



Foto: Joey Huang on unsplash

## BRANCHENBERICHTE

# HISTORISCHES TIEF FÜR DIE DRUCKINDUSTRIE

Die Branchenberichte aus Deutschland, Österreich und der Schweiz bestätigen, was alle geahnt und gespürt haben: die dramatischen Auswirkungen der Covid-19-Pandemie auf die Druckindustrie. Und Corona setzt der Branche weiterhin zu. Umsatz- und Gewinneinbussen treffen Unternehmen aller Grössenklassen: Kleine Unternehmen leiden besonders stark.

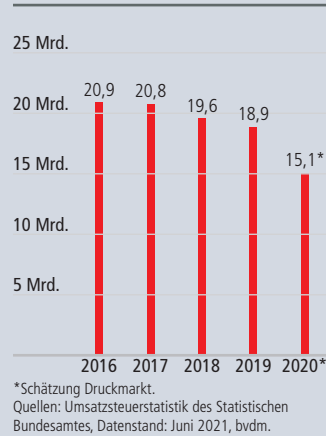
Von Klaus-Peter Nicolay

Die Coronakrise hat den stärksten Produktionseinbruch der deutschen Druckindustrie seit 1991 verursacht, berichtet der Bundesverband Druck und Medien. So lag der Produktionsindex im April 2020 rund 26% unter dem von 2019. Unterbrechungen der Lockdowns hätten zwar zu einer von Nachholeffekten getriebenen Erholung beigetragen, doch sei die Produktion

im Mittel rund 13% unter dem Wert von 2019 geblieben. Dabei waren die Zahlen von 2019 schon nicht berauschend. Seit 2015 geht der Umsatz Jahr für Jahr zurück und fiel 2018 erstmals unter die Marke von 20 Mrd. € (siehe Grafik rechts).

Wenn der Umsatz der meisten Betriebe laut *bvdm*-Umfrage um (grob) 20% zurückgegangen ist, dürfte der Branchenumsatz 2020 auf rund 15,0 Mrd. abgesackt sein. Ein in der Tat historisches Tief.

UMSATZ DER DRUCKINDUSTRIE (IN MRD. EURO)



In einer im April 2021 durchgeführten Branchenumfrage des *bvdm* meldeten lediglich 14% der Unternehmen konstante oder gestiegene Umsätze im Jahr 2020. Dagegen berichteten mehr als 50% der Unternehmen mit einem Jahresumsatz von weniger als 1 Mio. Euro und nahezu die Hälfte aller Unternehmen mit weniger als 20 Mitarbeitern von Umsatzeinbrüchen von über 20%. Grössere Unternehmen mit einer Personalstärke von min-

destens 100 Mitarbeitern melden ebenfalls einen Rückgang um 21%.

**Tendenz für die D/A/CH-Region**

Die jährliche Branchenumfrage des *bvdm* ist zwar nicht repräsentativ (die rund 400 Entscheider vertreten in der Summe etwa 21% des Umsatzes der Druckindustrie), zeigt aber eine Tendenz. Eine Tendenz, die wohl auch auf die Schweiz und Österreich übertragbar ist. Zumal in allen drei Ländern überproportional viele kleine Betriebe unter zehn Mitarbeitern das Gros der Branche ausmachen.

Besonders gelitten haben in der D/A/CH-Region die Werbe-druck-Erzeugnisse, die in Deutschland rund 37% der wertmässigen Produktion aller Drucksachen ausmachen: Sie verloren rund 17% gegenüber 2019. Der Umsatz der Betriebe mit mindestens 50 Mitarbeitern fiel im Jahr 2020 im Mittel um rund 13%.

Als leichte Stütze in diesen Zeiten zeigten sich die gesunkenen Preise für grafische Papiere. Sie fielen im Mittel um 7,2%, die Preise für Zeitungspapier notierten 2020 sogar 10,3% unter Vorjahresniveau. Für Entwarnungen ist es jedoch noch zu früh, zumal die Preise für Rohstoffe seit Jahresbeginn stark gestiegen sind – und mit ihnen steigen auch Papierpreise und die Preise für andere Verbrauchsmaterialien.

