhin unsichere Lage hinsichtlich der Entwicklung der Energiekosten.

Als Grund für die Rückgänge 2023 konnte eine Vielzahl von Faktoren identifiziert werden. Einerseits führte der Energiepreisschock zu einer Verringerung der Nachfrage nach Druckprodukten und damit nach grafischen Papieren, andererseits resultierten hohe Lagerbestände und eine langsame Rücknahme von Kapazitäten in einem signifikanten sorten- und grammaturübergreifenden Überangebot auf dem Markt im Jahr 2023.

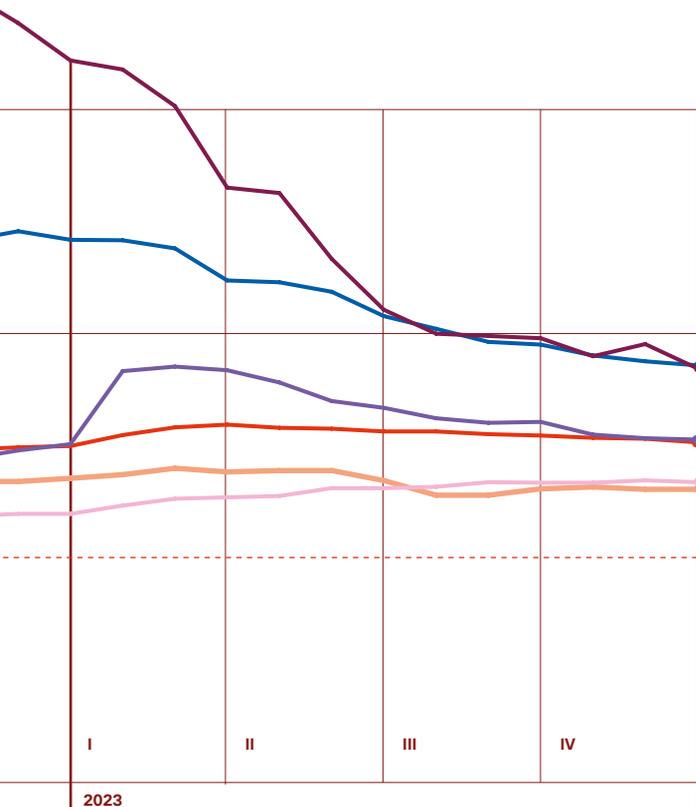


Nettowerbeeinnahmen 2023

Die Nettowerbeeinnahmen 2023 erzielten laut ZAW insgesamt 25.869 Mio. Euro (Vorjahr: 25.685 Mio. Euro) – ein Plus von 0,7%. Dazu kommen weitere Formen kommerzieller Kommunikation, wie bedruckte Werbeatikel (3,08 Mrd. € Jahresumsatz), Kataloge und weitere Werbeprodukte (3,63 Mrd. € Produktionswert).



Vorläufige Werte · Rundungsabweichungen möglich · Quelle: Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft (ZAW) · Datenstand: Mai 2024 · Berechnungen und Darstellung: BVDM

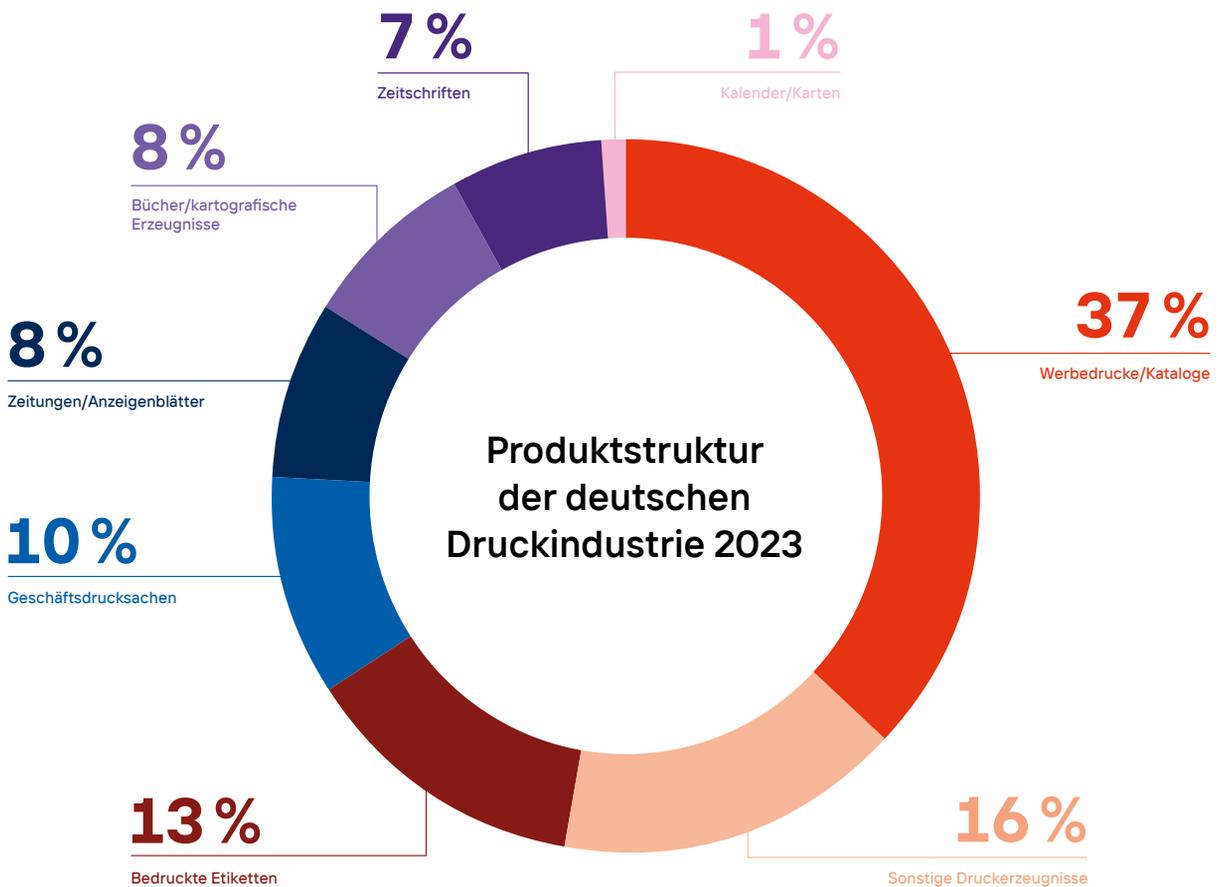


Entwicklung der Erzeugerpreise ausgewählter Vorleistungsgüter und Betriebsmittel der Druck- und Medienwirtschaft

Quelle: Statistisches Bundesamt
Datenstand: April 2024
Berechnungen: BVDM

- 143,1 Grafische Papiere und Pappen
- 142,5 Zeitungsdruckpapier
- 126,6 Elektrischer Strom
- 125,9 Druckereileistungen
- 117,0 Druckmaschinen
- 115,5 Druckfarben

Index: 2021 = 100



Vorläufige Werte - Rundungsdifferenzen möglich
 Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten
 Quelle: Statistisches Bundesamt · Datenstand: April 2024
 Berechnungen: BVDM

Produktionswerte in der Druck- und Medienwirtschaft

Die Produktionswerte von Druckerzeugnissen und Druckdienstleistungen mussten nach den Zuwächsen des Jahres 2022 im Vorjahresvergleich einen Dämpfer hinnehmen und gingen um rund 6,8% zurück.

Die deutlichsten Rückgänge wurden bei den Zeitungen/Anzeigenblättern (-12,0%) und hier insbesondere bei den Tageszeitungen (-14,8%) verzeichnet. Auch das anteilmäßig stärkste Segment, Werbedrucke und Kataloge, ging mit einem Verlust von rund 10,3% im Vergleich zum Vorjahr überdurchschnittlich stark zurück.

Das stark konjunkturabhängige Segment litt merklich unter der schwachen gesamtwirtschaftlichen Entwicklung und den mit gestiegenen Kosten einhergehenden Einsparungen bzw. mit einer Abwanderung in andere Formate. Insbesondere den wertmäßig starken Prospekten (-17,2%) machte diese Entwicklung im Jahr 2023 zu schaffen. Positiv stachen in dieser Kategorie nur die Mailings heraus, die mit einem starken Anstieg von 20,1% über den Vorjahreswerten liegen, jedoch mit einem Anteilswert von 3% ein weitaus geringeres Gewicht haben. Der Druck von Plakaten hingegen blieb nahezu unverändert und verzeichnete nur einen geringfügigen Rückgang von 0,4%.

Branchendaten des BVDM liefern Entscheidern wichtige Informationen

Besonders in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten ist eine objektive Datengrundlage für Entscheidungsträger essenziell. Jedes Jahr veröffentlicht der BVDM dazu einen umfassenden Branchenbericht mit Analysen der branchenrelevanten Entwicklungen, Zahlen, Daten und Fakten.

Neben dem überwiegend auf amtlichen Daten beruhenden Branchenbericht führt der BVDM jährlich eine umfangreiche Befragung der Betriebe zur wirtschaftlichen Lage durch. Hinzu kommt quartalsweise die kommentierte Aufbereitung der wichtigsten Konjunkturindikatoren der Druckindustrie. Abgerundet wird dies durch das monatlich erscheinende Konjunkturtelegramm des BVDM. Insgesamt kann der BVDM so eine ausgewogene Datenstruktur zur Verfügung stellen, die sich von grundlegenden Veränderungen der Strukturdaten bis hin zur frühzeitigen Erkennung aktueller Trends einer breiten Abdeckung relevanter Indikatoren erfreut.

Diese bilden die Grundlage zahlreicher Analysen und Prognosen des BVDM, die sich in den vergangenen Jahren besonders durch gute Präzision und ihre Objektivität ausgezeichnet haben. Damit bietet er Landesverbänden, sämtlichen Organisationen der Wertschöpfungskette Print, Unternehmen, Journalisten, politischen Entscheidungsträgern sowie Finanz- und Wirtschaftsvertretern vertiefte und verlässliche Einsichten in die Situation der Branche auch während wirtschaftlich turbulenter Zeiten.

Kirsten Hommelhoff, Hauptgeschäftsführerin BVDM, sagte anlässlich der drupa-Presskonferenz:

„Print wird es immer geben. Ohne Print geht nichts. Deutschland hat nach wie vor den größten Zeitungsmarkt Europas. Insbesondere der Markt der Verpackungen wächst, und jeder Supermarkt ist eine Leistungsschau der Druckindustrie.“



Werner Drechsler (Geschäftsführender Gesellschafter Druckstudio Gruppe), Kirsten Hommelhoff (Hauptgeschäftsführerin BVDM), Sabine Geldermann (Director drupa, Portfolio Print Technologies der Messe Düsseldorf) und Thomas Schiemann (Geschäftsführer Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau) nach der Pressekonferenz anlässlich der drupa im Druckstudio Düsseldorf (v. l. n. r.)

Branchenentwicklung bleibt eingetrübt

Die Ergebnisse der siebten Branchenumfrage des BVDM zeigen, dass sich die Druck- und Medienbetriebe weiterhin in wirtschaftlich anspruchsvollen Zeiten befinden. Für das Jahr 2024 gehen die Unternehmen der Druck- und Medienbranche im Durchschnitt deshalb weiterhin von einer gleichbleibenden bzw. leicht sinkenden Tendenz bei der Branchenentwicklung aus.

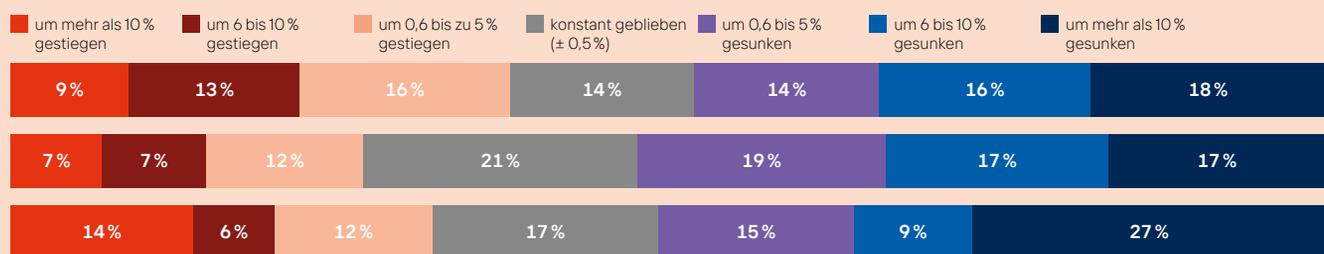
Umsatz- und Gewinnrückgang schwächt sich etwas ab

Während das Jahr 2023 von starken Rückgängen bei der Umsatz-/Absatz- und Gewinnentwicklung bestimmt wurde, erwarten die befragten Unternehmen für 2024 eine Abschwächung. Zwar ist der Anteil der Betriebe mit erwarteten Rückgängen weiterhin ausgeprägt – Umsatz (45%), Absatz (46%) und Gewinn (43%), jedoch ging der Anteil der Befragten mit Abnahmen von über 10% im Vorjahresvergleich deutlich zurück.

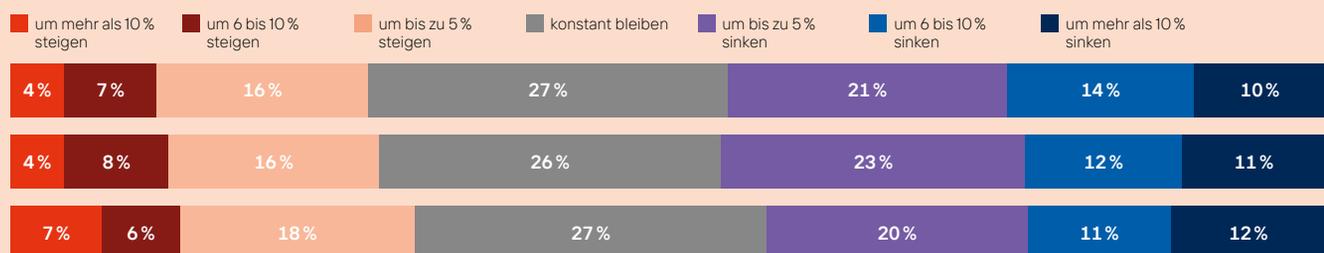
Auf der anderen Seite bleibt der Anteil der Unternehmen, die Zuwächse in der Absatz- und Gewinnentwicklung erwarten, nahezu unverändert. Auch hier zeigt sich jedoch, dass der Anteil der Betriebe mit starken Zuwächsen von mehr als 10% zurückgeht. Lediglich die Umsatzentwicklung zeigt eine deutliche Abnahme der erwarteten Umsatzzuwächse im Vergleich zum Vorjahr. Diese dürften jedoch auf die im Branchendurchschnitt rückläufigen Verkaufspreise für Druckereileistungen zurückzuführen sein.

Entwicklung von ausgewählten Kernindikatoren der Druckindustrie

Entwicklung von ausgewählten Kernindikatoren 2023



Erwartete Entwicklung von ausgewählten Kernindikatoren 2024



Quelle: Branchenumfrage des BVDM · Datenstand: Mai 2024 · Berechnungen: BVDM

2%

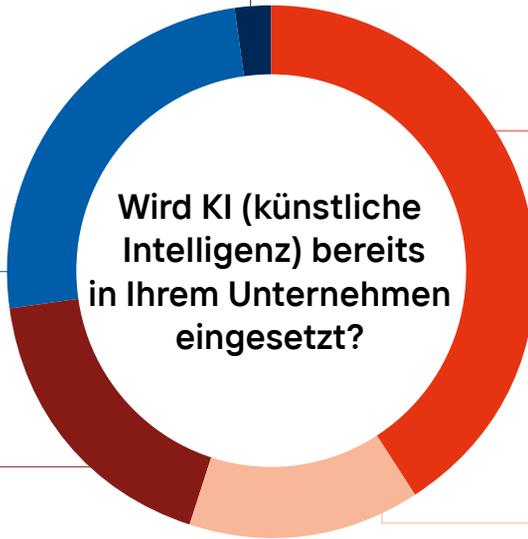
Intensiver und unternehmensweiter Einsatz

25%

Vereinzelter Einsatz

18%

Möglichkeiten werden intern ausprobiert



41%

Kein Einsatz

14%

Einsatz geplant/diskutiert

Risiken und Chancen für die zukünftige Branchenentwicklung

Für die Erwartungen an die zukünftige Entwicklung der Branche sind insbesondere die von den Unternehmern identifizierten Geschäftsrisiken und -chancen für die kommenden Jahre von Interesse. Vor dem Hintergrund der Kostenbelastungen der vergangenen Jahre stehen, wie bereits in der Vorjahresbefragung, die Arbeitskosten an erster Stelle. Eine Mehrzahl von rund 60% der Befragten sieht auch 2024 in den steigenden Arbeitskosten das größte Risiko für die zukünftige Geschäftsentwicklung.

Auch die schwierige Auftragslage manifestiert sich in den Geschäftsrisiken der aktuellen Umfrage. So steht der digitalisierungsbedingte Rückgang von Auftrags- und Umsatzzahlen mit 53% der Befragten an zweiter Stelle. Als weitere wesentliche Einflussfaktoren nennen die Befragten Auftragsrückgänge durch Kosteneinsparungen der Kunden (50%), starke Auftrags- und Auslastungsschwankungen (53%) sowie die schwindende Nachfrage aus Gründen der Nachhaltigkeit (32%).

Ähnlich besorgt blicken die Unternehmen auf die Bürokratie. So bewerten 50% der Befragten die staatliche Überregulierung bzw. eine Zunahme der Bürokratie als Risiko für die zukünftige Geschäftsentwicklung.

Ergänzende Dienstleistungen um das Druckprodukt sehen 52% als am erfolgversprechendsten, um die Geschäftsentwicklung zu verbessern. 46% sehen Chancen in der Stärkung unternehmensübergreifender Kooperationen, während 36% die Spezialisierung auf wenige Produkte/Nischenprodukte als vorteilhaft erachten. Auch ein stärkerer Fokus auf die Automatisierung und Digitalisierung der Produktion sowie die verstärkte Nutzung von Online-Services (eigene offene und/oder geschlossene Portale) wird von etwas weniger als einem Drittel der Befragten als Chance gesehen. Der Anteil der Unternehmen, die Chancen im Einsatz von KI-gestützten Prozessen sehen, bleibt mit rund 21% jedoch vergleichsweise gering.

Umsatz

Absatz

Gewinn

Umsatz

Absatz

Gewinn





Sozialpolitik

„Arbeitsplatz: Die Arbeitswelt in der Druckindustrie wird sich durch künstliche Intelligenz drastisch verändern. Automatisierung optimiert Druckprozesse, reduziert Fehler und steigert die Effizienz. Mitarbeiter können sich auf kreative Aufgaben konzentrieren, während KI Routinearbeiten übernimmt. Dies führt zu höherer Produktivität und einer stärkeren Innovationskraft in der Branche.“

(Text- und Bildidee wurden mithilfe von KI generiert und bilden nicht die Meinung des BVDM ab.)

