

Weniger Hürden, mehr Unternehmertum

Der Bundesverband Druck und Medien ist der Interessenverband für die Unternehmen der Druckindustrie. In dieser Funktion kann und soll er Lobby-Arbeit betreiben. Deshalb erstaunt es auch nicht, dass sich der Verband auf dem diesjährigen Druck- und Medientag am 18. und 19. Juni 2015 in Berlin bewusst politisch gab.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Dies wurde nicht nur auf der Abendveranstaltung im Haus der Kulturen der Welt deutlich, als der FDP-Bundevorsitzende Christian Lindner in seiner ›Dinner-Speech‹ einige Seitenhiebe auf die derzeitige Regierung platzierte. Das muss er als Berufs-Politiker ja schließlich auch. Doch mit seinem Plädoyer für die Bedeutung freien Unternehmertums in der Sozialen Marktwirtschaft und seiner Forderung für »Mehr Freiheit und Flexibilität« traf er offenbar die Grundstimmung der über 200 anwesenden Druckunternehmer, Zulieferer, Agenturen und Branchen-Repräsentanten aus dem In- und Ausland.

Auf die Politik einwirken

Ohnehin hatte der bvdM bereits im Vorfeld des Druck- und Medientags mit dem Motto ›Neue Regeln, neue Wege – neue Hürden?‹ die Latte relativ hochgelegt. »In Zeiten, in denen immerzu irgendetwas geschützt wird – die Umwelt, die Daten, das Klima oder der Verbraucher – stellt sich irgendwann die Frage: Was schützt, was nützt – und vor allem wem?«, hieß es in der Einladung. Und so stellte Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdM, gleich in seiner Begrüßung fest: »Es wird in die unternehmerische Freiheit eingegriffen.« Die politischen Entwicklungen ließen keinen anderen Schluss zu. Dabei warnten er und Manfred Parteina, Hauptgeschäftsführer des Zentralverbandes der deutschen Werbewirtschaft, ein-



Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdM, der FDP-Bundevorsitzende Christian Lindner und bvdM-Präsident Wolfgang Poppen (von links) bei der Abendveranstaltung des Druck- und Medientags 2015.

dringlich vor den negativen Folgen des Dauerthemas Werbeverbote und vor Einschränkungen durch die EU-Datenschutzverordnung. »Im Umfeld der Werbung stehen immerhin etwa eine Million Arbeitsplätze auf dem Spiel«, sagte Parteina. Und auch Hans-Peter Wollseifer, Präsident des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks, betonte in seinem Vortrag ›Digitalisierung ist mehr als Industrie 4.0‹ dass die Bundesregierung in ihrer ersten Halbzeit »aufs falsche Tor gespielt« habe und forderte sie auf, die Weichen für eine mittelstandsfreundlichere Politik zu stellen. Statt Unternehmen zu belasten, sollten sie auf dem Weg in die Industrie 4.0 unterstützt werden. Wie sehr mittelständische Unternehmen durch staatliche Auflagen belastet sind, demonstrierte Dr. Ralph Dittmann, Geschäftsführer der WKS Druckholding GmbH, in seinem Vortrag. Die Verbände dürften nicht

nachlassen, auf die Politik einzuwirken, damit die Wettbewerbsfähigkeit nicht weiter eingeschränkt werde. Vielmehr wünsche sich der Mittelstand einen spürbaren Bürokratieabbau.

Leichte Steigerung bei Umsatz und Produktion

Zuvor hatte der bvdM auf seiner Jahrespressekonferenz in aller Eile die Zahlen 2014 der deutschen Druckindustrie präsentiert. Zwar hatte man es nicht zum ersten Mal gehört, doch der bvdM-Präsident Wolfgang Poppen hielt es für notwendig, noch einmal darauf hinzuweisen: »Der Wettbewerb wird härter«, sagte er, weshalb sich die Druck- und Medienbranche weiterhin in einer Phase der Umstrukturierungen befinde. Verschiebungen von Werbebudgets und sinkende Auflagen bei Zeitungen führten immer noch zu herben

Einschnitten. Dennoch sei in der Industrie aber auch wieder Optimismus spürbar.

Immerhin konnte die Druckindustrie in Deutschland 2014 das Umsatz- und Produktionsniveau des Vorjahres leicht übertreffen. Basierend auf verschiedenen Indikatoren wie dem Umsatzindex von Betrieben mit 50 und mehr Beschäftigten, der nominal um 0,3% und real um 0,8% stieg, oder dem Produktionsindex von Druckbetrieben mit 20 und mehr Beschäftigten, der 2014 um 0,7% stieg, schätzt der bvdM den Branchenumsatz für 2014 auf nominal 20,8 Mrd. € und preisbereinigt auf 20,6 Mrd. €. Dies entspräche einer Steigerung um 0,6% beziehungsweise 1,4% gegenüber dem Vorjahr. Zugrunde liegt dieser Prognose sowohl die positivere Beurteilung der Geschäftslage durch die Druckereien als auch die Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Bundesamtes.