**Boom beim E-Commerce**

Etiketten- und Verpackungsdrucker überstanden die Krise bisher vergleichsweise gut. Hier wurden deutlich weniger Verluste gemeldet, ein Viertel dieser Unternehmen verzeichneten 2020 sogar Umsatzzuwächse.

Begründen lässt sich dies unter anderem mit der starken Zunahme des Online- und Versandhandels sowie der verstärkten Nach-

frage nach Lebensmitteln, Medikamenten, Hygieneartikel und einigen anderen Konsumsparten. Und die E-Commerce-Umsätze boomen weiterhin. Für das erste Halbjahr 2021 meldet der *Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland (Bevh)* unter dem Strich ein Wachstum von 8,5 Mrd. €. Obwohl die Restriktionen im stationären Handel mittlerweile gelockert wurden und wieder mehr Menschen in die Geschäfte gehen, scheint der Wachstumstrend der E-Commerce-Branche ungebrochen. Der Zuwachs im ersten Halbjahr 2021 beträgt in Deutschland 23,2%. Die Prognose für das laufende Jahr ist weiterhin optimistisch und könnte erstmals 100 Mrd. € erreichen.

**Erholungsperspektiven auf dünnem Eis**

In den drei Ländern kann der Anstieg von Produktion und Umsatz im ersten Halbjahr als Beginn einer leichten Erholung gesehen werden. Eine Fortsetzung des positiven Trends ist jedoch von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung abhängig und kann im weiteren Verlauf dieses Jahres von steigenden Preisen und möglichen Lieferengpässen bei Verbrauchsmaterialien und Vorprodukten sowie auch vom Fachkräftemangel beeinträchtigt werden.

Vor allem aber ist eine Erholung nicht aus eigener Kraft möglich. Druckereien leben dann gut, wenn es ihren Kunden gut geht. Das ist aber eher nicht der Fall. Nur zwei Beispiele:

Das deutsche Gastgewerbe ist einer der grössten Verlierer der Corona-Krise und musste in Folge der Corona-Pandemie 2020 rund 36,5% Umsatz einbüßen. Bis 2019 stieg der Jahresumsatz jährlich um rund 3% auf etwa 93,6 Mrd. €. 2020 hat das Gewerbe etwa 34 Mrd. € verloren und kommt somit auf einen Umsatz von nur noch rund 59,5 Mrd. €. Und eine

Erholung verläuft schleppend. Nach Berechnungen des Reiseverbandes *DRV* summieren sich die Umsatzausfälle der deutschen Reiseveranstalter und Reisebüros bis Ende 2020 auf 28 Mrd. € – ein Einbruch von rund 80% gegenüber dem Vorjahr. Etwa 10% der rund 11.000 Reisebüros und etwa 50 bis 100 Veranstalter in Deutschland könnten gefährdet sein.

Das heisst: Erst wenn Hotels, das Gastgewerbe, der Tourismus und Veranstaltungen aller Art und Grössenordnungen wieder möglich sind, wird sich auch die Werbung wieder beleben. Das dürfte auf Österreich vielleicht noch stärker zutreffen als auf die beiden Nachbarländer. In jedem Fall gilt jedoch: Die Wiederbelebung kann sich hinziehen – und mit ihr die Situation der Druckindustrie.

**Erwartungen für 2021 eher pessimistisch**

Obwohl sich ab dem 2. Quartal 2021 eine Erholung abzeichnet, rechnen in Deutschland rund 50% der Betriebe mit Gewinnrückgängen. Kleine Unternehmen zeigen sich hierbei pessimistischer als die grösseren. Neben Auftragschwankungen, unbeständigen Produktionsauslastungen und Auftragsmangel sind es vor allem steigende Lieferantenpreise, die den Druckunternehmen auch jenseits der coronabedingten Krise Sorgen bereiten. Dass sich die überwiegende Zahl der Druckereien trotz der massiven Beeinträchtigung ihrer Geschäftslage im Jahr 2020 halten konnten, ist vor allem auf die Inanspruchnahme des Kurzarbeitergeldes und anderer Massnahmen zurückzuführen.