Sozialpartnerschaft unter Druck

Das Jahr 2024 steht im Zeichen der Tarifpolitik. Mit einer ver.di-Forderung nach 12% mehr Lohn und Gehalt für zwölf Monate war bereits der Start in die Tarifrunde 2024 schwieriger als sonst. Dennoch konnte in der sechsten Verhandlungsrunde im Juni ein wirtschaftlich tragfähiger Lohn-Tarif-Abschluss erreicht werden. Der dringend reformbedürftige Manteltarifvertrag, der im Oktober endet, blieb dabei außen vor.

Am 11. März 2024 begannen ver.di und BVDM die Tarifverhandlungen für die Beschäftigten der Druckindustrie. Gleich zu Beginn betonten die Arbeitgebervertreter, dass die Tarifentwicklung nicht nur den Wünschen der Beschäftigten folgen könne, sondern sich an den Möglichkeiten und Bedingungen der Branche orientieren müsse. Die BVDM-Verhandlungskommission machte der Gewerkschaft deutlich, dass ihre Forderung nach Lohn- und Gehaltserhöhungen um 12% keine geeignete Basis für konstruktive Verhandlungen darstelle.

Die Branche ist noch weit davon entfernt, sich auf das Niveau vor der Coronakrise zu erholen. Im Vergleich zu 2018 hat die Druckindustrie etwa ein Drittel ihrer Produktionsleistung eingebüßt. Die Auslastung der Druckmaschinen lag Ende 2023/Anfang 2024 bei nur etwa 75%.

Trotz der schwierigen Auftragslage versuchen die Arbeitgeber, ihre Mitarbeitenden zu halten, was jedoch zu einem drastischen Rückgang der Arbeitsproduktivität um 15% im Vergleich zu 2018 geführt hat.

Angesichts dieser Herausforderungen steht die Druckindustrie vor der schwierigen Aufgabe, bei steigenden Kosten die Wettbewerbsfähigkeit ihrer Unternehmen zu erhalten. Eine Lohn-erhöhung von 12% binnen eines Jahres würde die finanzielle Belastungsgrenze der Unternehmen deutlich überschreiten und deren Existenzgrundlagen gefährden.



Bereits beim zweiten Verhandlungstermin am 21. März 2024 hatten die Arbeitgeber der Gewerkschaft eine Einigung vorgeschlagen, die sich an der durchschnittlichen Tarifentwicklung der Branche in den letzten fünf Jahren orientierte. Das Angebot sah lineare Erhöhungen jeweils zum 1. Juni 2024 und 2025, in Höhe von 2% und 1% vor, bei einer Laufzeit von 24 Monaten bis Ende Februar 2026. Dieses Angebot lehnte ver.di ab und rief unmittelbar nach dem Ende der Friedenspflicht reflexartig zu ganztägigen „Warnstreiks“ auf.

In den folgenden Verhandlungsrunden haben die Arbeitgeber ver.di verschiedene Lösungsansätze vorgeschlagen, die insbesondere die stärker von der Preissteigerung der letzten Jahre betroffenen Arbeitnehmer mit geringerem Einkommen in den Blick nehmen.

Tarifkalender

29. Februar 2024	Ende Lohnabkommen
11. März 2024	1. Verhandlungsrunde
21. März 2024	2. Verhandlungsrunde
31. März 2024	Ende Friedenspflicht (Lohn)
16. April 2024	3. Verhandlungsrunde
7. Mai 2024	4. Verhandlungsrunde
3. Juni 2024	5. Verhandlungsrunde
20.–21. Juni	6. Verhandlungsrunde: Tarifabschluss
31. Oktober 2024	Ende des Manteltarifvertrags
30. November 2024	Ende Friedenspflicht (MTV)

Der Tarifabschluss im Überblick

Die Tariflöhne für die gewerblichen Arbeitnehmenden der Druckindustrie steigen in drei Schritten an: → **3,9% zum 1. Juli 2024**
→ **2,0% ab 1. Juli 2025**
→ **1,9% ab 1. März 2026**

Die Laufzeit des Lohnabkommens – gerechnet ab dem 1. März 2024 – beträgt 29 Monate. Der Tarifvertrag ist damit erstmals zum 31. Juli 2026 kündbar.

Um die Attraktivität der Ausbildungsberufe in der Druck- und Medienbranche weiter zu steigern und den Fachkräftebedarf der Unternehmen nachhaltig zu sichern, wurde darüber hinaus vereinbart, die Auszubildendenvergütung überproportional um 12% anzuheben:

→ **6,0% zum 1. Juli 2024**
→ **6,0% ab 1. Juli 2025**

Die Tarifparteien haben den regionalen Tarifvertragsparteien empfohlen, den Abschluss für die Angestellten entsprechend zu übernehmen. Zudem sollen die untersten Gehaltsgruppen der regionalen Angestelltentarifverträge so angepasst werden, dass auch in den unteren Gruppen ein Grundgehalt von 13 Euro pro Stunde erreicht wird.

Die Tarifparteien hatten eine Annahmefrist bis zum 19. Juli 2024 vereinbart. Der Sozialpolitische Ausschuss des BVDM hat am 16. Juli 2024 das Verhandlungsergebnis angenommen. Die Tarifkommission der Gewerkschaft ver.di hat am 17. Juli 2024 ebenfalls zugestimmt.

Dauerthema Manteltarifvertrag – Lösung nicht in Sicht

Aber nicht nur Löhne und Gehälter liegen 2024 auf dem Verhandlungstisch, auch für den aus Sicht der Arbeitgeber dringend reformbedürftigen Manteltarifvertrag, der Ende Oktober 2024 automatisch endet, muss eine Lösung gefunden werden. Hierzu werden voraussichtlich im Herbst Gespräche zwischen BVDM und ver.di stattfinden.



Plakate und Flyer der Arbeitgeber zur Tarifrunde 2024

Tariftreue per Gesetz?

Die Tarifbindung geht seit Jahren zurück. Sinkende Mitgliederzahlen in den Gewerkschaften und der Rückgang der tarifgebundenen Mitgliedschaft in Arbeitgeberverbänden sind dem Bundesarbeitsminister Hubertus Heil (SPD) ein Dorn im Auge. Für Abhilfe soll ein neues „Bundestariftreuegesetz“ sorgen.

Öffentliche Aufträge ab 10.000 Euro sollen nur noch an Unternehmen vergeben werden, die Arbeitnehmer gemäß bestimmten Flächentarifverträgen beschäftigen. Über einen durchgesickerten ersten Arbeitsentwurf ist dieses Gesetz bisher jedoch nicht hinausgekommen.

Aus Sicht des BVDM ist diese Verzögerung kein Nachteil, weil der Entwurf keinerlei positiven Einfluss auf die Tarifautonomie erwarten lässt. Die zwangsweise Erstreckung von Tarifverträgen auf Außenseiter ohne oder gegen den Willen eines Tarifpartners ist kein Akt der Tarifautonomie.

Völlig überzogen ist zudem aus Sicht des BVDM die geplante Nachunternehmerhaftung entlang der Leistungskette. Es ist zu befürchten, dass das Vorhaben nicht zu mehr Tarifbindung, sondern durch Nachweis-, Dokumentations- und Kontrollpflichten nur zu mehr Bürokratie führen wird. Ferner werden sich die Vergabeverfahren erheblich verteuern sowie verkomplizieren und so insbesondere kleinere und mittlere Unternehmen von der Beteiligung abschrecken.

Sorgfaltspflichten in der Lieferkette

Das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) verpflichtet seit dem 1. Januar 2024 Unternehmen mit mindestens 1000 Arbeitnehmern im Inland, dafür zu sorgen, dass menschenrechts- und umweltbezogene Standards in ihren Lieferketten eingehalten werden.

„Fragebogen-Wellen“ für Zulieferer

Das LkSG hat dazu geführt, dass kleine und mittelständische Zulieferer aus der Druck- und Medienbranche mit umfangreichen Fragebögen und Auskunftsverlangen konfrontiert werden.

Große Unternehmen dürfen ihre Pflichten jedoch nicht auf ihre Zulieferer abwälzen. Der BVDM und die Landesverbände Druck und Medien haben die Mitgliedsbetriebe entsprechend informiert und darauf hingewiesen, dass sie unverhältnismäßigen Auskunftsverlangen, Forderungen nach überschießenden Haftungserklärungen oder teuren Zertifizierungen nicht nachkommen müssen.

Wenn Zulieferer aufgefordert werden, umfangreiche Fragebögen zum LkSG auszufüllen, obwohl die abgefragten menschenrechtlichen und umweltbezogenen Risiken in ihrer Tätigkeit keine Rolle spielen, sollten diese das verpflichtete Unternehmen auffordern, seine Fragen, bezogen auf den Einzelfall, näher zu begründen. Die Verbände Druck und Medien stellen ihren Mitgliedern ein Muster für entsprechende Schreiben zur Verfügung.

Langes Ringen um EU-Wertschöpfungskettenrichtlinie endet

Nach mehreren Änderungen hat sowohl eine ausreichende Mehrheit der EU-Staaten als auch das Europäische Parlament die EU-Wertschöpfungskettenrichtlinie (CSDDD) angenommen.

In dem finalen Kompromiss wurden gegenüber vorherigen Entwürfen einige Verbesserungen vorgenommen. Dies betrifft vor allem die Schwellenwerte, die auf 1000 Mitarbeitende und 450 Mio. Euro Umsatz angehoben wurden. Insofern wird der Anwendungsbereich des deutschen LkSG nicht ausgeweitet werden müssen.

An anderen Stellen geht die Richtlinie jedoch über das LkSG hinaus: So werden die Sorgfaltspflichten auf die nachgelagerte Wertschöpfungskette ausgedehnt, es wird eine neue zivilrechtliche Haftung für die Verletzung von Sorgfaltspflichten eingeführt und die Liste der Schutzgüter erweitert. Deshalb schafft die Richtlinie neue Unsicherheiten und unkalkulierbare Risiken für die Betriebe, die sich als Zulieferer oder Dienstleister in den Wertschöpfungsketten größerer Unternehmen befinden.

Trotz richtiger Änderungen mit Verbesserungen im Vergleich zum ursprünglichen Trilogergebnis bleibt die Richtlinie aus Sicht des BVDM hochproblematisch und birgt das große Risiko, die Wirtschaft bürokratisch zu überfordern.

Nächste Schritte

Die CSDDD muss zwei Jahre nach Inkrafttreten in nationales Recht umgesetzt werden. Die Auswirkungen auf KMU und die Wirksamkeit der vorgesehenen KMU-Unterstützungsmaßnahmen sollen in einem Bericht bewertet werden.



Neues zum gesetzlichen Mindestlohn

Im November 2023 hat die Bundesregierung nach einer Empfehlung der Mindestlohnkommission beschlossen, den Mindestlohn von zuvor 12 Euro, der auf einer außerordentlichen, politisch motivierten Anhebung beruhte, auf zunächst 12,41 Euro zum 1. Januar 2024 und in einem weiteren Schritt auf 12,82 Euro pro Stunde zum 1. Januar 2025 anzuheben.

BVDM-Leitfaden zum Mindestlohn

Die Mindestlohnerhöhung zum 1. Januar 2024 hat der BVDM zum Anlass genommen, seinen regelmäßig erscheinenden Leitfaden zum Mindestlohn zu aktualisieren, um den Betrieben der Druck- und Medienindustrie einen Überblick über die bisher zum Mindestlohn ergangene Rechtsprechung zu verschaffen und Hinweise zur praktischen Umsetzung der gesetzlichen Anforderungen zu geben.

EU-Mindestlöhne-Richtlinie

Parallel steht das Thema auch auf europäischer Ebene auf der Tagesordnung: 2022 wurde die EU-Mindestlöhne-Richtlinie veröffentlicht. Die EU-Mitgliedsstaaten haben bis Mitte November 2024 Zeit, die Richtlinie in nationales Recht umzusetzen. Ein Gesetzentwurf für ein nationales Umsetzungsgesetz liegt derzeit noch nicht vor. Ein gemeinsames europäisches Mindestlohnniveau legt die Richtlinie zwar nicht fest, je nach Ausgestaltung kann das Umsetzungsgesetz aber auch Auswirkungen auf die Höhe des gesetzlichen Mindestlohns in Deutschland haben.

Gegen die EU-Mindestlöhne-Richtlinie wurde Kritik laut, die insbesondere die Zuständigkeit der EU auf diesem Gebiet anzweifelt und in einer Klage Dänemarks mündete, in der es die Nichtigkeitserklärung der Richtlinie begehrt. Der BVDM wird die Entwicklungen und den damit verbundenen nationalen Umsetzungsprozess weiter beobachten und begleiten.

Versuch Nummer vier für mehr Bürokratieabbau

Im März 2024 hat das Bundeskabinett den Entwurf für ein „Viertes Bürokratieentlastungsgesetz“ beschlossen. Nach der Anhörung im Rechtsausschuss am 5. Juni 2024 wird sich der Bundestag voraussichtlich erst nach der parlamentarischen Sommerpause mit dem Gesetz befassen.

Der BVDM hat im Februar 2024 eine Stellungnahme zum Referentenentwurf gegenüber dem Bundesjustizministerium abgegeben, in der er insbesondere einen konsequenten Bürokratieabbau fordert und sich dafür stark macht, dass in künftigen Gesetzgebungsverfahren die Belange kleinerer und mittlerer Unternehmen (KMU), beispielsweise durch einen KMU-Check bei allen EU-Gesetzen, stärker berücksichtigt werden.

Eine weitere BVDM-Forderung ist die konkrete Entlastung für KMU als Arbeitgeber durch vereinfachte Verfahren bei der Sozialversicherung und im Arbeitsrecht.

Erleichterungen im Nachweisgesetz

Eine echte Reform des Nachweisgesetzes mit dem Ersatz der Schrift durch die Textform ist aus Sicht des BVDM dringend notwendig. Erste zaghafte Schritte dahin hat der Gesetzgeber unternommen. Es zeichnet sich ab, dass zukünftig – unter gewissen Voraussetzungen – bereits die Textform nach § 126b BGB genügt, um die wesentlichen Vertragsbedingungen eines Arbeitsverhältnisses zu dokumentieren. Die handschriftliche Unterzeichnung des Dokuments wäre danach entbehrlich, solange es sich nicht um ein Arbeitsverhältnis aus einem in § 2a Abs. 1 SchwarzArbG genannten Wirtschaftsbereich oder -zweig handelt.

Dies ist ein Schritt in die richtige Richtung. Es darf allerdings nicht vergessen werden, dass z. B. für die Befristung eines Arbeitsvertrags, unabhängig von den Erleichterungen im Nachweisgesetz, weiterhin die Schriftform erforderlich ist. Der BVDM wird den Prozess weiter kritisch begleiten.

Differenzierung nach Kinderzahl

Durch das zum 1. Juli 2023 in Kraft getretene Pflegeunterstützungs- und Entlastungsgesetz (PUEG) wurde der Beitragssatz zur Pflegeversicherung von 3,05 % auf 3,40 % angehoben. Seitdem gelten für Eltern mit mehr Kindern unterschiedliche Beitragssätze, abhängig von der Zahl der Kinder unter 25.

Hintergrund ist eine Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts aus dem Jahr 2022, nach der Eltern während der Kindererziehung entlastet werden müssen. Dazu erhalten sie ab dem zweiten bis zum fünften Kind unter 25 Jahren einen Abschlag in Höhe von 0,25 Beitragssatzpunkten pro Kind. Sind alle Kinder älter als 25 Jahre, gilt künftig dauerhaft der Beitrag für Eltern mit einem Kind, also der allgemeine Beitragssatz von aktuell 3,40 %.

Um die Entlastung von Eltern zu finanzieren, wurde der Beitragszuschlag für Kinderlose von 0,35 auf 0,6 Beitragssatzpunkte angehoben.

Der Beitragsanteil für Arbeitgeber beträgt unabhängig von der Kinderzahl gleichbleibend 1,7 % bzw. 1,2 % in Sachsen.

Damit Arbeitgeber die korrekten Beitragssätze zur Pflegeversicherung ermitteln können, sind sie auf Informationen ihrer Arbeitnehmer angewiesen. Der BVDM hat den Mitgliedern hierzu Handlungsanleitungen, Musterschreiben und Informationen zur Verfügung gestellt.

Hinweisgeberschutz – Ende der Hängepartie

Weit nach Ablauf der Umsetzungsfrist am 17. Dezember 2021 und langem Streit zwischen Bundesrat und Bundestag hat der deutsche Gesetzgeber die europäische Whistleblowing-Richtlinie in nationales Recht umgesetzt. Am 2. Juli 2023 ist das Hinweisgeberschutzgesetz in Kraft getreten. Es soll Personen, die Rechtsverstöße melden, vor Repressalien schützen.

Durch die Anrufung des Vermittlungsausschusses hat das Gesetz aus Sicht des BVDM einige Verbesserungen erfahren. Insbesondere werden Unternehmen durch den Wegfall der verpflichtenden Anonymität des Meldeverfahrens entlastet.

Merkblatt des BVDM zu Meldestellen

Unternehmen mit mehr als 250 Beschäftigten müssen seit dem 2. Juli 2023 eine interne Meldestelle für Rechtsverstöße einrichten, für Unternehmen mit 50 bis 249 Beschäftigten galt eine Frist bis zum 17. Dezember 2023. Der BVDM informiert in einem Merkblatt über die Anforderungen.

BVDM-Vertreter im Vorstand der BG ETEM

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

2023 fanden, wie alle sechs Jahre, Sozialwahlen statt, in denen Arbeitgeber und Versicherte ihre Mitglieder für die Vertreterversammlung ihrer Berufsgenossenschaft wählen und die Vertreterversammlung als höchstes Organ der Selbstverwaltung den Vorstand wählt.

In der neuen Wahlperiode engagieren sich mit Claus Fischer (Claus Fischer Agentur für Druck und Produktion), Gerhard Schiweck (druckfrisch medienzentrum ruhr gmbh), Peter Krupp (Krupp Druck OHG) und Hella Heenemann (Buch- und Offsetdruckerei H. Heenemann GmbH & Co. KG) wieder vier Unternehmensvertreter:innen für die Druck- und Medienwirtschaft ehrenamtlich in der Vertreterversammlung der BG ETEM. Diana Esser (printSolutions GmbH) und Bernd Bradtmöller (Grafische Werkstatt Druckerei und Verlag Gebr. Kopp GmbH & Co. KG) wurden u. a. in den Vorstand der BG ETEM berufen. Unterstützt werden die Unternehmensvertreter durch die BVDM-Mitarbeiter Julia Rohmann und Mathias Stanke, die neben ihrer Mitarbeit in anderen berufsgenossenschaftlichen Gremien ebenfalls in den Vorstand gewählt wurden.

Darüber hinaus wurden auf regionaler Ebene die zahlreichen Renten- und Widerspruchsausschüsse der BG ETEM neu besetzt, in denen ebenfalls engagierte Unternehmensvertreter ehrenamtlich mitarbeiten.

