

Natürlich ist dieses Aufmacherbild völlig überzogen, aber es hat den Anschein, als hätten einige Papierhersteller die Lust am Papier verloren und beschäftigen sich mit Alternativen zum klassischen Bedruckstoff. Sobald sich eine lukrativere Variante auftut, werden Papiermaschinen für andere Zwecke umgebaut.

PAPIERINDUSTRIE

Eine Branche baut um

Papier gibt es seit etwa 2.000 Jahren. In Deutschland und der Schweiz wird es seit rund 600 Jahren hergestellt. Und lange Zeit war das Geschäft mit Papier nicht besonders aufregend, dafür aber stabil und weitestgehend überraschungsfrei. Das Geschäft lief fast von alleine. Das hat sich bei den grafischen Papieren allerdings geändert. Denn während Hygienepapiere stabil sind und Verpackungen dank E-Commerce boomen, haben die Hersteller von Druckpapieren mit massiven Absatzproblemen zu kämpfen.

Von Klaus-Peter Nicolay



Nein, das Gefühl trügt nicht. Es wird (nicht erst seit dem Ausbruch der Pandemie) weniger gedruckt. Und es ist auch nicht zu übersehen, dass anders gedruckt wird. Drucksachen in sechs- und siebenstelligen Auflagen sind ein immer kleiner werdendes Geschäftsfeld geworden. Dagegen legen Kunden immer mehr Wert auf Drucksachen und Verpackungen aller Art, die aussergewöhnlich, eigenwillig und exzellent sind.

Aussergewöhnlich können Drucksachen alleine schon durch das eingesetzte Papier, durch besondere Materialien, Strukturen, Oberflächen sowie durch überraschende Effekte und ihre Haptik sein. Dies unterstützt ganz besonders der Digitaldruck mit seinen Möglichkeiten zur Individualisierung und persönlichen Kundenansprache. Für dieses Mehr an Aufmerksamkeit sind Werber und ihre Kunden üblicherweise auch bereit, etwas tiefer in die Tasche zu greifen als bei einem Standard-Werbebrief auf 08/15-Papier.

steller in den zurückliegenden Jahren gewaltige Kapazitäten vom Markt genommen. Und sie werden es auch weiterhin tun, bis sich Angebot und Nachfrage wieder eingependelt haben – und Papier aus Sicht der Hersteller wieder kostendeckend produziert werden kann.

Zenit überschritten

Zwar gehört Klagen auch zum Instrumentarium selbst seriöser Kaufleute, doch bei den Papierherstellern hat das nachvollziehbare Gründe: Der Absatz der grafischen Papiere ist dramatisch eingebrochen.

Dieser Strukturwandel kam aber nicht plötzlich oder über Nacht. Die Digitalisierung ist auch für die Papierfabriken spürbar. Und bei einem Teil ihrer Produkte ist erkennbar, dass sie ihren Zenit überschritten haben.

So sind Formulare als Drucksachen mit nennenswerten Umsätzen nahezu verschwunden. Und mit den Formularen verschwanden auch Durchschreibepapiere und -sätze. Auch das Versenden von Faxnachrichten ist (von Behörden abgesehen) tot, weshalb bald niemand mehr Thermopapiere braucht. Diese Papiersorte verschwindet auch aus Ladenlokalen, nachdem Kassen und Belegdrucker auf umweltfreundlichere, dafür aber unleserliche blaue Sorten umgestellt werden.

Doch jenseits solcher Spezialitäten betrifft es auch den nicht eben kleinen Office-Bereich. Bislang war die Papierbranche davon überzeugt, das papierlose Büro sei ein Märchen. Doch das Vertrauen von Ämtern, Administrationen und Unternehmen in digitale Arbeitsabläufe und elektronische Speicher hat deutlich zugenommen. Sie archivieren vieles nicht mehr auf Papier in Ordnern, sondern intern auf Speichermedien oder extern in der Cloud.

Der Verbrauch an grafischen Papieren sinkt in Europa bereits seit 2007. Übertroffen wird dies noch durch den Rückgang an Zeitungspapier.

Doch was aus werblicher Sicht Vorteile mit sich bringt, macht sich negativ beim Papierhandel und den Papierfabriken bemerkbar. Denn für gezielte und personalisierte Werbung benötigt man weniger Papier als für Massendrucksachen.

