

Branchenbericht Druck- und Medienwirtschaft

Struktur, konjunkturelle Lage und
Aussichten für 2023

Berichtszeitraum:
Gesamtjahr 2022 und 1. Quartal 2023

Vorwort

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

Ob Coronapandemie oder Ukrainekrieg, die vergangenen Jahre waren Jahre der Extreme. Extreme, die nicht nur das gesellschaftliche Leben bis in seine Grundfesten erschütterten, sondern auch die Grundlagen wirtschaftlichen Handelns in Deutschland veränderten. Von Lockdowns über Lieferengpässe, bis hin zu Energiepreisschocks und Kostenexplosionen gab es eine ganze Bandbreite von Problemstellungen, die in nie dagewesener Dichte aufeinanderfolgten. Die Betriebe und Unternehmen der Druck- und Medienwirtschaft blieben davon nicht verschont; auch sie standen und stehen noch immer vor den außerordentlichen Herausforderungen, den dieser Wandel mit sich bringt.

Welche Auswirkungen hatten die steigenden Energie- und Rohstoffpreise? Wie wirkten sich die Lieferengpässe für Druckpapiere auf die Produktionsleistung aus? Führen die drastischen Kostenbelastungen zu einem Anstieg der Insolvenzen in den kommenden Jahren? Wie entwickelt sich die Auftragslage in der Branche? Was bedeutet die gesamtwirtschaftliche Entwicklung für die deutsche Druck- und Medienwirtschaft?

Jedes Jahr veröffentlicht der Bundesverband Druck- und Medien zu diesen und zahlreichen anderen Fragestellungen einen umfassenden Branchenbericht mit Analysen der branchenrelevanten Entwicklungen, Zahlen, Daten und Fakten. Damit bietet er seinen Landesverbänden, sämtlichen Unternehmen und Organisationen der Wertschöpfungskette Print, Journalisten, politischen Entscheidungsträgern sowie Finanz- und Wirtschaftsvertretern vertiefte und verlässliche Einsichten in die Situation der Branche – auch in wirtschaftlich dynamischen Zeiten.

Es freut uns, Ihnen den aktuellen Branchenbericht für das Jahr 2022 und das erste Quartal 2023 präsentieren zu können. Mit diesem Bericht hoffen wir, die laufende Diskussion über relevante Themen in der Druck- und Medienbranche mit Daten und Fakten zu bereichern. Unser Ziel ist es, Ihnen einen umfassenden Einblick in die aktuelle Lage der Druck- und Medienwirtschaft zu geben und einen Ausblick auf den weiteren Jahresverlauf zu skizzieren. Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre und freuen uns wie immer über Ihr Feedback und Ihre Anregungen.

Berlin, im Juni 2023



Dr. Paul Albert Deimel
Hauptgeschäftsführer
Bundesverband Druck und Medien e. V.

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	4
I Wirtschaftliches Umfeld	10
1 Zuliefererbranchen	10
2 Abnehmerbranchen	23
II Konjunkturelle Lage der Druck- und Medienwirtschaft	32
1 Umsatzentwicklung und Entwicklung weiterer wichtiger Konjunkturindikatoren	32
2 Produktionsentwicklung	40
3 Verkaufspreisentwicklung	48
4 Arbeitsmarktentwicklung	52
5 Insolvenzen	57
6 Investitionen	61
III Ausblick auf das Gesamtjahr 2023	66
IV Statistischer Anhang: Struktur der Druck- und Medienwirtschaft	70
Kostenstruktur 2020.....	70
Branchenumsatz 2021.....	71
Betriebe und Beschäftigte, 2022.....	73
Außenhandel 2022.....	73
Arbeitsmarkt 2022.....	74
Investitionen 2021.....	75

Zusammenfassung

Das Jahr 2022 war für die Druck- und Medienwirtschaft erneut kein leichtes Jahr. Nach den bedeutenden Umsatz- und Produktionsrückgängen der Coronajahre 2020/2021 waren die Hoffnungen auf eine schnelle und nachhaltige konjunkturelle Erholung in der Druck- und Medienwirtschaft groß. Lieferengpässe sowie steigende Preise für Vorleistungsgüter und Betriebsmittel beendeten die Entwicklung zu Beginn des Jahres 2022 jedoch. Der Beginn des Ukrainekrieges und die daraus resultierenden Verwerfungen auf den Energie- und Beschaffungsmärkten stellte die Betriebe der Druck- und Medienwirtschaft vor neue Herausforderungen bisher unbekanntes Ausmaßes. Unwägbarkeiten über die Versorgungssicherheit mit Energie und Vorprodukten, fehlende Planbarkeit sowie historische Kostenanstiege in wirtschaftlich und geopolitisch unsicheren Zeiten, verlangen von den Unternehmen mehr denn je unkonventionelle Lösungen und geschicktes unternehmerisches Handeln in schwierigen Zeiten.

Historische Belastungen führen zu Produktionsrückgängen

Im Jahr 2022 kam es in der Druck- und Medienwirtschaft zu einem deutlichen Rückgang der Produktionstätigkeit. Der kalender- und saisonbereinigte Produktionsindex verzeichnete einen negativen Trend und sank im Jahresmittel um etwa 7,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Damit fällt der Rückgang im Vergleich zur durchschnittlichen Entwicklung der letzten 10 Jahre in diesem Jahr deutlich stärker aus.

Waren die Produktionseinbußen zu Beginn des Jahres trotz vorherrschender Lieferengpässe und steigender Kosten noch vergleichsweise gering und im Vorjahresvergleich aufgrund von Coroneinschränkungen sogar positiv, so entwickelten sich die Produktionszahlen mit Fortschreiten des Jahres 2022 zunehmend negativ. Die abkühlende Gesamtwirtschaft, eine sinkende Konsumneigung, hohe Inflationsraten sowie der allgemeine Trend zu signifikanten kostengebundenen Verkaufspreiserhöhungen trübten die Auftragslage der Betriebe in der Druck- und Medienwirtschaft im Jahresverlauf deutlich ein. Im ersten Quartal 2023 flachte diese Entwicklung zwar etwas ab, jedoch lag der saison- und kalenderbereinigte Produktionsindex im Quartalsdurchschnitt mittlerweile rund 15,6 Prozent unter seinem Vorjahresniveau.

Umsätze steigen preisbedingt an

Bedingt von gegenläufigen Effekten steigender Preis- und rückläufiger Produktionsentwicklung kam es im Jahr 2022 zu nominalen Umsatzsteigerungen bei gleichzeitigem Rückgang der realen Umsatzkennzahlen. Bei der Entwicklung der nominalen Umsätze überwogen trotz der im Zeitverlauf sinkenden Nachfrage die Preiszuwächse, sodass die Umsätze im Jahresdurchschnitt 2022 um rund 12 Prozent im Vorjahresvergleich anstiegen. Im Jahresverlauf verstärkte sich diese Entwicklung bis etwa zum Mai des Jahres 2022. Danach schwächte sich der Trend zunehmend ab. Im Dezember lag der saison- und kalenderbereinigte nominale Umsatzindex damit nur noch rund 3 Prozent über dem Niveau des Vorjahresmonats.

Die preisbereinigte Umsatzentwicklung verlief im ersten Quartal überwiegend aufgrund statistischer Effekte¹ positiv, verlor jedoch mit dem Ende des ersten Quartals zunehmend an Dynamik. Mit dem fortlaufenden Produktionsrückgang lagen die realen Umsätze zunehmend unter ihren Vorjahreswerten. Im Dezember des Jahres 2022 lag der saison-,

¹ Coronabedingte Einschränkungen im Referenzquartal

kalender- und preisbereinigte Umsatzindex rund 17 Prozent unter seinem Vorjahresniveau. Im Gesamtjahresvergleich lag er damit durchschnittlich rund 6 Prozent unter seinen Vorjahreswerten.

Bei der Betrachtung der Umsätze in den einzelnen Druck- und Mediensparten von Betrieben mit 50 oder mehr Beschäftigten verzeichnet die wertmäßig größte Sparte, der Druck sonstiger Erzeugnisse, mit einem Zuwachs der kumulierten nominalen Jahresumsätze von 14,7 Prozent das größte Umsatzplus. Auch der reale Rückgang lag mit rund 4,4 Prozent unter dem Branchendurchschnitt von 5,1 Prozent. Beim Druck von Zeitungen lagen die nominalen Umsätze nach den Rückgängen der Vorjahre zwar erstmals mit einem Plus von rund 8,5 Prozent über den Vorjahreswerten, jedoch drehte die preisbereinigte Umsatzentwicklung mit einem Verlust von rund 16,1 Prozent deutlich ins Minus.

Bei den Druckdienstleistungssparten von Betrieben mit 50 oder mehr Beschäftigten lagen die kumulierten nominalen Umsätze der Druck- und Medienvorstufe mit 8,6 Prozent im Plus, während die Druckweiterverarbeitung nominale Umsatzverluste von 5,5 Prozent verzeichnete.

Drastische Zunahme der Energie- und Druckpapierpreise

Im Jahr 2022 beeinträchtigten insbesondere die Auswirkungen des Ukrainekrieges die Preisbildung an den Beschaffungsmärkten für Energieträger. Die infolgedessen stark steigenden und hochvolatilen Preise für Erdgas und Elektrischen Strom sendeten Schockwellen durch die Wirtschaft. Hohe Verbraucherpreisanstiege sowie stark zunehmende Erzeugerpreise waren die Folge und wirkten sich sowohl direkt als auch mittelbar auf die Betriebe der Druck- und Medienwirtschaft aus. Zwar erreichten die Preise im Sommer 2022 ihren Höhepunkt und beschrieben in Folge eine rückläufige Tendenz, jedoch lagen sie im Jahresmittel deutlich über ihren Vorjahreswerten. Sowohl die Börsenpreise für Erdgas als auch für Elektrischen Strom stiegen im Jahr 2022 durchschnittlich um 182 Prozent bzw. 195 Prozent an.

Die ohnehin durch Coronanachholeffekte und die zu Jahresbeginn 2022 vorherrschende Engpasslage sowie die einem signifikanten Aufwärtsdruck ausgesetzten Druckpapierpreise, erreichten aufgrund des energieintensiven Herstellungsprozesses in der Papierherstellung neue historische Höchstwerte. Zwar konnte auch hier im Jahresverlauf eine Abschwächung des Aufwärtstrends, gefolgt von einer Trendwende, beobachtet werden, jedoch lagen die vom Statistischen Bundesamt berechneten Preisindizes für grafische Papiere und Zeitungsdruckpapier im Jahresmittel rund 52,9 Prozent bzw. 89,8 Prozent über dem entsprechenden Vorjahresniveau.

Historische Anstiege bei Verkaufspreisen für Druckereileistungen

Im Jahr 2022 verzeichnete die Druck- und Medienwirtschaft den größten Preisanstieg seit Beginn der Zeitleiste. Der vom Statistischen Bundesamt veröffentlichte Preisindex verzeichnete einen durchschnittlichen Anstieg von 19,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr und übertraf damit deutlich die vorherrschenden Erwartungen zum Ende des Jahres 2021.

Der Preisanstieg begann bereits im Jahr 2021 verstärkte sich aber im ersten Quartal 2022, wobei allein im Januar starke Zuwächse von rund 4,6 Prozent im Vergleich zum Vormonat und etwa 9,0 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat verzeichnet wurden. Im weiteren Verlauf des Quartals stiegen die Preise weiter, wenn auch weniger stark als im Januar. Insgesamt führte dies zu einem durchschnittlichen Anstieg von 11 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal.