Verbesserte Produktionswerte

Die Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten erzielten 2014 insgesamt einen Produktionswert von 15,2 Mrd. € und blieben damit auf dem Niveau des Vorjahres. Rege gefragt war auch der Dienstleistungssektor innerhalb der Druckindustrie, dessen Produktionswert sich um 1,2% verbesserte. Die Herstellung von Druckprodukten ging dagegen um 0,1% zurück. Diese Verringerung ist nach Angaben des bvdM auf die negative Entwick-

Dass sich die Produktionswerte der Druckindustrie quasi im Paarlauf mit den Werbeausgaben bewegten, ist seit Jahren bekannt. Diese Abhängigkeit gibt es noch immer, doch ist die Parallelität verloren gegangen. Die Schere zwischen Netto-Werbeausgaben und Produktionswerte der Druckindustrie scheint sich immer mehr zu öffnen, weil Werbebudgets umgeschichtet werden.

lung bei Zeitschriften und Büchern zurückzuführen, aber auch durch das geschrumpfte Segment »sonstiger Erzeugnisse« (beispielsweise der Druck von Kundenkarten oder Produkte auf andere Materialien als Papier).

Positiv entwickelte sich nach den Zahlen des Verbandes indes die wertgrößte Produktgruppe der Werbedrucke und Kataloge um 0,7%. Bedruckte Etiketten verzeichneten ein Wachstum von 3,5%. Vom starken Anstieg des Produktionswertes der Tageszeitungen (8,0%) angestoßen, legte auch die Kategorie Zeitungen/Anzeigenblätter zu.

Betriebe und Beschäftigte

Während sich die Umsätze und Produktionszahlen der Druckereien stabilisierten, verringerte sich die Anzahl der Betriebe und Beschäftigten jedoch weiter.

Am 30. Juni 2014 gab es in Deutschland nach Angaben der Bundesagentur für Arbeit und Berechnungen des bvdM 8.842 Druckbetriebe mit mindestens einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Im Jahr davor lag die Anzahl der Unternehmen noch um 3,3% höher. Zusammen beschäftigten diese Druckhäuser 142.599 Mitarbeiter. Dabei handelt es sich zu 55% um technische Fachkräfte, zu 14% um Führungspersonal sowie zu 31% um Mitarbeiter kaufmännischer, logistischer, informationstechnologischer und weiterer Berufsbereiche.

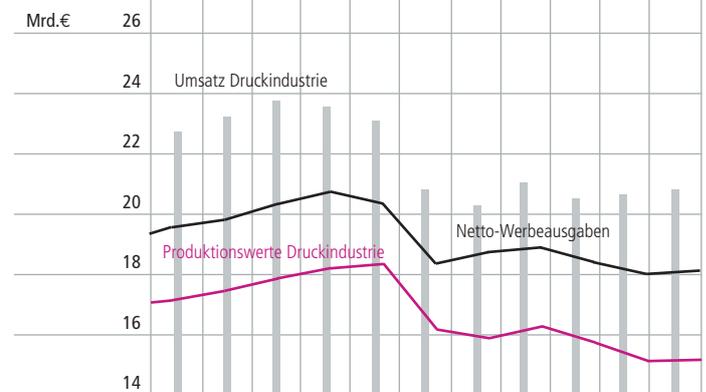
Probleme bestehen weiter ...

»2014 agierte die Branche in einem aggressiver werdenden Geschäftsumfeld und senkte als Reaktion in der ersten Jahreshälfte erneut die Preise für ihre Leistungen«, sagte Dr. Deimel. Einige hätten dem Konkurrenzdruck nicht standhalten können und seien aus dem Markt ausgeschieden oder in Konkurs gegangen. Gegenüber dem Vorjahr verringerte sich die Zahl der Insolvenzen dennoch um bemerkenswerte 40%. Insgesamt wurden 107 Insolvenzverfahren mit einer Forderungssumme von 141,4 Mio. € eröffnet, wovon 2.137 Beschäftigte betroffen waren. In seinem Jahresbericht 2014/2015 stellt der bvdM fest, dass die Konsolidierung und Umstrukturierung der Druckindustrie durch die Entwicklungen in der Werbeindustrie beeinflusst wird. Das ist keine neue Erkenntnis, macht aber deutlich, wie stark die Abhängigkeit ist. 41% der Druck-Erzeugnisse (Werbedruck) sind direkt und 20% (Zeitschriften, Zeitungen, Anzeigenblätter, Kalender und Karten) indirekt werbeabhängig. Gehen die Werbeausgaben zurück, sinkt auch die Produktionstätigkeit der Branche.

