

Dann drucken wir eben nicht mehr ...

Handwerker und Kaufleute waren noch nie um eine Ausrede verlegen. Warum sollte das bei Konzernen oder ganzen Industrien anders sein? Nur schieben die in einer Situation, bei der erheblicher Erklärungsbedarf besteht, keine zweifelhafte Rechtfertigung vor, um sich aus der Affäre zu ziehen, sondern agieren viel smarter. Sie lassen einen Konflikt wie ein Drama aussehen. Nach der zweieinhalbttausend Jahre alten Theorie des Philosophen ARISTOTELES gehört zum Anfang jedes Dramas, die Zuschauer in Angst und Schrecken zu versetzen, indem sie am bedauernswerten Schicksal des Helden teilhaben müssen.

Text: Klaus-Peter Nicolay

So erfahren wir von hohen Rohstoff- und Frachtkosten sowie von zerstörten Lieferketten durch Corona. Man denke nur an den einen Containerfrachter im Suezkanal! Und schon sind (in unserem Fall) Papierindustrie und -handel Teil der Tragödie. Sie müssen ein schweres Los tragen, dürfen es aber mit ihren Kunden teilen.

Die wiederum können sich nicht mehr auf die Preise und Termintreue der Papierlieferanten verlassen und stehen im schlimmsten Fall vor einem leeren Papierlager. Verspätete Lieferungen und auch höhere Preise können aber nicht ohne Weiteres an die eigenen Kunden weitergeben werden, weil die sagen:

»Gut, dann drucken wir eben nicht mehr, dann gehen wir ins Internet.«

Die Sache ist also ziemlich verfahren und hätte genügend Stoff für einen Bestseller. Wenn es nicht so ernst wäre, könnte man nach alt-griechischer Manier fortfahren und ein Lustspiel daraus machen. In der Realität wächst sich die aktuelle Situation aber eher zu einer Tragödie aus.

Unsicherheit bei den Druckern

»Es wird wieder mehr gelesen! Die Menschen haben in Pandemiezeiten verstärkt zu Magazinen, Büchern sowie Zeitungen gegriffen und es wurden viele Print-Abonnements

verkauft. Dem gedruckten Wort wird nach wie vor viel Vertrauen entgegengebracht. Außerdem erfreuen sich Kataloge und Anzeigenblätter einer hohen Beliebtheit beim Konsumenten – gedruckt auf hochwertigen Papiersorten von UPM.«

Dieser Heile-Welt-Text aus einer aktuellen Mitteilung von UPM klingt wie Hohn angesichts der aktuellen Lage im Papiermarkt.

Verspätete oder teurer gewordene Druck-Erzeugnisse fördern das Abwandern von Werbebudgets ins Internet.

Denn seit Monaten gehören steigende Preise für Papier sowie Ungewissheit über Liefermengen und -termine zu den großen Problemen der Branche. Engpässe in zahlreichen Druckereien sind alarmierend, Produktionsbehinderungen und Unsicherheit auf den Papiermärkten heizen den Konflikt zwischen Druckereien und Papierlieferanten an.

Transparente Kommunikation gefordert

Angesichts der Situation bei den Preisen und Lieferbedingungen für Papier blickt der *Bundesverband Druck und Medien (bvdM)* mit Sorge auf die aktuelle Lage und formuliert in ungewöhnlicher Schärfe.

»Wenn Printprodukte nicht mehr verabredungsgemäß und verlässlich geliefert werden können, verstärkt das den Trend zur Online-Kommunikation. Das schadet den Herstellern von Druckprodukten wie den Lieferanten. Es geht um den berühmten Ast, auf dem beide sitzen«, warnt der *bvdM*.

»Ich kann nur an den Papiergroßhandel und die Papierindustrie appellieren, die vielen offenen Fragen zu beantworten. In dieser Situation ist partnerschaftliches Verhalten erforderlich. Dazu gehört transparente und offene Kommunikation. Wer Verschwörungstheorien und Verdächtigungen entgegenwirken will, muss das Gespräch suchen«, fordert der Hauptgeschäftsführer des *bvdM*, DR. PAUL ALBERT DEIMEL.

Unbefriedigend sei außerdem, dass der Papierhandel zwar einräume, es gebe vertragliche Verpflichtungen, Rücktrittsrechte und Stornierungsmöglichkeiten, gleichzeitig werde jedoch ein neuer Preis oder ein neues Lieferdatum diktiert. Dabei scheint ganz vergessen zu werden, dass Druckereien auch mit Schadensersatzforderung ihrer Kunden konfrontiert werden oder auch sonstige wirtschaftliche Schäden entstehen können.

Daneben sind etliche Merkwürdigkeiten zusammengeskommen, die das Vertrauen gegenüber den Papierlieferanten nicht gerade stärken. So stellt der *bvdM* völlig zurecht die Frage, ob Papierhersteller Gas und Strom immer nur aktuell am Spotmarkt kauften und nicht zur Absicherung gegen Preisschwankungen über längerfristige und abgesicherte Verträge (Hedgeschäfte) mit den Energielieferanten verfügten.

Teilweise würden verteuerte Lieferungen mit Gaspreiserhöhungen begründet, obwohl die Papierrollen ein Produktionsdatum vom Frühjahr trügen.

Auch irritiere es, wenn Papierhersteller und Handel mit nahezu gleichlautenden Briefen Preiserhöhungen um denselben Betrag pro Tonne und zum selben Termin ankündigten. Oftmals würde der Preis sogar rückwirkend für bestellte und bestätigte Ware erhöht.

Versagen des Marktpartners?

Es ist eine verfahrenere Situation. Die Papierhersteller argumentieren damit, dass die rückläufige Nachfrage bei grafischem Papier dazu führte, dass Kapazitäten abgebaut beziehungsweise von grafischen Papieren zu Verpackungspapieren konvertiert werden

Druckereien sind gegenüber den Aussagen der Papierhersteller misstrauisch geworden.

mussten. Dem steht die Druckindustrie hilflos gegenüber und kann auch nicht nachvollziehen, dass eine milliardenschwere Industrie wie die Papierindustrie völlig ohne Backup arbeitet. Denn sie müsste ja wissen, dass Papierfabriken nicht ein- und ausgeschaltet sowie bei Belieben hochgefahren werden können wie ein Computer.

Jetzt aber so zu tun, als sei die Druckindustrie selbst Schuld daran, dass zu wenig Kapazitäten zur Verfügung stehen, ist unredlich und hat rein gar nichts mit Kundenorientierung zu tun. Wenn die Papierlieferanten jetzt auch noch Logistikprobleme sowie die steigenden Rohstoff- und Energiepreise dazu nutzen, die Preise für Papier in die Höhe zu treiben, ohne etwas an der Lieferfähigkeit zu ändern, ist das zynisch. Dann muss ihr völliges Versagen als Marktpartner attestiert werden. Das Problem nur: Eine Alternative für Druckereien gibt es nicht.