Im zweiten Quartal setzte sich dieser Trend fort, und die Preise lagen am Ende des ersten Halbjahres etwa 21,3 Prozent über dem Vorjahreswert. Im zweiten Halbjahr schwächte sich der Preisanstieg insgesamt leicht ab, verzeichnete jedoch immer noch ein Wachstum von rund 9,2 Prozent im Vergleich zum ersten Halbjahr. Das bedeutet, dass die Verkaufspreise im ersten Halbjahr einen im Vorjahresvergleich mehr als doppelt so starken Anstieg aufwiesen, wie im zweiten Halbjahr.

Die Ursachen der Preisanstiege liegen hauptsächlich in den Anstiegen der Preise für Vorprodukte und Betriebsmittel, insbesondere Druckpapiere und Energie, begründet. Einerseits zeigte dies, dass eine signifikante Kostenweitergabe der Betriebe möglich war, andererseits trug die Preisentwicklung in Verbindung mit dem allgemeinen Inflationsgeschehen und der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung auch zu der Reduktion der Nachfrage bei.

Überwiegende Produktionswertzunahme aller Druckerzeugnisse

In sämtlichen Produktgruppen, die der Sparte der Druckerzeugnisse zuzuordnen sind, wurden steigende Produktionswerte verzeichnet. Gegensätzliche Entwicklungen beschränkten sich hauptsächlich auf Produktionsverfahren und Produktarten, nicht jedoch auf die übergeordnete Produktgruppe. Ein Großteil der Produktionswertzunahmen sind dabei auf die gestiegenen Verkaufspreise zurückzuführen.

Der Gesamtwert der Produktion von Druckerzeugnissen und Druckdienstleistungen stieg um 10,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr auf rund 13,5 Mrd. Euro. Druckerzeugnisse wuchsen überdurchschnittlich stark um 12,5 Prozent, während Druckdienstleistungen um 1,5 Prozent zurückgingen. Der Werbedruckbereich war mit rund 38 Prozent aller Druckerzeugnisse der weiterhin wertmäßig bedeutendste Bereich und verzeichnete im Jahr 2022 einen Wertzuwachs von 17,2 Prozent. Prospekte (+19,4 Prozent), Kataloge (+20,2 Prozent), Mailings (+5,1 Prozent), andere Werbedrucke und -schriften (+15,1 Prozent) sowie Geschäftsberichte (+10,1 Prozent) zeigten deutliche Zugewinne. Bei Plakaten gab es Unterschiede in den einzelnen Druckverfahren, wobei Offset- und Digitaldruck wuchsen, während Tiefdruck weiter rückläufig war.

Zeitungen/Anzeigenblätter (+12,7 Prozent) und Zeitschriften (+15,7 Prozent) verzeichneten trotz rückläufiger Auflagen einen starken Wertzuwachs. Bedruckte Etiketten wuchsen um 9,2 Prozent. Die Sonstigen Druckerzeugnisse wiesen ein unterdurchschnittliches Wachstum von 2,9 Prozent vor, blieben aber über ihren Vorcoronawerten. Bücher (+12,9 Prozent) und Kalender (+27,4) zeigten ebenfalls starke positive Produktionswertentwicklungen.

Rückläufige Werte konnten lediglich im Bereich der Druckdienstleistungen beobachtet werden. Während die Druckweiterverarbeitung noch einen vergleichsweise geringen Wertzuwachs von rund 1,4 Prozent verzeichnen konnte, sanken die Produktionswerte der Druck- und Medienvorstufe um 3,3 Prozent ab.

Insolvenzelle bleibt 2022 aus, Fachkräftemangel spitzt sich zu

Im Jahr 2022 hatte die Druck- und Medienwirtschaft mit zahlreichen Herausforderungen zu kämpfen, darunter steigende Kosten, Materialengpässe und Spätfolgen der Coronakrise. Trotzdem waren die Auswirkungen auf die Anzahl der Unternehmensinsolvenzen vergleichsweise moderat. Insgesamt wurden 54 neue Insolvenzverfahren eröffnet. Dies ist der zweitniedrigste Stand seit dem Jahr 2001. Der absolute Anstieg von nur 7 zusätzlichen Insolvenzverfahren deutet darauf hin, dass die Situation insgesamt noch auf einem niedrigen Niveau liegt. Der Anteil der betroffenen Betriebe an der Gesamtzahl der Unter-

nehmen in der Branche blieb mit einem Anstieg von 0,1 Prozentpunkten auf 0,8 Prozent weiterhin niedrig.

Laut Angaben des ZAW stiegen die Ausbildungszahlen bei den Auszubildenden im ersten Ausbildungsjahr um 4,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr an. Trotz dieser positiven Tendenz und im Jahresverlauf überwiegend rückläufiger Produktions- und Beschäftigtenzahlen verschärfte sich die angespannte Situation der Druck- und Medienunternehmen bei der Rekrutierung ausreichend qualifizierter Fachkräfte weiter. Laut dem Branchenindikator für den Fachkräftemangel in der Druckindustrie, der auf den Konjunkturumfragen des Ifo-Instituts basiert, gaben die Unternehmen für das Jahr 2022 vermehrt an, Produktionsbehinderungen aufgrund eines ausgeprägten Mangels an qualifiziertem Personal zu verzeichnen. Im Vorjahresvergleich stieg der Branchenindikator im Durchschnitt um 35 Prozent. Im Jahresmittel gaben rund 43 Prozent der Unternehmen an, von Produktionseinschränkungen durch den Mangel an Fachkräften betroffen zu sein.

Ausblick für das Jahr 2023

Im ersten Quartal 2023 zeigte die Druck- und Medienindustrie eine leichte Stabilisierung ihrer wirtschaftlichen Entwicklung. Obwohl sowohl die Produktionsaktivitäten als auch die nominalen und realen Umsätze von Januar bis März weiterhin rückläufig waren, war der Rückgang im Vergleich zum starken Einbruch im vierten Quartal 2022 etwas abgemildert. Die saison- und kalenderbereinigten Produktions- und Umsatzindizes verzeichneten im ersten Quartal 2023 einen Rückgang von 0,6 Prozent bzw. 2,1 Prozent gegenüber dem vorherigen Quartal (im Vergleich zu einem Rückgang von 1,5 Prozent bzw. 6,7 Prozent im Vorquartal).

Die größte Herausforderung für eine Erholung der Branche liegt in der unterdurchschnittlichen Auftragslage. Eine wesentliche Ursache dafür ist die fortgesetzte Inflation, sowohl bei Verbraucher- als auch bei Erzeugerpreisen im Jahr 2023. Zwischen Januar und Mai 2023 lag die durchschnittliche Inflationsrate trotz eines rückläufigen Trends, im Mittel bei etwa 7,6 Prozent bzw. 10,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Auch die weiterhin gedämpfte Konsumneigung sowie eine voraussichtlich stagnierende gesamtwirtschaftliche Entwicklung im Jahr 2023 können nur begrenzt zu einer kurzfristigen Stabilisierung der Nachfrage nach Druckereileistungen beitragen. Die Betriebe der Druck- und Medienwirtschaft sehen dem weiteren Jahresverlauf daher mit gemischten Erwartungen entgegen. Zwar fallen diese deutlich positiver aus als noch im 2. Halbjahr 2022, jedoch liegen sie damit weiterhin hinter den Niveaus der Vorkrisenjahre zurück.

Vorläufige Entspannung an den Energiemärkten

Im laufenden Jahr beruhigte sich Lage an den Energiemärkten weiter. Sowohl die rückläufige Preisentwicklung bei Erdgas und Elektrischem Strom als auch der gute Füllstand der Gasspeicher haben signifikant zu einer Entspannung auf den Energiemärkten beigetragen. Im ersten Quartal 2023 lagen die Börsenpreise für Elektrischen Strom und Erdgas rund 57 Prozent bzw. 50 Prozent unter dem Jahresdurchschnitt von 2022, blieben jedoch immer noch um 47 Prozent bzw. 20 Prozent über dem Durchschnitt von 2021. Auch die Preise für Neuverträge sanken entsprechend ab. Es bleibt jedoch fraglich, ob dieser Trend anhält. Bei den Strompreisen, stehen die Zeichen aufgrund der systemischen Kosten der Energiewende und den durch den Ukrainekrieg notwendig gewordenen energiepolitischen Veränderungen nicht auf eine nachhaltige Rückkehr der Preise auf Vorkrisenniveau. Bei Gas bleibt die Situation weiterhin abhängig von externen Effekten.

Obwohl die guten Füllstände der Gasspeicher die Preisbildung im Jahr 2023 weniger beeinflussen werden, birgt ein kalter Winter nach wie vor Risiken für die Versorgungssicherheit. Zudem ist der Import von Gas über LNG-Terminals kostenintensiver als das substituierte Pipelinegas.

Trendumkehr bei den Preisen für Druckpapiere

Auch die Preise für Druckpapiere gaben in den ersten Monaten des Jahres 2023 sortenübergreifend sichtlich nach. Die geringe Nachfrage, verbunden mit rückläufigen Energie-, Zell- und Holzstoffpreisen sowie den bereits im Sommer 2022 eingebrochenen Altpapierpreisen, erhöhen den Abwärtsdruck und zwingen die Hersteller von Druckpapieren, ihre Preise den neuen Gegebenheiten anzupassen. Laut Angaben des Statistischen Bundesamtes lagen die Preise für grafische Papiere und Zeitungsdruckpapier im ersten Quartal 2023 etwa 1,4 Prozent bzw. 9,1 Prozent unter den Vorquartalswerten. Im Vergleich zu den Vorjahren bleiben die Preise jedoch auf einem insgesamt hohen Niveau (+43,1 Prozent bzw. +52,7 Prozent gegenüber dem ersten Quartal 2021). Inwieweit sich die Preise stabilisieren werden, hängt maßgeblich von der weiteren Entwicklung der genannten Faktoren ab. Die veränderte Kostenlage der Papierhersteller lässt jedoch darauf schließen, dass eine vollständige Rückkehr der Preise auf das Vorkrisenniveau nicht zu erwarten ist.

Branchensituation bleibt angespannt

Insgesamt ist die Lage der Unternehmen der Druck- und Medienwirtschaft vom weiteren Verlauf der makroökonomischen Entwicklungen abhängig. Das Ausmaß, in dem sich diese jedoch in den Produktions- und Umsatzzahlen niederschlägt, lässt sich aufgrund der zahlreichen politischen und wirtschaftlichen Unsicherheiten in der aktuellen Situation nur begrenzt abschätzen. Es bleibt abzuwarten, wie sich insbesondere die Energiemärkte entwickeln und wie sich dies auf Verbraucher- und Erzeugerpreise auswirkt. Seit ihren Anfängen sah sich die deutsche Druck- und Medienbranche immer wieder großen Herausforderungen gegenüber und konnte diese stets mit unkonventionellen Lösungen und unternehmerischem Geschick bewältigen. Obwohl die Lage nach den Ereignissen des letzten Jahres schwierig ist und die Geschäftsrisiken durch Preisvolatilität, Kostenbelastungen und geopolitische Faktoren geprägt werden, hat sich die Branche auch im Jahr 2023 als den Umständen entsprechend widerstandsfähig erwiesen.

