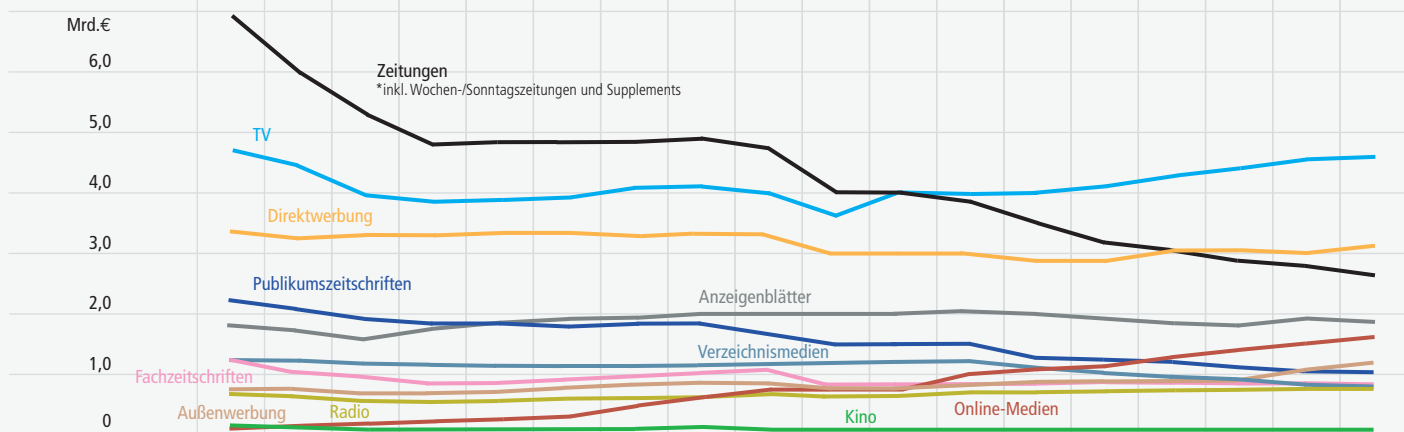


WERBEAUFWENDUNGEN DEUTSCHLAND (NETTO): ANTEILE DER MEDIEN IN MRD. EURO

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Zeitungen*	6,91	5,99	5,29	4,80	4,85	4,83	4,88	4,92	4,72	3,98	3,94	3,86	3,51	3,18	3,07	2,88	2,76	2,60
Anzeigenblätter	1,79	1,74	1,66	1,75	1,84	1,90	1,94	1,97	2,01	1,97	2,01	2,06	2,00	1,93	1,85	1,81	1,92	1,86
Publikumszeitschriften	2,25	2,09	1,94	1,86	1,84	1,79	1,86	1,82	1,69	1,41	1,45	1,44	1,28	1,24	1,19	1,07	1,02	0,96
Fachzeitschriften	1,27	1,06	0,97	0,88	0,87	0,90	0,96	1,02	1,03	0,85	0,86	0,86	0,86	0,89	0,87	0,86	0,86	0,83
Verzeichnismedien	1,27	1,27	1,25	1,22	1,20	1,20	1,20	1,21	1,23	1,18	1,15	1,14	1,10	1,02	0,97	0,89	0,84	0,79
Direktwerbung**	3,38	3,26	3,34	3,30	3,40	3,40	3,32	3,35	3,29	3,08	2,98	2,99	2,87	2,87	3,06	3,06	3,00	3,12
Außenwerbung	0,75	0,76	0,71	0,71	0,72	0,77	0,79	0,82	0,81	0,74	0,77	0,81	0,87	0,89	0,93	1,00	1,03	1,15
TV	4,71	4,47	3,96	3,81	3,86	3,93	4,11	4,16	4,04	3,64	3,95	3,98	4,05	4,13	4,29	4,42	4,56	4,59
Radio	0,73	0,68	0,60	0,58	0,62	0,66	0,68	0,69	0,71	0,68	0,69	0,71	0,72	0,75	0,74	0,74	0,77	0,78
Kino	0,17	0,18	0,12	0,12	0,11	0,12	0,11	0,16	0,08	0,08	0,09	0,09	0,08	0,08	0,08	0,10	0,09	0,09
Online-Medien	0,15	0,19	0,23	0,25	0,27	0,33	0,50	0,69	0,75	0,76	0,86	0,99	1,08	1,15	1,34	1,42	1,52	1,64
total	23,38	21,69	20,07	19,28	19,58	19,83	20,35	20,81	20,36	18,37	18,75	18,93	18,42	18,13	18,39	18,25	18,37	18,41



Quelle: ZAW, Druckmarkt-Archiv © Druckmarkt-Grafik 8/2018. *inkl. Wochen-/Sonntagszeitungen und Supplements. **Wird bei den ZAW-Zahlen nicht berücksichtigt.

