

PAPIERPREISE: URSACHE UND WIRKUNG

«Seit Anfang 2018 war der Papiergrosshandel gezwungen, Preise für grafische Papiere wiederholt zu erhöhen», räumt der Bundesverband des Deutschen Papiergrosshandels (BVdDP) ein und erklärt, es seien «vom Printbedarf entkoppelte Verbräuche in den Rohmaterialmärkten Zellstoff und Chemikalien, Importzölle und wachsende Ausgaben für den Transport, forciert durch mautpflichtige Strassen seit Juli 2018.» Im Klartext: Alle anderen sind schuld, nur nicht die Papierindustrie! Deshalb fordert der BVdDP seine Mitglieder auf, die «begründeten Preiserhöhungen unverzüglich und umfänglich an ihre Kundengruppen weiterzugeben». Die Frage ist nur, ob das alles nicht noch nach hinten losgeht.

Nun stimmt es erstens nicht, dass die Preise seit Anfang 2018 steigen, sondern bereits seit Oktober 2017. Zweitens kann die Maut vom Juli 2018 nur unschwer die Preise im Oktober beeinflusst haben und drittens können Preiserhöhungen offenbar nicht verhindern, dass es zu Lieferengpässen kommt. Deshalb empfiehlt der Bundesverband Druck den Druckereien, ihre Kunden über die Situation zu informieren, «damit die Akzeptanz für Preiserhöhungen wachse und das Verständnis für unverschuldete Lieferverspätungen steige.» Das haben Druckereien offenbar getan.

So weit die Ursache; und nun die Wirkung. In einer Presseinformation teilt der Discounter Dänisches Bettenlager mit, dass er bei seinem 100 Mio. Euro grossen Marketing-Budget künftig einen stärkeren Fokus auf digitale Formate legt. «Der massive Anstieg der Papierpreise ohne Aussicht auf ein Ende ist ein Grund, die konventionelle Werbung auf den Prüfstand zu stellen. Jeder unserer 50-mal pro Jahr erscheinenden Prospekte hat eine Auflage von über 30 Millionen Exemplaren, die immer teurer gedruckt werden müssen», erklärt Geschäftsleitungsmitglied Ole N. Nielsen. «Deshalb haben wir die Auflagen um fünf Prozent gekürzt und ein geplantes Projekt mit einer Auflage von über 33 Millionen Exemplaren ersatzlos gestrichen. Die Preispolitik und Liefertreue einiger Papierlieferanten stimmt uns bedenklich.»

Das ist ja wohl mehr als ein Schuss vor den Bug. Und es ist kein Einzelfall, wie wir wissen. Aber das Missfallen über die Papierpreise wurde von Kundenseite selten so unverblümt kommuniziert. Die Politik der Papierhersteller und -händler beeinflusst es aber offenbar nicht. Ohne Rücksicht auf Verluste werden in dem zum Verkäufermarkt gewordenen Papiersegment die Preise nach oben geschraubt. Mit der Konsequenz, dass sich der Papierverbrauch



durch Verlagerungen der Werbebudgets weiter verringern wird. Da stellt sich schon die Frage, ob Papier- und Druckindustrie eigentlich noch zusammenpassen? Die Welt der Papierhersteller ist offenbar eine andere als die der Drucker. Man hat es auch nicht mit Papiermachern zu tun, sondern mit Managern, denen Zahlen näher sind als das Produkt Papier. Da wird nicht mehr über Papierqualitäten gesprochen, sondern über Cash-Flow, Wechselkurse, Margenschwund etc. – als wäre das in anderen Industrien nicht genauso. Nachdem die Papierriesen Überkapazitäten abgebaut, Papiermaschinen abgestellt und Fabriken geschlossen haben, werden jetzt mit aller Gewalt höhere Preise durchgesetzt, die Druckereien nicht an ihre Kunden weitergeben können. Weiter rückläufige Auflagen dürften aber auch nicht das Ziel der auf Jahrestonnagen fixierten Papierindustrie sein. Und es ist kaum anzunehmen, dass sich die Papiermacher selbst in den Niedergang stürzen, indem sie die Abnehmer ihrer Produkte in den Ruin treiben. Es sei denn, sie sind gar nicht mehr Schlüsselpartner der Drucker oder des Papierhandels.

So ist auch das Geschachere um Marktanteile beim Papierhandel kaum mehr nachvollziehbar. Vor zwei Jahren noch kaufte Papyrus Schweiz Inapa Schweiz, jetzt kauft Inapa Papyrus Deutschland (siehe Seite 8). Noch Fragen? Es geht auch beim Papierhandel wohl nur noch um's nackte Überleben.

