Druckindustrie: In Nischen erfolgreich sein

Branche vor weiteren Umbrüchen

Von Rupert Stillemunkes

Eine 8-Farben Speedmasterdruckmaschine wird für den nächsten „Job" vorbereitet. *Foto: Krüger Druck+Verlag*

Die Stimmung in der Druckindustrie ist „gedrückt": Sinkende Umsätze, steigende Kosten und ein zunehmend härter werdender Wettbewerb in der Branche selbst sowie mit konkurrierenden Medien sind die Ursachen für die (derzeit) pessimistische Grundstimmung. Rund 80 Prozent der saarländischen Drucker sehen die künftige Entwicklung stagnierend bis negativ. Basierend auf den Ergebnissen einer IHK-Umfrage bei den saarländischen Branchenvertretern, versuchen wir im folgenden Beitrag eine aktuelle Situationsbeschreibung. Aber der Reihe nach:

Die Druckindustrie konnte von der positiven wirtschaftlichen Entwicklung in Deutschland nicht profitieren. So erwirtschafteten die rund 10.000 Unternehmen (mit annähernd 160.000 Beschäftigten) der Druckindustrie nach Angaben des Bundesverbandes Druck und Medien e. V. (bvdm) im vergangenen Jahr rund 20,3 Milliarden Euro und verloren damit weitere 2,5 Prozent des Umsatzes. Dabei stieg die Kapazitätsauslastung im Jahresdurchschnitt um 3,3 Prozent auf 81,8 Prozent. Etwas positiver hat sich die Lage in 2011 entwickelt.

Ausbildungsberufe in der Druckindustrie überarbeitet

Bemerkenswert: rund 50 Prozent der antwortenden Saarländischen Druckereien beklagen bereits einen Mangel an Fachkräften, wobei hier vor allem immer wieder das Fehlen von Druckern, Buchbindern und Mediengestaltern genannt wird. Bei der IHK Saarland sind im laufenden Jahr insgesamt 64 Auszubildende in den „Druckberufen" gemeldet, und damit auf dem Niveau des Vorjahres.

Zum 1. August 2011 sind gleich fünf überarbeitete Berufsbilder in Kraft gesetzt worden: der Medientechnologe Druck für den Drucker, der Medientechnologe Siebdruck für den Siebdrucker, der Medientechnologe Druckverarbeitung für den industriellen Buchbinder, der Mediengestalter Flexografie für den Flexografen und der Packmitteltechnologe für den Verpackungsmittelmechaniker. Quelle: IHK Saarland

Zahl der Beschäftigten rückläufig

Gegenüber dem Jahr 2000 ist die Zahl der Betriebe in der deutschen Druckindustrie um 27,8 Prozent, die der Beschäftigten um 28,8 Prozent, gesunken. Damit sind der Branche in den vergangenen 10 Jahren 3.879 Betriebe und 64.140 Beschäftigte verloren gegangen. In der deutschen Druckindustrie arbeiten rund 158.751 Mitarbeiter, das sind 4,3 Prozent weniger als 2009 (165.903). Die Ertragslage in der Druckindustrie wird durch steigende Kosten in 2010 bei Papier (bei Verpackungspapieren bis zu 36 Prozent), Druckfarben (plus 1,3 Prozent) und Druckmaschinen (plus 1,6 Prozent) erheblich belastet. Alarmierend sind für den bvdm die sehr hohen Energiepreise (plus 4,3 Prozent). Im Vergleich zum Basisjahr 2005 weisen diese eine außerordentliche Wachstumsrate von 22,6 Prozent auf. Quelle: bvdm

Zuversicht für 2012 schwindet

Eine aktuelle Konjunkturumfrage des Bundesverbandes sieht die Branche im September 2011 im Aufwind: Die Einschätzungen der aktuellen Geschäftslage haben sich weiter um 17 Prozentpunkte auf plus 11 Prozent verbessert und seien damit erstmals nach vier Monaten wieder positiv. Ursache dafür seien die im September weiter deutlich verbesserten Beurteilungen von Nachfrage- und Auftragsbeständen aus dem Vormonat, so der bvdm in seinem Bericht. Die Geschäftserwartungen werden jedoch deutlich schlechter beurteilt. Nur noch 12 Prozent der Druckunternehmer erwarten eine Verbesserung in den kommenden sechs Monaten, 15 Prozent eine Verschlechterung, 73 Prozent erwarten keine Veränderung. Im gleichen Vorjahresmonat waren die Erwartungen mit plus 19 Prozent noch positiv.