Im Mai 2024 wurde zudem Franz Donner zum neuen Vorsitzenden des arbeitgeberseitigen Vorstands gewählt.

NEUE KAPITALMARKT- ORIENTIERTE PRODUKTLÖSUNG IM ZUKUNFTSFONDS

Zukunftsfonds Medien, Druck, Papier

Die Sozialpartner BVDM, HPV und verdi entwickeln gemeinsam mit HDI das Angebot der Branchenlösung zur betrieblichen Altersversorgung (bAV) im Zukunftsfonds Medien, Druck und Papier stetig weiter, um der Branche attraktive Lösungen zum Aufbau einer Betriebsrente anzubieten.

Deshalb wurde nun das Angebot im Zukunftsfonds um die fondsgebundene Direktversicherung HDI SafeInvest erweitert. Das neue Produkt wendet sich an Mitarbeiter, die die Renditechancen der Kapitalmärkte für ihre Altersversorgung nutzen wollen. Die Mitarbeiter können dabei zwischen nachhaltigen, chancenorientierten und schwankungsarmen Anlagen mit breiter Risikostreuung über verschiedene Anlageklassen wählen. Gleichzeitig bietet das Produkt neben einer Bruttobeitragsgarantie von 80 % einen sogenannten „Börsencrash-Airbag“. Der Airbag sorgt dafür, dass die in den Investmentportfolios angesammelten Guthaben der Versicherten monatlich immer in Höhe von 80 % des Vormonatswerts gesichert sind. Bei Bedarf kann die Absicherung noch weiter erhöht werden.

zukunftsfonds.
Medien · Druck · Papier



Informationen rund um den Zukunftsfonds sind auf der Internetseite verfügbar: www.zukunftsfonds-medien-druck-papier.de

„**Personalisierte Massenproduktion:** Fortschritte in der Automatisierung und in personalisierten Drucktechniken könnten es Unternehmen ermöglichen, maßgeschneiderte Produkte in großem Maßstab herzustellen, ohne dabei auf Effizienz zu verzichten. Rechtliche Vorgaben in den Bereich Urheberrecht, Datenschutz sowie in weiteren Bereichen werden sich dabei verändern.“

(Text- und Bildidee wurden mithilfe von KI generiert und bilden nicht die Meinung des BVDM ab.)

Medien- und Wirtschaftsrecht





Neue Spielregeln für Umweltaussagen

Unternehmen erleben derzeit einen massiven Zuwachs an EU-Regulierung im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit: Zur Entwaldungsverordnung, Lieferkettenrichtlinie und Nachhaltigkeitsberichterstattungsrichtlinie kommt nun noch die Regulierung von Umweltaussagen (Green Claims) durch zwei neue Richtlinien hinzu.

Um irreführende Werbeaussagen zu verhindern und mehr Transparenz für Verbraucher zu schaffen, hat die EU zwei neue Richtlinien auf den Weg gebracht: Die Richtlinie zur Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel, „EmpCo-Richtlinie“ und die Richtlinie über Umweltaussagen, „Green Claims Richtlinie“.

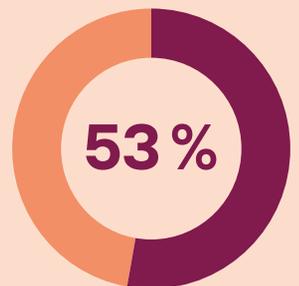
Während die EmpCo-Richtlinie bereits in Kraft getreten ist, befindet sich die zweite Richtlinie noch in der Diskussion. Hier setzt sich der BVDM durch Stellungnahmen gegenüber dem Bundesumweltministerium und der EU-Kommission dafür ein, dass die EU nachhaltiges Handeln nicht durch neue bürokratische Hürden unnötig erschwert.

Die Green-Claims-Richtlinie sieht vor, dass alle Umweltaussagen vorab durch eine Zertifizierung der nationalen Behörden genehmigt werden sollen. Die Unternehmen müssten Mindeststandards bzgl. der Informationen einhalten, um die Aussagen zu belegen.

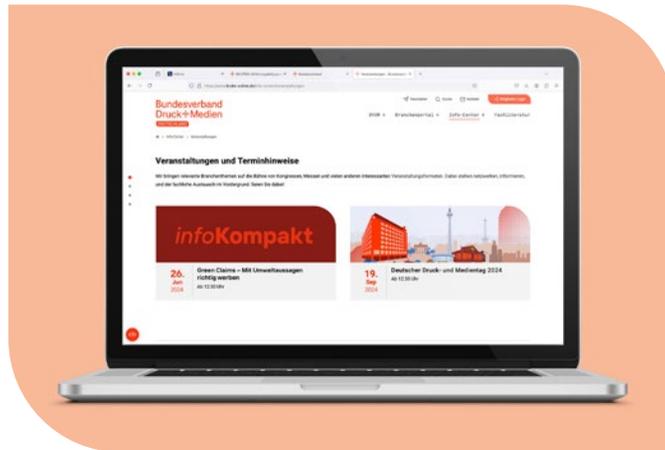
Aus Sicht des BVDM ist zu befürchten, dass durch diese Regelung zwar das „Green Washing“ reduziert wird, es aber zukünftig zu einem „Green Hushing“, dem Verschweigen von Umweltengagement oder sogar zu einem Rückgang von Investitionen in Nachhaltigkeit kommen könnte.

Green-Claims-Studie der Europäischen Kommission

Quelle: European Commission - Green Claims – New Criteria to Stop Companies from Making Misleading Claims about Environmental Merits of Their Products and Services: environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/green-claims_en

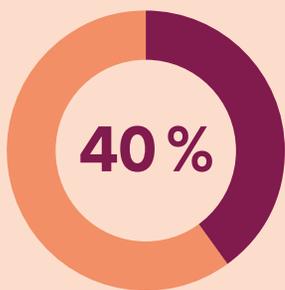


53% aller „Green Claims“ sind vage, irreführend oder unfundiert.

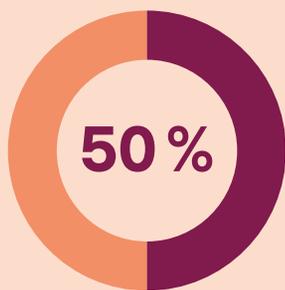


Der BVDM informiert regelmäßig über Rundschreiben über die sich abzeichnenden Änderungen und klärte darüber hinaus im Juni 2024 in einer umfassenden infoKompakt-Veranstaltung über den aktuellen Stand auf.

Die aktuelle EmpCo-Richtlinie sieht unter anderem vor, dass allgemeine Umweltaussagen, wie „umweltfreundlich“, „umweltschonend“, „ökologisch“, „klimafreundlich“, künftig nur noch zulässig sind, wenn die behauptete hervorragende Umwelleistung durch anerkannte Umweltkennzeichensysteme nachgewiesen werden kann. Auch Aussagen, dass ein Produkt allein durch die Kompensation von CO₂-Emissionen neutrale, verringerte oder positive Auswirkungen auf die Umwelt habe, sollen künftig verboten sein.



Für 40% der Behauptungen gibt es keine Belege.



Für die Hälfte aller „Green Claims“ gibt es nur schwache bzw. keine Überprüfbarkeit.



In der EU gibt es 230 Nachhaltigkeitskennzeichnungen und 100 grüne Energieetiketten mit sehr unterschiedlichen Transparenzanforderungen.

Erhalt der gedruckten Packungsbeilage für Arzneimittel

Packungsbeilagen in Papierform spielen eine entscheidende Rolle bei der sicheren Anwendung von Medikamenten. Deshalb könnte ein Gesetzgebungsvorhaben der EU-Kommission nicht nur für ein hoch spezialisiertes Segment der Druckindustrie unangenehme Folgen haben: Art. 63 (3) des Richtlinienentwurfs „zur Schaffung eines Unionskodexes für Humanarzneimittel“ sieht vor, dass die EU-Mitgliedstaaten künftig gedruckte Packungsbeilagen in Arzneimitteln durch elektronische Informationen ersetzen können.

Die Abschaffung gedruckter Packungsbeilagen zugunsten des elektronischen Formats könnte schwerwiegende Auswirkungen haben:



Zugänglichkeit für alle Bevölkerungsgruppen: Nicht alle Patienten haben Zugang zu digitalen Geräten oder sind in der Lage, digitale Inhalte effektiv zu nutzen. Deshalb bieten gedruckte Packungsbeilagen nach wie vor eine zuverlässige und barrierefreie Informationsquelle für alle.

Datenschutzbedenken: Die Nutzung digitaler Plattformen zur Bereitstellung von Packungsbeilagen birgt potenzielle Risiken für den Datenschutz und die Privatsphäre von Patienten.



Risiken in der Patientensicherheit: Gedruckte Packungsbeilagen bieten eine physische Referenz für Patienten und Gesundheitsdienstleister, die jederzeit verfügbar ist. Digitale Lösungen sind anfällig für technische Probleme und bergen die Möglichkeit von Fehlern oder Ausfällen.

Exklusion bestimmter Bevölkerungsgruppen: Ältere Menschen, Menschen mit Einschränkungen oder Personen in ländlichen Gebieten haben möglicherweise keinen Zugang zu den erforderlichen Technologien.



Gemeinsam mit seinem europäischen Dachverband INTERGRAF setzt sich der BVDM auf europäischer und nationaler Ebene mit Stellungnahmen und Gesprächen mit Abgeordneten dafür ein, dass gedruckte Packungsbeilagen erhalten bleiben. Dabei suchen die beiden Verbände auch den Schulterschluss mit anderen relevanten Interessenvertretungen.

Auswirkungen auf die Druckbranche

Die Bundesregierung hat eine umfassende Novellierung des Postrechts beschlossen, die am 1. Januar 2025 in Kraft treten wird. Für die Druckbranche sind die Änderungen potenziell von großer Bedeutung:

Die postalische Grundversorgung soll weiterhin an sechs Tagen in der Woche sichergestellt werden und die Zustellung von Presseerzeugnissen am Erscheinungstag gewährleistet bleiben. Die Zustellung von Presseprodukten ist weiterhin Bestandteil der Universaldienstleistungen, zu denen die Deutsche Post AG verpflichtet ist.

Brieflaufzeiten werden verlängert: Künftig müssen Standardbriefe zu 95 % am dritten Werktag und zu 99 % am vierten Werktag zugestellt werden. Diese Änderungen könnten die Planbarkeit von Werbesendungen beeinflussen und Anpassungen der Zeitpläne erfordern.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Förderung des Wettbewerbs, insbesondere im Onlinehandel bei kleinformatischen Warensendungen: Wettbewerbern der Deutschen Post wird ein besserer Zugang ermöglicht. Für die Druckbranche bedeutet dies potenziell erweiterte Versandoptionen und eine größere Auswahl an Dienstleistern.

Zukünftig sollen Pakete ab 20 kg nur noch von zwei Zustellenden gemeinsam oder mit technischer Unterstützung ausgetragen werden. Dies könnte die Kostenstruktur im Versandwesen beeinflussen.



Ein neues Umweltzeichen wird die Treibhausgasbelastung der Paketbeförderung transparent machen. Dies könnte die Entscheidung der Kunden für umweltfreundlichere Versandoptionen beeinflussen und dazu führen, dass eigene Prozesse nachhaltiger gestaltet werden.

Am 13. Juni 2024 hat der Bundestag die Gesetzesnovelle zum Postgesetz angenommen. Der Bundesrat muss abschließend zustimmen. Die Novelle soll zum 1. Januar 2025 in Kraft treten.

Der BVDM hat die Gesetzesnovelle kritisch begleitet und die relevanten Positionen der Druck- und Medienindustrie im Rahmen einer Stellungnahme vertreten.

Verbändeinitiative verteidigt das deutsche AGB-Recht

Das deutsche AGB-Recht hat sich seit Jahrzehnten bewährt. Es ermöglicht Verträge mit ausgeglichenen Interessen der Vertragspartner im unternehmerischen Geschäftsverkehr. Eine Aufweichung dieses wichtigen Standortvorteils würde erhebliche rechtliche und wirtschaftliche Nachteile mit sich bringen. Um dem entgegenzuwirken, setzt sich die Initiative „pro AGB-Recht“ bei Bedarf dafür ein, dass dieses Qualitätsniveau erhalten bleibt. Gemeinsam mit 39 anderen Verbänden aller wichtigen, insbesondere mittelständisch geprägten Berufs- und Wirtschaftsbranchen macht sich der BVDM im Rahmen der Initiative „pro AGB-Recht“ seit Jahren für den Erhalt des deutschen AGB-Rechts stark.

→ www.pro-agb-recht.de

Dagegen nimmt die Diskussion um eine Reform des AGB-Rechts im unternehmerischen Geschäftsverkehr zugunsten „innovativer Geschäftsmodelle“ seit 2022 wieder Fahrt auf: Die Justizminister der Länder beauftragten das Bundesministerium für Justiz, Vorschläge für eine Reform des AGB-Rechts zu machen. Diese sind bisher nicht erfolgt.

Stattdessen wurde an anderer Stelle bereits eine Aufweichung des AGB-Rechts vorgenommen: Durch das im Dezember 2023 in Kraft getretene Zukunftsfinanzierungsgesetz wurde eine Bereichsausnahme vom AGB-Recht für Verträge im Finanzdienstleistungsbereich eingeführt.

Zudem gibt es Forderungen, parallel zur vorgesehenen Einführung von englischsprachigen Kammern an den Zivilgerichten (Entwurf des Justizstandort-Stärkungsgesetzes) auch noch das AGB-Recht zu ändern. Im Rahmen einer Stellungnahme zum Justizstandort-Stärkungsgesetz hat sich der BVDM u. a. für den Erhalt der deutschen Sprache als Gerichtssprache ausgesprochen, um die Benachteiligung Marktschwächerer zu verhindern.

Der BVDM wird sich weiterhin gegen die Risiken der Aufweichung des AGB-Rechts und der nachteiligen Veränderung der deutschen Zivilgerichtsbarkeit einsetzen, denn in beiden Fällen ist mit immensen Rechtsberatungskosten und einer verbleibenden Rechtsunsicherheit insbesondere für KMU zu rechnen.

BVDM setzt sich gegen pauschale Lebensmittelwerbeverbote ein

Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) hat im Februar 2023 einen Entwurf für ein „Kinder-Lebensmittel-Werbegesetz“ (KLWG) vorgelegt. Darin enthalten sind pauschale Werbeverbote, von denen in der Folge auch die Druck- und Medienindustrie betroffen wäre.

Der BVDM unterstützt als Mitglied des Zentralverbands der Deutschen Werbewirtschaft (ZAW) eine gemeinsame Initiative von 34 Verbänden der Lebensmittel- und Werbewirtschaft, in der an verschiedene Bundesministerien der Ampelparteien appelliert wird, dem Entwurf nicht zuzustimmen.

Aus Sicht der beteiligten Verbände enthält der Entwurf völlig unverhältnismäßige Werbeverbote für rund 70 % aller Lebensmittel, vom Schokoniolaus über Fruchtojoghurt und Brezeln bis hin zum Gouda. Diese würden für die Medien- und Werbewirtschaft einschneidende Folgen haben, weil nach Schätzungen des ZAW insgesamt rund 3 Mrd. Euro Werbeeinnahmen wegfallen könnten. Erfasst wird nicht nur Werbung, die sich an Kinder „richtet“, sondern nahezu jegliche Werbung für als „ungesund“ eingeschätzte Lebensmittel in der Presse oder anderen gedruckten Veröffentlichungen, in Hörfunk und TV, auf Internetseiten oder in sozialen Netzwerken.

Aus Sicht des BVDM stellt ein pauschales Werbeverbot einen erheblichen Eingriff in die Meinungsfreiheit sowie die wirtschaftliche Betätigungsfreiheit dar und ist nicht gerechtfertigt. Der BVDM wird sich deshalb weiter auch über den ZAW gegen ein pauschales Werbeverbot einsetzen.



„Ausbildung: Im Vergleich zu heute könnte die zukünftige Rolle der Beschäftigten in den Druck- und Medienunternehmen stärker von technischen Fähigkeiten und kreativem Denken geprägt sein. Das könnte auch zu einem breiteren Spektrum an Ausbildungsberufen führen und gleichzeitig mehr Menschen für eine Ausbildung in der Druckindustrie begeistern. Auch die Art der Wissensvermittlung während der Ausbildung wird sich verändern. KI-gestützte Simulationen ermöglichen umfassende Erfahrungen im Umgang mit Maschinen ohne den Einsatz von Papier oder Farbe“

(Text- und Bildidee wurden mithilfe von KI generiert und bilden nicht die Meinung des BVDM ab.)

Bildung





Textoptimierung mit KI für die Prüfungsaufgabenerstellung



Im Projekt TOP.KI wird ein Werkzeug entwickelt, das mithilfe von KI die Formulierung von Prüfungsaufgaben in Einfacher Sprache unterstützt. Projektpartner sind neben dem Zentral-Fachausschuss Berufsbildung Druck und Medien (ZFA) das Institut für Textoptimierung in Halle/Saale, der Lehrstuhl für Technologien und Management der Digitalen Transformation der Bergischen Universität Wuppertal, die Berufsbildungswerke Oberlinhaus Potsdam und Leipzig sowie die deepsight GmbH in Osnabrück. Gefördert wird das Projekt durch den Ausgleichsfonds des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales. Projektbeginn war der 1. März 2023. Der BVDM begleitet das Projekt aktiv im Beirat.

Prüfungstexte können für Auszubildende, die Schwierigkeiten mit der Sprache haben, eine große Hürde sein. Durch Textoptimierung kann diese einfacher überwunden werden. Dabei geht es nur darum, eine bessere Verständlichkeit der Aufgabentexte zu erreichen, das Prüfungsniveau selbst bleibt erhalten.

In dem dreijährigen Projekt, das im März 2023 begonnen hat, wird die Realisierung des digitalen Übertragungswerkzeugs in verschiedenen Modulen erarbeitet (siehe Abbildung). In einer Wortschatzzentrifuge werden Standardsprache und berufsspezifische Fachsprache getrennt. Der Sprachbarrierensensor erkennt in der Standardsprache sprachliche Hürden in den Prüfungsaufgaben. Über einen „Einfache-Sprache-Assistenten“ schlägt eine speziell entwickelte KI-Software Formulierungen in einfacher Sprache vor. Über das gesamte Projekt erfolgt eine Überprüfung der Praxistauglichkeit durch Einbeziehung aller am Prüfungsprozess beteiligter Akteure.



Weitere Infos unter:
<https://top-ki.info/>

Wir haben ChatGPT nach den Vor- und Nachteilen von KI in der beruflichen Bildung befragt*

Nenne drei Gründe, wie die KI die berufliche Bildung verbessert?

