

EWA / ERA
PRESSEKONFERENZ
am 04. Juni 2008
drupa 2008 Düsseldorf

Teilsegment Rollenoffset / EWA Statement

„Entwicklung im hochvolumigen Druck - Markt“

- 1. Stabile Print- Nachfrage bei Magazinen, Katalogen & Beilagen**
 - 2. Weiter steigende Produktionskosten**
 - 3. Keine Kannibalisierung zwischen Rollenoffset & Tiefdruck**
- ✓ Print bleibt auch in Zukunft zentrales Medium für Verlage, Handel und Werbewirtschaft.
 - ✓ Die Auslastungssituation im Rollenoffset ist bei gestiegenen Kapazitäten positiv stabil.
 - ✓ Strukturanpassung: Wie sich die Rollenoffsetbranche auf Strukturveränderungen vorbereitet.
 - ✓ Weiterhin hoher Kostendruck, insbesondere durch steigende Energie- und Rohstoffpreise.
 - ✓ Keine Kannibalisierung zwischen Tiefdruck und Rollenoffsetdruck zu erwarten.

EWA – Gesprächsteilnehmer:

- ✓ **Michael Dömer**, Gründer und Sprecher der European Web Association / EWA (www.ewa-print.de) Unternehmensberater Print, Güster / Hamburg und Stuttgart
- ✓ **Mike Medweth**, Unternehmer, Geschäftsführer OZ Druck & Medien GmbH / targetmedia GmbH, Rheinfelden

1. Print hat Zukunft

Die Situation der Print – Produkte hat sich zwar innerhalb der Segmente tendenziell verändert. Insgesamt aber ist die Situation positiv. In den letzten Jahren zeigte sich in den meisten Segmenten weiteres Wachstum. Die Wertigkeit der Produkte steigt insgesamt. Die Druckunternehmen haben ihre Kapazitäten deutlich ausgebaut. Der Papierverbrauch steigt kontinuierlich. Auch bei Zunahme anderer Werbeformen (Internet, Telekommunikation) ist in Summe der Print – Produkte mittelfristig kein Rückgang zu erwarten. Untersuchungen über Werbeträger 2007 haben ergeben: „Die immer wieder... beschworene Verlagerung von Werbeetats... hin zum Internet hat sich eindrucksvoll 2007 als unzutreffend erwiesen“ (ZAV Werbung in Deutschland 2008).

Michael Dömer:

„Entscheidender Faktor zur Zukunft Print wird es sein, dass in gemeinsamer kreativer Arbeit von Druckunternehmen und Lieferindustrie sowie Printbuyer die Print – Produkte innovativ für den Markt weiterentwickelt werden“.

Mike Medweth:

„Als Unternehmen des Rollenoffsets spüren wir seit einiger Zeit sogar eher eine Zunahme von Interesse bei Printbuyern, ihre Produkte zu optimieren und qualitativ weiterzuentwickeln. Ich habe keinen Anlass, Print als gefährdet anzusehen.“

Michael Dömer:

„In den letzten 10 Jahren erkennen wir Steigerungsraten mit unterschiedlicher Dynamik in den Print – Produkten. Die hohen Wachstumsraten im Internet dürfen nicht unterschätzt, aber auch nicht wie eine Flutwelle überschätzt werden. Die Prognosen für Print sind bei analytischer Betrachtung weiter positiv, aber differenziert. Die Differenzierung der Produkte und Qualitäten bietet für den Rollenoffset mehr große Chancen als Risiken, wenn die Unternehmensführungen die Strukturveränderungen proaktiv nutzen und selbst vorantreiben.“

Michael Dömer appelliert an Unternehmer und Organisationen mehr „Kampfgeist“ zu zeigen. Dies gelte für das Produkt Print, aber auch gegenüber der Regulierungswut der Politik, insbesondere der EU: „Werbeverbote bedeuten Entmündigung des Bürgers und Verlust von Arbeitsplätzen auch in der Druckindustrie“.

**Nach dem neuesten Bericht des ZAV (Zentralverbund der deutschen
Werbewirtschaft) für 2007:**

- è stärkstes Werbemedium bleibt Tageszeitung
- è stärkste Werbeinvestoren : Handel (+ 9,5 %)
- è Beilagengeschäft : Wachstum von 6,6 %
- è Auskunfts- und Verzeichnismedien : + 1,3 %
- è Anzeigenumsätze Fachzeitschriften : + 6,3 %

- ö 40 % der Branchen erhöhten ihre Werbeumsätze 2007

Zu hinterfragen wäre:

Hat der anhaltende Preisdruck auf die Druckindustrie (ebenso auf Anzeigen)
das Produktionsvolumen nicht deutlich stärker erhöht?