**Abbildung 1: Konjunkturindikatoren und Kennzahlen für das Jahr 2022,
Vergleich zum Verarbeitenden Gewerbe**

Konjunkturindikator/Kennzahl	Druck- und Medienindustrie		Verarbeitendes Gewerbe	
	Absolut	Gegenüber Vorjahr in %	Absolut	Gegenüber Vorjahr in %
Ø Anzahl der Betriebe	459	-3,9	22.451	-0,2
Ø Anzahl der Beschäftigten	57.857	-2,9	5.507.493	0,8
Umsatz (in Mio. Euro)				
Nominal	10.703	13,2	2.212.494	18,8
Inlandsumsatz	9.229	14,7	1.092.626	18,3
Auslandsumsatz	1.474	4,1	1.119.867	19,3
Anteil Auslandsumsatz am gesamten nominalen Umsatz in %	10.703	13,2	2.212.494	18,8
je Beschäftigten (in Euro, kumuliert)	9.229	14,7	1.092.626	18,3
je geleistete Arbeitsstunde (in Euro/Std.)	13,8	-8,0	50,6	0,4
Entgelte (in Mio. Euro, kumuliert)	184.995	16,5	401.724	17,9
Anteil am nominalen Umsatz in % (Lohnquote)	126,33	16,7	273,696	18,4
je Beschäftigten (Ø in Euro, kumuliert)	2.242	1,8	310.023	5,2
je geleistete Arbeitsstunde (Ø in Euro/Std.)	20,9	-10,0	14,0	-11,5
Geleistete Arbeitsstunden (in Tsd. Std.)	38.750	4,9	56.291	4,4
Ø Produktionsindex *	26,46	5,1	38,4	4,8
Anteil Auslandsumsatz am gesamten nominalen Umsatz in %	84.721	-3,1	8.083.753	0,4
je Beschäftigten (in Euro, kumuliert)	73,5	-7,2	96,3	-0,3

Bemerkungen: * kalender- und saisonbereinigt, wobei für den Index 2015 = 100 gilt; Berichtskreis: Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten (Umsatzzahlen, Betriebs- und Beschäftigtenzahl, Entgelte, Arbeitsstunden), Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten (Produktionsindex); Datenstand: Juni 2023; Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen: bvdm

I Wirtschaftliches Umfeld

Während die Verlags- und Werbewirtschaft, der Einzelhandel und die Privathaushalte innerhalb der Wertschöpfungskette der Druck- und Medienindustrie die wichtigsten Abnehmerbranchen repräsentieren, zählen die Papierindustrie sowie die Druckfarben- und Produktionsanlagenhersteller zu den wichtigsten zuliefernden Wirtschaftszweigen. Da ein ganzheitliches Verständnis der wirtschaftlichen Entwicklung der Druck- und Medienindustrie im Verlauf des Berichtsjahres die Betrachtung der gesamten Wertschöpfungskette und damit auch der vor- und nachgelagerten Bereiche erfordert, werden im Folgenden die wichtigsten Branchenindikatoren aus dem wirtschaftlichen Umfeld der Druck- und Medienindustrie betrachtet.

1 Zuliefererbranchen

Nachdem im Vorjahr die mengen- und wertmäßige Entwicklung der wichtigsten Vorleistungsgüter der Druck- und Medienindustrie einheitlich positiv war, wurden im Jahr 2022 gegenläufige Entwicklungen verzeichnet. Während der inländische Druckfarbenabsatz in Wert (+8,0 Prozent) deutlich stieg und in Menge (-8,0 Prozent) weiter fiel, sank die Absatzmenge (-9,4 Prozent) an Druckpapieren ab. Im gleichen Zeitraum nahmen auch die Einfuhren von Druck- und Verlagserzeugnissen nach Deutschland mengenmäßig (+13,2 Prozent), und wertmäßig (+3,8 Prozent) gegenüber 2021 deutlich zu (vgl. Abb. 3).

Drastische Preisanstiege bei Druckpapieren im Jahr 2022; Rückgang im Q1. 2023

Nachdem die rund 25 Monate andauernde Phase rückläufiger Preise bei inländisch erzeugten grafischen Papieren (ohne Einbeziehung des Zeitungsdruckpapiers) im Juni 2021 zu Ende ging, kam es zu einer Trendwende, gefolgt von zunehmend steigenden Preisen. Im Jahr 2022 intensivierte sich diese Entwicklung nochmals. Im Jahresmittel lag der amtliche Preisindex für grafische Papiere rund 52,9 Prozent über dem Niveau von 2022 und rund 42,1 Prozent über dem Niveau des Jahres 2019². Der Anstieg der Preise setzt sich im Trend über fast den gesamten Jahresverlauf fort. Ab dem vierten Quartal kommt dieser jedoch zunehmen zum Erliegen. Nach einer kurzen Phase der Plateaubildung ist eine Trendumkehr zu beobachten und die Preise beginnen zu sinken. Durch die signifikanten Anstiege, die in ihrer Intensität in der gesamten Zeitleiste einzigartig ist, markieren die Preisniveaus für grafische Papiere im Oktober nicht nur den Jahreshöchstwert (+60,4 Prozent ggü. 2021), sondern auch den historischen Höchstwert seit dem Beginn der Zeitleiste im Jahr 2000 (vgl. Abb. 2).

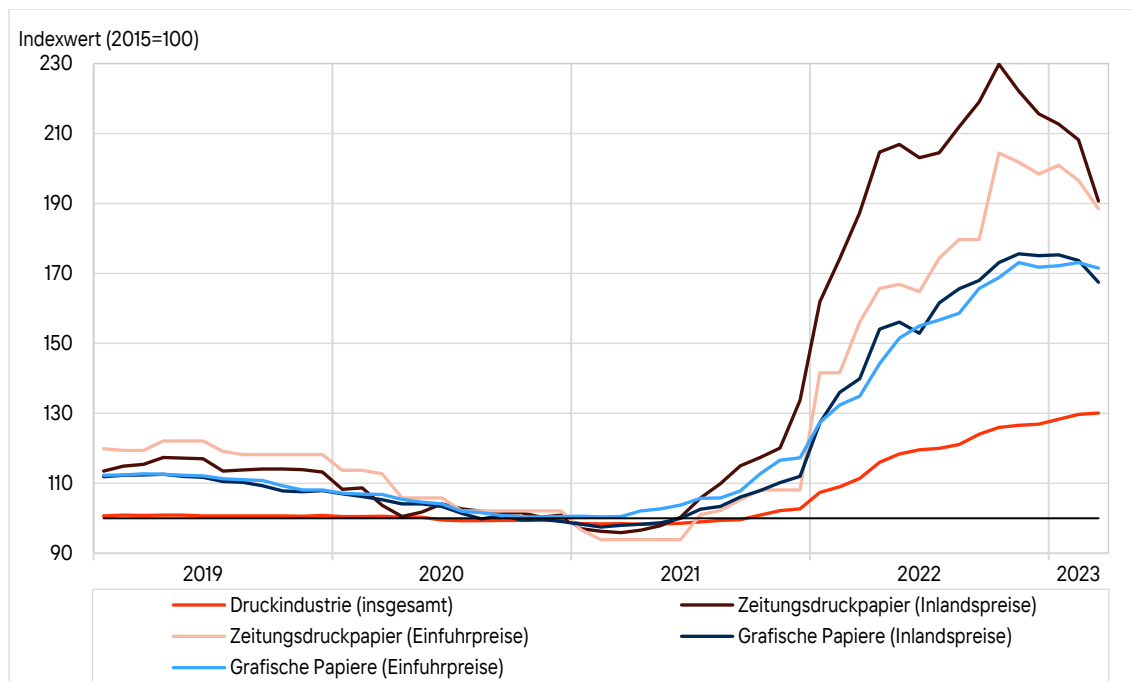
Ähnlich entwickelten sich die Preise für inländisch erzeugte Zeitungsdruckpapiere. Nachdem der seit Anfang 2020 beobachtete Preisrückgang im Juni 2021 beendet wurde, konnte auch bei den Zeitungsdruckpapieren eine Trendwende, gefolgt von steigenden Preisen verzeichnet werden. Auffallend im Vergleich zu den übrigen grafischen Papieren ist dabei besonders die Dimension der Anstiege für Zeitungsdruckpapier. Laut dem vom Bundesamt für Statistik berechneten Preisindex stieg der Preisindex für Zeitungsdruckpapier im Jahresmittel um rund 89,8 Prozent und damit noch einmal deutlich stärker als der entsprechende Index der übrigen grafischen Papiere. Auch bei den Zeitungsdruckpapieren gipfelten die Preise im Oktober mit einem historischen Höchstwert.

² Coronabedingt lag das Preisniveau im Jahr 2021 unter dem Vorcoronaniveau des Jahres 2019.

Im Vorjahresvergleich lagen die Preise in Spitze somit rund 95,7 Prozent über dem Niveau des Vorjahresmonats. Im Gegensatz zu den grafischen Papieren erfolgte die Trendumkehr weitestgehend übergangslos. Im November 2022 waren die Preise bereits mit rund 3,4 Prozent im Vormonatsvergleich rückläufig. Diese Tendenz setzte sich bis zum Jahresende fort. Im Dezember 2022 lagen die Preise jedoch weiterhin rund 33,2 Prozent über dem Niveau zum Jahresanfang (vgl. Abb. 2).

Dem Verband Die Papierindustrie zufolge, fiel der in Deutschland produzierte Gesamtabsatz der grafischen Papiere im Jahr 2022 um 9,4 Prozent auf 5.952 Tsd. Tonnen. Von dieser Entwicklung waren sowohl Zeitungsdruckpapiere, LWC-Papiere als auch im Publikations- und Werbedruck verwendete Druckpapiere betroffen. Davon verzeichnen sowohl Zeitungsdruckpapiere als auch andere Presse- und Katalogpapiere (-11,6 Prozent) den mengenmäßig größten Rückgang gegenüber dem Vorjahr. Andere grafische Papiere wiesen einen im Vergleich zum mengenmäßigen Gesamtrückgang unterdurchschnittlichen Rückgang von 5,9 Prozent auf. Der mengenmäßige Absatz von Verpackungs- und Etikettenpapieren folgte diesem Trend, war allerdings mit einem Rückgang von 5,9 Prozent auf 667 Tsd. Tonnen insgesamt weniger stark ausgeprägt.

Abbildung 2: Entwicklung der Erzeuger- und Importpreisindizes für grafische Papiere und Zeitungsdruckpapiere, Januar 2019 – April 2023



Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: Juni 2023; Berechnungen und Darstellungen: bvdm

Bei den Einfuhrpreisen für grafische Druckpapiere gab es im Jahr 2022 diverse Besonderheiten zu beachten. Insgesamt betrachtet folgen die Preise der gleichen Entwicklung. Auf die Phase stark ansteigender Preise von Januar bis zum Oktober 2022 folgt ein Abwärtstrend bzw. eine Plateaubildung bis zum Jahresende. Im Gesamtjahresvergleich steigen die Einfuhrpreise für Zeitungsdruckpapier um rund 73,1 Prozent und die Einfuhrpreise für andere grafische Papiere und Pappen um 44,2 Prozent an. Damit liegen im Jahresmittel 2022 sowohl die Einfuhrpreisindizes der Zeitungsdruckpapiere als der anderen grafischen Papiere und Pappen unter den entsprechenden inländischen Preisindizes.