Antwort ChatGPT: Die künstliche Intelligenz (KI) hat das Potenzial, die berufliche Bildung auf verschiedene Weisen zu verbessern:

Personalisierte Lernangebote: KI kann dazu verwendet werden, Lerninhalte und -methoden an die individuellen Bedürfnisse und Lernstile der Lernenden anzupassen. Durch die Analyse von Lernfortschritten und -verhalten können maßgeschneiderte Lernwege erstellt werden, die den Lernenden ein effektiveres und effizienteres Lernen ermöglichen.

Virtuelle Schulungen und Simulatoren: KI-basierte Simulationen bieten realistische Umgebungen für praktisches Training in verschiedenen Berufsfeldern, ohne reale Risiken. Dies ermöglicht es den Lernenden, praktische Erfahrungen zu sammeln und ihre Fähigkeiten in einem sicheren und kontrollierten Umfeld zu entwickeln.

Automatisierte Bewertung und Feedback: KI kann verwendet werden, um Aufgaben automatisch zu bewerten und detailliertes Feedback zu geben. Dies hilft Lehrkräften, den Bewertungsprozess zu optimieren und den Lernenden eine sofortige Rückmeldung zu geben, die ihnen dabei hilft, ihre Leistung zu verbessern und ihre Fähigkeiten weiterzuentwickeln.

Was sind die Nachteile von KI in der Berufsbildung?

Antwort ChatGPT: Obwohl die künstliche Intelligenz (KI) zahlreiche Vorteile für die berufliche Bildung bietet, gibt es auch einige potenzielle Nachteile:

Abhängigkeit von Technologie: Eine übermäßige Abhängigkeit von KI-Systemen in der beruflichen Bildung könnte dazu führen, dass Lernende und Lehrkräfte weniger flexibel werden und ihre Fähigkeit, Probleme eigenständig zu lösen, verringern. Dies könnte zu einer Abnahme der kritischen Denkfähigkeit und der Fähigkeit zur Problemlösung führen.

Datenschutz- und Sicherheitsbedenken: Die Verwendung von KI in der beruflichen Bildung erfordert oft die Sammlung und Verarbeitung von großen Mengen persönlicher Daten. Dies kann Datenschutz- und Sicherheitsbedenken aufwerfen, insbesondere wenn die Daten in die falschen Hände geraten oder für unethische Zwecke missbraucht werden.

Digitale Kluft und Ungleichheit: Nicht alle Lernenden haben Zugang zu hochwertigen KI-Systemen und -Technologien. Dies könnte zu einer weiteren Kluft zwischen denen führen, die Zugang zu den neuesten Technologien haben, und denen, die es nicht tun. Dies könnte zu Ungleichheiten in der beruflichen Bildung führen und den Zugang zu Chancen und Ressourcen beeinträchtigen.

Arbeitsplatzveränderungen: Der Einsatz von KI könnte dazu führen, dass bestimmte Arbeitsplätze und Fähigkeiten überflüssig werden, was zu Arbeitsplatzverlusten und Umstrukturierungen führen könnte. Dies erfordert eine Anpassung der beruflichen Bildung, um sicherzustellen, dass Lernende über die Fähigkeiten verfügen, die in einer von KI geprägten Arbeitswelt benötigt werden.

Ethik und Bias: KI-Systeme sind anfällig für Vorurteile und Ungerechtigkeiten, die sich negativ auf die berufliche Bildung auswirken können. Zum Beispiel könnten algorithmische Entscheidungen auf rassistischen oder sexistischen Annahmen basieren, was zu unfairen Bewertungen und Diskriminierung führen könnte. Es ist wichtig, sicherzustellen, dass KI-Systeme fair, transparent und ethisch entwickelt und eingesetzt werden.

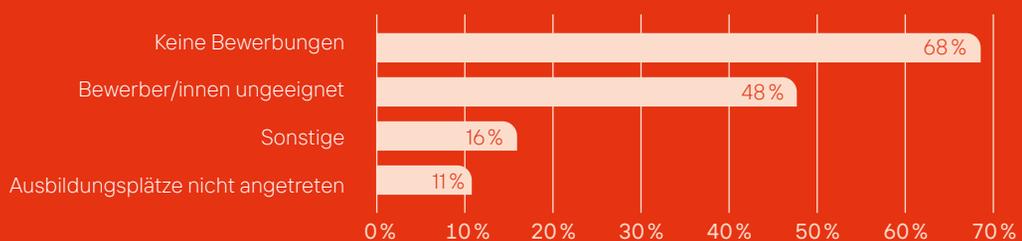
** Text wurde mithilfe von KI generiert und bildet nicht die Meinung des BVDM ab.*

Ausbildungs- und Fachkräftesituation 2023

Trotz verstärkter Bemühungen blieb es auch 2023 schwierig, Ausbildungsplätze zu besetzen und Fachkräfte zu finden. Die Ergebnisse der bundesweiten Umfrage zur Ausbildungs- und Fachkräftesituation in der Druck- und Medienwirtschaft geben detaillierte Einblicke in die Lage auf dem Ausbildungs- und Fachkräftemarkt.

Was sind die Gründe für unbesetzte Ausbildungsstellen?

(Mehrfachantworten zulässig)



Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, dass die Ausbildungsbereitschaft in den Betrieben der Druck- und Medienwirtschaft weiterhin sehr hoch ist. Drei Viertel der befragten Unternehmen bilden aus, davon haben 63% in diesem Jahr neue Ausbildungsverträge abgeschlossen. Es hätten sogar noch mehr sein können, aber viele Unternehmen haben trotz des Einsatzes verschiedener Maßnahmen zur Nachwuchskräftegewinnung keine Bewerbungen für ihre angebotenen Ausbildungsplätze erhalten. Ein Drittel der an der Umfrage beteiligten Unternehmen konnte keine oder nicht alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen. Bei der Betrachtung der einzelnen Ausbildungsberufe ist nur bei den Mediengestaltern Digital und Print sowie den kaufmännischen Berufen die Quote bei den unbesetzten Stellen leicht gesunken,

bei den Medientechnologen blieben vermehrt Ausbildungsplätze vakant. Bei den Gründen für unbesetzte Ausbildungsstellen nannten 68% der befragten Unternehmen ausbleibende Bewerbungen – mehr als doppelt so viele wie im Jahr 2020. Umgekehrt verhält sich der Trend bei den ungeeigneten Bewerberinnen und Bewerbern, die 2018 und 2019 noch von 75% der Unternehmen als Grund für unbesetzte Ausbildungsplätze nannten – jetzt gaben diesen Grund nur noch 48% an. Nicht angetretene Ausbildungsplätze spielen weiterhin eine untergeordnete Rolle. Bei den sonstigen Gründen wurden fehlendes Ausbildungspersonal, zu hoher Zeitaufwand und unverhältnismäßiger bürokratischer Aufwand genannt.

25 %

bilden nicht aus

75 %

bilden aus

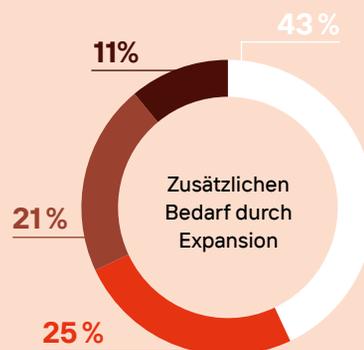
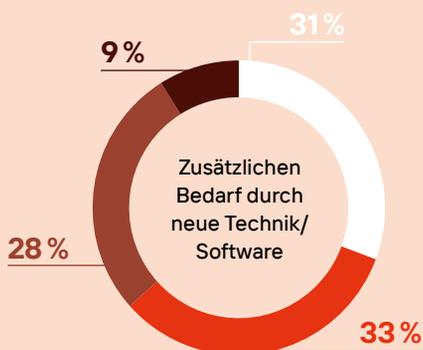
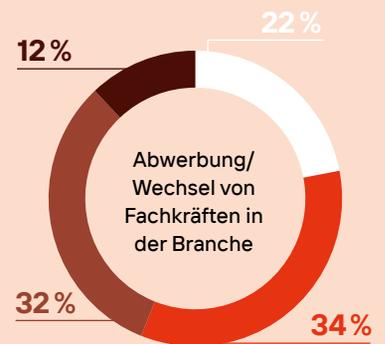
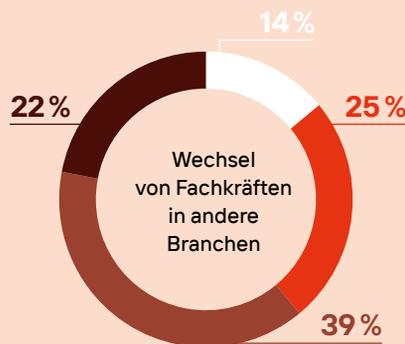
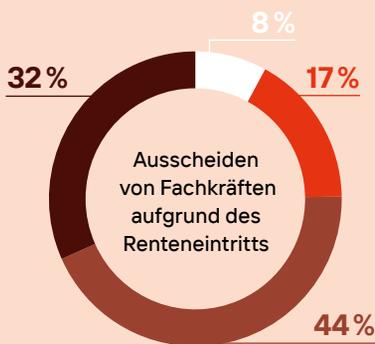


Der Fachkräftemangel nimmt zu

Rund drei Viertel der Unternehmen sind vom Fachkräftemangel betroffen – eine Steigerung von 12 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr. Bei der Frage nach den Gründen für den Mangel an Fachkräften steht mit 72 % „durch Renteneintritt“ an erster Stelle. Bei den Maßnahmen zur Fachkräftesicherung rangieren Mitarbeiterqualifikation und Ausbildung auf den ersten Plätzen. Der aktuelle Mangel wirkt sich insbesondere auf die steigende Arbeitsbelastung der Mitarbeiter (86 %) sowie auf die Zahlung von höheren Gehältern und Löhnen (69 %) aus.

Den Ergebnisbericht erhalten Mitglieder über ihren Landesverband Druck und Medien.

Wie stark ist Ihr Unternehmen vom Fachkräftemangel betroffen durch ...?



Gestaltungswettbewerb der Verbände Druck und Medien

Seit 33 Jahren richten die Druck- und Medienverbände den bundesweiten Gestaltungswettbewerb für Auszubildende und Umschüler aus. Damit motivieren die Verbände Druck und Medien den Nachwuchs, sich kreativ mit Themen rund um Printprodukte zu beschäftigen.

2024: Gute Karten für den Druck

Beim diesjährigen Azubi-Gestaltungswettbewerb geht es unter dem Motto „Gute Karten für den Druck – Informationen über die Nachhaltigkeit von Print“ um die Gestaltung von vier Infokarten im Format DIN A6, die Druckereien ihren Auslieferungspaketen beilegen und damit ihre Kunden über die Nachhaltigkeit von Druckprodukten informieren können.



Jessica Baier setzte sich 2023 erfolgreich durch und gewann mit ihrem Entwurf den Gestaltungswettbewerb. Felix Mayer (vdm Rheinland-Pfalz Saarland) überreichte die Siegerurkunde persönlich.

2023: Gut platzierte Werbung sticht ins Auge

Beim Gestaltungswettbewerb 2023 ging es um Werbung für die Werbung. Die Auszubildenden gestalteten Werbeplakate, die potenzielle Kunden von Außenwerbung überzeugen sollten. Überzeugen konnte die Jury, bestehend aus namhaften Profis aus unterschiedlichen Arbeitsbereichen, Unternehmen und Organisationen, das Plakat von Jessica Baier, im ersten Ausbildungsjahr bei der Formrausch GmbH in Koblenz. Den glücklichen Gewinnerinnen und Gewinnern des Wettbewerbs 2023 wurde von den Mitarbeitern der Landesverbände die Gewinnerurkunde persönlich überreicht.



[bvdm-online.de/
gestaltungswettbewerb/](https://bvdm-online.de/gestaltungswettbewerb/)



Der Entwurf von Jessica Bode (Mitte) wurde gedruckt und aufgestellt. Melanie Erlewein (dmpi) gratulierte ihr gemeinsam mit ihrer Ausbilderin (li.) zur erfolgreichen Teilnahme.

Neue Ausbildungsordnung Mediengestalter/-in Print und Digital in Kraft

Die neue Ausbildungsverordnung Mediengestalter/-in Digital und Print ist zum 1. August 2023 in Kraft getreten. Dabei wurden neue arbeitsorganisatorische sowie technische Entwicklungen in das Berufsbild eingearbeitet, und die Ausbildungsstruktur konnte wesentlich verschlankt werden. Der BVDM war arbeitgeberseitig federführend bei der Neuordnung beteiligt. Um die Änderungen im Berufsbild entsprechend in den zukünftigen Prüfungen zu berücksichtigen, haben sich Mitte November 2023 Aufgabenersteller und Sachverständige aus dem Neuordnungsverfahren zu einem zweitägigen Workshop beim ZFA in Kassel getroffen.

Ausbildungsbetrieben, Mitgliedern von Prüfungsausschüssen, Kammermitarbeitern sowie Lehrkräften wurde die Neuordnung für den Mediengestalter Digital und Print von den Verbänden Druck und Medien und dem BVDM in 28 Informationsveranstaltungen bundesweit von April bis November 2023 vorgestellt. Den Auftakt bildete eine Videokonferenz der Deutschen Industrie- und Handelskammer (DIHK) im März 2023, bei der der BVDM die Neuordnung vor rund 280 interessierten Kammermitarbeitern präsentierte. Unterstützend ist bereits im Juni 2023 die vom ZFA und BVDM überarbeitete Berufsbroschüre Mediengestalter/-in Digital und Print erschienen.



Einstiegsqualifizierungen für Medienberufe

Unternehmen können über die Einstiegsqualifizierung (EQ) potenzielle Auszubildende kennenlernen. Dabei handelt es sich um ein sozialversicherungspflichtiges Praktikum von mindestens vier bis höchstens zwölf Monaten, das vom Jobcenter bezuschusst wird. Für den neu geordneten Beruf Mediengestalter/-in Digital und Print haben die Sozialpartner BVDM und ver.di mit dem ZFA und dem DIHK eine Einstiegsqualifizierung „Mediengestaltung – Aufbereiten von Digital- und Printmedien“ erarbeitet. Die Einstiegsqualifizierungen für Medientechnologieberufe sind derzeit auch in Überarbeitung.

Ziel ist es, die Praktikanten auf eine Ausbildung in einem konkreten Beruf vorzubereiten. Die Unternehmen haben so die Möglichkeit, die Teilnehmenden kennenzulernen und bei Eignung für eine Ausbildung zu übernehmen. Die Agentur für Arbeit bietet weiterführende Unterstützung durch eine Assistierte Ausbildung (AsA) an. Dabei erhält die oder der Auszubildende eine flexible und persönliche Förderung neben der Ausbildung – beispielsweise in Form von Stützunterricht oder einer sozialpädagogischen Betreuung.



[www.arbeitsagentur.de/
unternehmen/ausbilden/
einstiegsqualifizierung-
arbeitgeber](http://www.arbeitsagentur.de/unternehmen/ausbilden/einstiegsqualifizierung-arbeitgeber)

Treffen der Fachschulen

Seit vielen Jahren bieten bundesweit Fachschulen eine Weiterbildung zum/ zur Staatlich geprüften Techniker/in (Druck- und Medientechnik) und zum/ zur Staatlich geprüften Designer/in (Werbe- und Mediendesign) an – heute wird beim Abschluss auch der Titel Bachelor Professional verliehen. Aufgrund des schnellen Wandels in der Druck- und Medienbranche und deren Auswirkungen auf die beruflichen Schulen organisieren ZFA und BVDM in Zusammenarbeit mit der Lehrer-arbeitsgemeinschaft Medien (LAG) in unregelmäßigen Abständen ein Treffen, um sich über aktuelle Herausforderungen und Themenstellungen auszutauschen.

Im Februar 2024 fand die Neuauflage dieses Fachschultreffens an der Gutenbergschule in Frankfurt am Main statt. Mit Kollegen aus Berlin, Münster, Köln, Kassel, Nürnberg, Karlsruhe, München und Frankfurt sowie Vertretern der Verbände Druck und Medien Nord-West und Hessen erörterten Anette Jacob (ZFA) und Frank Fischer (BVDM) die aktuellen Entwicklungen der Studierendenzahlen.



Daneben galt es, die Weiterbildung an den Fachschulen von den Qualifikationsangeboten zum Industriemeister oder Medienfachwirt abzugrenzen. Eine Vorstellung der einzelnen Fachschulstandorte zeigt, dass trotz inhaltlicher Rahmenplanempfehlung jede Schule ihre eigenen Schwerpunkte setzt.

Die Studierenden der Technikerschule in Frankfurt am Main haben mit ihren Projektarbeiten „Falzfuchs“ und „PAN, Personal Assistent Note – Das Beste aus zwei Welten“ die ersten beiden Plätze beim Druck&Medien Award 2023 in der Kategorie Studentengruppe des Jahres belegt.

Bester Ausbildungs- betrieb 2023

Die Mail Druck + Medien GmbH aus Bünde überzeugte die Jury mit ihrem ganzheitlichen Ausbildungskonzept. Neben einem Onboarding-Prozess erhalten die Jugendlichen eine Schulung in Kommunikation, damit ihnen später selbstständiges und eigenverantwortliches Arbeiten und Handeln erleichtert wird. Während der gesamten Ausbildung erhalten sie Unterstützung in allen Belangen – sowohl beruflich als auch bei Bedarf privat.

Für einen optimalen Ausbildungsverlauf besuchen die Auszubildenden Seminare und Prüfungsvorbereitungskurse. Während der Ausbildung lernen die zukünftigen Fachkräfte alle Produktionsabteilungen kennen, und spätere berufliche Aufstiegsqualifikationen werden gefördert. Dieses Engagement zahlt sich für die Auszubildenden in überdurchschnittlich guten Abschlussnoten und für die Mail Druck + Medien GmbH bei der Sicherstellung des Fachkräftebedarfs aus.



Am 19. Oktober hat Dr. Paul Albert Deimel der Mail Druck + Medien GmbH den Award Bester Ausbildungsbetrieb überreicht.

BVDM informiert Berufsberater über Branchenberufe



Gemeinsam mit Berufsberaterinnen und Berufsberatern der Bundesagentur für Arbeit Berlin besuchte Frank Fischer, Referent für Aus- und Weiterbildung beim BVDM, die Buch- und Offsetdruckerei H. Heenemann GmbH & Co. KG in Berlin und stellte gemeinsam mit dem Geschäftsführer Dirk Hentschler bei einer Infoveranstaltung die Branche und Ausbildungsberufe der Druck- und Medienwirtschaft vor.



Für einige Teilnehmende war es der erste Besuch einer Druckerei. Sie hatten die Möglichkeit, dabei hinter die Kulissen zu blicken und sämtliche Abteilungen der Druckproduktion von der Vorstufe bis zur Druckverarbeitung kennenzulernen. In der abschließenden Fragerunde zeigten sich die Berufsberaterinnen und Berufsberater von der modernen Technik und den abwechslungsreichen Aufgaben beeindruckt.