Geht der Absatz zurück, wird die Produktion üblicherweise gedrosselt – was sich beim Papier in produzierten Jahrestonnagen ausdrückt. So haben die Papierher-

>

Über alle grafischen Papiere hinweg wurden Kapazitäten abgebaut – für die einzelnen Sorten jedoch sehr unterschiedlich, wie in der unteren Grafik deutlich wird. Hier eine kurze Erläuterung der Sorten. News meint Zeitungspapier. Die Abkürzung LWC steht für light weight coated, also geringes Gewicht und beschichtet. Es ist holzhaltiges, beidseitig gestrichenes Papier im Gewichtsbereich von 39 bis 80 g/m². WFC sind holzfrei gestrichene Feinpapiere für den Bogenoffset. Verwendungszwecke sind Werbematerial, Bücher, Broschüren, Kataloge, Direktwerbung und Magazine. WFU sind holzfrei ungestrichene Papiere. Bei SC-Papier handelt es sich um ungestrichenes, satiniertes Papier für die Herstellung von Magazinen, Zeitschriftenbeilagen und Katalogen mit Flächengewichten von etwa 40 bis 60 g/m².

Dramatischer Einbruch

Doch das alles sind aus Sicht der grafischen Industrie eher Nebenschauplätze gegenüber den gewichtigen allgemeinen Trends, die durch das veränderte Medien- und Konsumverhalten der Gesellschaft und Verbraucher beeinflusst werden.

So sinkt der Verbrauch an grafischen Papieren in Europa bereits seit 2007. In jenem Jahr hatte er in Deutschland mit knapp 10 Mio. Tonnen seinen Höchststand seit 1950 erreicht. 2018 lag der Verbrauch mit 7,326 Mio. Tonnen rund ein Viertel darunter. Weltweit sieht die Entwicklung ähnlich aus. Die Produktionsmenge an grafischen Papieren sank von 151.500 Mio. Tonnen (2008) auf 115.500 Mio. Tonnen im Jahr 2018.

Noch krasser sieht es beim Zeitungsdruckpapier aus. Der Absatz ging im europäischen Raum um fast die Hälfte zurück. In Deutschland hat der Absatz von ehemals (2007) 2,5 Mio. Tonnen rund 25% eingebüsst und lag 2017 bei 1,8 Mio. Tonnen im Jahr. Seiher sind fünf Jahre vergangen, in denen die Zeitungsauflagen weiter geschrumpft sind. Interessant in diesem Zusammenhang: Noch 2009 ging in Grossbritannien eine Zeitungsdruckpapiermaschine mit einer Jahreskapazität von 400.000 Jahrestonnen

Papier in Betrieb – ein untrüglicher Beweis dafür, dass die negative Entwicklung in dieser Dimension nicht erwartet wurde.

Demgegenüber ist die Entwicklung bei Papier, Karton und Papp für Verpackungszwecke gegenläufig. Dort stieg der Verbrauch von 8,33 Mio. Tonnen (2007) auf 11,83 Mio. Tonnen (2018) an – mit weiterer Tendenz nach oben.

14,7 MIO. TONNEN WENIGER GRAFISCHE PAPIERE WURDEN VON 2012 BIS 2021 NACHGEFRAGT.

UM **10,2** MIO. TONNEN WURDEN DIE PAPIERKAPAZITÄTEN IN EUROPA ZWISCHEN 2016 UND 2022 HERUNTERGEFÄHRT.

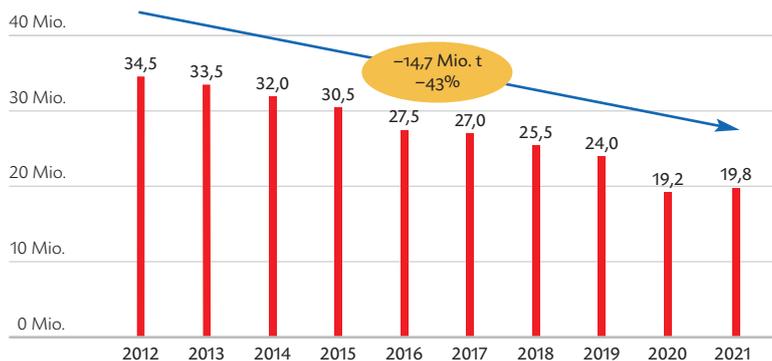
Quelle: Die Papierindustrie 2022.

