



Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay

Den letzten beißen die Hunde

Papier, Druckfarbe, Druckplatten, Porti und vieles mehr wird immer teurer: Können Druckereien die Preiserhöhungen auffangen?

KOMMENTAR



Der Blick in unseren aktuellen Nachrichtenteil zeigt es deutlich genug. Die Preise – vor

allem für Verbrauchsmaterial – steigen. Doch dies wäre sicher noch verkraftbar; stiegen nicht generell die Kosten auch in der Peripherie der Druckereien. Anfang September hatte Agfa eine Preiserhöhung für Filme (bis 15%), für analoge (bis 12%) und digitale Druckplatten (bis 8%) angekündigt. Dies war sicher nicht der Startschuss einer Preiserhöhungswelle, denn Agfa reagierte damit lediglich auf gestiegene Rohstoff- und Energiepreise. Fujifilm und Kodak zogen inzwischen nach – ebenfalls mit dem Hinweis auf die Kostensituation im Rohstoff- und Energiebereich.

Moritz Rogger, Geschäftsführer Agfa Schweiz und Deutschland erläutert: »Die im Laufe der letzten Jahre drastisch gestiegenen Rohstoff- und Energiepreise zwingen uns zu diesem Schritt«. Auch Kodak sieht in der Preiserhöhung eine unausweichliche Folge der weltweiten Wirtschaftsentwicklung. Und unisono sagen alle Hersteller, man habe durch interne Kostensenkungen in den vergangenen Jahren die höheren Rohstoffpreise weitgehend kompensieren und Preiserhöhungen vermeiden können. »Aber binnen weniger Jahre sind die Preise für Aluminium um 20% und für Energie um 80% gestiegen«, skizzierte Rogger die Lage, die zum Handeln zwingt.

So ist Marktwirtschaft eben

Allerdings: Der Rohstoff Aluminium war in den letzten Jahren kein Preistreiber und lag bei nur einem Drittel des heutigen Preises. In dieser Zeit kam kein Hersteller auf die Idee, die Preise aufgrund niedriger Rohstoffkosten zu senken. Und auch wenn die Kosten für Rohstoffe, Öl oder Strom niemals wieder sinken sollten, werden die Hersteller dies wohl nicht an den Markt weitergeben. So wird einmal mehr das wahre Gesicht der Marktwirtschaft deutlich. Unternehmen orientieren sich bei ihrer Budgetierung immer am Ergebnis des vorangegangenen Jahres und wollen im neuen Jahr mehr verdienen. Erscheint das nicht realisierbar, wird der Preis für die angebo-

tene Ware oder Dienstleistung erhöht. Dies funktioniert allerdings immer nur dann, wenn ein Unternehmen ein Produkt anbietet, auf das der Markt angewiesen ist. Und da alle Druckplattenhersteller die Preise erhöhen, bleibt dem Markt nichts anderes übrig, als den Preis zu zahlen. Theoretisch. Denn es wird sicherlich an der Verkaufsfrent zu einem Hauen und Stechen zwischen Agfa, Fuji und Kodak kommen, da alle bestrebt sind, Marktanteile dazu zu gewinnen. Da wird der eine oder andere Rabatt beim Händler dafür sorgen, dass es beim alten Plattenpreis bleibt.

Bei Druckjobs machen die Plattenkosten etwa 2% der Gesamtkosten aus, analysierte Moritz Rogger. Das hieße bei einer 10%-igen Erhöhung der Plattenkosten: der Anteil erhöht sich auf 2,2% – eine Steigerung an den Gesamtkosten um 0,2%.

Preiserhöhung puffern

Das erscheint verkraftbar und Druckereien sollten in der Lage sein, diese Preiserhöhungen zu puffern. Aber es bleibt ja nicht bei den Platten. Farbe wird teurer, Papier ohnehin. Zudem steigen auch bei den Druckereien die Kosten für Energie, für Transport und Porti. Alles in allem um konservativ geschätzte 2% der Gesamtkosten, die bei der angespannten Gewinnsituation durchaus weh tun.

Doch was können Druckereien tun? Die Preise erhöhen? Können sie das

am Markt durchsetzen? Eher nein. Denn da die Ware Drucksache tausendfach angeboten wird, Druckereien mit ihrer Dienstleistung austauschbar sind und Drucksacheneinkäufer ohnehin den Preis vorgeben, muss die Branche hinnehmen, wenn die Lieferindustrie Preiserhöhungen beschließt. Der Handlungsspielraum für den Verbraucher Druckerei ist also gering bis gar nicht vorhanden.

Materialfluss optimieren

Einzigste Chance, die Preiserhöhungen zu kompensieren, ist die optimale Organisation der Druckerei. Mit neuen Maschinen ist das nicht in den Griff zu bekommen. Wohl aber mit organisatorischen Lösungen im Bereich der Materialflussplanung. Üblicherweise wird beim Einkauf von Material ein Zuschlag für das innerbetriebliche Handling und die Lagerverwaltung kalkuliert. Hier ist möglicherweise Spielraum, Kosten aufzufangen. In jedem Fall müssen Druckereien die gestiegenen Kosten über die eigene Wertschöpfungskette auffangen. Und dazu gehört nicht zuletzt das Handling im Unternehmen. Denn die meisten Makulatur- oder Ressourcenprobleme (Fehlplatten, falsches Papier etc.) entstehen durch ungenügende Transparenz und mangelnde Kommunikation in der Produktionskette. Ein optimierter Materialfluss bewirkt Wunder und spart Kosten.