Im Saarland stellt sich die Situation ähnlich dar. Insgesamt zeigen sich die Saar-Drucker wenig optimistisch. Nur 18 Prozent sind mit Blick auf die künftige Geschäftsentwicklung zuversichtlich, 82 Prozent sehen eine Stagnation bzw. eine rückläufige Geschäftsentwicklung voraus. So jedenfalls die Ergebnisse einer IHK-Umfrage von Anfang Oktober 2011, an der sich knapp 10 Prozent der branchenzugehörigen Unternehmen beteiligt haben.

Branche bleibt mittelständisch geprägt

Die saarländische Druckindustrie ist – wie die Branche insgesamt – mittelständisch geprägt, meist inhabergeführt. Das Portfolio ist insgesamt breit aufgestellt. Es reicht von den klassischen Angeboten einer Druckerei, von Visitenkarten, Flyern, Katalogen, Zeitschriften, Geschäftsberichten bis hin zu Verpackungs-

„No more print? Keineswegs! Trotz eines stetigen Wachstums der Online-Medien hat Print nach wie vor seinen festen Platz in den Medien und der werbetreibenden Wirtschaft. Aber Print alleine reicht bei weitem nicht mehr aus. Unsere Kunden erwarten von uns erfolgreiche cross-mediale Angebote. Und dabei wird es nicht ausreichen, „lediglich" mit unseren Kunden zu sprechen und ihre Anforderungen in Kampagnen und Werbemaßnahmen umzusetzen. Wir müssen in Vorlage treten.
Der Erfolg unserer Konzepte muss für unsere Kunden und Geschäftspartner prognostizierbar, messbar und nachhaltig sein. Dafür ist die umfassende Kenntnis über unsere Märkte eine essentielle Voraussetzung. Gewachsene erfolgreiche Markt- und Medien-Konzepte weiter entwickeln – natürlich. Um jedoch die wirtschaftliche Stabilität unserer Unternehmen dauerhaft zu sichern, müssen wir über die Grenzen unserer Kerngeschäfte hinaus wachsen. Die Erweiterung unserer Dienstleistungen und Angebote sind dafür von zentraler Bedeutung. Analytisches Wissen und kreative Köpfe sind gefragt; Tabus bei der Entwicklung von Ideen behindern den Denkprozess."

Dr. Joachim Meinhold
Vorsitzender der Geschäftsführung
der Saarbrücker Zeitung
Verlag und Druckerei GmbH
und Mitglied der IHK-Vollversammlung
für die Verlagsbranche

Anzeige

Ziele verfehlt trotz gutem Druck?

Warum redaktionelle Textinhalte und Layout-Aufmachung so wichtig sind - Saarlouiser Agentur unterstützt Firmen bei der Printmedien-Konzeption

Ein hochwertiges Druckerzeugnis ist wie eine schöne „Verpackung", die Interesse erwecken und Appetit auf den Inhalt machen will. Damit nicht nur der äußere Schein stimmt, sondern auch die inneren Werte überzeugen, ist besonderes Augenmerk auf Textinhalte und grafische Aufmachung zu legen.

Aussehen ist die Eintrittskarte, Charakter das Programm

Genau hier setzt die „amc-Agentur Media Creativ" aus Saarlouis an. Seit fast 20 Jahren hat deren Kreativ-Team spezielle Schwerpunkte bei redaktionellen Texterstellungen sowie grafischen Layout-Produktionen. Im Journalismus fühlt man sich also genauso wohl wie im klassischen Werbeagentur- und Designsegment. Der langjährige Erfahrungs-Mix, u.a. als Herausgeber oder Produzent von Zeitschriften und Printobjekten, als Artikellieferant für regionale und nationale Medien sowie als Grafik- und Layoutentwickler ist bei der Konzeption von Werbe- und Printmedien sehr wertvoll.