Abbildung 3: Ausgewählte Konjunkturindikatoren der vorgelagerten Branchen für das Jahr 2022

Indikator	absolut	ggü. Vj. in %
Grafische Papiere		
Gesamtabsatz (Menge) ¹	5.952 Tsd. t	-9,4
Davon: Presse- und Katalogpapiere (Menge) ¹	3.548 Tsd. t	-11,6
Andere grafische Papiere (Menge) ¹	2.404 Tsd. t	-5,9
Inländischer Absatz (Menge) ¹	3.048 Tsd. t	-12,4
Import (Menge) ²	1.622 Tsd. t	-14,9
Import (Wert) ²	1,63 Mrd. Euro	34,7
Export (Menge) ²	2.427 Tsd. t	-9,1
Export (Wert) ²	2,76 Mrd. Euro	41,9
Verpackungs-/Etikettenpapiere		
Gesamtabsatz (Menge) ¹	667 Tsd. t	-5,9
Altpapiere ¹		
Altpapieraufkommen	13.188 Tsd. t	-9,0
Altpapierverbrauch	17.038 Tsd. t	-6,9
Druckfarben für Publikationen und Verpackungen ³		
Inländische Verkaufsmenge	211 Tsd. t	-8,0
Inländischer Umsatz	0,93 Mrd. Euro	+8,0
Import von Druck- und Verlagsserzeugnissen ²		
Menge	544 Tsd. t	13,2
Wert	3,22 Mrd. Euro	3,8
Erzeugerpreisindex (Inlandspreise) Ø ²		
Zeitungsdruckpapier	203,4	89,8
Andere grafische Papiere/Pappen	157,1	52,9
Druckfarben	112,5	11,7
Elektrischer Strom bei Abgabe an gewerblicher Anlage	130,0	16,1
Einfuhrpreisindex (Importpreise) Ø ²		
Zeitungsdruckpapier	172,9	73,1
Andere grafische Papiere	153,1	44,2
Anstrichmittel, Druckfarben und Kitte	124,4	14,2
Großhandelsverkaufspreisindex (inländ. Altpapierpreise) Ø ²		
Gemischtes Altpapier	169,6	-0,6
Papier- und Pappereststoffe für Papiererzeugung	184,2	11,5
Alte Zeitungen und Illustrierte, Deinkingware	211,5	29,7
Verpackungen aus Papier und Karton	164,5	-2,8
Zellstoffpreise (in Europa) Ø ⁴		
Bleached Hardwood Kraft, Eucalyptus (BHKP)	1.243 €/t	23,9
Northern Bleached Softwood Kraft (NBSKP)	1.355 €/t	14,4

Anmerkung: Für Indizes gilt 2015 = 100; *Aufgrund eines Strukturbruchs nicht darstellbar; Quellen: ¹Verband Die Papierindustrie, ²Statistisches Bundesamt, ³Verband der deutschen Lack- und Druckfarbenindustrie; ⁴Intergraf, RISI Fastmarkets; Datenstand: Juni 2023; Berechnungen: bvdM

Während dieser Trend bei den grafischen Papieren erst seit Beginn des Jahres 2022 bestand, zeigte sich diese Entwicklung bei den Einfuhrpreisen der Zeitungsdruckpapiere bereits 2021. Im Jahresverlauf ist diese Diskrepanz besonders in Quartalen 1–3 gut sichtbar. Da laut der aktuellen Input-Output-Statistik des Statistischen Bundesamts (Destatis) ein signifikanter Teil des von der Druck- und Medienindustrie genutzten Druckpapiers bereits aus dem Ausland importiert wird, ist diese Entwicklung nicht unerheblich.

Werden die Preisunterschiede zu groß, incentiviert dies Verschiebungen der Bezugsquellen. Voraussetzung dafür sind jedoch hinnehmbare Transportkosten und ähnliche Qualitätsanforderungen. So können langfristig bessere Standortbedingungen³ im Ausland zu einer Diversifikation der Bezugsquellen führen. Die Entwicklung der mengenmäßigen Papierimporte im Vergleich zum mengenmäßigen inländischen Absatz der Papierindustrie weist für das Jahr 2022 bisher nicht auf eine solche Verschiebung hin. Der Rückgang der Importmenge (14,9 Prozent) war im Jahresmittel 2022 stärker als der Rückgang des inländischen Papierabsatzes (-12,4 Prozent). Zudem verhindern im außereuropäischen Warenverkehr Handelshemmnisse wie Antidumpingzölle die Einfuhr bestimmter grafischer Papiersorten.

Als Grundlage der Preisanstiege konnten mehrere Faktoren identifiziert werden. Nachdem bereits während des Jahres 2020 eine konjunkturelle Erholungsentwicklung in den beiden größten Volkswirtschaften der Welt, USA und China, eingesetzt hatte, begann im Laufe des zweiten Quartals 2021 auch die inländische sowie die europäische Wirtschaft, sich von den Auswirkungen des zweiten Lockdowns zu erholen. Die Nachfrage nach Konsum- und Industriegütern und den zur Fertigung benötigten Rohstoffen und Vorleistungsgütern stieg stark an. Zusätzlich begannen coronabedingte Nachholeffekte einzusetzen, die nach dem Ende der pandemischen Einschränkung die konjunkturelle Erholungsbewegung weiter verstärkten. Diese Effekte sind z. T. noch immer spürbar und gipfelten für die Druck- und Medienwirtschaft in den gravierenden Lieferengpässen zu Beginn des Jahres 2022.

Die Kosten für Vorleistungsgüter tragen aufgrund der Kostenstruktur in der Papierindustrie maßgeblich zu der Bildung der Papierpreise und somit der Papierpreisentwicklung bei. Sowohl die Preise für Zellstoff als auch für Altpapier stiegen bis in die zweite Jahreshälfte 2022 enorm an und übten damit zusätzlichen Aufwärtsdruck auf die Papierpreise aus. Zudem trieben die durch eine wiedererstarkende Nachfrage und die insbesondere durch die extremen Ereignisse des Ukrainekriegs gestiegenen Energiepreise, durch die Energieintensität in der Papierherstellung, die Papierpreise weiter nach oben. Die Entwicklung der einzelnen Faktoren wird in zwei Kurzanalysen im folgenden Abschnitt genauer erläutert.

Auf der Angebotsseite trug der jahrelange Abbau von Überkapazitäten in der Papierindustrie zu einer Verknappung der Papierversorgung zum Jahresbeginn 2022 bei. Dazu zählt u. a. die verstärkte Umrüstung der Produktion grafischer Papiere auf gewinnträchtigere Segmente, wie beispielsweise Verpackungspapiere. Darüber hinaus spielte der Faktor Zeit eine Rolle, da Produktionskapazitäten, die während der Coronakrise zurückgefahren wurden, erst reaktiviert werden mussten, um die wiedereinsetzende Nachfrage bedienen zu können. Auch incentivierte die absehbare zeitliche Begrenzung dieser Zusatznachfrage keine Angebotserweiterung in einem an sich konsolidierenden Markt. Die Kombination aus schnell steigender Nachfrage und einer gleichzeitigen Reduktion des Angebots sorgte somit für einen stetigen Aufwärtsdruck bei den Papierpreisen. Hinzu kamen zahlreiche Einzelereignisse, die das Angebot von grafischen Papieren weiter verknäpften. Dazu gehören logistische Störungen der Lieferketten, wie Betriebsschließungen und streikbedingte Produktionsstillstände.

Insgesamt führte die Kombination der genannten Faktoren zu Beginn des Jahres 2022 zu einer Lage, in der die Nachfrage der Druckindustrie kurzfristig kaum noch zu decken war.

³ Geringere Herstellungskosten, weniger staatliche Regulierung, niedrigere Energiepreise, geringer Arbeitskosten usw.

Lieferengpässe bei grafischen Papieren waren die Folge. Diese betrafen alle Sorten von grafischen Papieren, was sich in längeren Lieferzeiten, geringeren Liefermengen und weiter steigenden Papierpreisen niederschlug.

Mit dem Beginn des Ukrainekrieges verschärfte sich besonders die Lage an den Beschaffungsmärkten für Erdgas und Elektrischen Strom und begann zu dem bestimmenden Treiber der Papierpreise zu werden. Mit der Weitergabe dieser Kosten über die Papierpreise stiegen in Folge die Preise für Druckereileistungen. Zusätzlich begünstigt durch ein Abkühlen der Gesamtkonjunktur und der Auflösung der Coronanachholeffekte sank die Nachfrage nach Druckprodukten und damit auch nach den vorgelagerten Druckpapieren graduell ab. Aufgrund der vorherrschenden Engpasslage und dem damit verbundenen Nachfrageüberschuss, schlug diese Entwicklung jedoch nicht unmittelbar auf die Preise für Druckpapiere durch. Auch trug der aufgrund von weiteren Engpassbefürchtungen⁴ vorhandene Trend zur Lagerhaltung bei Druckbetrieben zu einer temporären Stimulation der Nachfrage bei. Hinzu kamen die bis zur zweiten Jahreshälfte deutlich steigenden Kosten für Vorprodukte wie Altpapier und Zell- und Holzstoffe.

Mit der Abschwächung der Energiepreisansteige im weiteren Verlauf des Jahres und der Preissenkungen weiterer Vorprodukte sowie der nachfrageseitigen Auflösung der Lieferengpässe, schwand der Aufwärtsdruck der Druckpapierpreise merklich. Zusätzlich wirkte sich die im Jahresverlauf deutlich gesunkene mengenmäßige Nachfrage nun ungedämpft und in vollem Maße auf die Preisbildung für Druckpapiere aus. In Folge trat die bereits beschriebene Trendumkehr ein, während einige Sorten noch zeitweilig stagnierten, gaben andere direkt nach. Insgesamt entstand so ein Abwärtstrend bei den Preisen für Druckpapiere.

Betroffen von Kostenbelastungen war nicht nur die Papierindustrie. Auch die Hersteller von Druckfarben und Druckmaschinen sind mit gestiegenen Preisen für Vorleistungsgüter konfrontiert. So stieg der Erzeugerpreisindex für Druckfarben und Druckmaschinen im Jahr 2022 um durchschnittlich 11,7 Prozent bzw. 6,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Sortenübergreifend rückläufige Preise für Druckpapiere im ersten Quartal 2023

Im ersten Quartal 2023 entspannte sich die Lage an den Papiermärkten weiter. Materialengpässe gehörten in den ersten drei Monaten des Jahres 2023 aufgrund der veränderten Gegebenheiten bereits der Vergangenheit an und traten nur noch punktuell auf. Auch die Preise für Druckpapiere gaben weiter nach. Der vom Statistischen Bundesamt berechnete Erzeugerpreisindex lag im ersten Quartal beim Zeitungsdruckpapier rund 8,4 Prozent und bei den anderen grafischen Papieren rund 1,4 Prozent unter den Vorquartalswerten, Tendenz weiter fallend. Zwar weist dieser Trend auf eine weitere Entspannung der Preislage für Druckpapiere hin, darf jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass das Preisniveau weiterhin hoch ist. Im Vergleich zu dem Vorcoronaniveau im April 2019 lagen die Werte im April 2023 bei Zeitungsdruckpapieren rund 61,4 Prozent und bei anderen grafischen Papieren rund 46,6 Prozent über ihrem entsprechenden Preisniveau.

⁴ Zeitweilig wuchs neben der bereits benannten Unterversorgung mit Druckpapieren die Sorge vor einem vollständigen Versorgungsstopp mit Druckpapieren im Falle einer potenziellen Gasmangellage im Winter 22/23.