Papierverbrauch in Tonnen in Europa „Heatset“

Vergleich 2007 zu 2006:	+ 1 %
Vergleich 2007 zu 2002:	+ 17 %

Zu beachten:

1. Der reale Zuwachs liegt voraussichtlich deutlich höher, wenn man in m² rechnet, da in den letzten Jahren ein Trend zur Grammaturreduzierung zu verzeichnen ist.
2. Der technologische Fortschritt und umfangreiche Optimierungsprogramme in den Druckereien führen zu deutlichen Makulatur - Einsparungen. Ein Indikator, der auf mehr Produktion schließen lässt.

2. Anhaltend positive Auslastungssituation im Rollenoffset

Eine komplexe und in dieser Genauigkeit einmalige Studie der Unternehmensberatung Michael Dömer im Auftrag der EWA untersucht die Auslastungssituation der Rollenoffsetdruckereien über 16 Monate von September 2006 bis Dezember 2007, 182 Maschinen in allen Kategorien wurden monatlich exakt in ihrer Auslastung bestimmt.

Das verblüffende Ergebnis: Die so oft zitierte, aber nie mit Fakten belegte Aussage von 30 – 35 % Überkapazität trifft nicht zu.

106,7 % der Normalkapazität sind über das Jahr ausgebucht. Je höher die Maschinenbreite, desto höher die Auslastung. Das Beispiel zeigt, dass bei den 72 / 80 Seiten Rotationen sogar 130 % der Normalkapazität vollschichtig ausgelastet sind.

Michael Dömer: „Einerseits ist die recht gute Auslastung trotz der erheblichen Erweiterungsinvestitionen beachtlich, andererseits kann man aber davon ausgehen, dass die Nachfrage nach mehr Kapazität seine Grenze erreicht hat. Es wird zu qualitativem Print- Wachstum kommen, die Investitionstätigkeit in Erweiterungen wird nachlassen.“

Dazu der Unternehmer Mike Medweth:

„Wir können im Rahmen unseres starken Wachstums diese Aussage bestätigen. Es wird aber in Zukunft darum gehen, die Art der Aufträge zu differenzieren und zu selektieren, was eine fokussierte Marktbearbeitung und ein stärkeres Engagement in der Beratung der Kunden zur Folge hat.“

3. Strukturanpassung: Wie sich die Rollenoffsetbranche auf Strukturveränderungen vorbereitet

Die Marktentwicklung führt zu erheblichen Anstrengungen bei den überwiegend mittelständischen Unternehmen. In den letzten Jahren ist entsprechend viel proaktiv gehandelt worden:

- Neue Ansätze in der Beratungskompetenz gegenüber Printbuyern
- Hohe Investitionen in Maschinen und Prozesse, Ausbau moderner high volume Technik
- Nach unseren Recherchen sind in den Jahren 2005 – 2007 in Europa 44 Illu - Rotationen im Bereich 72 / 80 Seiten installiert worden. In Deutschland waren es in diesem Zeitraum 16 Maschinen dieser Breite.
- Erhebliche Kostenreduzierungen (Personal- und Sachkosten)
- Serviceoptimierung
- Produktentwicklung
- Neue Organisations- und Vertriebsformen

Insgesamt prognostizieren wir in der Branche:

à Trend zur Größe

- Wachstum am Standort
- Übernahme von Unternehmen
- Exportwachstum
- Qualifikationswachstum

„In absehbarer Zeit sehe ich eine Zurückhaltung bei weiteren Investitionen im heat-set Bereich. Insbesondere besteht kein signifikanter Bedarf nach weiteren high volume Maschinen. Die Unternehmen werden mehr in Marktprojekte, F + E, Qualifizierung und betriebswirtschaftliche Optimierung für die vorhandenen Technologien investieren.“

Umsatzentwicklung und Auftragseingang der Maschinenhersteller 2007 zeigen das bereits (deutlich rückläufig zum Vorjahr). Es wird zu einer schrittweise veränderten Situation kommen. Traditionell umsatzgetriebene Unternehmen werden weiter vom Markt verschwinden oder übernommen werden. Strategisch auf langfristigen, ertragsorientierten Zielen ausgerichtete Unternehmen werden ihre Situation verbessern und dadurch mit mehr Selbstbewusstsein im Markt agieren.

Dieser langsam einsetzende Paradigmenwechsel wird die Wertigkeit des Print – Produktes verbessern. Die derzeitigen Preiserhöhungen bei Papier, Farbe und weiteren Produkten wird diesen Prozess zwangsläufig beschleunigen, da Unternehmen, die diese Preiserhöhungen nicht zu 100% weitergeben in existenzielle Schwierigkeiten kommen werden“, so Michael Dömer.

Trends (Beispiele) für 2008 und Folgejahre im Rollenoffset

1. **Markt** à mehr Veredelung und Produktvarianten

z. B.

