Verdi und BVDM erreichen Tarifabschluss für die Druckindustrie

Manteltarif bis 30. April 2021 wieder in Kraft gesetzt

■ Nach monatelangen Verhandlungen haben sich der Bundesverband Druck und Medien (BVDM) und die Gewerkschaft Verdi am 3. Mai 2019 auf ein neues Lohnabkommen für die 134000 Beschäftigten der Druckindustrie geeinigt. Die vom BVDM angestrebte Reform des Manteltarifvertrages ist jedoch nicht gelungen.



Frank Werneke (Verdi)



Sönke Boyens (BVDM)

Die Löhne, Gehälter und Ausbildungsvergütungen steigen in drei Schritten an: um 2,4 Prozent rückwirkend zum 1. Mai 2019 sowie um weitere 2,0 Prozent ab 1. Juni 2020 und weitere 1,0 Prozent ab 1. Mai 2021. Die Laufzeit des Lohnabkommens – gerechnet ab dem 1. September 2018 – beträgt 36 Monate und ist damit erstmals zum 31. August 2021 kündbar.

Vereinbart wurde eine bindende Verpflichtung, den Manteltarifvertrag (MTV) bis zum 30. April 2021 unter Friedenspflicht neu zu verhandeln. Dafür wurde der bestehende MTV auf zwei Jahre befristet wieder in Kraft gesetzt. Die Verhandlungen darüber sind laut Verdi ergebnisoffen.

Efi übernimmt Tintenhersteller BDR Boya Kimya

Portfolio im Bereich Textildruck wird weiter ausgebaut

■ Die eigene angestrebte Übernahme durch eine Tochtergesellschaft der Siris Capitol Group ist noch nicht abgeschlossen, da gibt Efi die Akquisition des Tintenherstellers BDR Boya Kimya San. Tic. A.S. bekannt. Das im türkischen Bursa ansässige Unternehmen ist Hersteller von Reaktivtinten für den industriellen Textildruck und soll künftig in das Tochterunternehmen Efi Reggiani integriert werden.

BDR soll auch künftig die Entwicklung von Tinten vorantreiben und durch die Zusammmenarbeit mit und den Support für Kunden die eigenen Kapazitäten ausbauen. Die Mitarbeiter des türkischen Unternehmens werden, wie es in der Mitteilung heißt, in die Efi-Belegschaft integriert, bleiben aber an ihren derzeitigen Standorten in der Türkei. Über die finanziellen Details der Übernahme wurde Stillschweigen vereinbart, sie sollen aber keine größeren Auswirkungen auf die Geschäftsergebnisse von Efi für das 2. Quartal oder das Geschäftsjahr 2019 haben.

Wie Adele Genoni, Vice President und General Manager von EFI Reggiani erklärt, sollen sich durch die Integration der BDR-Technologien ins Efi-Portfolio Synergien ergeben. Mit der Übernahme will Efi Reggiani zugleich seine Präsenz in der Türkei stärken – einem Land, das nach Genonis Aussage eine zentrale Stellung in der Textilindustrie einnehme und Wachstumspotenzial biete.

BDR beliefert Textil- und Bekleidungshersteller. Wichtige Marktanteile konnte sich das Unternehmen dank seines Eigenvertriebs vor allem in der Türkei und in Pakistan erarbeiten. Seine Position baut BDR aber auch in Europa, im Nahen Osten und in Indien kontinuierlich aus, heißt es in der Mitteilung von Efi.

BEILAGENHINWEIS

- unitedprint.com SE, Radebeul
- Schulbroschüre Albrecht-Dürer-Schule, Düsseldorf

INSIDER



Michael Dömer ist seit 30 Jahren als Unternehmens- und Personalberater für die Druckbranche tätig; 20 Jahre war er Vorsitzender der EWA – Interessenorganisation Rotationsdruck. Er entwickelt Strategien und Konzepte zur erfolgreichen Positionierung und begleitet die Umsetzung als Interim-Manager. Aktuell ist er seit zwei Jahren Interimchef eines Rollenoffsetunternehmens.

Vor lauter „Troubleshooting" bleiben die Ideen auf der Strecke

Unternehmen aus dem High-Volume-Illustrationsdruck sorgen aktuell für negative Schlagzeilen. Das ist nicht verwunderlich, denn die Gemengelage ist in diesem Teil der Branche hochtoxisch.
Ja, die Preispolitik ist seit vielen Jahren jenseits betriebswirtschaftlicher Vernunft. Ich selbst habe in 20 Jahren als Vorsitzender der Rollenoffsetorganisation EWA ständig die Marktteilnehmer ermuntert, nicht „um jeden Preis" Kapazitäten auszulasten. Schaut man sich die Kapazitätsauslastung über die Jahre an, wäre dies tatsächlich meist nicht nötig gewesen.
Dennoch: Es gibt nicht DEN Rotationsdruck, der sich in gleicher Weise wirtschaftlich unvernünftig verhält, sondern die Branche ist die Summe aller Unternehmen. Kürzlich sprach ich mit einem von Insolvenz betroffenen Unternehmer, der ausnahmsweise einmal nicht mit vollen Auftragsbüchern in die Knie gegangen ist. Er hatte es sich anders überlegt. Er wollte diesen wirtschaftlichen Schwachsinn nicht mitmachen. Er hatte bei seiner Insolvenz bessere Preise, aber nicht die nötige Auslastung. Einigermaßen gute Preise bei schlechter Auslastung sind leider ebenso fatal.
In jüngster Zeit machen wieder die selbst ernannten Konsolidierer Schlagzeilen. Ich rätsele in solchen Fällen oft, was da die Strategie war. Gab es eine? Oder nur die völlige Fehleinschätzung der Situation? Wer nach sehr kurzer Zeit eines „Großeinkaufs" sagt, der Markt habe sich innerhalb von wenigen Monaten verändert, der war wenig vertraut mit der Branche und der Situation. Oder führte er etwas ganz anderes im Schilde? Die Kollateralschäden sind groß. Verbrannte Erde ist das für die, die sich bemühen, sowohl sozial als auch wirtschaftlich solide und ehrenwert zu wirtschafteten.
Noch vor nicht allzu langer Zeit gingen Prognosen unwidersprochen durchs Land, dass die kleineren mittelständischen Unternehmen alle zum Tode verurteilt seien, weil die großen Player und High-Volume-Drucker die bessere Performance hätten. Weit gefehlt. Leider sind auch einige der lange Zeit stabilen „Traditions"-

Einigermaßen gute Preise bei schlechter Auslastung sind leider ebenso fatal.

Unternehmen im Krisenmanagement-Modus. Bei einigen reicht zwar das Eigenkapital noch eine ganze Weile, doch der unternehmerische Spaß an der Freude ist längst vorbei. Standortschließungen, der komplette Austausch von Management, Troubleshooting – das alles ist wahrscheinlich jetzt dringend geboten, doch es ist letztendlich keine unternehmerische Vorwärtsstrategie. Über Innovationen hört man wenig. Es gibt sogar Einzelfälle, die ihre innovativen Konzepte über Bord werfen, um genügend Geld fürs Troubleshooting der Old Economy zu haben.
Technische Innovation kamen in der Vergangenheit meist von Maschinenbauern. Deren Zustand sollte den Kunden der Drucker als Warnung dienen: Die Servicebereitschaft, Innovationsfähigkeit und Kundenorientierung in Firmen, die zu sehr unter Druck stehen, schmilzt irgendwann dahin.

↦ **Ihre Meinung?** insider@print.de