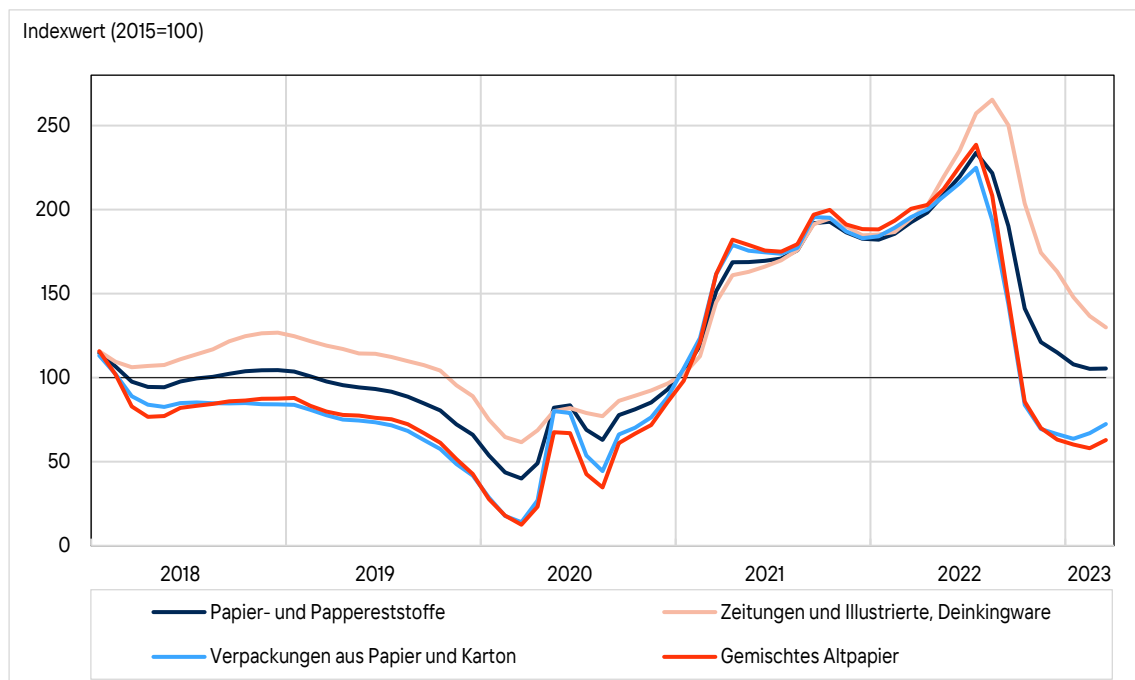
Steigende Zellstoff- und Altpapierpreisentwicklung gefolgt von Preissturz in der zweiten Jahreshälfte

Beim Altpapier wurden 2022 sortenübergreifende Preisanstiege bis in die zweite Jahreshälfte hinein verzeichnet. Nach dem Erreichen eines neuen historischen Höchstwertes im Juli 2022 brachen die Preise schließlich deutlich ein und erreichten zum Jahresende z. T. sogar ihre Vorcoronawerte. In der Gesamtjahresbetrachtung führt dies zu einer verzerrten Darstellung der einzelnen Phasen.

Im Halbjahresdurchschnitt stiegen die entsprechenden Großhandelsverkaufspreisindizes für die unterschiedlichen von Destatis aufgeführten Altpapiersorten bzw. -kategorien (gemischtes Altpapier, alte Zeitungen und andere Deinkingware, alte Verpackungen sowie Papier- und Pappereststoffe für die Papiererzeugung) im ersten Halbjahr an und lagen damit deutlich über ihren entsprechenden Niveaus von 2021. Gemischtes Altpapier lag 33,2 Prozent über dem Wert von 2021 und damit 153 Prozent über dem Vorcoronaniveau von 2019. Ähnliches gilt für Deinkingware (44,0 Prozent bzw. 72,1 Prozent) und Verpackungen aus Karton und Papier (29 Prozent bzw. 156,3 Prozent) (vgl. Abb. 4).

Im zweiten Halbjahr sanken die entsprechenden Großhandelsverkaufspreisindizes deutlich und lagen damit zum Ende des Jahres unter dem Niveau von 2021. Gemischtes Altpapier verlor 66,5 Prozent im Vergleich zum Dezember 2021 und lag damit rund 11 Prozent unter dem Jahresdurchschnitt von 2019. Ähnliches gilt für Verpackungen aus Karton und Papier (-63,7 Prozent bzw. -2,3 Prozent). Bei Deinkingware und Papier- und Pappereststoffen fiel der Rückgang etwas geringer aus. Im Dezember 2022 lagen die Preisindizes rund 11,7 Prozent bzw. 37,1 Prozent unter den Werten des Vorjahresmonats und damit noch 29,1 Prozent bzw. 47,2 Prozent über dem Jahresdurchschnitt von 2019 (vgl. Abb. 4).

Abbildung 4: Entwicklung der Großhandelsverkaufspreise für Altpapiere, Januar 2018 – März 2023



Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: Juni 2023; Berechnungen und Darstellungen: bvd m

2022 stand die Altpapierversorgung wie auch schon im Jahr 2021 vor einem Dilemma. Durch den Ausbruch der Coronakrise war das Sammelvolumen aufgrund der Umfang-

reduzierung bei Zeitungen, Zeitschriften, Anzeigenblättern, Werbebeilagen, etc. abgesunken. Dieser Effekt wirkte durch den zweiten Lockdown zu Beginn des Jahres 2021 weiter nach. Im Jahresmittel blieb das Altpapieraufkommen 2021 in etwa auf den Werten des Vorjahres). Zu einem Zeitpunkt niedrigen Sammelaufkommens begann, bedingt durch die sukzessive Erholung der Konjunktur, die Nachfrage nach Papierprodukten und damit nach Altpapier zu steigen. Dieser Effekt wirkte bis in das Jahr 2022 weiter nach. Die erhöhte Nachfrage in Verbindung mit dem knappen Angebot trug zu dem starken Anstieg der Preise bis Mitte des Jahres 2022 bei.

Insgesamt gingen sowohl das Sammelaufkommen als auch der Altpapierverbrauch im Vorjahresvergleich deutlich zurück. Das Altpapieraufkommen sank dabei jedoch stärker als der Altpapierverbrauch. Im Jahr 2022 wurden 13.188 Tsd. t Altpapier gesammelt. Im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einem Rückgang von 9,0 Prozent. Der Altpapierverbrauch sank um 6,9 Prozent auf 17.038 Tsd t. Es ist anzunehmen, dass ein Großteil dieses Rückgangs durch die Produktionsrückgänge verursacht wurden.

Eine Besonderheit, die in einigen Situationen bestimmte Preistendenzen verstärkt, ist die Einkaufspolitik der Papierindustrie. Papierfabriken bestellen ihr Altpapier weit im Voraus, um mit einer vorsorglichen Erhöhung der eigenen Lagerbestände ihre Versorgungslage mit Altpapier abzusichern. Die Praktik beschränkt sich nicht nur auf die Papierindustrie, sondern ist auch in anderen Branchen wie der Chipindustrie durchaus Standardvorgehen. Durch die höhere Bestellmenge können so kurzfristige Engpässe bis zu einem bestimmten Maß ausgeglichen werden. Die Folge davon kann in einem rasanten Preisanstieg, ohne nennenswerte Erhöhung der Liefermenge resultieren, da alle Marktteilnehmende diese Strategie verfolgen dürften. Die Nachfrage wird so weiter erhöht und die Preise steigen. Umgekehrt kann die Vorhaltung großer Lagerbestände die Nachfrage weiter drosseln, wenn Auftragsrückgänge dazu führen, dass die Lager weiterhin gut gefüllt sind und Nachbestellungen reduziert oder verschoben werden.

Für eine weitere Verknappung bei den für grafische Papiere benötigten Altpapiersorten ist die zunehmende Umrüstung auf Verpackungspapiere verantwortlich. Durch die gestiegenen Absatzzahlen im Online- und Versandhandel stieg der Bedarf an Verpackungspapieren weiter an. Mehr als die Hälfte des grafischen Altpapiers wird laut jährlichem AGRAPA-Bericht zur Herstellung von anderen Papieren, Karton und Pappesorten verwendet. Hinzu kommen die verbesserten Exportmöglichkeiten insbesondere von Verpackungspapieren und eine wachsende Nachfrage aus dem Ausland.

Die allgemein vorherrschenden logistischen Engpässe des Jahres 2021 setzten sich auch bis in das Jahr 2022 weiter fort und verschärften die Preislage, insbesondere in der ersten Jahreshälfte zusätzlich. Dazu gehörten im internationalen Handel vor allem ein Mangel an Containern, Hafen- und Schiffskapazitäten sowie diverse Einzelereignisse. Folge waren überfüllte Häfen, hohe Umladezeiten und gestiegene Containerpreise.⁵ Mit dem Beginn der zweiten Jahreshälfte 2022 lösten sich diese jedoch weiter auf. Am Beispiel der des Drewry World Container Index zeigt sich, dass die Containerpreise am Ende des Jahres 2022 wieder in den Normalzustand übergingen.

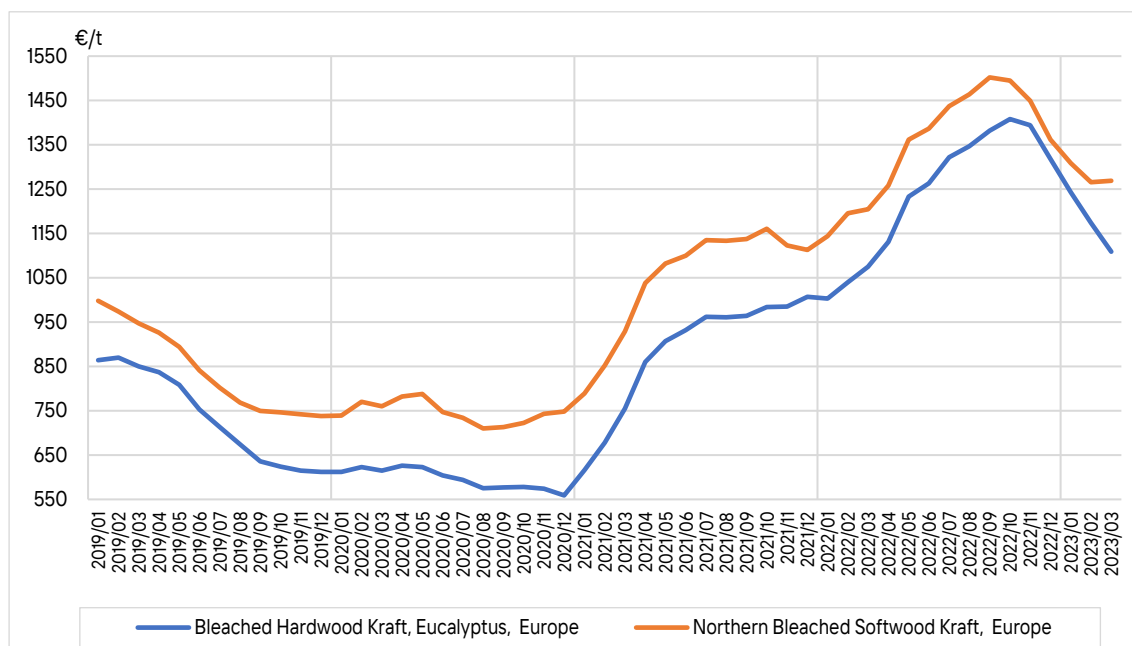
Diese beeinträchtigten auch die Preise weiterer Vorleistungsgüter wie Zellstoff. Die hier aufgetragenen Sorten sind Bleached Hardwood Kraft Eucalyptus (BHKP) und Nothern Bleached Softwood Kraft (NBSKP). BHKP wird u. a. für Verpackungs- und Kartonpappe/

5 Vgl. Drewry Container-Preis-Index (www.drewry.co.uk)

-papiere, Spezialpapiere, holzfreie ungestrichene und gestrichene Druckpapiere und Schreibpapiere sowie Hygienepapiere (Tissue) genutzt, während NBSKP u. a. für Magazinpapiere wie bspw. Supercalendered papers (SC) und Lightweight coated papers (LWC), Feinpapiere, technische Spezialpapiere, Hygienepapiere (Tissue), holzfreie Spezialpapiere verwendet wird. Im Jahresmittel lagen die Preise für BHKP und NBSKP rund 23,9 Prozent bzw. 14,5 Prozent über den Werten des Vorjahres. Über das Gesamtjahr betrachtet vollziehen die Zellstoffpreise die Bewegung der Druckpapierpreise in etwa nach. Einer bis ins zweite Halbjahr reichenden Phase steigender Preise, steht eine Phase sinkender Preise mit anhaltender Tendenz gegenüber (vgl. Abb. 5).