Umwelt

„Biologisch abbaubare

Materialien: Mit dem wachsenden Fokus auf Nachhaltigkeit hätten Drucker in der Zukunft die Möglichkeit, biologisch abbaubare Tinten und Materialien zu verwenden, die umweltfreundlicher sind, gleichzeitig eine hohe Druckqualität bieten und so beispielsweise für die Verpackung von Lebensmitteln eingesetzt werden können.“

(Text- und Bildidee wurden mithilfe von KI entwickelt und bilden nicht die Meinung des BVDM ab.)

Klimainitiative auf dem Transformationspfad

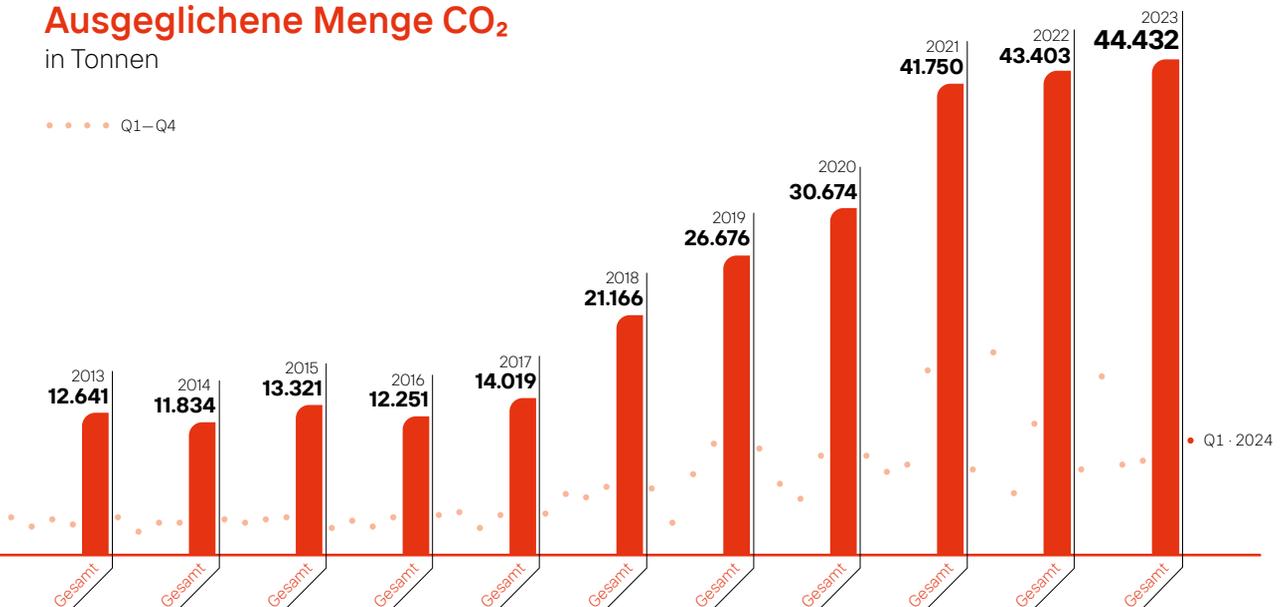
Die Klimainitiative der Druck- und Medienverbände unterstützt ihre Mitglieder noch stärker bei der CO₂-Reduktion. Dazu wurde ein Fünf-Stufen-Plan - die Intergraf-Roadmap - veröffentlicht, der aufzeigt, wo eine Reduktion ansetzen kann, um eine möglichst große Hebelwirkung zu erzielen.

Mit einer Erweiterung des Angebots im Bereich des CO₂-Rechners startete im November 2023 die weitaus transparentere Berichterstattung über die wesentlichen und relevanten Emissionen auf hohem industriellem Standard. Nach erfolgreicher Pflege der Produktionsdaten kann auf Knopfdruck ein Klimakurzbericht erstellt werden, der sich auch für den Teil zur Klimawirksamkeit der Nachhaltigkeitsberichterstattung eignet.

Neben der Reduktion bleibt die Kompensation ein wichtiger Baustein für die noch nicht vermeidbaren Emissionen. Im Jahr 2023 wurden über die Klimainitiative insgesamt 44.400 Tonnen CO₂ durch Investitionen in Klimaschutzprojekte kompensiert. Auch das Angebot, sich zusätzlich für den Waldschutz in Deutschland zu engagieren, wurde gut angenommen. So konnten gemeinsam mit dem Partner Stiftung Unternehmen Wald 3200 Bäume auf einer durch den Buchdrucker (Borkenkäfer) stark geschädigten Waldfläche in Ennepetal, Schleswig-Holstein, gepflanzt werden.

Ausgeglichene Menge CO₂ in Tonnen

Q1-Q4



BVDM arbeitet klimafreundlich durch CO₂-Kompensation

Der BVDM berechnet seine CO₂-Emissionen und kompensiert 2024 zum siebten Mal in Folge diesen errechneten CO₂-Fußabdruck. Berücksichtigt werden dafür sämtliche energierelevante Faktoren, wie etwa der Strom- und Wärmebedarf für die Geschäftsstellen und die Arbeitswege aller Mitarbeitenden.

Der CO₂-Fußabdruck wird mit dem Rechner der Klimainitiative der Verbände Druck und Medien ermittelt und die unvermeidbaren Emissionen durch Klimaschutzmaßnahmen im Gold-Standard-zertifizierten Projekt „Effiziente Kocher“ in Ghana ausgeglichen.



Wir setzen uns für Klimaschutz ein und haben die gesamten Emissionen der Wertschöpfungskette unseres Unternehmens kompensiert.
ID-Nr. 24169957 - gültig bis 03/25
www.klima-druck.de

BLAUER ENGEL FÜR DRUCKFARBEN

BVDM beteiligt sich an Expertenanhörungen

Im Oktober 2023 wurde ein erster Kriterienkatalog für einen neuen „Blauen Engel für Druckfarben, Toner und Tinten für professionelle Druckmaschinen“ einer Expertengruppe vorgelegt, der auch der BVDM angehört. Mit dem neuen Blauen Engel für Druckfarben werden die Anforderungen, die bisher von den Druckereien nachgewiesen werden mussten, auf die Druckfarbenhersteller übertragen, die diese besser beurteilen können.



Um die Gefahr einer Überfrachtung des ohnehin schon sehr aufwändigen Zertifizierungsprozesses mit dem Blauen Engel für Druckereien zu minimieren, hat sich der BVDM intern abgestimmt und sich mit Stellungnahmen und Fachbeiträgen in die Expertenanhörungen eingebracht. Der neue Kriterienkatalog für Druckfarbenhersteller DE-UZ 237 wurde im Juli 2024 von der Jury Umweltzeichen akzeptiert und nun können auch Druckfarbenhersteller eine Zertifizierung ihrer Druckfarben mit dem Blauen Engel bei der RAL beantragen.

NEUE 31. BLMSCHV

Information und Lobbying zum Thema Lösemittelbilanz

Der BVDM hat den politischen Prozess der Überarbeitung der 31. Verordnung zur Durchführung des Bundes-Immissionsschutzgesetzes (31. BImSchV) intensiv begleitet und gemeinsam mit dem Arbeitskreis Umweltschutz + Arbeitssicherheit im BVDM fachlichen Input für die Lobbyarbeit des BVDM geleistet. Die neue Verordnung wurde im Januar 2024 veröffentlicht und die von ihr betroffenen Unternehmen müssen sich auf die neuen Anforderungen vorbereiten. Gemeinsam mit Behördenvertretern hat der BVDM in einem infoKompakt über die neuen Anforderungen berichtet.

Zentraler Bestandteil der 31. BImSchV ist die Erstellung einer Lösemittelbilanz. Damit alle in Deutschland betroffenen Heatset-Rollenoffset-Betriebe unter vergleichbaren Bedingungen die Grenzwertforderungen nach der Lösemittelbilanz nachweisen, hat sich eine kleine Arbeitsgruppe im Verband an die Erarbeitung einer Vorlage gemacht. Diese wird im Anschluss allen Mitgliedern der Verbände Druck und Medien zur Verfügung gestellt.

infoKompakt

Neue Anforderungen
für Druckereien
nach 31. BImSchV

15.01.2024

infoKompakt

Entwaldungsfreie Druckprodukte

15.11.2023

BVDM fordert Nachbesserungen zur Entwaldungsverordnung

Mit der europäischen Entwaldungsverordnung (EUDR) werden auch Unternehmen der Druck- und Medienwirtschaft in die Pflicht genommen, nachzuweisen, dass ihre Produkte nicht mit Entwaldung oder Waldschädigung in Zusammenhang stehen. Dazu müssen die Herkunftsdaten des Holzes in der Wertschöpfungskette erfasst, kontrolliert und weitergegeben sowie in einer Datenbank dokumentiert werden.

Weil die Anforderungen aus der Verordnung bereits ab Anfang 2025 einzuhalten, viele der Umsetzungsfragen aber noch völlig unklar sind, hat der BVDM neben umfangreichen Informationspaketen auch ein Verschieben der Sanktionen gefordert.

Der BVDM hat sich für eine praxistaugliche und rechtssichere Umsetzung in einer angemessenen Frist eingesetzt. Mit einem Verbändeschreiben gegenüber der Politik bekräftigte der BVDM gemeinsam mit dem Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger, Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Bundesverband kostenloser Wochenzeitungen und dem Medienverband der freien Presse seinen Appell, realitätsferne Umsetzungsfragen sowie unklare Nachweis- und Dokumentationspflichten zu unterlassen.

Auch hierzu hat der BVDM ein infoKompakt veranstaltet, um über Anforderungen und aktuelle Entwicklungen zu informieren. Wer die Onlineveranstaltung verpasst hat, kann sich die Aufzeichnung des infoKompakts bei YouTube ansehen: <https://youtu.be/Qkds72qGgL4?feature=shared>



Neues aus Berlin und Brüssel

Mitgliedsunternehmen der Verbände erhalten seit Juli 2023 exklusiv den BVDM-Report „Neues aus Berlin und Brüssel“. Das Dokument informiert in unregelmäßigen Abständen über aktuelle deutsche bzw. europäische Regelungen, die speziell für die Druck- und Medienwirtschaft bedeutsam sind. Der Fokus liegt dabei auf den Bereichen Umweltschutz und Arbeitssicherheit sowie anderen Nachhaltigkeitsaspekten.

Der Report stellt in knapper Form die wichtigsten Pflichten sowie Vorteile und Chancen dar, die sich aus den Gesetzen, Verordnungen und Richtlinien ergeben. Auch geplante Regelungen werden kommentiert. „Neues aus Berlin und Brüssel“ verschafft dem eiligen Leser Orientierung. Bereits im Inhaltsverzeichnis wird deutlich, welche Unternehmen von der jeweiligen Regelung betroffen sind; sämtliche Beiträge umfassen maximal eine Seite und sind in einheitlicher Weise gegliedert. Links verweisen auf weiterführende Informationsquellen, die Unterstützung bei der Interpretation und Anwendung der Vorgaben bieten.



Mineralöleintrag von Zeitungen ins Altpapier weit niedriger als gedacht

Medienberichte über Mineralölbestandteile in Lebensmitteln haben dazu geführt, potenzielle Eintragsquellen genauer in den Blick zu nehmen. So wird u. a. vermutet, die Stoffe könnten aus Lebensmittelverpackungen stammen, die aus Recyclingpapier bzw. -karton bestehen. Als Verursacher kämen vor allem die in den Altpapierkreislauf eingebrachten Zeitungen in Betracht, weil für den Zeitungsdruck bis vor Kurzem ausschließlich Farben zur Verfügung standen, deren Bindemittel aus Mineralölen bestehen. Bei der Druckfarbentrocknung werden diese Mineralöle – anders als z. B. im Heatset-Rollenoffsetdruck – nicht verdampft, sondern vom Papier aufgesogen und verbleiben deshalb im Druckprodukt.

Unabhängig davon, dass auch zahlreiche andere potenzielle Eintragsquellen für Mineralölbestandteile in Lebensmittel existieren, arbeiten die Verbände der Wertschöpfungskette Druck daran, ihre Produkte auch in Hinblick auf das Papierrecycling zu optimieren.

Zu diesem Zweck verpflichtete sich die von den Verbänden getragene Arbeitsgemeinschaft Grafischer Papiere (AGRAPA) im April 2023 gegenüber dem Bundesumweltministerium, die aus dem Zeitungsdruck stammenden Mineralöleinträge bis 2025 gegenüber dem Referenzjahr 2020 zu halbieren und bis 2028 auf null abzusenken.

Um zu prüfen, ob die Ziele der Selbstverpflichtung erreicht werden, erhebt die AGRAPA unter Federführung des BVDM die Papier- und Druckfarbenverbräuche der Zeitungshäuser einschließlich der benötigten Angaben zum Mineralölgehalt der Druckfarben. Schon die Erhebung für das Basisjahr 2020 brachte eine erstaunliche Erkenntnis: Die Menge an Mineralölen, die über bedruckte Zeitungen ins Altpapier eingetragen wurde, lag dort selbst bei konservativer Rechnung noch nicht einmal bei 8 % der 2015 vom Lebensmittelverband behaupteten Eintragsmenge.



Technik & Innovation

A close-up, vertical photograph of a person's hand adjusting a control knob on a complex industrial machine. The machine is filled with various components, wires, and panels, suggesting a high-tech manufacturing or research environment. The background is blurred, showing other parts of the factory and some glowing lights. The overall tone is professional and focused on technical innovation.

„Drucker der Zukunft:

Sie fungieren stärker als bisher als ‚Drucktechnologe‘ und sind für die Auswahl und Anpassung der richtigen Druckmaterialien, die Programmierung von komplexen Druckmaschinen und die Entwicklung innovativer Drucklösungen verantwortlich. Dies könnte eine Verschiebung hin zu einer anspruchsvolleren und spannenderen Tätigkeit bedeuten, die ein breiteres Spektrum an Fähigkeiten erfordert.“

(Text- und Bildidee wurden mithilfe von KI generiert und bilden nicht die Meinung des BVDM ab.)



Mit Standards zukunftsfähig

Normung und Standardisierung sind ein wesentlicher Baustein für wirtschaftlichen Erfolg. Das gilt auch für die Druck- und Medienwirtschaft. Der BVDM engagiert sich deshalb seit vielen Jahren in nationalen und internationalen Normungsgremien von DIN und ISO. Heute werden für die Druckindustrie fast ausschließlich internationale (ISO-)Normen erarbeitet; die im DIN vertretenen Branchenexperten repräsentieren dabei die deutschen Interessen.

DIN: Effizientere Normungsprozesse im Bereich Drucktechnik

Bis vor Kurzem gab es den eigenständigen DIN-Normenausschuss Druck- und Reproduktionstechnik, der sich in einen Beirat und vier Arbeitsausschüsse gliederte. Zum Jahreswechsel 2023/2024 wurde diese Struktur erheblich vereinfacht: Ein einziger Arbeitsausschuss Drucktechnik, integriert in den DIN-Normenausschuss Informationstechnologien und Anwendungen, bündelt nunmehr die Normungsaktivitäten im Bereich Druck. Dies spart nicht nur Kosten, sondern verringert auch den Koordinationsaufwand und schafft Synergien zur Normung digitaler Technologien.

ISO: Verzögerungen bei Einigung auf neuen internationalen Offset-Standard

Zum Kernbestand der Normen für die Druckindustrie zählt ISO 12647-2. Sie enthält Vorgaben für die Färbungssteuerung im Offsetdruck und stellt die wichtigste Grundlage für den Prozessstandard Offsetdruck dar. Zurzeit wird die Norm überarbeitet. Ziel ist dabei die Harmonisierung der in den USA und der in Europa entwickelten Methoden für die Qualitätssteuerung, wobei Letztere bereits durch die aktuelle Normfassung beschrieben wird. Dies soll es ermöglichen, zumindest beim Offsetdruck auf Bilderdruckpapieren mit einer weltweit einheitlichen Farbcharakterisierung zu arbeiten. Ursprünglich war vorgesehen, die aktualisierte Normfassung im ersten Halbjahr 2024 zu veröffentlichen.

Nachdem die US-Amerikaner im Januar 2024 jedoch überraschend damit begannen, ein überarbeitetes Konzept ihrer Methode zu vermarkten, ergibt die Verabschiedung des aktuellen Normentwurfs aus deutscher Sicht keinen Sinn mehr, weil die Norm zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung bereits veraltet wäre. Gemeinsam mit den übrigen deutschen Vertretern setzt sich der BVDM deshalb bei der ISO dafür ein, den Normungsprozess zu stoppen, bis die Informationen zur neuen US-Methode vollständig vorliegen. Folgt die ISO diesem Vorschlag, ist mit einer neuen Fassung der ISO 12647-2 etwa ab Ende 2025 zu rechnen. Bis dahin gelten die bewährten Konzepte des Prozessstandard Offsetdruck weiter, die sich an der seit 2013 gültigen Ausgabe der Norm orientieren.

Immer wichtiger: der fachliche Austausch von Zeitungsdruckereien

Treffpunkt Zeitungsdruck zu mineralölfreien Druckfarben und Energieeffizienz

Am 6. Juni 2023 trafen sich Angehörige der Leitungsebenen von Zeitungsdruckereien und -verlagen beim Onlineevent Treffpunkt Zeitungsdruck. Dort fiel der Startschuss zum Umstieg auf mineralölfreie Zeitungsdruckfarben, zu dem sich die Branche gegenüber dem Bundesumweltministerium verpflichtet hatte. Der BVDM gab einen Überblick, in welcher Weise die jährlichen Fortschritte bei der Reduzierung des Mineralöleinsatzes ermittelt und an das Ministerium berichtet werden. Präsentiert wurden außerdem Resultate eines Fogra-Forschungsprojekts, die eine allgemein gute Maschinenverträglichkeit und Deinkbarkeit mineralölfreier Zeitungsdruckfarben belegten. Einige der mit fast 90 Teilnehmern sehr gut besuchten Veranstaltung schilderten ihre überwiegend positiven Erfahrungen beim Druck mit mineralölfreien Zeitungsdruckfarben.

Einen weiteren Schwerpunkt der Veranstaltung bildete das Thema Energieeffizienz. Die Referenten erläuterten gesetzliche Regelungen und Gesetzesvorhaben, zeigten, wie Zeitungsdruckereien Schwachstellen beim Energieverbrauch systematisch ermitteln können, und stellten Förderprogramme für betriebliche Energieeffizienzmaßnahmen vor.

Arbeitskreise Zeitungsdruck und Instandhaltung

Im Arbeitskreis Zeitungsdruck tauschen sich Mitgliedsunternehmen ein- bis zweimal jährlich zu allen Fragen rund um die Zeitungsproduktion aus. Die Themenpalette der Onlinetreffen im Juli und Dezember 2023 reichte von Berichtspflichten und freiwilligen Maßnahmen der Nachhaltigkeitskommunikation bis hin zur Cybersicherheit und zu Einsatzmöglichkeiten künstlicher Intelligenz.

