



Das Baguette wird teurer

Verbrauchsmaterialien wie Druckfarben und Papier, Druckhilfsmittel und Drucktücher werden teurer – auch der Energie- und Logistiksektor sorgt für weiteren Kostendruck

Vor gerade einmal drei Jahren ging ein Aufschrei durch die Branche, als die Druckplattenhersteller Preiserhöhungen angekündigt hatten, weil sich die Preise für Aluminium dramatisch auf 3.341 US-\$ je Tonne (t) verteuert hatte. Inzwischen ist es ruhiger geworden, der Preis liegt aktuell bei 2.470 \$/t und tendiert gar nach unten.

Dennoch steigen die Preise für Rohstoffe seit Jahren, erreichten 2008 einen Höchststand, fielen in der Krise und steigen seitdem mit dem allgemeinen Konjunkturaufschwung. Dabei ist der Einfluss von Spekulan-ten umstritten – eine unumstrittene Rolle spielen die Märkte selbst. China, andere Schwellenländer sowie das wieder eingesetzte Wachstum treiben weltweit die Nachfrage und damit auch die Preise. So beispielsweise für Heizöl (+23%), Baumwolle (+50%), Kaffee (+66%) oder Weizen (+25%).

Die Gründe sind fast überall gleich: Ernten fallen geringer aus, Kapazitäten verringern sich und die Nachfrage steigt. Damit erleben die globalen Rohstoffmärkte turbulente Zeiten. Und auch was die Rohstoffe für die Herstellung von Verbrauchsmaterialien wie Feuchtmittelzusätze, Waschmittel, Drucktücher, Puder usw. angeht, sind die Aussichten

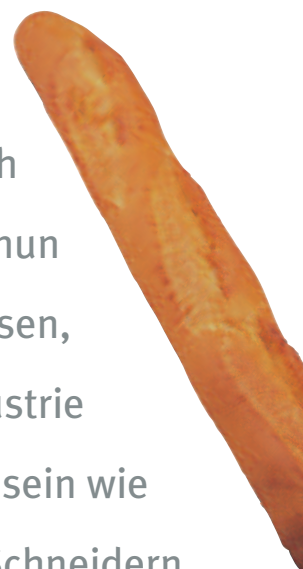
bestenfalls wechselhaft. In den letzten Monaten sind die Preise für viele Grundstoffe durchschnittlich um 25% gestiegen. Auch wenn nicht überall ein derartiger Preisanstieg zu verzeichnen war, werden die Preise aller wichtigen Rohstoffe in den nächsten Monaten vermutlich weiter anziehen. Dies zumindest ist die Einschätzung der Flint Group, mit einem Umsatz von rund 2,1 Mrd. € einer der größten Hersteller in den Marktsegmenten Druckfarbe und Verbrauchsmaterialien.

Rohstoffe für Drucktücher teurer

»Bei Transfer-Media-Produkten, das heißt bei Druchtüchern, metallverstärkten Drucktüchern und Sleeves, kam es in den letzten drei Jahren zu einem kontinuierlichen Anstieg der Materialkosten«, erläutert Fredrik Broman, Vice President Produktmanagement Transfer Media bei Flint Group Print Media Europe. »Nach unserer Prognosen wird sich dieser Trend fortsetzen und sogar noch beschleunigen, da die Nachfrage nach Kautschukpolymeren, Lösungsmitteln, Geweben und Nickel ansteigen wird.«

Die Marktpreise für Butadien, wichtiger Teil von Gummimischungen für die Drucktuchoberfläche, sind seit Anfang 2009 um beinahe 100% ge-

Wenn die 65 Millionen Franzosen für ihre täglich 23 Millionen Baguettes nun 5 Cent mehr zahlen müssen, könnte es der Druckindustrie eigentlich genauso egal sein wie die Tatsache, dass den Schneidern der Stoff ausgeht. Falsch! Es geht um die gleichen Rohstoffe, die auch für Materialien in der Druckindustrie benötigt werden.



Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





stiegen, der Abbau von Lagerbeständen hat zu einer geringeren Verfügbarkeit geführt und den Druck auf die Preise noch erhöht. »Auch das Gewebe für den Unterbau der Drucktücher wird seit einiger Zeit teurer«, so Broman. Die Preise für die Mischgewebe befinden sich weit über dem Niveau des Jahres 2009 und die geringeren Ernteerträge werden bis weit ins Jahr 2011 hinein zu einem erheblichen Kostenanstieg führen. Sogar synthetische Fasern steigen im Preis, da sich die Nachfrage als Alternativwerkstoff erhöht hat.

Lösungsmittel unter Druck

Zudem steigen aufgrund hohem Marktbedarf und geringerer Raffinerie-Kapazität auch die Preise für Lösungsmittel. Es wird erwartet, dass sie im Jahr 2011 noch einmal um 7% bis 12% steigen werden.

Nick Brannan, Vice President Produktmanagement Press Room Chemicals bei Flint Group Print Media Europe ist wegen der Preisprognosen für Lösungsmittel besorgt, da sie einen erheblichen Einfluss auf die Produktion konventioneller Waschmittel und Feuchtmittelzusätze haben. »Am meisten Sorgen bereiten uns die mangelnden Raffineriekapazitäten, die benötigt werden, um

Rohöl in Erdöldestillate umzuwandeln«, so Brannan. »Die Absatzmengen vieler Chemikalien sind seit 2009 deutlich gestiegen – einige um mehr als 30%.«

Lösungsmittel wie Glykole und Glykolether auf Ethylen- und Propylenbasis, die als Ersatz für Alkohol eingesetzt werden, stehen ebenfalls unter Preisdruck, da die Produktion zu einem Zeitpunkt gedrosselt wurden, als sich der Markt gerade erst erholte.

Druckfarben, Druckpulver und Feuchtmittel werden teurer

Außer Lösungsmitteln nennen die Hersteller noch weitere Bereiche. Stärke, die in Druckbestäubungspulvern eingesetzt wird, könnte durch eine schlechte Weizen- und Kartoffelernte in Osteuropa und eine deutlich gestiegene Nachfrage weltweit knapp werden. Hier ist bereits ein Preisanstieg von über 25% festzustellen.

Gummiarabikum, das in Feuchtmittelzusätzen zum Einsatz kommt, ist nach Aussage der Flint Group ebenfalls knapp, da lang anhaltende Regenfälle in den Produktionsgebieten dazu geführt haben, dass die Bäume nur ein Mal statt zwei Mal geerntet werden können. »Dadurch wird es zu Lieferschwierigkeiten und

WOZU KOLOPHONIUM UND PHENOLHARZE?

Kolophonium ist ein Naturprodukt, das hauptsächlich aus Kiefern gewonnen wird. China ist mit einem Anteil von 60% weltweit größter Lieferant, gefolgt von Brasilien mit 20% und einer Reihe weiterer Länder. Die Gewinnung erfolgt ähnlich wie bei Naturkautschuk: der Baum wird angeschnitten und das austretende Harz aufgefangen. Kolophonium wird von kleinen Landwirten gewonnen, an Zwischen- und Großhändler verkauft, die das Produkt entweder selbst weiterverarbeiten oder es an Destillieren verkaufen, die wiederum Händler im Ausland beliefern. Kolophonium kommt bei der Herstellung von Phenolharzen für Druckfarben zum Einsatz oder bei zahlreichen weiteren Anwendungen von Parfüm bis zu Klebstoffen. Technologien, die ohne Kolophonium auskommen, bieten noch keine adäquate Qualität und verzeichnen aufgrund erhöhter Nachfrage aus der Non-Print-Industrie einen vergleichsweise drastischen Preisanstieg.



Wozu dienen Phenolharze in Druckfarben?

Phenolharze geben der Druckfarbe ihre Eigenschaften wie Scheuerfestigkeit, Wegschlagverhalten und Glanz. Zusammen mit Harzen auf

Basis von speziellen Kohlenwasserstoffen bilden sie das Trägermaterial für Pigmente. Phenolharze sind eine Weiterentwicklung von Kolophonium, wobei letzteres mit Phenolen reagiert und dadurch ein Hochleistungsharz entsteht. Dieses wird benötigt, um den ständig steigenden Anforderungen von Druckmaschinen, Verbrauchsmaterialien und Märkten gerecht zu werden. Im Offsetdruck sind Phenolharze Motor des technischen Fortschritts, um Spitzenleistungen bei höchsten Druckmaschinengeschwindigkeiten zu erzielen und anspruchsvolle Qualitätsanforderungen zu erfüllen. Der Einsatz von Phenol- und Kohlenwasserstoffharzen ist aus Sicht der Farberhersteller unabdingbar und wird im Hinblick auf die für den Druckprozess benötigten Eigenschaften ständig optimiert.