Als Grund für die hohen Zellstoffpreise können die bereits erwähnten konjunkturellen Effekte benannt werden. Zudem sorgen internationale Preisangleichungen in Verbindung mit der weltweit hohen Nachfrage, für einen weiteren Aufwärtsdruck bei den Preisen für Zellstoff in Europa. Hinzu kommen angebotsseitig die Lieferengpässe und logistischen Belastungen im nationalen und internationalen Handel. Produktionseinschränkungen und -ausfälle durch Naturereignisse und wirtschaftliche Unwägbarkeiten trugen zusätzlich zu einer Verknappung des Angebotes bei. Die nachlassende Nachfrage aber auch angebotsseitige Stabilisierungen trugen schließlich zu der Trendumkehr bei und sorgen auch weiterhin für einen Abwärtsdruck bei den Preisen.

Abbildung 5: Entwicklung der Zellstoffpreise, (Januar 2019 – März 2023)



Quelle: RISI Fastmarkets, Intergraf; Berechnung und Darstellung: bvdM

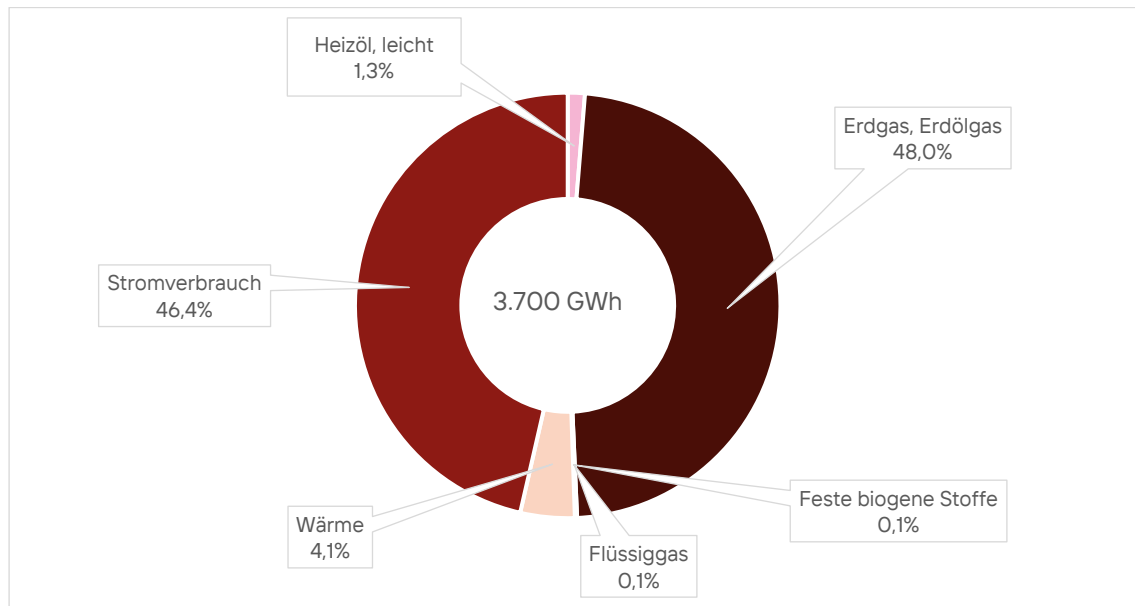
Im ersten Quartal 2023 setzten sowohl die Preise für Altpapiere als auch für Zellstoff ihren Abwärtstrend überwiegend fort. So lagen die Preise für BHKP und NBSKP durchschnittlich rund 14,4 Prozent bzw. 10,8 Prozent unter den Werten des letzten Quartals. Damit wurden im ersten Quartal durchschnittlich rund 1.131 €/t bzw. 1.258 €/t gezahlt. Die Großhandelsverkaufspreise für Altpapiere stabilisierten sich im ersten Quartal 2023 etwas, sanken jedoch im Vergleich zum Vorquartal weiter deutlich.

Starker Anstieg der Energiepreise im Jahr 2022; rückläufige Entwicklung im ersten Quartal 2023

Unabhängig vom Energieträger bildet Energie in jeder modernen Volkswirtschaft die Grundlage wirtschaftlichen Handelns. Veränderungen der Energiepreise betreffen nicht nur einzelne Branchen im Besonderen, sondern beeinflussen direkt und mittelbar die Leistungsfähigkeit der gesamten Volkswirtschaft. Eine stabile und bezahlbare Energieversorgung ist daher essenziell für jede Branche im Verarbeitenden Gewerbe. Die Druck- und Medienbranche stellt keine Ausnahme dar. Im Gegenteil, die Energiepreisentwicklung belastet die Druck- und Medienunternehmen, die vor der Energiekrise eine durchschnittliche Energiekostenintensität von 7,4 % aufwiesen, gleich mehrfach. Einerseits auf einem unmittelbaren Weg aufgrund der inhärenten Nachfrage nach Strom und Erdgas, andererseits mittelbar über die Papierpreisentwicklung, da die energieintensive Papierindustrie die energiekostenseitige Belastung an die Druckunternehmen weitergibt.

Im Jahr 2021 belief sich der Energieverbrauch der Betriebe der Druck- und Medienbranche mit 20 oder mehr Beschäftigten laut Angaben des Statistischen Bundesamts auf rund 3,7 Terrawattstunden. Dies entspricht rund 0,3 Prozent des Gesamtenergieverbrauchs der deutschen Industrie im Jahr 2021. Die mit Abstand größten Anteile nahmen dabei die Energieträger Erdgas, Erdölgas mit einem Anteil von rund 48 Prozent und Elektrischer Strom mit einem Anteil von rund 46 Prozent ein (vgl. Abb. 6). Die deutsche Druck- und Medienwirtschaft ist somit sowohl von Strompreis- als auch von Gaspreissteigerungen betroffen.⁶

Abbildung 6: Anteiliger Energieverbrauch der Betriebe in der Druck- und Medienbranche 2021, nach Energieträger



Quelle: Statistisches Bundesamt; Berichtskreis: C18, Betriebe ab 20 Beschäftigte; Datenstand: Juni 2023; Anmerkungen: Bei dem Faktor Wärme wird nur fremdbezogene Wärme berücksichtigt, im Betrieb selbst erzeugte Wärme wird nicht erfasst. Berechnung und Darstellung: bvdm

6 Die Abhängigkeit von Erdgas und Elektrischen Strom kann je nach Herstellungsverfahren bzw. dem angebotenen Hauptprodukt/-Dienstleistung z. T. stark variieren. Die tatsächliche Betroffenheit kann daher nur in der Einzelbetrachtung der jeweiligen Betriebe ermittelt werden.

Durch die gestiegenen Beschaffungskosten und die rasante Entwicklung der Gas- und Kohlepreise legte auch der Börsenpreis für Elektrischen Strom im Jahresdurchschnitt 2022 drastisch zu. Die vom Statistischen Bundesamt ausgewiesenen Börsenpreise für Elektrischen Strom lagen im Jahresmittel rund 195 Prozent über den Werten von 2021 und rund 481 Prozent über den Werten des langjährigen Durchschnitts (vgl. Abb. 7). Die Hauptursache des Anstiegs der energetischen Rohstoffpreise war neben den bereits ausgeführten konjunkturellen und logistischen Gründen der Ausbruch des Ukrainekrieges Ende Februar 2022. Aufgrund der hohen Abhängigkeit der deutschen Gas-Wirtschaft von russischen Importen⁷ stiegen nach der Kürzung und dem endgültigen Abbruch der Lieferbeziehung an den relevanten Rohstoffbörsen nicht nur die Preise für Erdgas sprunghaft an, sondern bargen auch das Potenzial für eine signifikante Unterversorgung im Winter 22/23. Hinzu kam, dass die Speicherstände der Gasspeicher Ende Februar 2022 mit rund 28 Prozent außergewöhnlich niedrig lagen und die in Folge der Situation forcierte Befüllung eine zusätzliche Nachfrage erzeugte. Im Jahresdurchschnitt lagen die Erdgasbörsenpreise daher rund 182 Prozent über den Vorjahreswerten und ganze 501 Prozent über den Werten des langjährigen Durchschnitts.

Das Ausbleiben der russischen Lieferungen traf besonders Deutschland zu einem kritischen Zeitpunkt. Aufgrund der nationalen Anstrengungen zur Durchführung der Energiewende, bei der fossile Energieträger durch CO₂-arme Energieträger bzw. durch CO₂-arm hergestellten Elektrischen Strom ersetzt werden sollen, wurde sowohl die Verstromung⁸ als auch die direkte Nutzung von Erdgas als günstige Brückentechnologie forciert, um die durch den Wegfall des Kern- bzw. Kohlestroms entstandene Energielücke bis zur Verfügbarkeit ausreichender erneuerbarer Kapazitäten zu schließen.

Obwohl die Verstromung von Erdgas laut Angaben des Statistischen Bundesamtes im Jahr 2021 mit 12 Prozent zwar einen nicht unerheblichen, jedoch keinen überwiegenden Anteil am deutschen Energiemix besaß, sorgte das Strommarktdesign insbesondere in Form von Preisbildung durch „Merit-Order“ dafür, dass die Preiserhöhungen an den Gasmärkten auf die Strompreise durchschlugen. Der Mechanismus diente ursprünglich zur Förderung von Investitionen in erneuerbare Energieträger, die durch niedrigere Grenzkosten in der aktuellen Marktzusammensetzung bei der Stromerzeugung höhere Gewinne realisieren können als fossile Kraftwerke mit hohen Grenzkosten. Aufgrund der extremen Ereignisse an den Gas-Märkten und eingeschränkten Kapazitäten der Substitution des Gasanteils bei der Verstromung kam es so zu den extremen Preisbewegungen an den Strommärkten.

In diesem Kontext wurde insbesondere der geringe Diversifizierungsgrad der Bezugsquellen von Erdgas zu einem Problem und wirkte sich negativ auf die Angebotssituation und damit auf die Preisentwicklung aus. Zwar wurden mit Blick auf die absehbare Engpasslage die Suche nach zusätzlichen Importpotenzialen vorangetrieben⁹, jedoch konnten diese und weitere angebotsseitige Bestrebungen nur bedingt zeitnah umgesetzt werden, sodass keine ausreichenden Kapazitäten zur Verfügung standen, um die Preissituation nachhaltig zu beruhigen. Ein Grund dafür ist die internationale Dimension der

7 Im Jahr 2021 wurden rund 65 Prozent der gesamten deutschen Gas-Importe aus russischen Quellen bezogen.

8 Im Jahr 2021 wurden laut Angaben des Statistischen Bundesamtes rund 13 Prozent der gesamten im Inland eingespeisten Strommenge durch die Verstromung von Erdgas erzeugt. Weitere 13 Prozent entfielen auf die Kernenergie. Durch Kohlekraftwerke wurden rund 30 Prozent des eingespeisten Stroms erzeugt.