- eingeklebte Muster
- Pop – ups
- Beigefügte / aufgespendete booklets
- Neue Formate
- Lack / UV Lack, partielle Lackierung
- Supplements
- Mehr Farbigkeit

à mehr Produkte, weniger Auflagen (Zeitschriften, Kataloge)

à Wachstumssegment Beilage in Auflage und Umfang

2. **Maschinen und Prozesse**

- Hohe Automatisierung
- Deutliche Senkung von Rüstzeiten
(Vorteil bei sinkenden Auflagen)
- Wartungsoptimierung
- Standardisierung und Optimierung der Prozessbestandteile
- Makulaturreduzierung
- Energieeinsparungen
- Qualifikationsoffensive bei Fach- und Führungspersonal

3. **Management / Verkauf**

à Vergrößerung organisatorischer Einheiten von Unternehmen / Unternehmensgruppen

à Qualitative Wertschöpfung statt umsatzgetriebene Auslastungspolitik

à Fokussierte Marktstrategie / Produktstrategie

à Neue Finanzierungsformen für Investition und Wachstum

4. Kostensteigerungen belasten die Unternehmen

Der enorme Anstieg der Energie- und Rohstoffkosten belastet die Unternehmen erheblich und hat direkte wie indirekte Auswirkungen!

Die Branche ist energieintensiv. Alleine die Stromkosten sind seit 2005 um 70% gestiegen, Heizöl über 60%. Entsprechend die Gaskosten. Die Erhöhung der Rohstoff- und Papierkosten führt ebenso direkt zu erheblichem Kostenanstieg. Wie auch bei allen anderen Bestandteilen im Druckprozess (Farbe, Druckplatten, Chemie und auch die Transportkosten). Im high volume Bereich liegt der Papieranteil z. T. bei über 70% des Umsatzes, Papierpreissteigerungen werden daher das Druckprodukt deutlich verteuern.

„Die Renditen stehen unter massivem Druck und sind in vielen Fällen so nicht mehr vertretbar, um die Zukunft der Unternehmen zu sichern. Den Druckunternehmen ist dringend zu raten, die gestiegenen Kosten an den Markt weiterzugeben“, so Michael Dömer. Außerdem sei mit weiteren Rationalisierungen durch Automation und Prozessverbesserungen zu rechnen. Mehr energiesparende Technologien werden von den Herstellern gefordert.

Die Eigenkapitalsituation vieler Unternehmen in der Branche darf sich nach Aussage des Branchenexperten nicht weiter verschlechtern, da dies u. a. auch negative Auswirkungen auf das Rating der Kreditgeber habe.

Dömer dazu: „Die Lösung wird sein, sich mehr und mehr vom umsatzgetriebenen Verkauf auf mehr Rendite und qualitatives Wachstum zu konzentrieren.“ Der Trend zu größeren unternehmerischen Einheiten im Rollenoffset wird sich verstärken.

5. Keine Kannibalisierung zwischen Rollenoffset und Tiefdruck

Die Nachfrage nach hochvolumigem Rotationsdruck muss als Ganzes gesehen werden. Ein Wettbewerb der Verfahren ist kontraproduktiv.

Der Tiefdruck hat seine Strukturen der veränderten Marktsituation angepasst. Die unterschiedlichen Kostenstrukturen und technologischen Möglichkeiten machen es sinnlos, die Schnittmenge vergrößern zu wollen.

Am Ende entscheidet der Kunde darüber, in welchem Verfahren produziert werden soll.

Der Rollenoffset hat durch deutliche Fortschritte in der Technologie sowohl im unteren wie im oberen Auflagenbereich seine Möglichkeiten und Qualitätsnormen gesteigert. Für beide Druckverfahren gibt es Grenzbereiche.

„Die meisten Druckkonzerne im Tiefdruck sind Mischkonzerne, die auch einen starken Offsetbereich haben. Weder Verdrängung noch Sozialisierung macht Sinn, sondern die Entscheidung für das jeweils optional machbare. Ich gehe von Änderung in der Organisationsstruktur der „Mischkonzerne“ aus“, erwartet Michael Dömer.