Eine Alternative für Phenolharze auf der Grundlage von Kolophonium sind Tallöl-basierende Phenolharze. In Nordamerika beispielsweise enthalten Druckfarben traditionell Tallöl-Phenolharz, das bei der Papierherstellung anfällt. Allerdings werden derzeit die Kapazitäten in der Papierherstellung (insbesondere in Nordamerika) reduziert und die Verfügbarkeit von Tallöl wird zunehmend kritisch. Deshalb ist es keine Alternative zu Kolophonium-basierten Phenolharzen.

zu einem unvermeidlichen Preisanstieg kommen«, so Brannan.

Die beispiellose Preissteigerung aller wichtigen Rohstoffe, die die Versorgungskette im Jahr 2010 geprägt hat, beeinflusst auch die Herstellungskosten von Heatset-, Coldset- und Illustrationsstiefdruckfarben. Teilweise stiegen die Rohstoffpreise in den vergangenen sechs Monaten

um mehr als 100%. Für das Jahr 2011 wird ein Anhalten des Trends prognostiziert. Daher kündigte Flint bereits im November 2010 Preiserhöhungen um 22% für Verpackungsdruckfarben und Farben für schmale Rollen an, die das Pigment Violet PV 23 verwenden. Dieses sei



ENDE DER KOSTENSPIRALE NICHT IN SICHT

bvdm warnt vor weiteren Belastungen durch Energiepreise

Die Umlage für die Förderung erneuerbarer Energien steigt im Jahr 2011 auf 3,530 Cent pro Kilowattstunde – eine Steigerung von mehr als 70%, nachdem die Umlage bisher bei 2,047 Cent lag. Für 2012 ist eine weitere Novelle des ›Erneuerbaren Energien Gesetzes EEG‹ und damit eine weitere Belastung der Unternehmen geplant. »Für eine mittelständische Branche wie die Druckindustrie entwickeln sich die Energiepreise und die Förderung der erneuerbaren Energien auf Kosten der Betriebe immer mehr zu einem Parforceritt«, so Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes Druck und Medien. Seit dem Jahr 2000 steigen die Energiepreise für gewerbliche Anlagen jährlich um etwa 4%. Auch steigende Preise für Papier belasten die Erträge der Druckunternehmen. Dieser Kostenspirale müsse ein Ende gesetzt werden, so Deimel.

Mit der aktuellen Ökosteuernbelastung werde sich die Steuerlast bei den Unternehmen um den Faktor 2,5 erhöhen, errechnete der bvdm. Die EEG-Belastung bedeute auch eine Schwächung für den Export. »Mit über 30% wird der EEG-Aufschlag ein typisches deutsches Unternehmen im Jahr 2011 belasten. Der deutsche EEG-Aufschlag von 35,30 Euro/MWh ist in dieser Größenordnung einzigartig und für die Druckindustrie im internationalen Wettbewerb besonders wettbewerbschädlich«, so der Verband. Eine einseitige Förderung erneuerbarer Energien wertet der bvdm außerdem als problematisch, da dadurch Fehlanreize gesetzt würden. Die Subventionen für den Ausbau erneuerbarer Energien verteuerten unnötig den Strompreis, ohne in gleichem Maße den Kohlendioxid-Ausstoß zu verringern. Damit erneuerbare Energien ihren Klimaschutzbeitrag erbringen können, müssten sie wettbewerbsfähig sein und langfristig ohne Förderung auskommen, fordert der bvdm.