Bei der Produktion von Tageszeitungen spielt die ständige störungsfreie Verfügbarkeit aller Produktionssysteme eine besondere Rolle, weil hier jede Minute Verzögerung das pünktliche Erscheinen gefährdet. Dabei muss die Leistungsfähigkeit der Anlagen oft viele Jahre über die ursprünglich geplante Betriebsdauer hinaus gewährleistet bleiben, weil angesichts sinkender Zeitungsauflagen keine neuen Maschinen angeschafft werden können. Damit steigt die Bedeutung der Instandhaltung. Ein eigener BVDM-Arbeitskreis von Instandhaltungsexperten wird sich – nach einer pandemiebedingten Pause – auf Wunsch zahlreicher Zeitungshäuser künftig wieder treffen. Gesprächsbedarf besteht unter anderem zu Fragen der Um- und Nachrüstung (Retrofit) von Zeitungsdruckmaschinen und ihrer Peripherie, der Ersatzteilversorgung und des Fachkräftemangels.

KI – Booster für eine Branche im Wandel

Künstliche Intelligenz (KI) wird unser Leben verändern – als Bestandteil von Produkten und Dienstleistungen, als Werkzeug für die Arbeit und bei der Interaktion mit anderen. In ein paar Jahren wird künstliche Intelligenz für uns so selbstverständlich sein wie heute Internet und Smartphone.

In vielen Druck- und Medienunternehmen ist KI schon angekommen – sei es in Form von Bildbearbeitungswerkzeugen, bei der dynamischen Auftragssteuerung oder der Analyse von Maschinenzuständen für die vorbeugende Instandhaltung. Über kurz oder lang wird kein Unternehmensbereich mehr ohne KI auskommen, egal ob Vertrieb, Personalmanagement, Buchhaltung oder Lagerverwaltung. Denn KI schafft enormes Potenzial für Effizienzsteigerungen. Will man im Wettbewerb bestehen, führt an KI kein Weg vorbei.

Künstliche Intelligenz als Chance

Doch es reicht nicht aus, das Gleiche zu tun, wie alle anderen. Das schafft allenfalls Wettbewerbsgleichheit. Wer darüber hinaus die Potenziale von KI für Produkt- und Dienstleistungsinnovationen nutzt oder mithilfe von KI neue Kundenerlebnisse schafft, wird sich Konkurrenzvorteile erarbeiten können. So wie die exponentielle Zunahme digitaler Fotos einen neuen Markt für Fotoprodukte entstehen ließ, wird generative KI für eine wahre Content-Explosion sorgen, die Druck- und Medienunternehmen neue Geschäftschancen bietet. Der Trend zur kundenindividuellen Massenfertigung wird sich nochmals deutlich beschleunigen – eine gute Voraussetzung für die kreative Geschäftsfeldentwicklung rund um den Digitaldruck.

KI im lernenden Unternehmen

Künstliche Intelligenz wird auch die Wandlungsfähigkeit der Branche einmal mehr herausfordern. Dabei geht es weniger darum, im Unternehmen selbst originäre KI-Lösungen zu entwickeln. Viel häufiger dürften KI-Produkte „von der Stange“ zum Einsatz kommen, die ggf. mit unternehmenseigenen Daten für spezifische Anwendung „nachgeschärft“ werden. Im ersten Schritt gilt es, potenzielle Anwendungsfälle für KI zu identifizieren und mit den aktuellen Fähigkeiten und absehbaren Potenzialen von KI abzugleichen. Geschäftsführung und Mitarbeiter benötigen hierzu den Freiraum, sich über verfügbare KI-Werkzeuge und deren Leistungsfähigkeit zu orientieren und Anwendungen auszuprobieren. Die schiere Zahl von KI-Werkzeugen, ihre rasante Entwicklung und die permanente Erweiterung des Machbaren sind dabei eine Herausforderung. Doch wer sich ihr nicht stellt, wird schnell vom Fortschritt überrollt.

Der BVDM und seine Landesverbände begleiten und unterstützen die Druck- und Medienunternehmen bei den notwendigen Veränderungsprozessen – durch politische Interessenvertretung, ein großes Netzwerk sowie ein breites Veranstaltungs-, Publikations- und Beratungsangebot.

Zehn Fragen,

die sich Unternehmen stellen sollten, wenn sie künstliche Intelligenz einführen wollen:

1 → Ziel: Welche spezifischen Ziele sollen durch den Einsatz von KI erreicht werden?

2 → Datenverfügbarkeit: Stehen ausreichend hochwertige Daten zur Verfügung, um KI zu nutzen oder gar KI-Modelle zu trainieren und zu validieren?

3 → Infrastruktur: Ist die notwendige Infrastruktur und Technologie vorhanden, um KI zu unterstützen?

4 → Fachwissen: Besteht Zugang zu den notwendigen Fachkenntnissen und Ressourcen, um KI effektiv zu implementieren und zu verwalten?

5 → Integration: Wie wird die KI in bestehende Prozesse und Systeme integriert?

6 → Datenschutz und Sicherheit: Wie werden die Datenschutz- und Sicherheitsanforderungen erfüllt, die mit der Verwendung von KI einhergehen?

7 → Ethik und Verantwortlichkeit: Wie werden ethische Fragen berücksichtigt, und wie wird die Verantwortlichkeit für Entscheidungen geregelt, die von KI-Systemen getroffen werden?

8 → Skalierbarkeit: Ist die KI-Lösung skalierbar, und kann sie mit dem Wachstum des Anwendungsfelds bzw. des Unternehmens Schritt halten?

9 → Kosten: Welche Kosten werden Implementierung und Wartung der KI voraussichtlich verursachen, und wie werden diese Kosten gegen die erwarteten Vorteile abgewogen?

10 → Veränderungsmanagement: Wie werden die Mitarbeiter auf die Veränderungen vorbereitet, die durch die Einführung von KI entstehen?

Überarbeitete Mindestanforderungen für Getränkeflaschenetiketten

Getränkeflaschenetiketten sind Pfennigartikel und Hightechprodukte zugleich. Effiziente Druck- und Verarbeitungsprozesse sowie hochwertige Materialien erlauben es, Etiketten zu attraktiven Preisen mit unverwechselbaren Eigenschaften auszustatten und damit zum wesentlichen Informations- und Imageträger am Point of Sale zu machen.



Was Etiketten können müssen

Doch der Transport der Markenbotschaft durch die Gestaltung, den Druck und die Veredelung ist bei Weitem nicht alles, was den Wert eines Getränkeflaschenetiketts ausmacht. Einwandfreie Druckergebnisse sorgen nicht nur für die Optik, sondern gewährleisten auch die Verkehrsfähigkeit der Getränke. Angaben, wie Alkoholgehalt, Zutaten und eventuell Allergene, müssen im Interesse der Konsumentensicherheit korrekt und gut lesbar wiedergegeben sein. Im Handel sorgt die korrekte Wiedergabe von Barcodes auf den Etiketten für reibungslose Abläufe an Scannerkassen und Pfandautomaten.

Ein makelloses Erscheinungsbild allein macht aber noch kein gutes Etikett aus. Getränkeflaschenetiketten müssen in den einzelnen Phasen ihrer Verwendung zahlreichen funktionellen Ansprüchen genügen. Dies beginnt bei der Abfüllung, wo die Etiketten z. T. mit Hochgeschwindigkeitsetikettieranlagen störungsfrei auf die Flaschen aufgebracht werden müssen – oft unter Bedingungen (z. B. Feuchtigkeit), die für Papier alles andere als optimal sind. Das auf den Etiketten für individuelle Kennzeichnungen (z. B. das Mindesthaltbarkeitsdatum) vorgesehene Beschriftungsfeld muss so beschaffen sein, dass sich die Beschriftung mit den Kennzeichnungssystemen des Getränkeherstellers gut lesbar und haltbar aufbringen lässt.

Bei Mehrwegflaschen müssen die Etiketten auch nach dem Pfandrücklauf noch eine wichtige Anforderung erfüllen: In der Flaschenwaschmaschine sollen sie sich möglichst rasch von der Pfandflasche ablösen, ohne zu zerfasern oder die Waschlauge zu verschmutzen.

Druckereien und Brauereien vereinbaren Lieferbedingungen

Zum 1. Januar 2024 vereinbarten der BVDM und der Deutsche Brauer-Bund eine Neufassung der Speziellen Technischen Lieferbedingungen (STLB) für Getränkeflaschenetiketten auf Papier. Das Dokument ersetzt die bisherige Fassung vom Februar 1998. Die STLB legen Qualitätskriterien fest, die erfüllt sein müssen, damit die Etiketten während ihres Lebenszyklus den oben skizzierten Anforderungen genügen können. Sie geben Sollwerte und Toleranzen zur Papier-, Druck- und Verarbeitungsqualität von Getränkeflaschenetiketten vor, legen Methoden zur Prüfung und Fehlerbewertung fest und geben weitere Hinweise zur Qualitätssicherung.



Die STLB stehen für ein Qualitätsverständnis, das von den beteiligten Brauereien und Druckereien gemeinsam entwickelt wurde. Vereinbaren Etikettendruckereien und Getränkehersteller bei Vertragsschluss die Anwendung der STLB, ersparen sie sich mühsame individuelle Aushandlungsprozesse.



Die STLB für Getränkeflaschenetiketten aus Papier sind gratis unter bvdm-online.de/richtlinien/ verfügbar.





Öffentlichkeitsarbeit

„Traditionelle Drucktechniken:

Die Hochdrucktechnik könnte auch in Zukunft immer noch in der künstlerischen Druckgrafik und für hochwertige Kunstwerke Verwendung finden, der Siebdruck nach wie vor für die Herstellung von Textilien, Plakaten und Werbematerialien.

Durch die Kombination von digitalen Technologien und modernen Materialien könnten diese für die Herstellung von personalisierten Verpackungen, Werbemitteln oder maßgeschneiderten Kleidungsstücken eingesetzt werden.“

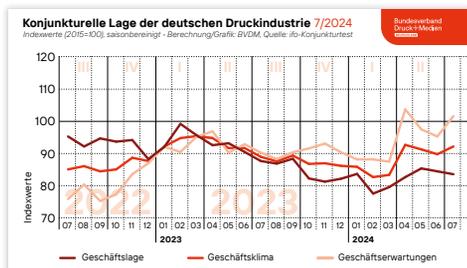
(Text- und Bildidee wurden mithilfe von KI generiert und bilden nicht die Meinung des BVDM ab.)

Keiner weiß mehr über Print

Strategische Kommunikation ist heute wichtiger denn je. Sie ist essenziell für die Lobbyarbeit des Bundesverbands. Wenn es um das Thema Print geht, ist der BVDM die erste Anlaufstelle für Journalisten und Verbände. Denn keiner weiß mehr über Print! Mit Zahlen, Daten, Fakten sowie aktuellen Ergebnissen aus renommierten Studien informiert der BVDM über die Branche, die Wirkung von Print und damit den Wert, den Druckerzeugnisse für unsere moderne Gesellschaft haben.

Zielgruppengerechte Medienarbeit

Zielgruppengerecht und pointiert informiert der BVDM Journalisten permanent über relevante Themen der Druck- und Medienwirtschaft. Hintergrundgespräche und Informationen über die Lage der Branche, seine Spezifika und wirtschaftliche Entwicklungen gehören ebenso dazu wie Publikationen in Form von Pressemeldungen, Interviews, Statistiken, Grafiken und Statements. Das führte in den vergangenen zwölf Monaten zu rund 600 Meldungen – Tendenz steigend.



Täglich Neues über die sozialen Medien

Fast täglich veröffentlicht der BVDM wichtige News und Wissenswertes aus der Druck- und Medienwirtschaft in den sozialen Medien, um Interessierte, Medienvertreter, die Druck- und Medienbetriebe sowie die breite Öffentlichkeit über relevante Themen aus der Druckbranche und wichtige BVDM-Themen zu informieren. Dabei setzt der BVDM mit seinen Posts auf den Kanälen LinkedIn, Instagram und X auf gut recherchierte, verlässliche Informationen.





Monatlich gut informiert mit dem BVDM-Newsletter

Alle 30 Tage erhalten die über 6000 Abonnenten des BVDM-Newsletters neueste Nachrichten aus der Branche. Den Newsletter abonnieren unter: bvdm-online.de/newsletter

Der nützliche NUTZEN

„Kein Event ohne Print“ lautete ein Titel des Verbandsmagazins NUTZEN im vergangenen Jahr. Mit anschaulichen Beispielen und Titelseiten greifen wir wirtschaftlich und gesellschaftlich relevante Themengebiete auf und beleuchten den Stellenwert Print in Deutschland. Rund um ein Thema zeigen wir auf, dass nahezu alle Branchen und Organisationen zwingend auf Druckprodukte angewiesen sind. Deshalb gilt die Druck- und Medienbranche als grundsätzlich systemrelevant.

Hinzu kommen Informationen und Hintergrundberichte aus der Branche mit Wirtschaftszahlen, Unternehmensporträts, Fakten zur Lobbyarbeit, rechtlichen Aspekten und Wissenswertem rund um das Thema Nachhaltigkeit in der Druckbranche.

Eine Leserumfrage Anfang 2024 zeigte, wie nützlich die Leserschaft das Verbandsmagazin einschätzt. Unsere Leserinnen und Leser beschäftigen sich sehr intensiv mit jeder Ausgabe. 83 % der Leserinnen und Leser aus Druck- und Medienbetrieben lesen sich die kompletten Ausgaben des NUTZEN durch und bewerten die Qualität der Artikel und des Layouts überwiegend sehr gut.



Visitenkarte Website

Die Website ist die Visitenkarte und damit das zentrale Kommunikationsinstrument des Verbandes. Gemeinsam mit sechs Landesverbänden präsentiert sich der BVDM im gleichen Look und verwendet das gleiche Redaktionssystem. Damit lassen sich enorme Ressourcen sparen. Die vom Bundesverband eingestellten Inhalte können problemlos und oftmals sogar ohne einen Klick von den Landesverbänden nachgenutzt werden.

Besonderes Highlight ist das Branchenportal des BVDM. Hier finden sich alle Positionen, die strategische Ausrichtung und die Ziele des BVDM. Gleichzeitig informiert es umfassend über die Druck- und Medienindustrie, ihre Relevanz für Wirtschaft sowie Gesellschaft und liefert verlässliche Informationen, Zahlen, Daten und Fakten aus den Bereichen Wirtschaft, Medien- und Unternehmensrecht, Sozialpolitik, Umwelt, Arbeitsschutz, Bildung sowie Technik & Innovation.



Besuchen Sie uns unter bvdm-online.de

Kampagnen



Umwelt.Bewusst.Gedruckt.

Unter dem Kampagnenmotto „Umwelt.Bewusst.Gedruckt.“ sollen Vorurteile über die Umweltbilanz von Druckerzeugnissen bei Kunden, Entscheidern, Medien, Meinungsbildnern und Politik abgebaut werden. Damit wollen der BVDM sowie die acht Landesverbände die Wahrnehmung von Printprodukten als nachhaltige Kommunikationsinstrumente deutlich stärken. Gleichzeitig zielt die Kampagne darauf ab, Greenwashern den Wind aus den Segeln nehmen. Denn häufig stecken hinter deren Wechsel von Print zu Online ganz andere Gründe als die „Liebe zur Umwelt“.



Die Kampagne startete mit der Themenwebsite umweltbewusstgedruckt.de, mit Mailings, Social-Media-Posts und Newslettern an etwa 20.000 Adressaten. Im Februar 2024 warben Plakate in sechs Ballungsgebieten – Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Köln, München und Stuttgart – für das Umdenken hinsichtlich gedruckter Produkte.

Im Sinne einer optimalen Wirkung der Offensive wurde ein Baukasten mit Kampagnenmaterialien zur Nachnutzung für VDM-Mitglieder entwickelt. Alle Materialien stehen Mitgliedern exklusiv als offene Daten zur Verfügung. Damit haben sie die Möglichkeit, sämtliche Materialien anzupassen und zu individualisieren.

„Mit dieser Kampagne wollen wir Verbraucherinnen und Verbraucher abholen, die wenig über Print wissen und daher anfällig für Vorurteile und Falschinformationen über die Umweltbilanz unserer Produkte sind.“

**Kirsten Hommelhoff,
Hauptgeschäftsführerin BVDM**

„Print macht mehr draus“ sorgt für ein positives Image

Für alle Druck- und Medienunternehmen, die ihren Kundinnen und Kunden sowie den eigenen Beschäftigten gute und überzeugende Argumente dafür bieten möchten, warum das Gedruckte trotz Smartphone und Tablet nach wie vor ein großes und unverzichtbares Medium ist, bietet der BVDM mit der Kampagne „Print macht mehr draus“ eine aktuelle, griffige Faktensammlung.

Mit Argumenten, die überzeugen, mit überraschenden Tatsachen und Fakten zum Schmunzeln veröffentlicht der BVDM in den sozialen Medien, in Newslettern und auf der BVDM-Website regelmäßig kleine, feine Motive über den Wert und die Wirksamkeit von Print. Damit sorgt er für ein gutes Image von Druckprodukten in der Öffentlichkeit und beweist: Print sorgt für Umsatz, Einschaltquoten, Wählerinnen und Wähler, Gäste, Marktanteile, Mieterinnen und Mieter, Nutzerinnen und Nutzer, Besucherinnen und Besucher sowie Kundinnen und Kunden.



Alle Motive unter:
[bvdm-online.de/
info-center/print-macht-
mehr-draus#c10351](https://bvdm-online.de/info-center/print-macht-mehr-draus#c10351)

„Nah.Nützlich.Nachhaltig.“ Werbefreiheit für Print erhalten

Umweltschädlich, sie vermüllen Hausflure, keiner liest sie – Hauswurfsendungen haben in den Medien oft ein schlechtes Image. Doch die Lebensrealität sieht ganz anders aus: Die Mehrheit der Bevölkerung findet Hauswurfsendungen okay oder sogar richtig gut. Grund genug, den Gegnern von Hauswurfsendungen mit Studienergebnissen, Daten, Zahlen und Fakten zu begegnen.

Die Kampagne mit ihrer zentralen Website klärt anschaulich in deutscher und englischer Sprache über den wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wert von Hauswurfsendungen auf. Vor allem mit der englischen Version reicht die BVDM-Kommunikation bis zu den Entscheidungsgremien in Europa. Das wird immer wichtiger, denn viele Regeln und Vorgaben – auch zum

Thema Werbefreiheit –
werden in Brüssel verhandelt.



werbeposterhalten.de

WE.LOVE.PRINT – Power für die Branche und ihre Produkte

Für die Initiative „We.Love.Print.“ haben sich im März 2024 Unternehmen und Organisationen aus der gesamten Wertschöpfungskette der Druck- und Medienwirtschaft zusammengeschlossen, um der Branche eine neue, starke Sichtbarkeit zu geben.

Der BVDM und die Landesverbände gehören zu den Gründungsmitgliedern der Initiative, die dieser Kampagne ans Licht der Welt geholfen hat. Denn die aktuelle Zeit, erheblicher Fachkräftemangel, rasante Digitalisierung, wichtige Umweltfragen sowie steigende Kundenanforderungen stellen die Druck- und Medienbranche vor immense Herausforderungen.