DRUCKINDUSTRIE VORSICHTIGER OPTIMISMUS

Die Geschäftslage der deutschen Druck- und Medienunternehmen zeigte sich 2017 stabil. Nach Schätzungen des bvdM lag der Branchenumsatz mit rund 20,8 Mrd. € auf dem Vorjahresniveau. Bei einer überdurchschnittlichen Kapazitätsauslastung von 84,2% fiel auch die Produktionsmenge so hoch wie im Vorjahr aus. Die aktuellen amtlichen Daten für die gesamte Druck- und Medienwirtschaft sind jedoch weiterhin negativ ausgeprägt.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Ende September letzten Jahres zählte die Branche knapp 8.000 Druckbetriebe mit 133.481 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Gegenüber dem Vorjahrestichtag entspricht dies einem Rückgang von 3,8% bei den Betrieben und 2,1% bei den Beschäftigten.

2017 lag die Anzahl eröffneter Insolvenzen bei 73, dem tiefsten Stand seit 2001. Das bedeutet aber auch, dass über 200 Betriebe entweder übernommen wurden oder aufgegeben haben – möglicherweise aufgrund mangelnder Nachfolge. Das würde nämlich ins Bild passen: Das Image der Branche scheint in der öffentlichen Wahrnehmung nicht unbedingt positiv zu sein, was sich zum Teil auch im Fachkräftemangel zeigt

(siehe auch den Absatz Deutscher Druck- und Medientag 2018).

Es wird weiter investiert

Die wirtschaftliche Lage in einzelnen Sparten der Druck- und Medienwirtschaft war allerdings sehr unterschiedlich. Während beispielsweise die Produktionsmengen in den Sparten Zeitungsdruck sowie Druckweiterverarbeitung abnahmen (5,3% beziehungsweise 3,8%), entwickel-

ten sich die Sparten Drucken sonstiger Erzeugnisse (außer Zeitungen) sowie Druck und Medienstufe verhältnismäßig positiv (0,9% beziehungsweise 0,4%).

Zugleich sorgte das laut bvdM günstige Finanzierungsklima weiterhin für hohe Investitionsausgaben in der Branche. Der Verband schätzt diese für 2017 auf 649 Mio. € (665 Mio. € im Vorjahr). Die Druckunternehmen wollen die Chancen der Digitalisie-

Die Boom-Zeiten in der Werbung sind längst Vergangenheit. Alle Medien profitierten vor dem Jahr 2000 von dem nie da gewesenen Run auf die Werbung. Danach ging es stetig abwärts – oder in die Normalität zurück. Denn ab 2003 blieben die Werbeinvestitionen geradezu kalkulierbar. Dass die Finanz- und Wirtschaftskrise zu einem weiteren Rückgang führte, ist möglicherweise aber nur die Beschleunigung eines Trends, der strukturelle Ursachen hat. Weder die Werbeagenturen noch die Verlage haben es bisher verstanden, ihren Kunden die Wirkung von gedruckter Werbung konkret aufzuzeigen (von Ausnahmen abgesehen). Aber auch entgegen der landläufigen Meinung konnten die Online-Medien nicht so gewaltig zulegen, wie es prophezeit wurde.

Wir haben in unserer Grafik die Veränderungen aufgezeigt und dabei den Bereich der Direktwerbung entgegen der offiziellen Lesart nach wie vor beibehalten. Doch auch ohne diese rund 3,0 Mrd. € hält Print nach wie vor mehr als die Hälfte aller Werbeumsätze.

Druckereien leiden unter Papierpreissteigerungen

Druckereien leiden unter Papierpreissteigerungen

Nach Einschätzung des bvdM blickt die Branche 2018 optimistischer in die Zukunft als noch vor wenigen Jahren. Gestützt werde diese Zuversicht von einer guten allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung sowie einer insgesamt stabilen Nachfrage nach bedruckten Produkten und Mediendienstleistungen.

So stieg der amtliche Produktionsindex für die gesamte Druck- und Medienwirtschaft im ersten Quartal 2018 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 0,6%. Der Umsatzindex lag 1,1% über dem Vorjahresstand.