>



**Lust auf Print und Veredelung.**

Unterstreichen Sie Ihre Werbebotschaft mit einer passenden Veredelung.

Wir bieten ab kleiner Druckauflage spannende Möglichkeiten.

**kasimir meyer**

Kapellstrasse 5 5610 Wohlen T 056 618 58 00 [www.kasi.ch](http://www.kasi.ch)

Dennoch planen in Deutschland 37% der Betriebe im Laufe des Jahres 2021 Mitarbeiter zu entlassen. Besonders stark fällt der Personalabbau bei Unternehmen mit 100 Beschäftigten und mehr aus. 58% planen einen Stellenabbau. Gleichzeitig geben fast 50% an, Investitionen zu streichen oder zu verschieben.

### Grafische Industrie in der Schweiz

Die Covid-19-Pandemie hat auch in der Schweiz mächtige Spuren hinterlassen. Und wie in den Nachbarländern war die Druckindustrie stärker von den Auswirkungen der Pandemie betroffen als der Durchschnitt aller Industriebetriebe. Während deren Umsätze in der Schweiz um -6,3% zurückgingen, weist der *viscom/BAK*-Index für die Druckindustrie einen Umsatzeinbruch um -17% für das Jahr 2020 aus. Die Umsätze der grafischen Industrie der Schweiz haben sich zuletzt erholt – was nach dem desaströsen Jahr 2020 zu erwarten war. Im 2. Quartal 2021 gab es gegenüber dem 2. Quartal 2020 eine Umsatzsteigerung um rund 13%. Vergleicht man die zuletzt verzeichneten Umsätze mit dem Jahr 2019, fällt die Bilanz immer noch verhalten aus. So lag das Umsatzniveau zwischen April und Juni 2021 um rund 14% unter dem 2. Quartal 2019. Die Produzentenpreise haben sich bei grafischen Erzeugnissen laut *viscom/BAK*-Index zwar verbessert, lagen im Juni 2021 aber nur rund 1% höher als im Juni letzten Jahres.

Druckereien, die auf ausländische Papiervorprodukte angewiesen sind, waren auch in der Schweiz zuletzt mit kräftigen Preissteigerungen um 4% konfrontiert.

### Keine aktuellen absoluten Zahlen

Der durch den *viscom/BAK*-Index für 2020 ausgewiesene Umsatzrückgang von rund 17% ist ein zusätzlicher Schock auf den seit Langem anhaltenden Rückgang aller Eckwerte der Branche. Zwischen 2000 und 2019 hat sich der Umsatz der grafischen Industrie in etwa halbiert.

Die vorstehenden Zahlen zeigen zwar eine interessante Tendenz, doch das Arbeiten ausschliesslich mit Relationen macht die Situation nicht greifbarer. Und als schäme man sich für die echten Umsatzzahlen, wenden sich Studien und allerlei Erhebungen um die absoluten Zahlen. Dafür muss man schon einige Jahre zurückblicken und die Betrachtungsweise verschiedener Quellen akzeptieren.

So lag die Bruttowertschöpfung im Jahr 2016 bei 2,288 Mrd. CHF. Mit eingerechnet waren hier Leistungen wie Grafikdesign und visuelle Kommunikation (*BKA Economics* 2017). Aus demselben Jahr stammen auch folgende Daten: Die rund 1.000 Unternehmen der Branche mit ihren rund 15.000 Beschäftigten sollen im Jahr 2016 einen Umsatz von rund 4 Mrd. Franken erzielt haben (Quelle: *viscom*). Der *VSD* weist 3.750 Mrd. CHF aus (Quelle: *ESStV*).

