



Druckindustrie unter erheblichem Kostendruck

Der Bundesverband Druck und Medien (bvdM) befürchtet für 2008 eine gedämpfte Druckkonjunktur aufgrund einer erwarteten Konsum- und Werbeflaute. Zugleich fordert der bvdM wegen steigender Kosten für Papier, Farbe und Energie Preiserhöhungen für Druckdienstleistungen.

Die deutsche Druckindustrie hat ihre Aufwärtsbewegung sowohl 2007 als auch zu Beginn 2008 fortgesetzt. Insgesamt beliefen sich die Umsätze der deutschen Druckindustrie (bezogen auf Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten) auf 14,2 Mrd. €, was einem realen Wachstum von 2,4% entspricht. Der Umsatz deutscher Druckereien mit ausländischen Auftraggebern stieg 2007 überproportional um 6,9%, obwohl nur etwa jedes dritte Unternehmen im Ausland tätig ist. Im Inland wurde dagegen nur ein moderates Umsatzwachstum erzielt.

PREISE FÜR DRUCKLEISTUNGEN STAGNIEREN Gleichzeitig steht die Branche weiter unter erheblichem Kostendruck. Diese Einschätzung äußerte der Bundesverband Druck und Medien e.V. (bvdM) anlässlich seiner Jahrespressekonferenz am 23. Juli 2008. Preiserhöhungen für Druckleistungen seien daher dringend erforderlich.

Wie eine Umfrage des Verbands bei Rollenbetrieben ergeben hatte, ist der Anteil der Energiekosten in den letzten Jahren von gut 5% auf knapp 10% gestiegen. Eine weitere bvdM-Umfrage machte deutlich, dass die Kostensteigerungen von den Betrieben nur aufzufangen seien, wenn die Preise für Printprodukte erhöht würden. Vor allem die hohen Kosten für Energie, Farbe und Papier belasteten die Ertragslage der Unternehmen erheblich. Allein Druckpapier habe sich im Jahr 2007 durchschnittlich um 3,5% verteuert, während die Preise für Druckleistungen stagnierten und in einigen Segmenten wie beispielsweise bei Katalogen zurückgegangen seien. Diese Tendenz setze sich auch 2008 fort. »Kein Unternehmen kann Produkte und Leistungen auf Dauer zu Selbstkosten oder darunter anbieten. Deshalb sind Preiserhöhungen in unserer Branche unvermeidlich und müssen von den Kunden akzeptiert werden«, forderte Verbandspräsident Rolf Schwarz.

BESSERE GESCHÄFTSLAGE Eine stabile Geschäftslage und aufwärtsgerichtete Kapazitätsauslastung führte dazu, dass der Personalabbau in der Druckindustrie gestoppt werden konnte. Erstmals seit sechs Jahren stieg 2008 die Anzahl der Beschäftigten um 2,3%. Insgesamt beschäftigt die Druckindustrie etwa 173.000 Arbeitnehmer in rund 11.000 Betrieben.

Auch die Zahl der Firmenzusammenbrüche sei im letzten Jahr zurückgegangen. Nachdem 2006 bundesweit noch 216 Insolvenzen gezählt wurden, waren es 2007 nur noch 156. Unter der Voraussetzung, dass sich Preisschere nicht weiter öffne, werde die Tendenz rückläufig bleiben, so der bvdM.

DRUCKINDUSTRIE IM ÜBERBLICK				
	2007	Veränderung gegenüber Vorjahr (Prozent)		
		2005	2006	2007
Umsatz in Mio. €	14.165	+ 3,5	+ 1,5	+ 2,4
davon Auslandsumsatz	2.081	+ 3,8	+ 4,2	+ 6,9
Anzahl Beschäftigte	88.474	- 2,3	- 1,6	+ 0,1
Umsatz je Beschäftigten in €	160.052	+ 6,0	+ 3,1	+ 2,2

PRODUKTIONSWERTE DER DRUCKINDUSTRIE				
Erzeugnisse/Leistungen	Mio. Euro 2007*	Veränderung gegenüber Vorjahr (Prozent)		
		2007*	2006	2005
Werbedrucke, Kataloge	5.983	+ 4,1	+ 1,1	+ 2,1
Geschäftsdrucksachen	2.097	+ 4,0	- 1,6	- 0,8
Zeitschriften	1.943	- 3,6	- 0,1	+ 1,6
Zeitungen, Anzeigenblätter	1.905	- 1,9	+ 5,9	+ 1,9
Bücher, kartograf. Erzeugnisse	1.086	- 0,8	+ 1,7	+ 1,1
Etiketten	1.084	+ 3,1	+ 6,0	- 1,3
Kalender, Karten	142	- 1,1	- 8,6	- 5,3
sonstige Druckerzeugnisse	1.842	+ 2,5	+ 4,4	+ 3,1
Summe Druckerzeugnisse	16.099	+ 1,8	+ 1,8	+ 1,3
Druck und Vorstufe	1.113	+ 1,1	+ 10,1	+ 0,6
Druckweiterverarbeitung	1.011	+ 4,2	+ 3,4	+ 12,4
Summe alle Leistungen	18.223	+ 1,9	+ 2,3	+ 1,8

* vorläufige Zahlen. Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten.
Quelle: Statistisches Bundesamt, Berechnungen: bvdM

AUSBLICK: GEÄMPFTE DRUCKKONJUNKTUR Trotz des Umsatzwachstums zu Beginn des Jahres rechnet der bvdM für 2008 nur noch mit einer realen Zunahme des Umsatzes um 1,5%. Die Zahl der Beschäftigten werde sich dabei auf dem Vorjahresniveau stabilisieren. Bei Rohstoffen und Energie rechnet der Verband mit weiteren Kostenerhöhungen. Der gedämpfte private Konsum und die Werbeflaute werden sich negativ auf die Druckkonjunktur auswirken, die mit fast zwei Dritteln von den Werbeaufwendungen der Wirtschaft abhängt.

› www.bvdM-online.de