Das ist ja richtig und zeigt sich in den letzten Jahren noch deutlicher als in früheren Zeiten. Deshalb beklagt der bvdM auch, dass Druckprodukte 2014 von der positiven Entwicklung des Bruttowerbemarktes abermals nicht profitieren konnten.

WERBEAUSGABEN, PRODUKTIONSWERTE UND UMSÄTZE IN MRD. EURO

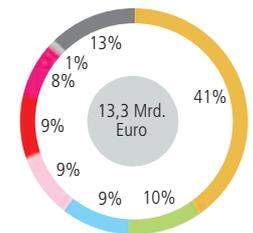
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Werbeausgaben	19,58	19,83	20,35	20,76	20,36	18,37	18,75	18,93	18,42	18,05	18,18
Produktionswerte ¹	17,16	17,47	17,88	18,22	18,34	16,17	15,90	16,29	15,75	15,14	15,15
Umsatz Print ²	22,75	23,23	23,77	23,57	23,12	20,83	20,30	21,05	20,52	20,64	20,82



¹Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten. ²Umsatz Druckindustrie auf Basis der Umsatzsteuerstatistik. Quellen: ZAW; Statistisches Bundesamt; bvdM. Druckmarkt-Grafik 7/2015.

PRODUKTIONSWERTE DEUTSCHE DRUCKINDUSTRIE 2014

Werbedrucke/Kataloge	5,5 Mrd. Euro
Zeitungen/Anzeigenblätter	1,3 Mrd. Euro
Geschäftsdrucksachen	1,2 Mrd. Euro
Zeitschriften	1,2 Mrd. Euro
Bedruckte Etiketten	1,2 Mrd. Euro
Bücher, kartograf. Erzeugnisse	1,0 Mrd. Euro
Kalender, Karten	0,1 Mrd. Euro
Sonstige Druck-Erzeugnisse	1,7 Mrd. Euro



Quelle: Statistisches Bundesamt; bvdM. Druckmarkt-Grafik: 7/2015.

PRODUKTIONSWERTE DEUTSCHE DRUCKINDUSTRIE 2014

	Mio. Euro	Anteil in %	gegenüber 2013
Werbedrucke/Kataloge	5.500	41,3	+0,7%
<i>Kataloge</i>	1.184	21,5	+6,1%
<i>Plakate</i>	457	8,3	+7,3%
<i>Geschäftsberichte</i>	48	0,9	-15,2%
<i>Andere Werbeschriften</i>	3.811	69,3	-1,4%
Geschäftsdrucksachen	1.225	9,2	-0,2%
Zeitschriften	1.231	9,2	-3,2%
Zeitungen/Anzeigenblätter	1.333	10,0	+4,2%
<i>Tageszeitungen</i>	917	68,8	+8,0%
<i>Wochenzeitungen</i>	219	16,4	-1,3%
<i>Anzeigenblätter</i>	197	14,8	-5,8%
Bücher/kartografische Erzeugnisse	1.048	7,9	-2,2%
Bedruckte Etiketten	1.183	8,9	+3,5%
Kalender/Karten	127	1,0	+3,7%
Sonstige Druck-Erzeugnisse	1.672	12,6	-4,7%
Summe Druck-Erzeugnisse	13.318	100,0	-0,1%
<i>Druck- und Medienstufe</i>	1.027	56,0	+1,4%
<i>Druckweiterverarbeitung</i>	808	44,0	+1,1%
Summe Prepress, PostPress	1.834	100,0	+1,3%
Gesamt	15.153		±0,0%

Quelle: Statistisches Bundesamt; bvdM. Druckmarkt-Grafik: 7/2015.

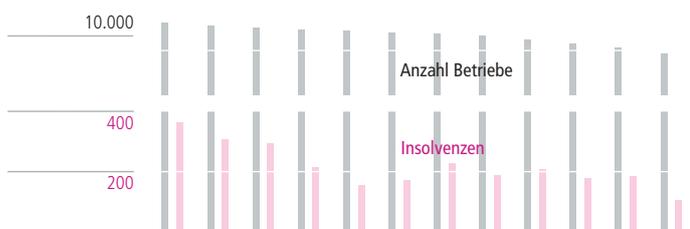
BETRIEBE & BESCHÄFTIGTE IN DER DEUTSCHEN DRUCKINDUSTRIE 2014