Ihr Druckmarkt-Team

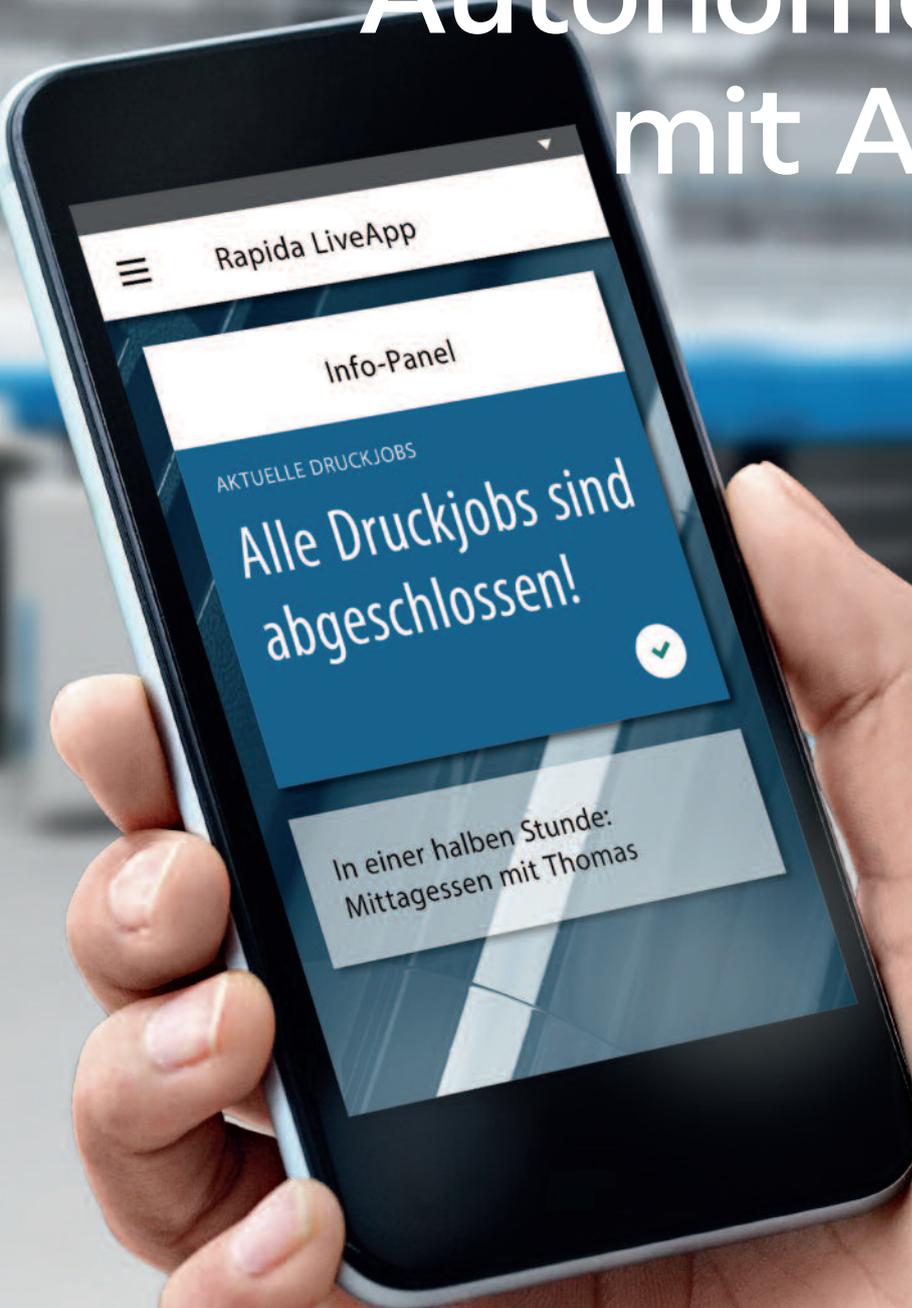
Klaus-Peter Nicolay
Julius Nicolay
Jean-Paul Thalmann



KOENIG & BAUER

KBA-Sheetfed

Autonomes Drucken mit AutoRun



Mit AutoRun liefern wir Ihnen schon heute die Technologie der Zukunft. Ihre Koenig & Bauer-Maschine konfiguriert sich datenbasiert selbst und wechselt vollautomatisch die Jobs. So optimieren Sie Produktionszeiten und haben Zeit für zusätzliche Aufträge. Die anwenderorientierte Nutzung von Daten einschließlich der Vernetzung ist Prinzip aller digitalen Services von Koenig & Bauer 4.0. Erfahren Sie, wie Sie die Digitalisierung des Druckens für erhöhte Profitabilität nutzen können. Mehr dazu unter: www.koenig-bauer.com/trends/autorun

Print Assist AG
info@printassist.ch

koenig-bauer.com

we're on it.