Ab- oder Umbau als Konsequenz

Die Entwicklung bei den grafischen Papieren führte in der Konsequenz zu einem gewaltigen Abbau an Kapazitäten und ist als struktureller Umbau der gesamten Papierindustrie spürbar. So wurden in den letzten Jahren nicht nur einzelne Maschinen, sondern ganze Werke stillgelegt. Zudem fielen dem Konsolidierungsprozess einige Papierhersteller zum Opfer. Alleine in Deutschland sind Scheufelen, Zanders, Feldmühle oder Re-

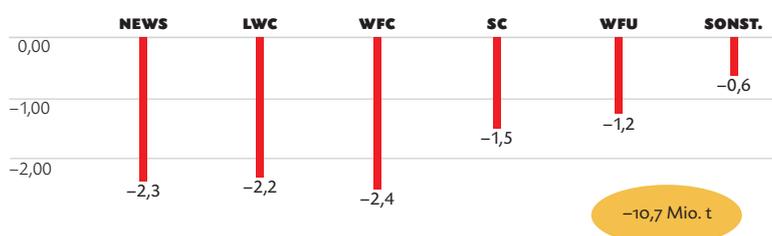
flex, eine ehemalige Zanders-Tochter, zu nennen. Während Letztere nach Restrukturierungsmassnahmen und mehrfachem Umbau weiter existieren, kam für die Traditionsunternehmen Scheufelen im Mai 2019 und für Zanders im April 2021 das endgültige Aus. Dabei geht das Stilllegen einer Papierfabrik und selbst das einer Papiermaschine nicht nur mit dem massiven Verlust an Arbeitsplätzen einher, sondern ist üblicherweise gleich mit enormen Papiermengen verbunden. Stilllegungen sind aber nur das eine, der Umbau von Papiermaschinen das andere. Nicht nur in Ausnahmefällen wurden Maschinen, die bisher grafische Papiere und Kartons produzierten, auf Verpackungsqualitäten umgerüstet, weil dieses Segment offensichtlich attraktiver ist als Papier. Das ist europaweit zu beobachten. Die Hersteller investieren mehrstellige Millionen-Beträge in das Konvertieren von Maschinen, also den Umbau von grafischen auf Verpackungspapiere. Auf diese Weise wurden von 2016 bis 2022 sage und schreibe 10,2 Mio. Tonnen grafische Papiere vom Markt genommen.

GRAFISCHE PAPIERE: NACHFRAGE (IN MIO. TONNEN) IN EUROPA



Quelle: Die Papierindustrie e. V.; Druckmarkt-Grafik Juni 2022.

GRAFISCHE PAPIERE: KAPAZITÄTSABBAU (IN MIO. TONNEN) IN EUROPA



Quelle: Die Papierindustrie e. V.; Druckmarkt-Grafik Juni 2022.

Kosten steigen, Verkaufspreise sinken

Dass dies auch Auswirkungen auf die Preisentwicklung hat, ist naheliegend. Zunächst führte die mangelnde Nachfrage bei einzelnen Papiersorten zu einem Preisrückgang. So wurde Zeitungsdruckpapier zwischen 2010 bis 2017 um über 2% günstiger. Ähnliches galt für grafische Papiere und Pappen mit einem Rückgang von 1,7% von 2010 bis 2017. Im selben Zeitraum haben sich dagegen Testliner und Wellpappenrohpa-piere um rund 5% verteuert. Doch dabei blieb es nicht.

Der Anstieg bei den Preisen für Rohmaterialien wie Zellstoff und Chemikalien liess die Entwicklung ab Herbst 2017 jedoch ins Gegenteil umschlagen. Seither erleben wir eine beispiellose Preis-Rallye.

Seit Jahresbeginn 2018 lagen die Zuwächse für die in Deutschland hergestellten grafischen Papiere und Pappen etwa bei 6%, für Zeitungspapiere bei 10,6%. Zusammen mit ähnlich gross ausfallenden Preisanpassungen des Papiergrosshandels ergaben sich den Daten des Statistischen Bundesamtes zufolge Preissteigerungen von bis zu 15%. Schon das führte zu einem Sturm der Entrüstung bei den Druckereien und ihren Verbänden. Denn die Verkaufspreise für Druckprodukte blieben mit plus 0,8% (April 2018) quasi auf dem gleichen Niveau. Druckereien konnten die höheren Papierpreise nur selten (oder gar nicht) an ihre Kunden weitergeben. Der Druck auf die Ertragslage stieg weiter. Darüber hinaus berichteten einige Druckereien schon vor vier Jahren über Lieferengpässe beispielsweise bei Dünndruck- und Bilderdruckpapier und gleichzeitig über unklare Konditionen bei der Reservierung von Papierkontingenten.