In diesen fünf Jahren seither sind die Umsätze aber nicht gestiegen (wie auch die Umsatzzahlen aus Deutschland zeigen). So muss

man wohl annehmen, dass sich die Schweiz den Werten der Druckindustrie in Österreich genähert hat. Österreich und die Schweiz zählen etwa gleich viele Einwohner. Daher ist der Vergleich zulässig. Nach den Zahlen des *Verband Druck & Medientechnik Österreich* gab es 2018 gesamt 939 Betriebe, 85,6% (804) davon mit bis zu neun Beschäftigten. Der Umsatz: 1,576 Mrd. €.

Was in den vergangenen drei Jahren einschliesslich der Corona-Effekte geblieben ist, werden wir wohl erst im nächsten Jahr oder später erfahren.

### Zukunftspotenziale

Kurzfristig dürften sich die Umsätze nach Covid-19 (noch sind wir ja nicht durch) wieder erhöhen. Es ist jedoch kaum zu erwarten, dass das Vorkrisenniveau wieder erreicht wird.

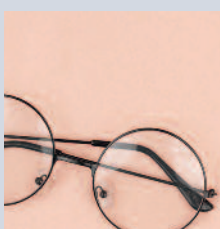
Denn strukturell haben sich die Herausforderungen nochmals erhöht. Viele Auftraggeber haben vermutlich weniger Ressourcen für grafische Erzeugnisse als vorher. Stattdessen werden die meisten Werbegelder wieder in die vielen Online-Kanäle und in Social Media fliessen (siehe auch den Beitrag auf Seite 16). Hinzu kommt noch der Digitalisierungsschub, der den Strukturwandel in der grafischen Industrie massiv verändern wird. Welches Potenzial sich für grafische Betriebe durch diese fundamentalen Innovationen eröffnet, bleibt abzuwarten und ist von Unternehmen zu Unternehmen anders. Ein Erfolgsrezept ist auch in diesem Zusammenhang nicht zu erwarten.

Prozessinnovationen im Zuge der Industrie 4.0, Sharing Economy, Internet of Things und Printed Electronics sowie Geschäftsmodelle wie Mass Customization, Verlängerung der Wertschöpfungsketten, Big Data Modelle und Nachhaltigkeit sind nur einige Schlagworte, die uns schon seit geraumer Zeit begleiten. Damit diese Potenziale erfolgreich umgesetzt werden können, ist eine Belegschaft entscheidend, die über die notwendigen Kompetenzen verfügt.

Zwar haben die Unternehmen in der D/A/CH-Region bereits darauf reagiert und die Aus- und Weiterbildungsangebote an die sich verändernden Bedürfnisse angepasst, doch müssen auch hier neue Wege beschritten werden. Das Modell, das wir ab Seite 20 vorstellen, könnte eine solche Lösung sein.

### Neu aufstellen?

In Summe war Corona für die Druckbranche in Mitteleuropa schon jetzt eine echte Zäsur. Was im Herbst und später noch alles kommen mag, kann zurzeit niemand seriös prognostizieren. Jetzt muss es jedoch darum gehen, die etablierten und neuen Märkte auszuloten, herauszufinden, in welche Geschäftsfelder es sich lohnt, zu investieren, die Machbarkeit zu prüfen, sich dann neu zu positionieren und vor allem strategisch klug aufzustellen.



**ÜBERBLICK.  
EINBLICK.  
DURCHBLICK.**



DRUCKMARKT  
**impressions**

www.druckmarkt.ch



# ELEVATE EFFICIENCY.

# ACCELERATE GROWTH.

Entwickelt als direkte Antwort auf das Feedback von Kunden ist die ColorStream 8000-Serie der nächste Schritt in der Inkjet Evolution. Sie macht Ihre Druckproduktion zukunftssicher und erschliesst Ihnen neue wirtschaftliche Chancen.

Finden Sie heraus, wie die **ColorStream 8000 Serie** Ihnen dabei helfen kann, Herausforderungen in Chancen zu verwandeln, das Wachstum zu beschleunigen und Ihr Unternehmen auf die nächste Stufe zu heben.

Mehr Info:

<https://de.canon.ch/cs8000XX>



The Canon logo, consisting of the word "Canon" in its signature red font.