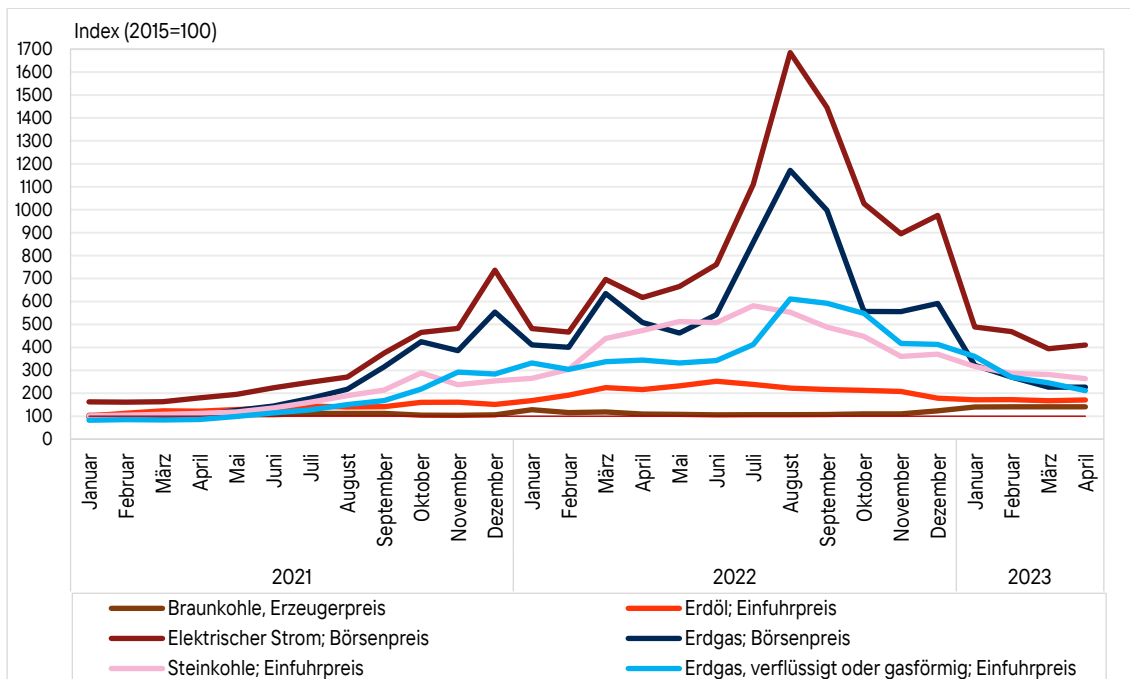
9 Bau von LNG Terminals, Erhöhung der Importe mit bereits bestehenden Bezugsquellen wie z.B. Norwegen, Neu-Verträge bspw. Katar

Ereignisse. Zum einen war es nicht nur Deutschland, das von dem Nachschub russischen Erdgases abgeschnitten wurde, sondern zahlreiche Staaten in ganz Europa. Zum anderen ist die potenziell aus anderen Quellen beziehbare Menge an LNG-, bzw. Erdgas sowohl logistisch als auch mengenmäßig begrenzt und kann in einer so kurzen Zeitspanne nur bedingt erhöht werden. Die Vernetztheit der europäischen Energieinfrastruktur trägt zudem dazu bei, dass die Preisentwicklung in einem Staat Auswirkungen auf den gesamten europäischen Energiemarkt mit sich bringt.

Hinzu kamen Sondereffekte, die sich für den Strommarkt im Jahr 2022 weiter preistreibend auswirkten. Zum einen führten wartungs- und witterungsbedingte Ausfälle französischer Kernkraftwerke im Sommer zu einer gesteigerten Exportnachfrage. Zum anderen begünstigten die Niedrigwasserstände in zahlreichen deutschen Flüssen eine erschwerte Versorgung der betroffenen Kohlekraftwerke. Erst die angekündigte Reaktivierung bzw. Nichtstilllegung zahlreicher Kohlekraftwerke und Ölkraftwerke in Verbindung mit Einsparungen, die in der Industrie überwiegend durch wirtschaftlich bedingte Produktionseinbußen entstanden, ließen die Preise ab September zurückgehen. Die von der Bundesregierung forcierte Aussetzung der EEG-Umlage ab Juli dämpfte die Preisentwicklung zwar etwas ab, konnte aufgrund der schieren Dimension des Anstiegs der Beschaffungskosten jedoch keine Trendveränderungen herbeiführen.

Ab September beruhigte sich die Lage etwas, blieb jedoch weiterhin allgemein angespannt. Die Börsenpreise für Erdgas und Elektrischen Strom gingen graduell zurück. Im Winter 22/23 begünstigte allen voran die milden Temperaturen und einhergehend der geringere wärmebezogene Energieverbrauch ein im Trend weiteres Abfallen der Preise. Auch die Verlängerung des Atomausstiegs dürfte einen Anteil dazu geleistet haben. Mit einem Anteil von 6,4 Prozent speisten die deutschen Kernkraftwerke 2022 etwa halb so viel Strom ein wie Gaskraftwerke. Deren Anteil sank im Jahr 2022 nur geringfügig von 12,6 auf 11,4 Prozent.

Abbildung 7: Entwicklung der Preise für energetische Rohstoffe und elektrischen Strom (Januar 2021 – April 2023)



Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: Mai 2022; Berechnung und Darstellung: bvdM

Unternehmen und Betriebe der Druck- und Medienindustrie wurden von diesen Entwicklungen unterschiedlich betroffen. Während ein großer Teil der mittelbaren Effekte über die Papierpreiserhöhungen und Steigerung der Kosten für weitere Vorleistungsgüter relativ direkt zu spüren waren, kam es beim Strom- und Bezug auf die individuelle Versorgungslage der Betriebe an. Spotmarktgebundene Kunden wurden unmittelbar betroffen. Bei Unternehmen mit und fester Preisbindung manifestierten sich die direkten Effekte abhängig von der individuellen Vertragsausgestaltung und -Laufzeit.

Erstes Quartal 2023 und Ausblick auf die Energiemarktentwicklung in den kommenden Jahren

Im ersten Quartal 2023 entspannte sich die Situation in den Monaten Januar bis April zunächst weiter. Der vom Statistischen Bundesamt berechnete Index der Börsenpreise für Elektrischen Strom und Erdgas lag im ersten Quartal jedoch weiterhin rund 177 Prozent bzw. 200 Prozent über den Preisen des Vorjahresquartals. Auch der durchschnittliche Strompreis für Neuabschlüsse für kleine bis mittlere Industriebetriebe (ohne Stromsteuer) hat sich im bisherigen Jahresverlauf 2023 gegenüber dem 2. Halbjahr 2022 nahezu halbiert und liegt derzeit bei 26,84 ct/kWh. Rund 90 Prozent der Preisbildung entsteht durch Beschaffung, Netzentgelte und Vertrieb. Im Vergleich dazu lagen im Jahr 2019 und 2021 die zugehörigen Referenzwerte bei rund 16,89 ct/kWh bzw. 19,84 ct/kWh. Hier sind jedoch die Kosten der entfallenen EEG-Umlage mit 6,41 ct/kWh bzw. 6,50 ct/kWh enthalten. Der Anteil von Beschaffung, Netzentgelten und Vertrieb lag dementsprechend geringer, bei rund 51 Prozent bzw. 58 Prozent. Die reinen Beschaffungskosten stiegen im Vergleich zu den Jahren 2019 bzw. 2021 um rund 169 Prozent bzw. 107 Prozent.

Ein konjunkturell bedingt niedrigerer Energieverbrauch und Einspareffekte reduzieren die Nachfrage. Die vergleichsweise positiven Witterungsbedingungen im Winter 22/23 und daraus resultierend gute Speicherfüllstände (Mai 2023: rund 74%) reduzieren die Nachfrage nach Erdgas weiter. Hinzu kommt der Aufbau und die Inbetriebnahme zusätzlicher Kapazitäten in der Gas-Versorgung durch LNG-Terminals bzw. FSRU die zu einer weiteren Stabilisierung der Angebotslage beitragen. Die aktuell gegebene Funktionsfähigkeit französischer AKW reduziert den noch im Jahr 2022 gegebenen Exportdruck bei Elektrischem Strom und verringert über die verringerte Nachfrage den Bedarf an zugeschalteten Gaskraftwerken. Somit sinkt sowohl der Preisdruck auf Erdgas als auch auf Elektrischen Strom. Auch die von der Bundesregierung zu Jahresbeginn implementierten Energiepreisbremsen dürften sich entlastend für Unternehmen auswirken. Allerdings erfolgte die Einführung verspätet und ist je nach Klassifizierung an hohe bürokratische Hürden gebunden. In welchem Maße sie in der Druck- und Medienwirtschaft für eine tatsächliche Entlastung sorgen, wird sich erst im Verlaufe des aktuellen Jahres zeigen. Tagesaktuell sind bei den Strompreisen in der jüngeren Vergangenheit vermehrt Schwankungen zu beobachten. Gute Bedingungen der Erneuerbaren (Windaufkommen/Sonneneinstrahlung) führen in der Preisbildung z. T. zu negativen Preisen und partiellem Überschussangebot. In Ermangelung ausreichender Speicher- bzw. Transformationskapazitäten (z. B. Batterie und Pumpspeichieranlagen oder Elektrolyseure zur Gewinnung von Wasserstoff) ist einhergehend mit dem zunehmenden Anteil erneuerbarer Energien im Strommix, mit einer witterungsabhängigen Zunahme der Preisvolatilität bei Elektrischem Strom zu rechnen. Gleiches gilt entsprechend für steigende Preise bei Dunkelflauten und unterdurchschnittlichem Windaufkommen.

Die transformatorischen und systemischen Kosten der Energiewende bleiben unvermindert hoch. Der Aufbau und Erhalt von Speicherkapazitäten und Energietrassen, Kompensationen für nicht eingespeiste Potenzialenergie, steigende CO₂-Zertifikatspreise,

usw. wird sich in Zukunft vermehrt (durch Umlagen, Netzentgelte etc.) auf die Preisbildung auswirken. Es ist daher anzunehmen, dass die systemischen Kosten Druck auf das Preisniveau ausüben und somit eine nachhaltige Rückkehr zu den Energiepreisen der Vorcoronajahre auch mittelfristig nur bedingt zu erwarten ist.

Zudem sorgt die forcierte Ausrichtung des energetischen Verbrauchs auf Elektrischen Strom (z. B. Wärmepumpen, Elektro-PKW/-LKW, zunehmende Digitalisierung, usw.) neben dem natürlich steigenden Energiebedarf einer wachsenden Volkswirtschaft zu einem deutlichen Mehrbedarf. Dieser kann, bei gleichzeitigem Abbau der fossilen Erzeugerkapazitäten (AKW/Öl-/Kohle-/Gasverstromung), nur durch eine stark beschleunigte Investitionspolitik und der Realisierung von Einsparpotenzialen gedeckt werden. Aktuell ist das Erreichen der erforderlichen Grenzwerte für Neubauten zur Stromerzeugung jedoch fraglich (vgl. Ist/Soll Windkraftausbau). Infolgedessen besteht die Gefahr einer Überschussnachfrage, die sich in deutlich höheren Strompreisen manifestieren würde als sie noch vor der Coronapandemie üblich waren. Allein die politisch geführten Diskussionen über die Einführung eines subventionierten Industriestrompreises weisen darauf hin, dass auch von politischer Seite nicht mit einer kurzfristigen Rückkehr zu günstigen Strompreisen gerechnet wird.

2 Abnehmerbranchen

Nachdem es im Vorjahr durch Corona-Nachholeffekte und die konjunkturelle Erholung zu einer positiven Entwicklung bei den wichtigsten Konjunkturindikatoren der Abnehmerbranchen kam, waren die Entwicklungen im Jahr 2022 überwiegend von den Auswirkungen des Ukrainekrieges geprägt. Dazu zählen wachsende Konsumzurückhaltung, hohe Inflationsraten, volatile Energiepreise und steigende Zinsen (siehe Abb. 10).