Michael Medweth

„Ich gehe davon aus, dass die Kooperation zwischen Tiefdruck und Offset zunimmt. Kunden werden von einem Unternehmen betreut, da kommt es häufiger vor, dass Offsetdrucker Teile an den Tiefdruck vergeben und umgekehrt.“

Michael Dömer

„Hier entsteht eine unsinnige Geisterdiskussion. Für den Markt ist es völlig unerheblich, auf welchem Druckverfahren produziert wird. Ich hoffe, dass die Print – Intelligenz dieses Thema als Nebenschauplatz behandelt und Rollenoffset und Tiefdruck sich mit den gemeinsamen Marktfragen und der Attraktivität von Print beschäftigen.“

Zur EWA: Innovation in der Organisation von Unternehmen der Druckbranche

Mit großer Aufmerksamkeit wird im Branchenumfeld die EWA wahrgenommen. Die rasante Mitgliederentwicklung der privatwirtschaftlich organisierten Interessenvertretung EWA und die Bedeutung dieser Organisation auf Unternehmerebene zeigt im 10. Jahr des Bestehens auch eine innovative Tendenz in der Vertretung von Unternehmerinteressen. Als Think tank, Lobby und „Projektgruppe“ agieren die Unternehmer unmittelbar.

Die EWA (European Web Association) wurde im April 1998 auf Initiative von Unternehmensberater Michael Dömer mit ca. 20 Rollendruckern gegründet. Mitglieder sind ausschließlich die Entscheidungsträger aus den Unternehmen, also Inhaber, Geschäftsführer und Vorstände.

Rund 70 % der Rollenoffsetbranche werden inzwischen durch die EWA vertreten. Die Teilnehmer vertreten zum Teil mehrere Unternehmen einer Gruppe. Auch Tiefdruckunternehmen gehören zu den Mitgliedern.

Die EWA in Zahlen

Durch größere Unternehmensgruppen, die zum Teil auch international produzieren, sind deutlich mehr Unternehmen vertreten. Die folgenden Zahlen beziehen sich nur auf die für den deutschsprachigen Raum relevanten Unternehmen.

In der EWA vertretene Unternehmen haben im für Deutschland relevanten Markt:

Umsatzvolumen von ca. :	3,25 Mrd. Euro / Jahr
Papierverbrauch von ca. :	2,7 Mio. Tonnen / Jahr
Einkaufsvolumen Farbe von ca. :	76 Mio. Kg / Jahr
Einkaufsvolumen Platten von ca. :	3,6 Mio. m ² / Jahr
Energieverbrauch in - Gas von ca. :	973 Mio. kWh / Jahr
- Strom von ca. :	571 Mio. kWh / Jahr
Anzahl Mitarbeiter von ca. :	14.500

**Mitgliedsunternehmen – Teilnehmer sind ausschließlich
Geschäftsführer und Vorstände**

ADV-Augsburger Druck- und Verlagshaus GmbH, Augsburg
Appl Druck GmbH & Co. KG, Wemding
B & K Offsetdruck GmbH, Ottersweier
Broschek Rollenoffset GmbH, Lübeck
Brühlsche Universitätsdruckerei GmbH & Co. KG, Gießen
CW NIEMEYER DRUCK GMBH, Hameln
Druckerei Vettters GmbH & Co. KG, Radeburg
Druckhaus Kaufmann GmbH & Co. KG, Lahr
Druckhaus Weirich GmbH & Co. KG, Duisburg
Eller repro + druck GmbH, VS - Schwenningen
Euro-Druckservice GmbH, Passau
Evers & Evers GmbH & Co. KG, Meldorf
Fr. Ant. Niedermayr GmbH & Co. KG, Regensburg
Fr. Staats GmbH Verlag und Druckerei, Wuppertal
Graphischer Betrieb Henke GmbH, Brühl
IDAG Industriedruck AG, Essen
J. Fink Druckerei GmbH & Co. KG, Ostfildern
Jungfer Druckerei und Verlag GmbH, Herzberg am Harz
Konradin Druck GmbH und Heckel GmbH, Leinfelden
Kröger Buch- und Verlagsdruckerei GmbH, Wedel
Kunst- und Werbedruck GmbH & Co. KG, Bad Oeynhausen
Leykam Druck GmbH & Co. KG, Graz, Österreich
Mayer & Söhne Druck- und Mediengruppe GmbH, Aichach
Mohn Media Mohndruck GmbH, Gütersloh
Möller Druck u. Verlag GmbH, Berlin
Oberndorfer Druckerei GmbH, Oberndorf bei Salzburg, Österreich
OZ Druck & Medien GmbH, Rheinfelden
PRINT.*Forum* Druck GmbH, Sinsheim
pva, Druck und Mediendienstleistungen GmbH, Landau
Sattler Media Press GmbH, Hornburg
SKN Druck und Verlag GmbH & Co. KG, Norden
Stark Druck GmbH + Co. KG, Pforzheim
Stürtz GmbH, Würzburg
Vogel Druck und Medienservice GmbH & Co. KG, Höchberg
Walcker Offsetdruck GmbH & Co. KG, Isny im Allgäu
Weiss-Druck GmbH & Co. KG, Monschau
Westend Druckereibetriebe GmbH, Essen
Willmy PrintMedia GmbH, Nürnberg

Stand: April 2008