Stefan Hodab leitet die Saarlouiser amc-Agentur Media Creativ, die im nächsten Jahr 20jähriges Bestehen feiern wird.
Fotos: amc

Bei amc erhalten Kunden sowohl ansprechende Layouts als auch informative, redaktionelle Textinhalte, die bedarfs- und zielgruppenorientiert erarbeitet werden. So ergänzen sich äußere und innere Werte einer Außendarstellung ideal. Ob Werbeanzeigen, Broschüren, Kundenzeitschriften uvm. - für amc gilt es, Firmen- und Leistungsdarstellungen angemessen zu transportieren. „Unsere Kunden haben etwas mitzuteilen, und diese Botschaften sollen auch ankommen. Vor der Investition in den eigentlichen Druck ist daher substanziell eine ganze Menge zu berücksichtigen", erklärt Firmeninhaber Stefan Hodab.

Unternehmen profitieren vom Know-how bei Text und Layout

Die Praxis zeige jedoch immer wieder, dass beim Content vieles dem Zufall überlassen werde, z.B. wenn Kunden Textinhalte in Eigenregie erstellen: „Am Ende ist eine Broschüre dann zwar technisch schön gedruckt, doch die erhofften Werbeerfolge bleiben aus", resümiert Stefan Hodab. Aufgabe seines Redaktions- und Designteams ist es, aus jedem Druckerzeugnis ein Medium zu machen, das mit Zielgruppen auf adäquate und spezifische Weise kommuniziert.

amc hat die Zielgruppen im Blick.

Die Saarlouiser Spezialisten arbeiten hierbei branchenübergreifend, regional und überregional sowie für Kunden unterschiedlichster Art und Größe, z.B. Einzelhändler, Banken, Verbände, Verlage, Konzerne usw. Im Bedarfsfall werden auch Zusatzleistungen angeboten, z.B. Druck- und Vertriebsorganisation, Planung und Steuerung von Werbekampagnen uvm.

Unternehmen, die sich für den Tätigkeits-Mix der „amc-Agentur Media Creativ" oder speziell für Textinhalte als Einzel-Baustein interessieren, können sich unter Telefon (06831) 122098 näher informieren.

reha gmbh macht *Ein*Druck.

„Papier ist geduldig“, meint der Volksmund. Doch er irrt! Wenn es um professionelles Drucken geht, duldet der immer noch wichtigste Informationsträger keine Fehler. Das wiederum weiß man im Hause der reha gmbh. Sie verbindet das Wissen aus über 40 Jahren Erfahrung im Druck-, Logistik- und Marketingbereich. Ein Blick ins DruckCenter zeigt: Hier sind Workflow und Maschinenpark perfekt aufeinander abgestimmt. Digitale Druckvorstufe, Offsetdruck und mehrfarbiger Digitaldruck – alle Facetten modernster Druck-Techniken finden sich hier. Wie etwa der Großformat-Farbdrucker, mit dem schon ab Auflage eins kostengünstig Plakate gedruckt werden. Hier steht zudem die erste Kuvert-Druckmaschine des Saarlandes – im Zweifarben-Offsetdruck lassen sich Briefhüllen im Expresstempo verschönern. Auch bei „Print on Demand“ hätte der alte Gutenberg sicher Augen gemacht. Denn dabei können Druckerzeugnisse schnell in Kleinstauflagen hergestellt werden. So kann jeder bezahlbar und in beliebiger Stückzahl sein eigenes Buch in Händen halten. Ferner verfügt die reha gmbh über bestes Know-how in Sachen Direkt-Marketing. Von der Adress-Erfassung über das Adressieren von Briefumschlägen, von der Porto-Optimierung über das Kuvertieren bis hin zur Auslieferung: das reha MarketingCenter kümmert sich um die komplette Abwicklung. Von hier werden unter anderem auch jährlich rund drei Millionen Verbrauchsabrechnungen für diverse Energieversorger und über zehn Millionen Kreditkartenabrechnungen auf den Weg gebracht. Die reha gmbh übernimmt dabei nicht nur den Versand dieser sensiblen Dokumente, unter höchsten Sicherheitsanforderungen und professionellem Output-Management werden sie dort auch beim „SecuPrint“ gedruckt. Seit Jahren ein reha-Aushängeschild ist der Druck von Visitenkarten. Und wenn gewünscht, geht die Bestellung der Namenskärtchen ganz einfach über ein individuell angelegtes Online-Portal. Es wird klar: In Sachen Druck bietet die reha gmbh ihren Kunden einfach alles, was das Herz begehrt.