Sehenden Auges ins Dilemma?

Für eine relativ kurze Zeit (die Papierindustrie nennt 2017 bis 2018) sei die Papier-Preis- und Versorgungssituation ausgeglichen gewesen und die Nachfrage sei mit den vorhandenen Kapazitäten (gerade so) erfüllt worden. Doch das war nur die Ruhe vor dem Sturm, den wir gerade erleben.

Im Pandemiejahr 2020 ging die Nachfrage um 18% gegenüber 2019 zurück. Die europäische Papierindustrie antwortete darauf mit dem Abbau von 7,3 Mio. Tonnen Kapazität und zeigte sich überrascht, als die Nachfrage nach grafischen Papieren 2021 stieg. Aufgrund des vorangegangenen Kapazitätsabbaus konnte sie die Nachfrage aber nicht befriedigen. Ein Zurück zu alten Kapazitäten war aber nicht möglich.

So hatten sich die Papierhersteller sehenden Auges selbst in dieses Dilemma manövriert, was die Drucker jetzt ausbaden müssen. Zusätzlich stiegen Energie-, Rohstoff- und Logistikkosten, sodass das sich neben der Papierknappheit auch noch Preissteigerungen einstellen. Und um die Misere komplett zu machen, verschärft der Ukrainekrieg die Preissituation und Versorgungssicherheit.

Es schaukelt sich hoch

Die Preise für Energie und Rohstoffe explodieren, der tägliche Einkauf ist teuer geworden und Tanken fast unbezahlbar. Und in den Betrieben steigen die Preise für Verbrauchsmaterialien. Für Papier sowieso – wenn wir denn welches bekommen.

Mit dieser Situation sind (bis auf ganz wenige aus dem Energie- und Mineralölsektor) alle Industrien konfrontiert. Generell führen steigende Kosten für die Industrie zu höheren Verbraucherpreisen, was wiederum

die Inflation weiter anheizt. In der Folge verschlechtert sich das Konsumklima weiter – auch mit negativen Auswirkungen auf die Werbebudgets. Was sich wiederum negativ auf die Auftragslage der Druckindustrie auswirkt, die mit der Papierknappheit schon gestraft genug wäre.

Nach einer Umfrage des Bundesverbandes Druck und Medien (bvdM) aus diesem Jahr haben 72% der deutschen Druckereien aufgrund der Situation am Papiermarkt Aufträge nicht annehmen können oder verloren. Und damit nicht genug, 70% erwarten eine dauerhafte Umsatzreduzierung durch die Abwanderung von Druckaufträgen in digitale Kanäle.

Die Papierindustrie hat sich selbst in das aktuelle Dilemma manövriert, was die Druckereien jetzt ausbaden müssen.

Selbst wenn Vertreter der Papierindustrie inzwischen zugeben, dass bei der Einschätzung des Marktes auf Seite der Papierhersteller einiges schief gelaufen ist, was teilweise zur Papierverknappung beigetragen habe, hilft das nicht weiter und sorgt auch nicht für Beruhigung. Das Vertrauen in die Papierindustrie ist beschädigt.

Was den grössten Papierhersteller in Europa jedoch nicht davon abhält, Öl in die Wunde zu giessen. *Stora Enso* zeigt das wahre Gesicht der Papierkonzerne ganz offen und ohne Scham. Für den finnisch-schwedischen Hersteller ist Papier kein lukrativer Markt mehr – also verkauft man vier der fünf Papierfabriken, um sich Märkten zuzuwenden, die Wachstum versprechen.

Einige wenige Branchenkenner haben das kommen sehen. Denn die grossen Papierkonzerne berichten seit geraumer Zeit lieber darüber, Bio-Kraftstoff oder nachhaltige Dämmplatten herstellen zu können, als über Weiterentwicklungen bei Papier und Karton.

Wir werden uns also auf turbulente Zeiten einstellen müssen. Papier ist dabei nur ein Problem. Ja, das hört man schon länger. Aber jetzt ist die Situation wirklich brenzlich.



WOLFENSBERGER
 LED-OFFSETDRUCK – 6-FOM
 UV-GLANZLACK – PLAKATE
 www.wolfensberger-ag.ch

EST. 1902
 wolfensberger-ag.ch