Gleichwohl zeichnen Umfragen zur aktuellen Geschäftslage in der Branche nur ein verhalten positives Stimmungsbild. Die Geschäftslage sowie Erwartungen werden von einer stark angespannten Kostensituation, nicht zuletzt aufgrund starker Papierpreiserhöhungen, überschattet.

Starke Papierpreiserhöhungen und Lieferengpässe führen bei vielen Druckereien zu erheblichen Produktionsbehinderungen und Unsicherheit bei ihrer Produktionsplanung.

Den Daten des Statistischen Bundesamtes zufolge sind die Preise für die in Deutschland hergestellten grafi-

schon Papiere und Pappen seit Oktober 2017 stark gestiegen. Seit Jahresbeginn 2018 verzeichnen sie Zuwächse von über 5%. Auch die Herstellerpreise für Zeitungsdruckpapier nehmen zu – im April 2018 um 6,3% gegenüber dem Vorjahresmonat.

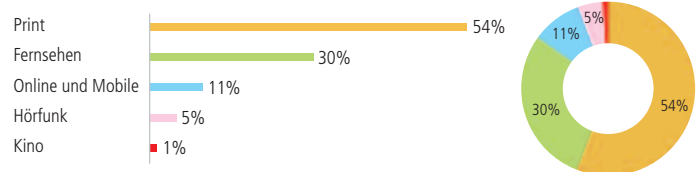
Gleichzeitig wachsen die Importpreise für Papier: nach Zahlen vom März 2018 beim Zeitungsdruckpapier um 10,6% und bei anderen grafischen Papieren um 6,3%. Zusammen mit ähnlich groß ausfallenden Preisanpassungen des Papiergroßhandels ergeben sich damit Preissteigerungen in Höhe von 15%.

Demgegenüber stagnieren die Verkaufspreise für Druckprodukte oder -dienstleistungen, wodurch erheblicher Druck auf die Ertragslage der Druck- und Medienunternehmen entsteht.

Darüber hinaus mehrten sich Meldungen über Lieferengpässe etwa beim Dünndruck- und Bilderdruckpapier. Gleichzeitig bereiten unklare Konditionen zum Zeitpunkt der Reservierung von Papierkontingenten Sorge. Verbindliche Zusagen gegenüber den Kunden zu Fertigstellungsterminen ihrer Aufträge werden damit immer schwieriger.

Daher empfiehlt der bvdM Druckunternehmen, ihre Kunden umfassend über die aktuelle Situation zu informieren, damit die Akzeptanz für die mögliche Weitergabe von Preiserhöhungen im Markt für gedruckte Produkte wächst und das Verständnis für unverschuldete Lieferverspätungen steigt. ▶

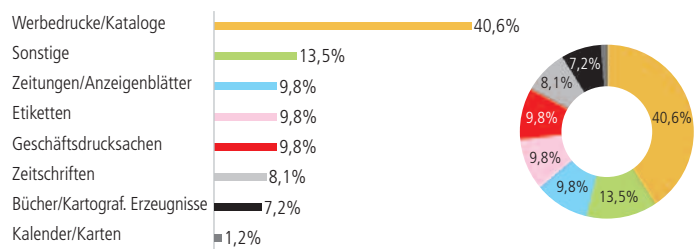
DER WERBEMARKT IN DEUTSCHLAND 2017



Quelle: Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW); Druckmarkt-Grafik: 8/2018. Zahlen gerundet.

Print beansprucht bei den klassischen Werbemedien noch immer mehr als die Hälfte aller Umsätze.

DRUCK-ERZEUGNISSE – PRODUKTSTRUKTUR 2017



*gerundet.

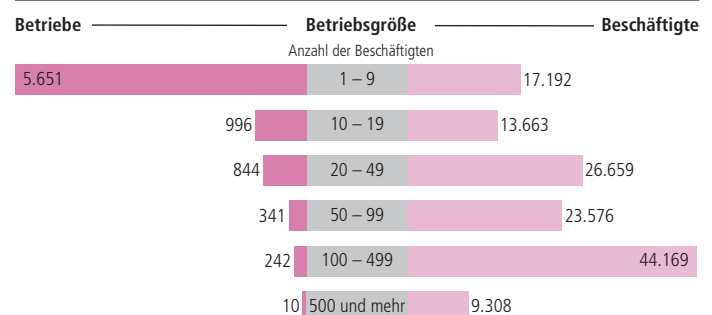
Quelle: bvdM. Druckmarkt-Grafik: 8/2018.