Wesentlich bessere Ansätze leistete die Klimainitiative der Druck- und Medienverbände. Mit dem Klimaschutzrechner kann der CO₂-Ausstoß beziffert und kompensiert werden. Deimel: »Deutschland ist in Sachen Green Printing führend. Nun sind andere Länder gefordert.« Deimel unterstützt zudem die Stellungnahme des Bundesverbandes der deutschen Industrie: »Wenn die EU einseitig mit ehrgeizigen Klimazielen voranprescht, verliert Europa und vor allem Deutschland moderne Produktionsanlagen und Jobs, ohne den weltweiten Klimaschutz auch nur ein Stück voranzubringen.«

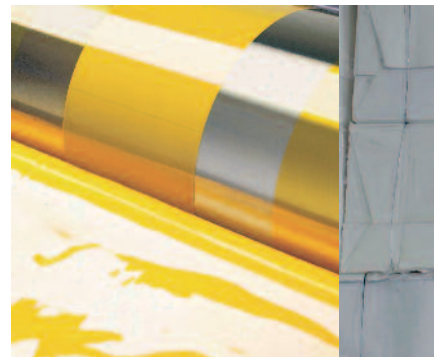
➤ www.bvdm-online.de

in den letzten 12 Monaten 70% teurer geworden. Flint erhöhte zudem im Januar 2011 die Preise bei Heatset-, Coldset- und Illustrationsstiefdruckfarben um bis zu 0,45 €/kg.

»Die Preiserhöhung wird nur teilweise die Kostensteigerungen abdecken, die wir hinnehmen mussten«, erklärt Fredrik Broman. Besonders besorgniserregend sei die unbeständige Situation bei Kolophoniumhar-

zen. Kolophonium ist wesentlicher Grundstoff für Phenolharze, die zur Herstellung von Druckfarben verwendet werden. »Der Preis liegt aktuell bei 2.500 US-Dollar je Tonne. Das ist zwar nicht der Höchstwert, jedoch lagen die Marktpreise im letzten Jahrzehnt fast stabil bei etwa 800 Dollar pro Tonne. Es scheint so, als würden sich die Preise auf dem aktuell hohen Niveau einpendeln«, so Broman.

Ohne die entsprechenden Rohstoffe geht auch bei der Druckfarbenproduktion nichts mehr. Der Farbenhersteller Flint Group informiert seine Kunden seit letztem Jahr regelmäßig über die Entwicklungen am Rohstoffmarkt.



Inflationäres Marktumfeld

Wegen steigender Rohstoffkosten hat auch Siegwerk die Preise in allen Kundensegmenten im Durchschnitt um 8%, in einigen Segmenten um bis zu 25% angehoben. »Die höheren Rohstoffpreise wirken sich so stark aus, dass wir einen Teil der Kostensteigerungen an unsere Kunden weitergeben müssen«, sagt der Vorstandsvorsitzende Herbert Forker. »Die Situation hat sich nicht verbessert. Auch 2011 gab es Preissteigerungen und anhaltende Engpässe auf der Nachschubseite.«

Die Preise für Pigmente seien seit 2010 zum Teil um mehr als 100%, Harze um über 70% gestiegen. Bindemittel und Energie würden ebenfalls teurer. »Weltweite Kapazitätsreduzierungen sowie neue Gesetze – bei Sicherheits- und Umweltthemen haben zu einem geringeren Angebot bei Rohstoffen geführt. In Verbindung mit der gestiegenen Nachfrage ist daraus ein inflationäres Marktumfeld bei gleichzeitiger Verknappung entstanden«, so Forker.

Preisentwicklung wird sich kaum entspannen

Dieses Szenario deckt sich mit der allgemeinen Preisentwicklung und es gibt keine Anzeichen dafür, dass

sich diese Situation in absehbarer Zeit entspannen wird (man denke nur an die neuen Krisenherde in Nordafrika und Arabien, die den Ölpreis weiter steigen lassen). Die Herausforderung für die Hersteller besteht also in der Sicherstellung der Versorgung.

Zudem gab es einen Einbruch in der Pigmentversorgung, da Hersteller in China und Indien wegen strengerer Umweltauflagen den Markt verlassen haben. Die Lücke, die sich dadurch aufgetan hat, betrifft insbesondere blaue, gelbe und rote Pigmente. Aus diesen Gründen hat die BASF-Geschäftseinheit Pigmente & Harze die Preise für Harze und Additive für die Lack-, Druck- und Verpackungsindustrie um 5% bis 12% erhöht.