Informationen unter:

reha gmbh
Stefanie Schmelzer
Dudweilerstraße 72
66111 Saarbrücken
Telefon 0681/93621-174
Telefax 0681/93621-900
info@rehagmbh.de
www.rehagmbh.de

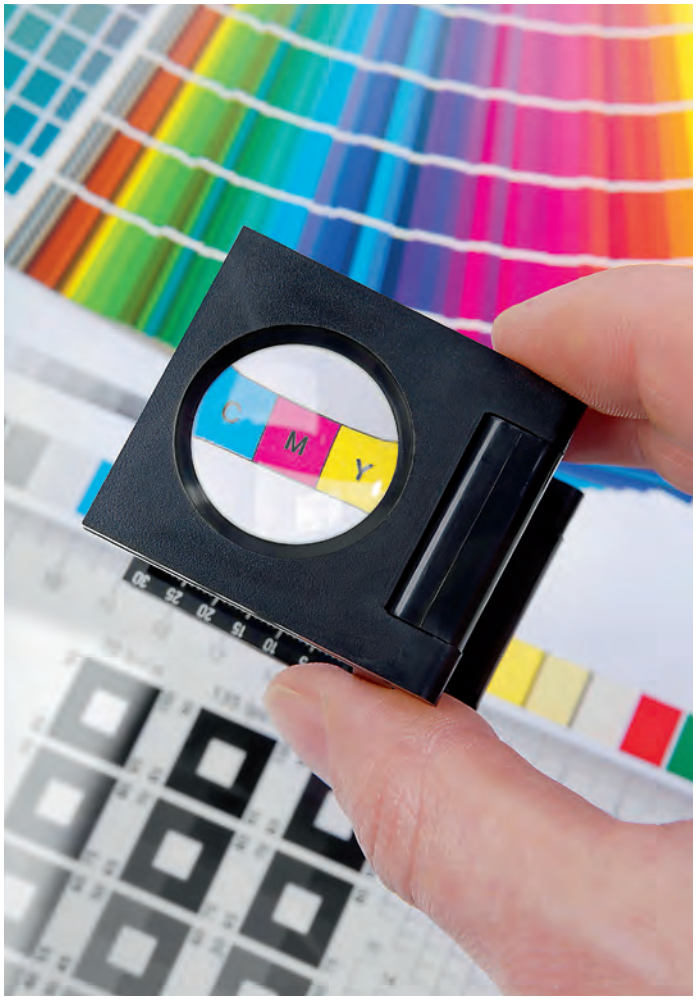

Foto: Fotolia

druck, Druck auf Textilien , kartografischen Erzeugnissen, Schießscheiben, Mailingproduktion, webbasiertes Drucken und vieles andere mehr. Diese Vielfalt bietet auch Chancen, Chancen in Nischen erfolgreich zu sein.

Dennoch ist mit einem weiteren Schrumpfen der Branche zu rechnen. So ersetzen Online-Medien mehr und mehr Druckprodukte. Und ein heftiger Preisverfall wird allgemein beklagt. Hinzu kommt, dass die Branche insgesamt von Auf-

„Bisher verlief die Entwicklung der Druckindustrie immer parallel zur allgemeinen konjunkturellen Entwicklung. Das hat sich grundlegend geändert. Die Druckbranche befindet sich seit Jahren in einer Strukturkrise, da sich die Werbebudgets zunehmend von den Printmedien zu den Online-Medien verschieben. Die Folge daraus sind freie Druckkapazitäten und dies führt zu Verdrängungswettbewerb und Preisverfall.

Die Anzahl der Druckbetriebe wird sich weiter reduzieren. Ich greife drei entscheidende Aufgaben heraus, die die Druckunternehmen bewältigen müssen, um am Markt zu bestehen:

Erstens: Sie müssen eine intelligente und wirksame Differenzierungsstrategie am Markt erarbeiten.

Zweitens: Prozesse und Verfahren müssen auf den Prüfstand gestellt werden. Die Effizienz muss optimiert werden.

Drittens: Sie müssen in die Weiterentwicklung ihrer Mitarbeiter investieren. Eine hohe operative Flexibilität muss geschaffen werden.