Gleichzeitig ist Print zwar überall und an jeder Stelle unseres Lebens präsent, wird aber oft gar nicht mehr bewusst wahrgenommen. Dagegen geht die Kampagne auf allen Kommunikationskanälen an. Mit einer intelligenten Internetplattform, Postings in den sozialen Medien, Plakaten, Events und Messen – nicht zuletzt auf der drupa. Und stets ist die Kampagnenkommunikation mit dem Appell verbunden, in die Initiative einzusteigen.



Alle Informationen
zur Initiative:
we-love-print.org

Als Mitglied, Premiummitglied, Partner
oder Sponsor – und damit ein Teil
einer starken Gemeinschaft zu werden.





Wir sind Teil der Initiative

WE.LOVE.PRINT

„Alle Branchen und Organisationen sind zwingend auf unsere Druckprodukte angewiesen – genau diese Botschaft wird die Kampagne in der Öffentlichkeit, bei Verbraucher:innen, Entscheider:innen und dem dringend gebrauchten Fachkräftenachwuchs eindrucksvoll platzieren.“

Kirsten Hommelhoff,
Hauptgeschäftsführerin BVDM

Initiative Green Printing statt Greenwashing

Seit 2018 hat der BVDM Unternehmen und Organisationen im Visier, die eine Umstellung von Print auf Digital öffentlichkeitswirksam mit „der Umwelt zuliebe“ begründen. Diese fordert der BVDM schriftlich dazu auf, ihre Argumentation zu korrigieren. Sehr oft mit gutem Erfolg.

Denn Holz ist ein nachwachsender Rohstoff, Prospekte werden meist sogar aus Altpapier hergestellt und die deutschen Druckunternehmen gehören zu den transparent produzierenden, umweltengagierten Vorreitern der Wirtschaft. Von dem öffentlich proklamierten Umstieg von Print auf Digital hat die Umwelt also nichts. Er ist vielmehr eine fragwürdige Imagepolitik oder schlicht eine Sparmaßnahme – zulasten der Verbraucherinnen und Verbraucher und zum Schaden einer modernen und kontrolliert arbeitenden Branche. Der BVDM ruft deshalb regelmäßig dazu auf, ihm Hinweise auf „Greenwasher“ mitzuteilen.



Die Webseite [BVDM-online.de/greenwashing](https://www.bvdm-online.de/greenwashing) nennt Fakten, die die Nachhaltigkeit von Print belegen und die Argumentationen der Grünfärber entkräften.



Deutscher Druck- und Medientag 2023 — das zentrale Branchenevent

Fokus: Herausforderungen für die Branche

Was haben der Fußballbundesligist 1. FC Union und der BVDM gemeinsam? Beide spielen in der ersten Liga. Aber nicht nur auf dem Spielfeld, sondern auch thematisch. Nach einem spannenden Unternehmerforum zum Thema „Herausforderungen für die Branche“ ging es am Abend in die Heimspielstätte An der Alten Försterei des 1. FC Union.

Knapp 200 Unternehmerinnen und Unternehmer haben auf dem zentralen Branchenevent 2023 des BVDM die Herausforderungen und Perspektiven für die Druck- und Medienbetriebe in Deutschland diskutiert. Der Hauptgeschäftsführer des BVDM, Dr. Paul Albert Deimel, wies eindrücklich auf die schwierigen Rahmenbedingungen für den Mittelstand hin. Dabei kritisierte er insbesondere die überbordende Bürokratie sowie praxisferne Entscheidungen auf politischer Ebene, die von tiefem Misstrauen gegen freies Unternehmertum geprägt sei. Darunter leide auch die Druck- und Medienwirtschaft.

Das Unternehmerforum war hochkarätig besetzt: Die Perspektiven in ausgewählten Märkten und Geschäftsfeldern präsentierte Jens Meyer, Geschäftsführer des Verbands Druck und Medien Beratung GmbH. Im Anschluss diskutierten Diana Esser (Esser printSolutions GmbH), Prof. Dr. Manfred Hunkemöller (Restrukturierung und Sanierung), Stefan Mail (Mail Druck + Medien GmbH) und Andreas Wilke (Wilke Mediengruppe GmbH) Herausforderungen in der Branche und zeigten auf, wie sie diese erfolgreich gemeistert haben.

Abschließend gab Katja Hessel, MdB, Parlamentarische Staatssekretärin beim Bundesministerium der Finanzen, einen Einblick in die aktuellen Vorhaben der Bundesregierung. Die Druck- und Medienwirtschaft bezeichnete sie als eine der innovativsten und modernsten Wirtschaftszweige in Deutschland.

Spielerisch ging es beim Abend der Deutschen Druck- und Medienwirtschaft zu. Ohne Trikots, aber bester Laune zog das „Team“ der Druck- und Medienwirtschaft durch den Spielertunnel des 1. FC Union Berlin in das Stadion An der Alten Försterei. Der Union-Guide stimmte die Truppe atmosphärisch auf den Bundesligisten ein. BVDM-Bandenbeleuchtung, die LED-Anzeigentafel „DDMT23“ und die Stadionhymne von Nina Hagen ebneten den Weg zu Bestleistungen an den Kickertischen.

Am Folgetag kam der Hauptvorstand in einer Sitzung zusammen und diskutierte die aktuelle wirtschaftliche Lage sowie Trends und Innovationen und gab die Richtlinien sowie die finanziellen Mittel für die Verbandsarbeit 2024 vor.

Oben: Haupttribüne mal anders: Statt eines Bundesligaspiels gab es höchst unterhaltsame Storys und spannende Hintergrundinformationen über den 1. FC Union Berlin und das Stadion An der Alten Försterei.



Zu Gast beim 1. FC Union. Der Abend der Deutschen Druckindustrie fand in den heiligen Hallen des frisch gebackenen Tabellenvierten in der Bundesliga statt.

„In Zeiten, in denen Effizienz, Ressourcen- und Wissensmanagement zu entscheidenden Erfolgsfaktoren gehören, setzen die Verbände auf eine noch intensivere Zusammenarbeit.“

Wolfgang Poppen, Präsident BVDM



Wolfgang Poppen mit Katja Hessel Hessel, MdB (FDP), Parlamentarische Staatssekretärin beim Bundesministerium der Finanzen, und Dr. Paul Albert Deimel (v. l. n. r.).



Dr. Paul Albert Deimel verwies auf die schwierigen Rahmenbedingungen für die Druck- und Medienwirtschaft.



Prominente Gäste beim DDMT: Ulrich Stetter (Präsident Intergraf) und Beatrice Klose (Generalsekretärin Intergraf).



Jens Meyer, Geschäftsführer der vdm-Beratung GmbH, präsentierte Perspektiven in ausgewählten Märkten und Geschäftsfeldern.

Kick it like BVDM und Mitglieder, Partner und Freunde aus Druck- und Medienbetrieben.



Prof. Dr. Manfred Hunkemöller, Andreas Wilke, Diana Esser und Stefan Mail gaben Einblick in die Praxis. Jens Meyer moderierte die Diskussionsrunde (v. l. n. r.).



Der DDMT ist eine ideale Plattform zum kollegialen Austausch.

Wir bedanken uns bei allen Partnern und Sponsoren des DDMT 2023:



ONLINE PRINT SYMPOSIUM 2024

„KI ist kein Zukunftsphänomen, sondern Gegenwart“



Kirsten Hommelhoff zeigt auf, dass KI in der Druck- und Medienwirtschaft angekommen ist.

Das Online Print Symposium 2024 lockte am 14. und 15. März knapp 300 Gäste aus 16 Ländern in das Science Congress Center in München. Sehr schnell wurde auf der Veranstaltung von zipcon consulting GmbH und BVDM deutlich, dass KI in der (Online-)Print-Welt angekommen ist.

Mit dem Motto „Join the AI-powered Print Revolution“ waren alle Teilnehmenden dazu eingeladen, sich aktiv mit der Frage auseinanderzusetzen, welche Rolle künstliche Intelligenz künftig in ihrem Unternehmen spielen kann und wird. Dass dem so ist und KI in der Druck- und Medienwirtschaft angekommen ist, daran konnte am Ende des 11. Online Print Symposiums kein Zweifel mehr bestehen. Doch „KI allein ist noch nicht wettbewerbsdifferenzierend“, betonte Kirsten Hommelhoff in ihrer Keynote „KI – Booster für eine Branche im Wandel“. Sie richtet den Fokus auf die Chancen und Auswirkungen, die sich aus dem Einsatz künstlicher Intelligenz für Unternehmen und damit auch für die Druckindustrie ergeben können.

Einmal mehr fordert ein Technologiesprung die Wandlungsfähigkeit der Branche. Denn mit ChatGPT & Co. erhält die digitale Transformation einen weiteren Schub. Künstliche Intelligenz schafft gewaltige Potenziale für Effizienzsteigerungen und spannende Perspektiven für Mass-Customization. Gleichzeitig wirft sie kognitive, rechtliche und ethische Fragen auf.

„KI ist eine Riesenchance, aber auch eine Herausforderung“, so Hommelhoff in ihrer Keynote. Man dürfe deshalb vor allem eines nicht: KI ignorieren. Denn wie bei vielen Innovationen werden „die kurzfristigen Effekte überschätzt und die langfristigen Effekte eher unterschätzt“.

Durch das Programm führten Bernd Zipper, Geschäftsführer der zipcon consulting GmbH, und Jens Meyer, Geschäftsführer der VDM Beratung. Der Termin für das nächste OPS steht bereits fest: Am 2. bis zum 4. April 2025 wird sich die Online-Print-Community wieder im Science Congress Center in München treffen.



525 Aussteller aus aller Welt präsentierten sich Tausenden Besuchern auf der FESPA 2024.



Inspiration und Trends auf der FESPA Global Print Expo

Vom 19. bis 22. März 2024 präsentierte die FESPA Global Print Expo 2024 Produktinnovationen für Digital-, Sieb- und Textildruck sowie Werbetechnik. Als Mitglied der FESPA lud der BVDM die Mitglieder der Verbände Druck und Medien ein, sich auf dem Messegelände in Amsterdam einen Überblick über neue Geschäftsfelder mit Wachstumschancen zu verschaffen.

525 Aussteller aus aller Welt präsentierten sich Tausenden Besuchern mit neuen Printprodukten und innovativen Produktionsprozessen, Maschinen, Anwendungen und Werkzeugen.

Ruhe, Erfrischungen und Raum für Gespräche bot die FESPA allen Mitgliedern der Druck- und Medienverbände im Club FESPA in Halle 1 auf der Empore mit bester Aussicht auf das Messengeschehen. Mitglieder der Landesverbände erhielten kostenfreien Zutritt zur Messe, zum Club FESPA, zur exklusiven Lounge mit Bar und Catering. Abseits des Messetrubels konnten dort in Ruhe Gespräche geführt werden oder man erholte sich bei einem entspannenden Drink, bevor die nächsten Highlights wieder aus dem Sessel lockten.

Die nächste FESPA findet vom 6. bis 9. Mai 2025 in der Messe Berlin statt und umfasst die Themen Sieb-, Digital- und Textildruck, Beschilderung sowie visuelle Kommunikation.



Mitglieder der Landesverbände erhielten kostenfreien Zutritt zu der Messe, zum Club FESPA.

drupa 2024



Die Freude der Druckindustrie war groß, sich nach acht Jahren wieder auf dem weltweit wichtigsten Branchenevent, der drupa in Düsseldorf, treffen zu können, sich zu informieren und persönlich auszutauschen.

Denn in schwierigen Zeiten, die von großen gesellschaftlichen und rasanten technologischen Umbrüchen geprägt sind, ist den Unternehmen bewusst: Wer bedeutende Entwicklungen nicht antizipiert und sich vorausschauend aufstellt, gefährdet seinen Wettbewerbsvorteil und verspielt Chancen der Zukunft.

Anders als in vergangenen Jahren hat sich der Bundesverband nicht mit einem eigenen Stand gezeigt, sondern war auf dem touchpoint sustainability (tps) der drupa präsent. Der touchpoint sustainability – eine beeindruckende Leistungsschau umweltfreundlicher Lösungen für die Druck- und Medienwirtschaft auf über 500 m² – bot dem BVDM den idealen Rahmen für eines der wichtigsten Themen der Branche: Nachhaltigkeit.

Deshalb präsentierten sich der BVDM und seine Landesverbände mit der Kampagne „Umwelt. Bewusst.Gedruckt.“, und die Umweltexperten des Verbands Druck + Medien Beratung standen den Besuchenden für sämtliche Fragen rund um klimafreundliche Produktionen zur Verfügung.

Auf der Bühne des tps präsentierte der BVDM die Referenten Heiko Engelhardt (Burda Druck GmbH) und Carsten Wilkesmann (Deister- und Weserzeitung Verlags GmbH & Co KG). Sie sprachen über Aspekte der nachhaltigen Druckproduktion und den Umstieg auf mineralölfreie Zeitungsdruckfarben.

Weiterhin organisierte der BVDM einen Messerundgang mit den Mitgliedern der AGRAPA und Vertretern des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz, Dr. Michael Siemann, Bettina Lehmann und Andreas Klepke sowie Almut Reichart, Expertin für Umweltschutz in der Papier- und Zellstoffherstellung im Umweltbundesamt, um auch politischen Entscheidern die erfolgreichen Maßnahmen der Branche konkret vor Augen zu führen.

Der Vortrag von Heiko Engelhardt, Burda Druck GmbH, auf dem Touchpoint Sustainability bot weitere wichtige Informationen über die positive Umweltbilanz von Print.



Im Anschluss an die Sitzung des AGRAPA-Altapparierrats führte der BVDM die Mitglieder über die Messe und informierte über die Nachhaltigkeit der Branche.

(Bildidee wurde mithilfe von KI generiert und bildet nicht die Meinung des BVDM ab.)

Insights



Anzahl der Betriebe und sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Beschäftigtengrößenklassen 2023

Beschäftigten- größenklassen	Betriebe			Beschäftigte		
	Anzahl	Anteil in %	Veränderung gegenüber Vorjahr in %	Anzahl	Anteil in %	Veränderung gegenüber Vorjahr in %
1 bis 9	4.601	70,3	-4,6	13.819	13,0	-5,3
10 bis 19	805	12,3	-4,1	11.106	10,5	-3,8
20 bis 49	656	10,0	-5,5	20.148	19,0	-4,8
50 bis 99	284	4,3	-3,4	19.490	18,3	-4,1
100 bis 499	193	2,9	0,0	35.081	33,0	0,3
500 und mehr	6	0,1	-33,3	6.632	6,2	-16,4
Gesamt	6.545	100,0	-4,5	107.585	100,0	-3,8

Rundungsdifferenzen möglich

Berichtskreis: Betriebe ab einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten -
Quelle: Bundesagentur für Arbeit · Datenstand: 30. Juni 2023 · Berechnungen: BVDM

Anzahl der Betriebe und sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Sparten 2022

Sparten	Betriebe			Beschäftigte		
	Anzahl	Anteil in %	Veränderung gegenüber Vorjahr in %	Anzahl	Anteil in %	Veränderung gegenüber Vorjahr in %
Druck von Zeitungen	157	2,4	-5,4	6.178	5,8	-8,0
Sonstige Druckerzeugnisse	4.899	74,9	-4,2	79.843	75,1	-3,2
Druck- und Mediovorstufe	1.117	17,1	-4,1	15.352	14,4	-5,0
Druckweiterverarbeitung	372	5,7	-8,4	4.903	4,6	-5,9
Gesamt	6.545	100,0	-4,5	107.585	100,0	-3,8

Rundungsdifferenzen möglich

Berichtskreis: Betriebe ab einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten -
Quelle: Bundesagentur für Arbeit · Datenstand: 30. Juni 2023 · Berechnungen: BVDM

Umsatzentwicklung in der Druckindustrie bis 2023

Jahr	Umsatzsteuerpflichtige Unternehmen		Nominaler Umsatz		Realer Umsatz (in Preisen des Jahres 2015)	
	Anzahl	Veränderung ggü. Vj. in %	in Tsd. Euro	Veränderung ggü. Vj. in %	in Tsd. Euro	Veränderung ggü. Vj. in %
2013	12.432	-4,0	20.706.553	-4,0	20.340.425	-3,9
2014	11.934	-4,0	20.696.516	0,0	20.491.600	0,7
2015	11.601	-2,8	21.083.509	1,9	21.083.509	2,9
2016	11.204	-3,4	20.860.842	-1,1	20.923.613	-0,8
2017	10.811	-3,5	20.753.478	-0,5	20.920.845	0,0
2018	10.457	-3,3	19.624.419	-5,4	19.644.063	-6,1
2019	10.017	-4,2	18.921.790	-3,6	18.771.617	-4,4
2020	9.198	-8,2	16.457.128	-13,0	16.490.108	-12,2
2021	8.709	-5,3	17.311.736	5,2	17.398.730	5,5
2022	8.462	-2,8	19.166.180	10,7	16.119.579	-7,4
2023*	—	—	17.609.753	-8,1	—	—

* Prognose des BVDM

Berichtskreis: Unternehmen mit mehr als 22.000 Euro Jahresumsatz

Quelle: Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Bundesamts · Datenstand: April 2024

Ausbildungsverträge in der Druck- und Medienindustrie 2023/2024

Ausbildungsbereich/ Ausbildungsberuf	Gesamtausbildungsverträge 1. bis 3. Ausbildungsjahr			neue Ausbildungsverträge 1. Ausbildungsjahr		
	2022	2023	Veränderung in %	2022	2023	Veränderung in %
Mediengestaltung	5.949	5.857	-1,55	2.471	2.162	-12,51
Mediengestalter Digital/Print	5.949	5.857	-1,55	2.471	2.162	-12,51
Drucktechnik	1.588	1.501	-5,48	599	565	-5,68
Medientechnologie Druck	1.380	1.307	-5,29	521	498	-4,41
Medientechnologie Siebdruck	208	194	-6,73	78	67	-14,10
Druckverarbeitung	1.188	1.123	-5,47	427	415	-2,81
Medientechnologie Druckverarbeitung	362	341	-5,80	137	130	-5,11
Buchbinder	80	82	2,50	32	29	-9,38
Packmitteltechnologie	746	700	-6,17	258	256	-0,78
Gesamt	8.725	8.481	-2,80	3.497	3.142	-10,15

Quelle: Statistik Berufsausbildung und Fortbildung des Zentral-Fachausschusses Berufsbildung Druck und Medien (ZFA), Kassel · Datenstand: 31. Dezember 2023