Betriebsgröße	Betriebe			Beschäftigte*		
	Anzahl	Anteil in %	gegenüber 2013	Anzahl	Anteil in %	gegenüber 2013
1 bis 9	6.230	70,4	- 3,3	19.418	13,6	- 3,1
10 bis 19	1.116	12,6	- 5,3	15.254	10,7	- 5,2
20 bis 49	895	10,1	- 2,4	27.236	19,1	- 2,2
50 bis 99	337	3,8	- 2,9	23.337	16,4	- 3,5
100 bis 499	254	2,9	+ 2,0	47.200	33,1	+ 0,4
500 und mehr	10	0,1	- 16,7	10.154	7,1	- 10,4
Gesamt	8.842	100,0	- 3,3	142.599	100,0	- 2,7

*Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Quelle: Statistisches Bundesamt; bvdM. Druckmarkt-Grafik 7/2015.

INSOLVENZEN IN DER DRUCKINDUSTRIE

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Betriebe (Tsd.)	12,4	11,9	11,5	11,2	10,9	10,7	10,3	10,0	9,7	9,4	9,1	8,8
Insolvenzen	366	306	293	216	156	163	228	190	202	181	187	107



Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen: bvdM, Druckmarkt. Druckmarkt-Grafik 7/2014.

Nun weiß ja jeder, dass der Bruttowerbemarkt nichts anderes als ein Gespenst ist (höchstens ein Indikator für den Werbemarkt), das nur die Medien-Preise ohne Nachlässe etc. aufaddiert. Eine weit interessantere Darstellung des Werbemarktes finden Sie übrigens in unserem Beitrag »Das Phänomen Crossmedia« ab Seite 16 dieser Ausgabe. Doch das eigentliche Problem ist, dass diese gefährliche Abhängigkeit von der Werbung seit Jahren bekannt ist und nichts dagegen getan wird. Als wolle man sich weiterhin

tatenlos dem Schicksal ausliefern (siehe auch das Editorial dieser Ausgabe). Denn die sogenannte Printkrise ist eigentlich eine Werbekrise.

Aussichten für 2015

So wird auch die Entwicklung des Jahres 2015 wieder größtenteils vom Fluss der Werbebudgets abhängen. Und einiges deutet darauf hin, dass sich deren Umschichtung von Print zu alternativen Medien beschleunigen wird, glaubt Verbands-Geschäftsführer Dr. Deimel.

So seien auch die Geschäftserwartungen der Druckbetriebe im ersten Quartal 2015 etwas pessimistischer gewesen als in vergleichbaren Perioden der letzten fünf Jahre. Die Betriebe gingen außerdem von weiterem Personalabbau sowie nicht ansteigenden Preisen aus.

Vielleicht könnte die Druckindustrie aber vom allgemeinen wirtschaftlichen Wachstum profitieren. Die Bundesregierung erwartet für das laufende Jahr einen Anstieg des Brutto-Inlands-Produktes von 1,5%, der von einer steigenden Inlandsnachfrage getragen werden soll. Wegen des starken Jahresauftakts prognostizieren Wirtschaftsforschungsinstitute in ihren Frühjahrsprognosen sogar ein Wachstum von 2,1%. Und durch den unmittelbaren Zusammenhang des privaten Konsums mit Verpackungen sowie Werbedrucksachen aller Art könnte die Produktion 2015 an Bedeutung und Wert zunehmen, glaubt der Verband. So schöpften Drucker neuen Mut, ist im Jahresbericht zu lesen, und planen, mehr in Maschinen und Umstrukturierungsmaßnahmen zu investieren.

Doch was geplant und schließlich umgesetzt wird, sind bekanntermaßen zwei Paar Schuhe.

Pfeifen im Wald?

Das alles erinnert schon ein wenig an das Pfeifen im Wald. Von unternehmerischer Eigeninitiative ist da wenig zu spüren. Da hilft es auch nicht, wenn sich der Verband gegen zu viel Bürokratie beim Mindestlohn stellt, die »Überregulierungen von Zeitarbeit und Werkverträgen« anprangert oder mit anderen Verbänden für eine Verbesserung der Datenschutz-Verordnung kämpft. Denn der bvdM scheint mit seinen Vorstößen alleine auf weiter Flur. Geradezu resignierend stellt Dr. Deimel fest, dass von den Betrieben der Branche nicht viel Unterstützung zu erwarten sei, weil sich »die Unternehmer nicht aus der Deckung trauen«. Dann aber verhält auch die Forderung Christian Lindners nach »mehr Freiheit und Flexibilität« im Wald.



DRUCKMARKT
impressions
PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design

Weitere Hintergrundartikel, Berichte und Nachrichten finden Sie im PDF-Magazin »Druckmarkt impressions«.

www.druckmarkt.com



DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.