Auch Papier wird teurer

Doch damit nicht genug. Die Papierindustrie beklagte 2009 den heftigsten Produktionseinbruch seit der Ölkrise im Jahr 1975. So sank alleine in Deutschland die Jahresproduktion von Papier, Karton und Pappe um 8% auf rund 21 Mio. Tonnen. Grafische Papiere gingen um 13% zurück – ein herber Einbruch.

Dabei müssen sich die Papierhersteller trotz leichter Aufschwüngen-



Nicht nur steigende Zellstoffpreise (hier ein Teil des Zellstofflagers bei der Ziegler Papier AG) sind für die Papierindustrie zum Problem geworden. Auch die Energie- und Logistikkosten machen das Leben für die Papierfabriken nicht einfacher.

denzen weiterhin auf Veränderungen einstellen. Entwicklungen, die in den Unternehmen nicht aufgefangen werden können, führen zu Preiserhöhungen. Am härtesten waren wohl die drastischen Preiserhöhungen für Zellstoff und Chemie seit Mitte 2009. Allein der Preis pro Tonne Zellstoff verteuerte sich innerhalb eines Jahres um über 260 €, das heißt um fast 70%. Inzwischen kann man es ja schon fast als frohe Botschaft auffassen, wenn der Zellstoffhersteller Södra seine Preise zum wiederholten Male auch im Februar nicht erhöht.

Deutliche Kostentreiber sind auch in den Bereichen Logistik und Vertrieb zu sehen. »Langfristig können auch die steuerlichen Mehrbelastungen im Energiebereich nicht mehr alleine von den Herstellern geschultert werden«, so ein Manager aus der Papierindustrie.

Obwohl von der Papierindustrie in den letzten zwei Jahren Werke mit weit mehr als einer Million Tonnen Produktionskapazität geschlossen wurden, werden weitere Kapazitätsanpassungen erwartet. Mit dieser Verknappung versuchen die Papierhersteller, die Preise um bis zu 20% zu erhöhen, nachdem sie selbst unter dem Preisverfall in etwa gleicher Größenordnung gelitten haben. So haben praktisch alle Papierhersteller

und in der Folge deren Händler die Preise bereits erhöht.

»2010 war geprägt von einer Erholung der Nachfrage und einer Preisinflation bei Rohstoffen«, kommentiert Jussi Pesonen, President & CEO von UPM, das Jahr, in dem der Unternehmensbereich Papier schwächelte und aufgrund der hohen Rohstoffkosten einen operativen Verlust machte. Für 2011 erwartet Pesonen zwar auch weiterhin steigende Rohstoffkosten, doch werde sich die Inflation voraussichtlich verlangsamen. Zudem geht UPM davon aus, dass die Verkaufspreise bei konstanter Liefermenge steigen werden.

Wie lange noch?

Auch wenn in Deutschland und der Schweiz immer wieder über Währungsschwankungen gegenüber dem Dollar oder Euro geklagt wird, machen sich diese weit weniger bemerkbar als die allgemeine Kostensteigerungen, die auch auf die Verbraucherpreise durchschlagen.

Welche Folgen diese Preissteigerungen auf breiter Front für die Druckereien haben werden, ist abzusehen. Wie viele andere Branchen steht die Druckindustrie nämlich vor dem Dilemma, in einem rückläufigen Markt gegenüber ihren Kunden nur schwer oder gar keine Preiserhöhungen durchsetzen zu können. Druckereien

werden die höheren Preise für Papier oder anderer Verbrauchsmaterialien nur in Ausnahmefällen an ihre Kunden weitergeben können und in der Folge einen weiteren Margenrückgang verkraften zu haben.

Wie lange das noch gut gehen kann, ist die große Frage. Denn wer hat noch den langen Atem, solche Durststrecken durchzustehen?





MIS · JDF · Web2Print
Business Automation Systems





HIFLEX MIS

Integriertes Informations-Cockpit

Steuern statt reagieren

Informationen als Erfolgsfaktor




www.hiflex.com/MIS