

## PAPIERPREISE: URSACHE UND WIRKUNG

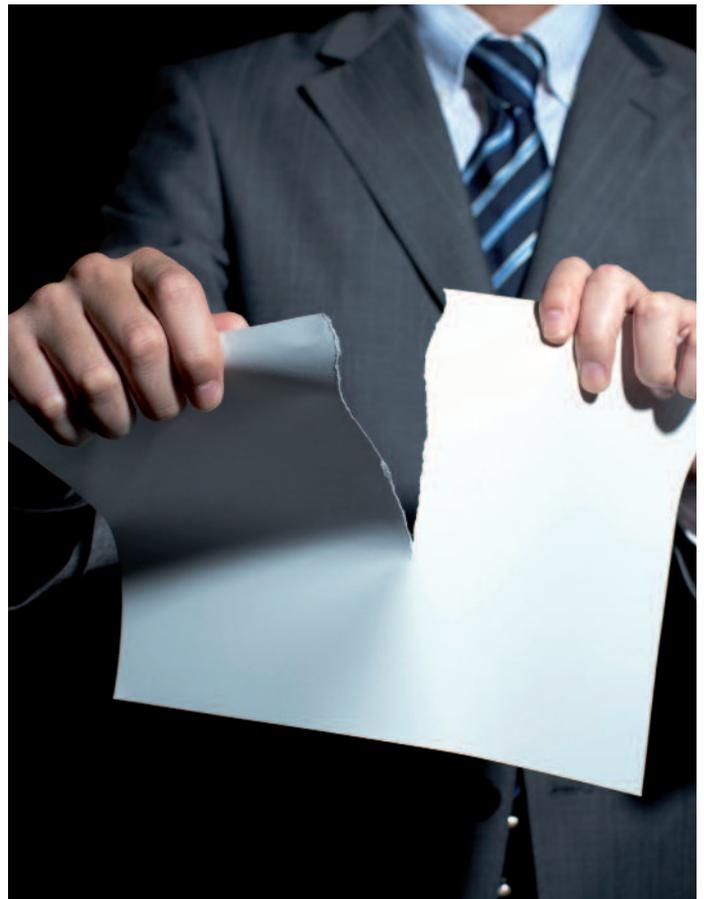
»Seit Anfang 2018 war der Papiergroßhandel gezwungen, Preise für grafische Papiere wiederholt zu erhöhen«, räumt der Bundesverband des Deutschen Papiergroßhandels (BVdDP) ein und erklärt, es seien »vom Printbedarf entkoppelte Verbräuche in den Rohmaterialmärkten Zellstoff und Chemikalien, Importzölle 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 umfangreich an ihre Kunden weiterzugeben«. Die Frage ist nur, ob das alles nicht noch gewaltig nach hinten losgehen könnte.

**N**un stimmt es erstens nicht, dass die Preise seit Anfang 2018 steigen, sondern bereits seit Oktober 2017. Zweitens kann die Maut vom Juli 2018 nur schwer die Preise im Oktober des Vorjahres 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 teilte der Discounter Dänisches Bettenlager jüngst 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 werden in dem zum Verkäufermarkt gewordenen Papierseg-



ment die Preise nach oben geschraubt. Mit der Konsequenz, dass sich der Papierverbrauch durch Verlagerungen der Werbedbudgets weiter verringern wird. Da stellt sich schon die Frage, ob Papier- und Druckindustrie eigentlich noch zusammenpassen und eine Sprache sprechen? Die Welt der Papierhersteller ist offenbar eine andere als die der Drucker. Man hat es ja 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 Papiermaschinen abgestellt und ganze Fabriken geschlossen haben, um Überkapazitäten abzubauen, werden jetzt mit aller Gewalt höhere Preise durchgesetzt, die Druckereien nicht oder nur sehr schwer 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.

Schließlich haben Preiserhöhungen der Feldmühle auch nicht geholfen, die zweite Insolvenz in nur einem Jahr zu vermeiden (siehe Seite 11). Und genauso wenig ist das Geschachere um Marktanteile beim Papierhandel kaum mehr nachvollziehbar. Vor zwei Jahren noch kaufte Papyrus Schweiz die Inapa Schweiz, jetzt kauft Inapa (Portugal) Papyrus Deutschland (siehe Seite 7). Noch Fragen? Es geht auch beim Papierhandel wohl nur noch ums nackte Überleben.

Klaus-Peter Nicolay