Produktstruktur der Druckindustrie 2023

	in Mio. Euro	Anteil in %	Veränderung ggü. Vorjahr in %
Werbedrucke/Kataloge	4.167	37	-10,3
<i>Kataloge</i>	768	7,0	-11,2
<i>Plakate</i>	500	4,0	-0,4
<i>Geschäftsberichte</i>	31	0	-15,9
<i>Prospekte</i>	1.766	16,0	-17,2
<i>Mailings</i>	307	3,0	20,1
<i>Andere Werbedrucke und -schriften</i>	794	7,0	-6,8
Geschäftsdrucksachen	1.083	10,0	-4,1
Zeitschriften	755	7,0	-6,7
Zeitungen/Anzeigenblätter	937	8,0	-12,0
<i>Tageszeitungen</i>	572	5,0	-14,8
<i>Wochenzeitungen</i>	142	1,0	-9,6
<i>Anzeigen-/Annoncenblätter</i>	223	2,0	-5,9
Bücher/kartografische Erzeugnisse	905	8,0	-9,0
Bedruckte Etiketten	162	1,0	-1,6
Kalender/Karten	1.473	13,0	-1,5
Sonstige Druckerzeugnisse	1.855	16,0	-1,7
<i>Textildruck (Bedrucken von Bekleidung)</i>	70	1,0	25,0
<i>Bedrucken von anderen Materialien als Papier</i>	735	6,0	3,8
<i>Andere Drucke</i>	1.050	9,0	-6,6
Summe Druckerzeugnisse	11.337	100,0	-7,0
Druck- und Mediovorstufe	811	62,0	-1,4
Druckweiterverarbeitung	496	38,0	-9,8
Summe Druckdienstleistungen	1.307	100,0	-4,8
Gesamt	12.644		-6,8

Aufgrund der Revision des Güterverzeichnisses für Produktionsstatistiken (GP) ist ein Vergleich mit den Jahren vor 2019 nur noch bedingt möglich - vorläufige Werte - Rundungsdifferenzen möglich
 Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten · Quelle: Statistisches Bundesamt
 Datenstand: April 2024 · Berechnungen: BVDM

Erzeugerpreisindizes 2023

Wirtschaftszweig/ Produkt	Index (2021 = 100)	Veränderung gegenüber Vorjahr in %
Zeitungen/Anzeigenblätter	136,1	6,5
Kataloge	109,4	3,0
Werbedrucke (inkl. Kataloge)	139,0	9,5
Bücher	127,0	4,7
Zeitschriften	118,4	11,2
Zeitungsdruckpapier	165,0	-16,6
Grafische Papiere	154,7	0,2
Druckfarben	117,1	3,9
Druckmaschinen	115,5	8,3
Elektrischer Strom (bei Abgabe an gewerbliche Anlagen)	134,0	13,9
Druck von Etiketten, Anhängern u. dgl.	121,0	9,9
Druckereileistungen gesamt	128,0	8,4

Quelle: Statistisches Bundesamt · Datenstand: April 2024 · Berechnungen: BVDM

Nettowerbeeinnahmen 2023

Werbeträger	Mio. Euro	Veränderung gegen- über Vorjahr in %	Anteil in %
Tageszeitungen	1.566	-7,0	6,1
Lineares Fernsehen	3.649	-9,2	14,1
Anzeigenblätter	1.169	-7,4	4,5
Publikumszeitschriften	572	-9,6	2,2
Verzeichnismedien (Print)	252	-9,8	1,0
Fachzeitschriften	1.294	-4,5	5,0
Postalische Direktwerbung	2.509	-3,7	9,7
Außenwerbung (Print)	782	-3,2	3,0
Außenwerbung (Digital)	420	20,4	1,6
Lineares Radio	699	-2,5	2,7
Internet und Mobile	12.801	8,3	49,5
Wochen-/Sonntagszeitungen	95	-7,4	0,4
Kino	60	19,3	0,2
Summe	25.869	0,7	100
Summe Print	8.240	-5,6	31,9

Dazu kommen weitere Formen kommerzieller Kommunikation, wie bedruckte Werbeatikeln (3,08 Mrd. € Jahresumsatz), sowie Kataloge und weitere Werbedrucke (3,63 Mrd. € Produktionswert).

Quelle: Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft (ZAW) · Anmerkungen: vorläufige Werte · Rundungsabweichungen möglich · Datenstand: Mai 2024 · Berechnungen: BVDM

Konjunkturindikatoren 2023

	absolut	Veränderung ggü. Vorjahr in %
Ø Anzahl der Betriebe	444	-3,4
Ø Anzahl der Beschäftigten	55.748	-3,6
Umsatz (in Mio. Euro)		
Nominal	10.145	-5,2
<i>Inlandsumsatz</i>	8.690	-5,8
<i>Auslandsumsatz</i>	1.455	-1,3
<i>Exportquote in % (Auslandsumsatz/nominaler Umsatz)</i>	14,3	4,1
<i>je Beschäftigtem (in Euro/Jahr)</i>	181.977	-1,6
<i>je geleisteter Arbeitsstunde (in Euro/Std.)</i>	124,15	-1,7
Real (in Preisen des Jahres 2015)	7.935	-12,0
Entgelte (in Mio. Euro, kumuliert)	2.227	-0,7
Anteil am nominalen Umsatz in % (Lohnquote)	22,0	4,8
je Beschäftigtem (Ø in Euro, kumuliert)	39.949	3,1
je geleisteter Arbeitsstunde (Ø in Euro/Std.)	27,25	3,0
geleistete Arbeitsstunden (in Tsd. Std.)	84.721	-3,6
Produktionsindizes*		
Ø Produktionsindex der Druckindustrie	80,6	-12,4
<i>Drucken von Zeitungen</i>	70,4	-19,0
<i>Drucken sonstiger Erzeugnisse</i>	81,2	-12,4
<i>Druck- und Mediovorstufe</i>	82,9	-8,6
<i>Druckweiterverarbeitung</i>	76,4	-17,3

Berichtskreis: Betriebe mit 50
und mehr Beschäftigten

Berichtskreis: Betriebe mit 20
und mehr Beschäftigten

* kalender- und saisonbereinigt, Index 2021 = 100

Berichtskreise: Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten (Umsatzzahlen, Betriebs- und Beschäftigtenzahl, Entgelte, Arbeitsstunden), Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten (Produktionsindex)

Quelle: Statistisches Bundesamt · Datenstand: April 2024 · Berechnungen: BVDM

Außenhandel nach Ländern 2023

Export nach ...				Importe aus ...			
Land	Tsd. Euro	Veränderung gegenüber Vorjahr in %	Anteil in %	Land	Tsd. Euro	Veränderung gegenüber Vorjahr in %	Anteil in %
Schweiz	629.325	-5,6	16,4	Polen	732.089	-17,7	24,2
Österreich	542.998	-0,1	14,2	Tschechische Republik	283.664	-4,0	9,4
Frankreich	386.780	-9,3	10,1	USA	277.118	-9,1	9,2
Polen	328.967	-28,1	8,6	China	232.418	-17,6	7,7
Niederlande	213.266	-13,3	5,6	Niederlande	200.196	-5,1	6,6
Tschechische Republik	183.142	-7,3	4,8	Großbritannien	198.534	-4,2	6,6
USA	180.292	-10,2	4,7	Italien	177.749	-12,4	5,9
Großbritannien	178.669	-0,7	4,7	Belgien	135.108	29,7	4,5
Italien	157.594	-2,1	4,1	Frankreich	126.631	-9,7	4,2
Belgien	115.662	-12,0	3,0	Österreich	125.836	-13,5	4,2
Summe Top 10	2.916.695	-9,2	76,0	Summe Top 10	2.489.343	-10,6	82,3
Summe gesamt	3.836.807	-6,7	100,0	Summe gesamt	3.025.441	-9,0	100,0

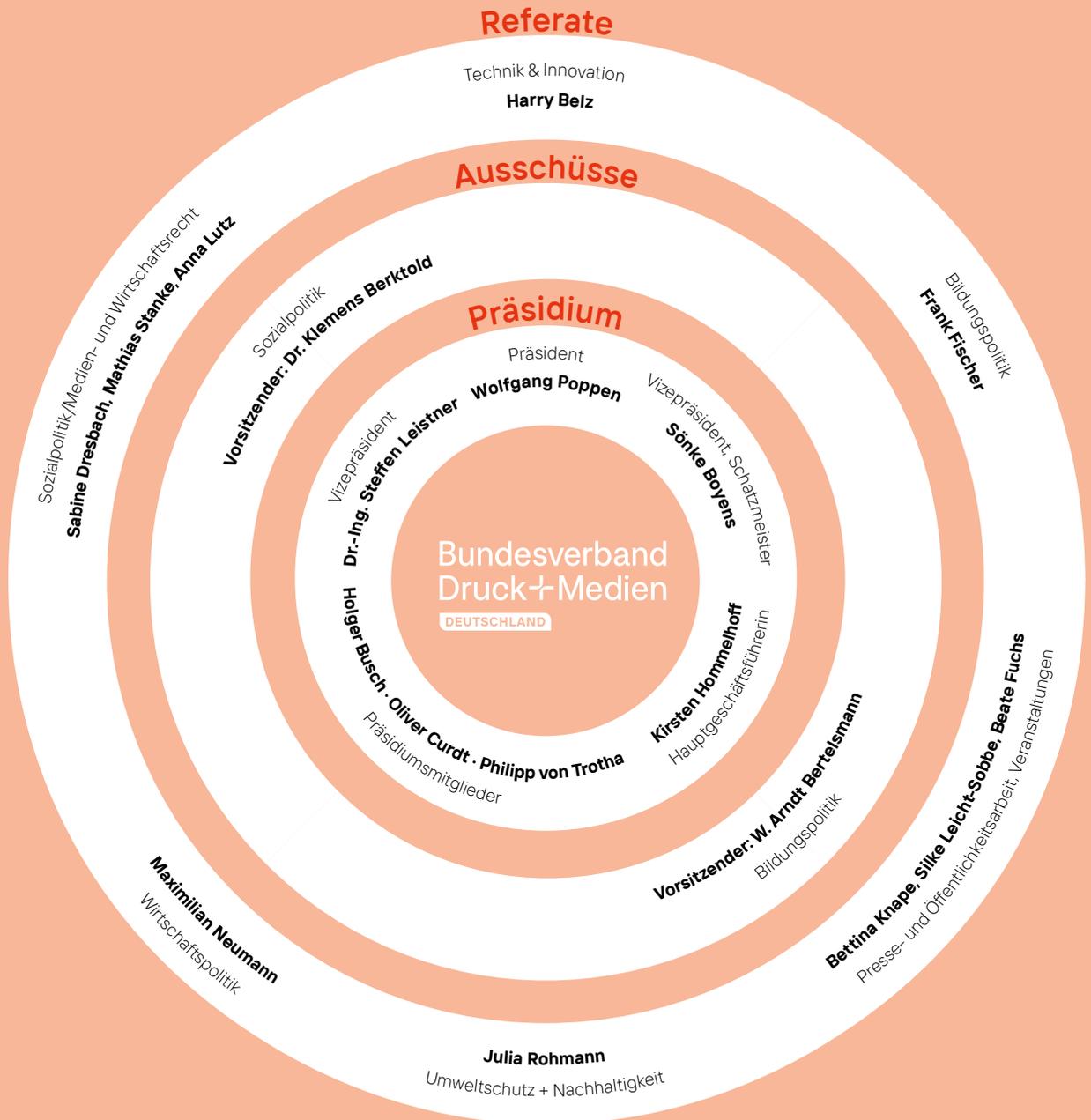
Vorläufige Werte, Verlags- und Druckerzeugnisse · Berichtskreis: EU-Handel. Von der Auskunftspflicht befreit sind Unternehmen, deren innergemeinschaftliche Warenverkehre je Verkehrsrichtung (Eingang bzw. Versendung) im Vorjahr bzw. im laufenden Jahr den Wert von 500.000 Euro (bis 2011: 400.000 Euro) nicht übersteigen · Handel mit Drittländern: alle anfallenden Zollmeldungen · Quelle: Statistisches Bundesamt · Datenstand: April 2024 · Berechnungen: BVDM

Außenhandel 2023 nach Warengruppen

Warengruppe	Exporte			Importe		
	Tsd. Euro	Veränderung gegenüber Vorjahr in %	Anteil in %	Tsd. Euro	Veränderung gegenüber Vorjahr in %	Anteil in %
Werbedrucke/Kataloge	630.790	-17,5	16,4	319.794	-19,1	10,6
Etiketten	354.300	-8,8	9,2	224.355	-5,1	7,4
Kalender/Karten	109.172	-5,8	2,8	118.133	-16,4	3,9
Abziehbilder/Transferdrucke	227.616	1,6	5,9	33.457	-18,6	1,1
sonstige Erzeugnisse	811.710	9,0	21,2	729.512	17,1	24,1
Summe Druckerzeugnisse	2.133.588	-4,6	55,6	1.425.251	-0,8	47,1
Bücher/Broschüren	1.445.367	-8,9	37,7	1.344.474	-16,7	44,4
Zeitungen/Zeitschriften	257.852	-10,9	6,7	255.716	-5,7	8,5
Summe Verlagszeugnisse	1.703.219	-9,2	44,4	1.600.190	-15,2	52,9
Summe Druck- und Verlags- erzeugnisse	3.836.807	-6,7	100,0	3.025.441	-9,0	100,0

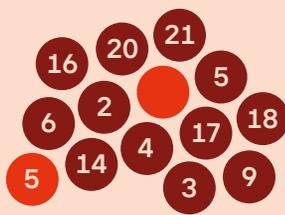
Vorläufige Werte, Verlags- und Druckerzeugnisse · Berichtskreis: EU-Handel. Von der Auskunftspflicht befreit sind Unternehmen, deren innergemeinschaftliche Warenverkehre je Verkehrsrichtung (Eingang bzw. Versendung) im Vorjahr bzw. im laufenden Jahr den Wert von 500.000 Euro (bis 2011: 400.000 Euro) nicht übersteigen · Handel mit Drittländern: alle anfallenden Zollmeldungen · aufgrund von Anpassungen in der Erhebungsmethodik sind die Werte bis einschließlich 2022 nur eingeschränkt mit den Werten ab dem Jahr 2022 zu vergleichen · Quelle: Statistisches Bundesamt · Datenstand: April 2024 · Berechnungen: BVDM

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



Das Netzwerk der deutschen Druck- und Medienwirtschaft





- 1 Berufsgenossenschaft Energie Textil Elektro Medienerzeugnisse (BG ETEM) Köln
- 2 Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter (BVDA) Berlin
- 3 Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) Berlin
- 4 Bundesverband E-Commerce und Versandhandel (bevh) Berlin
- 5 Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) Berlin
- 6 DIN Deutsches Institut für Normung Berlin

- 7 FESPA Dorking, Vereinigtes Königreich
- 8 Fogra Forschungsinstitut für Medientechnologien Aschheim
- 9 Hauptverband Papier- und Kunststoffverarbeitung (HPV) Berlin
- 10 Initiative Online Print Essen
- 11 Institut der deutschen Wirtschaft Köln (IW) Köln
- 12 Intergraf Brüssel, Belgien
- 13 Verband der deutschen Lack- und Druckfarbenindustrie (VdL) Frankfurt am Main
- 14 Verband Deutscher Lokalzeitungen Berlin
- 15 Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA) Frankfurt am Main
- 16 DIE PAPIERINDUSTRIE Berlin · Bonn · Gernsbach
- 17 Medienverband der freien Presse (MVFP) Berlin
- 18 ver.di – Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft Berlin
- 19 Zentral-Fachausschuss Berufsbildung Druck und Medien (ZFA) Kassel
- 20 Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) Berlin
- 21 Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) Berlin

Organisation

Präsidium

Wolfgang Poppen

Präsident

Sönke Boyens

Vizepräsident und Schatzmeister

Dr.-Ing. Steffen Leistner

Vizepräsident

Holger Busch

Mitglied

Oliver Curdt

Mitglied

Philipp von Trotha

Mitglied

Kirsten Hommelhoff (seit 01/2024)

Hauptgeschäftsführerin des BVDM

Dr. Paul Albert Deimel (bis 12/2023)

Hauptgeschäftsführer des BVDM

Geschäftsstelle Berlin

Hauptgeschäftsführung

Kirsten Hommelhoff

**Bundesverband Druck
und Medien e.V. (BVDM)**

Markgrafenstraße 15
10969 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

bvdm-online.de/fachliteratur

Vorsitzende der Arbeitsausschüsse

Bildungspolitik

W. Arndt Bertelsmann

Sozialpolitik

Dr. Klemens Berktold

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

Augsburger Straße 746
70329 Stuttgart

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+Medien

MITTELDEUTSCHLAND

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
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 +49 (0) 63 21/85 22 75
Fax +49 (0) 63 21/85 22 21
verband@druckrps.de
www.druckrps.de

Vorsitzender
Peter Krupp

Geschäftsführer
Gerd Wollersheim

Verband Druck+Medien

BAYERN

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+Medien

NORDOST

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
Martin Koschei

Geschäftsführer
Philipp von Trotha

Verband Papier Druck+Medien

SÜDBADEN

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
Dirk Burger

Geschäftsführerin
Britta Oswald-Brügel

Verband Druck+Medien

HESSEN

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

Vorsitzender
Martin Simon

Geschäftsführer
Dirk Glock

Verband Druck+Medien

NORDWEST

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

Herausgeber

Bundesverband Druck und Medien e.V. (BVDM)

Redaktion/Koordination

Bettina Knape (verantwortlich)
Silke Leicht-Sobbe

© 2024 Bundesverband Druck und Medien e.V.

Markgrafenstraße 15, 10969 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

Dieses Werk einschließlich seiner Einzelbeiträge und Abbildungen ist urheberrechtlich geschützt.

Bildnachweis

S. 8: Studio Tran-Tsolakidis; S. 15: Messe Düsseldorf, Tillmann
S. 33: Colourbox.de; S. 53 + 60: Adobe Stock; S. 38 Grafik: ZFA;
S. 45 oben: druckawards.de / Fotograf Andreas Schwarz;
S. 70–72: Hans-Christian Plambeck; S. 73: Online Print Symposium /
Nadja von Pruemmer; S. 74: FESPA

Alle anderen Bilder sowie sämtliche Grafiken,
soweit nicht anders vermerkt, © BVDM

Gestaltung

Das Büro des Präsidenten, Berlin

Druck und Verarbeitung

WIESENDANGER | medien GmbH, Murnau

Gedruckt gemäß ISO 12647 ProzessStandard Offsetdruck

Weitere Informationen zum ProzessStandard Offsetdruck
sind erhältlich unter pso-insider.de.

Der BVDM bedankt sich bei Sappi Europe für die Bereitstellung
des Papiers für den BVDM-Jahresbericht 2023/2024.

Die vorliegende Publikation wurde auf Magno Volume 135g/m²
gedruckt, für den Umschlag wurde AlgroDesign Duo 300 g/m²
eingesetzt. Beide Papiere sind aus nachhaltiger Forstwirtschaft,
produziert von Sappi Europe S.A.

Sappi hat sich zur Einhaltung der von den UN definierten
Science Based Targets zur Reduzierung der Treibhausgase und
zur Erreichung der Klimaziele verpflichtet. Dazu investiert
Sappi Europe S.A. bis zum Jahr 2030 jährlich bis zu 100 Mio. Euro.
Denn: Wir haben nur eine Erde!



**© 2024 Bundesverband
Druck und Medien e.V.**

Markgrafenstraße 15
10969 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