PRODUKTIONSWERTE DEUTSCHE DRUCKINDUSTRIE 2017

	Mio. Euro	Anteil in %	gegenüber 2016
Werbedrucke/Kataloge	5.163	40,6	-0,7%
Kataloge	1.207	9,5	+2,6%
Plakate	474	3,7	+1,5%
Geschäftsberichte	43	0,3	-2,5%
Andere Werbeschriften	3.439	27,1	-2,1%
Geschäftsdrucksachen	1.240	9,8	+3,5%
Zeitschriften	1.030	8,1	-2,6%
Zeitungen/Anzeigenblätter	1.243	9,8	-2,5%
Tageszeitungen	874	6,9	+0,6%
Wochenzeitungen	175	1,4	-15,1%
Anzeigenblätter	194	1,5	-3,1%
Bücher/kartografische Erzeugnisse	911	7,2	-5,0%
Bedruckte Etiketten	1.245	9,8	+2,4%
Kalender/Karten	156	1,2	+5,1%
Sonstige Druck-Erzeugnisse	1.721	13,5	+2,8%
Druck- und Medienevorstufe	990	56,5	-1,2%
Druckweiterverarbeitung	763	43,5	-3,4%
Summe Druckleistung	1.754	100,0	-2,1%
Gesamt	14.463		-0,4%

Quelle: Statistisches Bundesamt; bvdM. Druckmarkt-Grafik: 8/2018.

ANZAHL BETRIEBE UND SOZIALVERSICHERUNGSPFLICHTIG BESCHÄFTIGTEN



Quelle: bvdM. Druckmarkt-Grafik 8/2018.



Auf der Jahres-Presskonferenz des bvdM in Stuttgart präsentierten der Präsident des Verbandes, Wolfgang Poppen (links), und Hauptgeschäftsführer Dr. Paul Albert Deimel die Fakten zur aktuellen Lage der Branche.

Unternehmen könnten diesen Belastungen mit dem Ausbau von Einkaufskompetenzen, der Zentralisierung des Einkaufs innerhalb des Unternehmens oder auch über Einkaufskooperationen entgegenwirken.

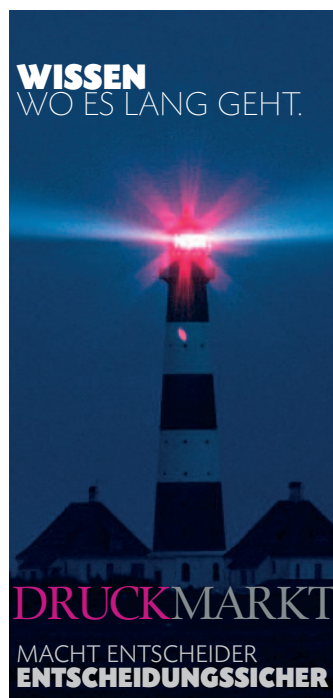
Unbesetzte Ausbildungsplätze

Um ein Gesamtbild der aktuellen und zukünftigen Fachkräftesituation zu erhalten, führte der bvdM im März 2018 gemeinsam mit den Landesverbänden eine bundesweite Umfrage durch.

Das Ergebnis ist eindeutig: Immer häufiger bleiben Ausbildungsplätze aufgrund fehlender oder ungeeigneter Bewerbungen unbesetzt. Auch die Besetzung von offenen Stellen mit Facharbeitern ist problematisch, wie auch die Diskussion am Druck- und Medientag in Stuttgart ergab. Höchste Nachfrage besteht nach Medientechnologen Druck und Medientechnologen Druckverarbeitung, die von jeweils über 30% der befragten Unternehmen teils händeringend gesucht werden. Die nicht besetzten Stellen beeinträchtigen inzwischen 61% der Unternehmen in ihrer Geschäftstätigkeit, 15% sogar sehr. Die Bereitschaft auszubilden ist in der Branche nach wie vor hoch: 78% aller befragten Unternehmen sind Ausbildungsbetriebe – in Unternehmen mit mehr als 20 Mitarbeitern sogar 92%. Zudem setzen die Be-

triebe in hohem Maße auf Qualifizierung: Im Bereich der IT-Kompetenzen planen 43% in den nächsten zwölf Monaten Maßnahmen zur Qualifizierung, für die Bereiche Druckvorstufe, Vertrieb/Marketing und Druckweiterverarbeitung sind dies jeweils rund 40%, lediglich weniger als 10% sehen überhaupt keinen Qualifizierungsbedarf.