Die Aussichten sehen düster aus, jedoch besteht kein Grund zu generellem Pessimismus. Veränderungen bieten immer auch Chancen. Der Markt wird sich bereinigen, aber es wird immer auch Druckereien geben. Jetzt gilt es, die Herausforderungen anzunehmen. Hybride Druckprodukte, innovative Mailings, intelligente Web-to-Print-Lösungen und die Symbiose von Print und Online bieten noch Potenzial."

Petra Krenn-Paul

Geschäftsführerin der O/D Ottweiler Druckerei und Verlag GmbH, Ottweiler, und IHK-Vizepräsidentin und Repräsentantin der Druckindustrie in der IHK-Vollversammlung

„Die deutsche Druckindustrie und mit ihr die saarländische befindet sich seit einigen Jahren in einem tiefgreifenden Strukturwandel. Dieser Wandel wird nicht nur durch das Entstehen neuer elektronischer Medien begünstigt, sondern ist auch durch modernste Maschinentechnik und neue Druckverfahren wie beispielsweise den Digitaldruck bedingt. Viele unserer Mitgliedsfirmen reagieren auf diese Entwicklung äußerst innovativ. Sie verbinden die eigentliche Kernkompetenz der Druckerei, nämlich das Bedrucken von verschiedensten Materialien mit umfangreichen individuellen Dienstleistungen für den Kunden. In vielen Fällen können Aufträge so aus „einer Hand" angeboten werden. Interessanterweise sind es gerade die kleineren und mittleren Druckereien die dabei besonders erfolgreich sind. Die Zukunftsfähigkeit unserer Branche drückt sich nicht zuletzt auch in den in diesem Jahr erneut modernisierten Berufen aus, dem Medientechnologe Druck, Medientechnologe Siebdruck und Medientechnologe Druckverarbeitung."

Bernd Sontag

Vorsitzender des Verbandes Druck und Medien, Rheinland-Pfalz und Saarland e.V., Neustadt/Weinstraße

trägen aus der Werbewirtschaft abhängig ist. Der Anteil der werbeabhängigen Produkte am gesamten Produktionswert der Druckindustrie wird vom bvdm mit rund 61 Prozent angegeben. Die Bruttowerbeausgaben stiegen nach Angaben von Nielsen Media Research 2010 um insgesamt 11 Prozent, die Printmedien konnten davon jedoch nur unterproportional partizipieren (Zeitungen plus 1,1 Prozent, Publikumszeitschriften plus 4,4 Prozent, Fachzeitschriften plus 1,3 Prozent und Plakate plus 6,4 Prozent).

Aufgrund der weiter fortschreitenden Automatisierung und den damit einhergehenden notwendigen Investitionen werden von Branchenvertretern nur noch „größeren Einheiten" Überlebenschancen am Markt zugestanden. Eine kürzlich von der EU-Kommission geförderte Studie zur Restrukturierung der europäischen Druckindustrie sieht die Branche europaweit in einer rückläufigen Bewegung. Mit Blick auf die gerade geschilderte Bedeutung der Werbebranche für die Druckindustrie sehen die Forscher nur stagnierende bis leicht wachsende Märkte für die Branche insgesamt.

Der Autor

ist verantwortlicher Redakteur der IHK-Zeitschrift.

☎ *(06 81) 95 20 - 310*

✉ *rupert.stillemunkes@saarland.ihk.de*

Druckgewerbe zwischen Tradition und Innovation

Foto: O/D

Das Druckgewerbe steht vor enormen Umbrüchen. Neue Geschäftsfelder müssen im Zeitalter - u.a. des webbasierten Druckens und weiterer technischer Neuerungen - erschlossen werden. Dennoch steht die Druckindustrie zu ihrer Tradition und pflegt sie auch: Wie in diesem Sommer bei der traditionellen Gautschfeier der O/D in Ottweiler. Gemäß den Regeln wurden 10 ehemalige Auszubildende mit der feucht-fröhlichen Zeremonie in den ehrwürdigen Stand der Druckergilde aufgenommen. Eine Urkunde bestätigt ihnen nach der „Taufe", dass sie jetzt zur Zunft der edlen Schwarzkünstler gehören.

WiS