Die Gesamtzahl der neu abgeschlossenen Ausbildungsabschlüsse der Druckbranche lag 2017 bei 4.710 (2016: 4.700). Dies entspricht einem leichten Anstieg von 0,2%. Der Anteil der Auszubildenden an der Gesamtbeschäftigtenzahl lag bei 8%, ein überdurchschnittlicher Wert bezogen auf die Gesamtindustrie.



Podiumsdiskussion mit (von links) Thomas Masselink, BHW, Arndt W. Bertelsmann, wbv Media, Dr. Paul Albert Deimel, bvdM, Ernst Zoller, C.H. Beck, Peter Sommer, Elanders, und Prof. Dipl. Ing. Volker Jansen, HdM.

Bessere Rahmenbedingungen gefordert

Auf der Jahres-Presskonferenz des bvdM in Stuttgart präsentierten der Präsident des Verbandes, Wolfgang Poppen, und Hauptgeschäftsführer Dr. Paul Albert Deimel die Fakten zur aktuellen Lage der Branche.

Deimel warf zudem einen kritischen Blick auf die ersten 100 Tage der Großen Koalition und mahnte dringend bessere Rahmenbedingungen für die Druck- und Medienunternehmen an.

Die bvdM-Fachreferentin für Umwelt, Julia Rohmann, informierte über den jüngsten Stand der Diskussionen zum Thema LED-UV-Druck und kündigte einen bvdM-Leitfaden zum neuen Verpackungsgesetz an. Dieses tritt Anfang 2019 in Kraft und wird erhebliche Konsequenzen auch für die Druck- und Medienunternehmen mit sich bringen.

Deutscher Druck- und Medientag 2018

Der Deutsche Druck- und Medientag 2018 stand ganz im Zeichen des Fachkräftemangels. Über 250 Teilnehmer verfolgten am 28. und 29. Juni im Hotel Maritim in Stuttgart spannende und interessante Vorträge. Ausgerichtet wurde die Veranstaltung vom Bundesverband Druck und Medien sowie dem Verband Druck und Medien in Baden-Württemberg und dem Verband papier, druck und medien südbaden.

Nach der Eröffnung des traditionellen Unternehmerforums durch den Präsidenten Wolfgang Poppen hielten der Innenminister Baden-Württembergs, Thomas Strobl, sowie der Oberbürgermeister Stuttgarts, Fritz Kuhn, Grußworte an die Teilnehmer, in denen sie die Relevanz von Printprodukten unterstrichen.

Auf Fachvorträge folgte die bereits angesprochene Podiumsdiskussion zum Thema Fachkräftemangel und Nachwuchsgewinnung mit Thomas Masselink, BHW, Arndt W. Bertelsmann, wbv Media, Dr. Paul Albert Deimel, bvdM, Ernst Zoller, C.H. Beck, Peter Sommer, Elanders, und Prof. Dipl. Ing. Volker Jansen, HdM. Einigkeit bestand darüber, dass die Berufe der Branche durchweg gute Perspektiven bieten, jedoch zum Teil in der Öffentlichkeit nicht ausreichend bekannt beziehungsweise positiv wahrgenommen würden.

Am Abend der Deutschen Druckindustrie im Porsche Museum warb Ehrengast Muhterem Aras, Präsidentin des Landtags von Baden-Württemberg, eindringlich und überzeugend für Vielfalt und Diversität in Unternehmen und Organisationen. Dazu gehöre es auch, sich noch mehr um Frauen als Auszubildende zu bemühen. In diesem Zusammenhang lobte sie die Nachwuchskampagne des bvdM.

➤ www.bvdM-online.de





IFRA

World Publishing Expo

www.ifra-expo.com

9-11 October 2018 | Messe Berlin

48th meeting of the global publishing community

We  our partners

 [facebook.com/
IFRADCXexpo](https://facebook.com/IFRADCXexpo)

 [twitter.com | @IFRAExpo](https://twitter.com/IFRAExpo)
[#DCXexpo](https://twitter.com/IFRAExpo) | [#IFRAexpo](https://twitter.com/IFRAExpo)

Premium Global Media Partner:

 Städteutsche Zeitung

 Irish Independent

 THE HINDU GROUP

 hvg

 DRUCKMARKT
Printmediamagazin

 BDZV

 NEWS & TEXT

 PJ

 Deutscher Drucker

 Print Publishing

 InPublishing

 kress pro

 PreMedia Newsletter