Bruttowerbeausgaben: Allgemeiner Rückgang der Werbeausgaben, Ausgaben für Direct Mailings steigen an

Im Jahr 2022 sanken der monatlich erhobenen Bruttowerbeausgabenstatistik¹⁰ des Daten- und Marktforschungsunternehmens **Nielsen** und den Berechnungen des bvdM zufolge die Bruttowerbeausgaben um 3,4 Prozent auf rund 37 Mrd. Euro. Davon wurden für gedruckte Werbeträger rund 12,3 Mrd. Euro ausgegeben. Die Auswirkungen des Ukrainekrieges und das damit einhergehende Inflationsgeschehen sowie eine schwächelnde Konjunktur und steigende Kosten für Unternehmen wirkten sich negativ auf die Werbebudgets der Unternehmen aus.

Die Ausgaben für Printmedien waren zwar ebenfalls rückläufig, jedoch verzeichneten sie im Vorjahresvergleich mit einem Minus von rund 1,6 Prozent einen geringeren Rückgang als die allgemeinen Werbeausgaben, die mehr als doppelt so stark abnahmen. Dies zeigt die Werthaltigkeit und den Stellenwert, den gedruckte Werbeträger auch in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten für Unternehmen darstellen. Zwar darf auch hier angenommen werden, dass der durch die Digitalisierung angestoßene strukturelle Wandel in der Werbebranche noch nicht abgeschlossen ist, jedoch bleibt das Printmedium als essenzieller Teil des Werbemixes gefestigt.

Die starke Verkaufspreisentwicklung bei Lebensmitteln und anderen Produkten aller Art führten in Folge zum Teil zu einer gesteigerten Informationsnachfrage der Endkonsumenten. Davon konnten trotz ihrer steigenden Preise ein Teil der gedruckten Werbeträger profitieren. Der ausgegebene Betrag für Direkt Mailings stieg im Jahr 2022 um rund 3,4 Prozent auf rund 2,5 Mrd. Euro an. Dies stellt sowohl den wertmäßig als auch relativ den größten Zuwachs aller aufgeführten Werbeträger dar.¹¹ Den zweitgrößten Zuwachs erzielte die Außenwerbung mit einem Plus von 2,1 Prozent. Hier kann aufgrund der Datenstruktur jedoch nicht präzise zwischen Print und Digital unterschieden werden.

Zeitungen und Publikumszeitschriften konnten von diesem Phänomen nicht profitieren und sanken gegenüber ihren Vorjahreswerten ab. Die Werbeinvestitionen in Zeitungen verzeichneten nach dem Rückgang der Aufwendungen für TV-Werbung, den wertmäßig größten Rückgang der Kategorien. Im Jahr 2022 wurden rund 5,3 Mrd. Euro für Zeitungswerbung aufgewendet. Dies entspricht einem Minus von rund 4,5 Prozent im Vorjahresvergleich. Die Werbeinvestitionen für Publikumszeitschriften gingen um rund 2,5 Prozent auf 2,9 Mrd. Euro zurück.

Im ersten Quartal 2023 zeichnete sich ein positiveres aber unvollständiges Bild ab. Den vorläufigen Daten von Nielsen und Berechnungen des bvdM zufolge stiegen die Brutto-

¹⁰ Die Berechnung der Bruttowerbeausgaben erfolgt auf Grundlage der ausgewiesenen Bruttowerbepreise und ist somit nicht um die Steuern, gewährten Kundenrabatte, Mittlerprovisionen, Agenturvergütungen oder ähnliche Faktoren bereinigt.

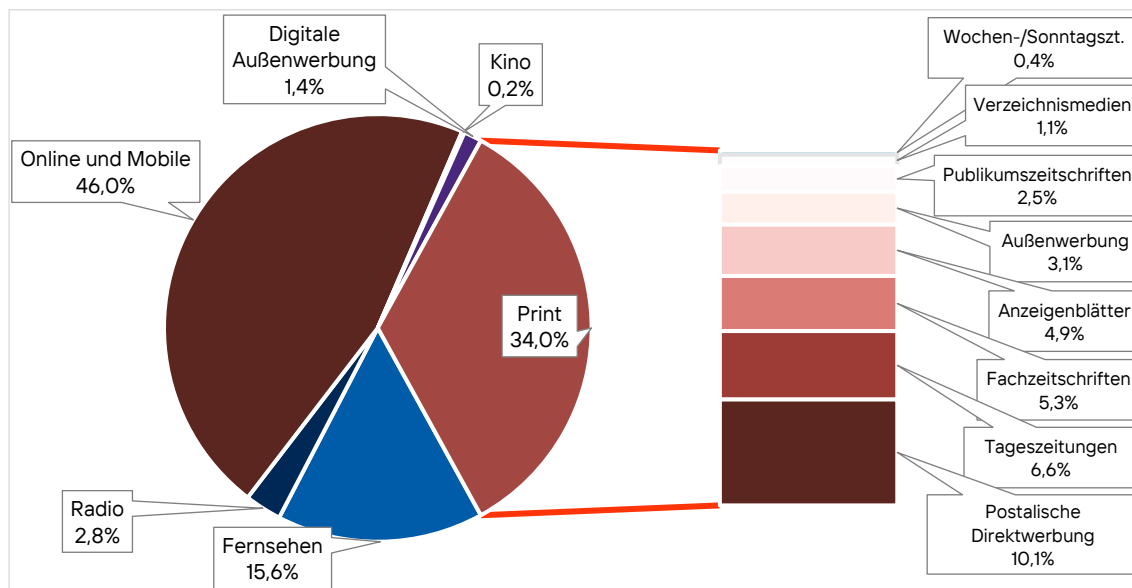
¹¹ Die Kinowerbung stieg zwar um rund 119 Prozent an, jedoch kann aufgrund der coronabedingten Schließungen der Kinos in der relevanten Vergleichsperiode nicht von einem regulären Anstieg gesprochen werden.

werbeausgaben für Print um 0,2 Prozent im Vorjahresvergleich. Die Ausgaben für Zeitungswerbung stiegen um 3,8 Prozent, gedruckte Plakatwerbung um 4,5 Prozent. Bei den Publikumszeitschriften hielt der negative Trend hingegen an. Die Werbeausgaben hierfür gingen um 4,2 Prozent zurück. Der größte Gewinner des Vorjahres, die Direct Mailing, werden aufgrund von Hindernissen bei der Datenerfassung nicht ausgewiesen und fließen daher im ersten Quartal 2023 nicht in die Entwicklung der Printzahlen ein.

Nettowerbeeinnahmen 2022: Leichter Rückgang der Nettowerbeeinnahmen; Steigerungen bei Außenwerbung und Anzeigenblättern

Die Nettowerbeeinnahmen weisen die tatsächlich erhaltenen Werbeeinnahmen aus und werden jährlich vom Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft (ZAW) veröffentlicht. Aufgrund der Änderung der Erhebungsmethode der Nettowerbeeinnahmen bei einzelnen Datenlieferanten sowie der Änderung der Systematik der Ausweisungen seitens des ZAW im Jahr 2020 ist die Vergleichbarkeit mit den Nettowerbeeinnahmewerten vor 2019 nur noch bedingt möglich. Durch die neue Erfassungsmethodik ist ein differenzierteres und detaillierteres Bild der Nettowerbeeinnahmen beim Werbeträger **Internet**, bei welchem nun **Search-Ads, Display Ads, Classifieds und In-Stream Audio** individuell ausgewiesen werden, möglich.

Abbildung 8: Nettowerbeeinnahmen 2022



Quelle: Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft (ZAW); Anmerkungen: Vorläufige Werte, Rundungsabweichungen möglich; Datenstand: Mai 2023; Berechnungen und Darstellung: bvdM

Laut Angaben des ZAW erreichten die Investitionen in werbebasierte Medien im Jahr 2022 einen Betrag von 36,2 Mrd. Euro, was einer leichten Steigerung von 0,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr (36,1 Mrd. Euro) entspricht. Etwa 70 Prozent dieser Investitionen stellen die Netto-Werbeerlöse dar. Der Hauptgrund für den leichten Anstieg der Werbeinvestitionen im Jahr 2022 waren die gestiegenen Produktionskosten. In diesem Bereich wurde das einzige Niveau erreicht, das über dem Wert vor der Krise liegt (2019: 34,9 Mrd. Euro). Während die Inflation im Jahr 2019 noch bei 1,4 Prozent lag, stieg sie im Jahr 2022 auf 6,9 Prozent an. Die höheren Kosten für Energie, Material und Personal führten zu einer Verteuerung der Werbeproduktion. Unter Berücksichtigung der Inflation kann daher nicht von einem realen Wachstum der Werbeinvestitionen gesprochen werden.

Insgesamt verzeichneten die Netto-Werbeinnahmen im Jahr 2022 einen leichten Rückgang von 0,6 Prozent auf 25,7 Mrd. Euro. Konträr zu vorherigen Jahren wuchs auch das Online-Werbesgeschäft nicht mehr stark. Die digitale Werbung wies insgesamt lediglich ein moderates Wachstum von etwa 2 Prozent auf, was deutlich unter den zweistelligen Zuwachsraten vergangener Jahre lag.

Auch die Printeinnahmen blieben im vergangenen Jahr von dieser Entwicklung nicht verschont und nahmen um 1,7 Prozent ab. Hierbei ging ein überwiegender Anteil des Verlustes auf die negative Entwicklung der Nettowerbeeinnahmen der Werbeträger Tageszeitungen (-5,6 Prozent gegenüber 2021), Wochen-/Sonntagszeitungen (-10,3 Prozent gegenüber 2021), Verzeichnismedien (-20,8 Prozent gegenüber 2021) und Publikumszeitschriften (-10,9 Prozent gegenüber 2021). Davon machte der Werbeträger Tageszeitungen (38 Prozent) den wertmäßig größten Rückgang, gefolgt von Publikumszeitschriften (30 Prozent) und Verzeichnismedien (28 Prozent).

Eine positive Entwicklung verzeichneten Außenwerbung (+7,9 Prozent gegenüber 2021), Anzeigenblätter (+5,4 Prozent gegenüber 2021), Fachzeitschriften (+0,4 Prozent gegenüber 2021) und postalische Direktwerbung (+1,5 Prozent gegenüber 2021). Dabei machte der Werbeträger Außenwerbung (rund 44 Prozent) wertmäßig den größten Anteil des Anstiegs, gefolgt von Anzeigenblättern (rund 34 Prozent) und Postalischer Direktwerbung (rund 19 Prozent) aus.

Als Ursache für den allgemeinen Rückgang kann unter anderem die seit einigen Jahren beobachtete Verschiebung hin zu digitalen Formaten betrachtet werden. Dies zeigt sich auch in den rückläufigen Auflagenzahlen relevanter Printmedien. Insbesondere die Corona-Pandemie hat diesen Trend verstärkt, da die verstärkte Nutzung des Internets dazu führte, dass Aufträge abwanderten und Werbebudgets dorthin umgeleitet wurden. In Zeiten hoher Verkaufspreise und zusätzlicher Kostenbelastungen besteht die Gefahr, dass Aufträge, die kurzfristig in digitale Formate gewechselt sind, langfristig dort verbleiben. Dennoch ist die Bedeutung von Print für den Werbemarkt nach wie vor sehr hoch. Eine erfolgreiche Werbestrategie erfordert eine Kombination aus hoher Reichweite, Aufmerksamkeit und Glaubwürdigkeit, wobei Printwerbung einen erheblichen Teil dieser Anforderungen erfüllt. Obwohl sich Printaufträge weiterhin verringern, wird eine ausgewogene Werbestrategie weiterhin zielgruppenorientiert auf verschiedene Medienformate zurückgreifen. Somit bleibt Print ein unverzichtbarer Bestandteil des Werbemixes für Unternehmen.

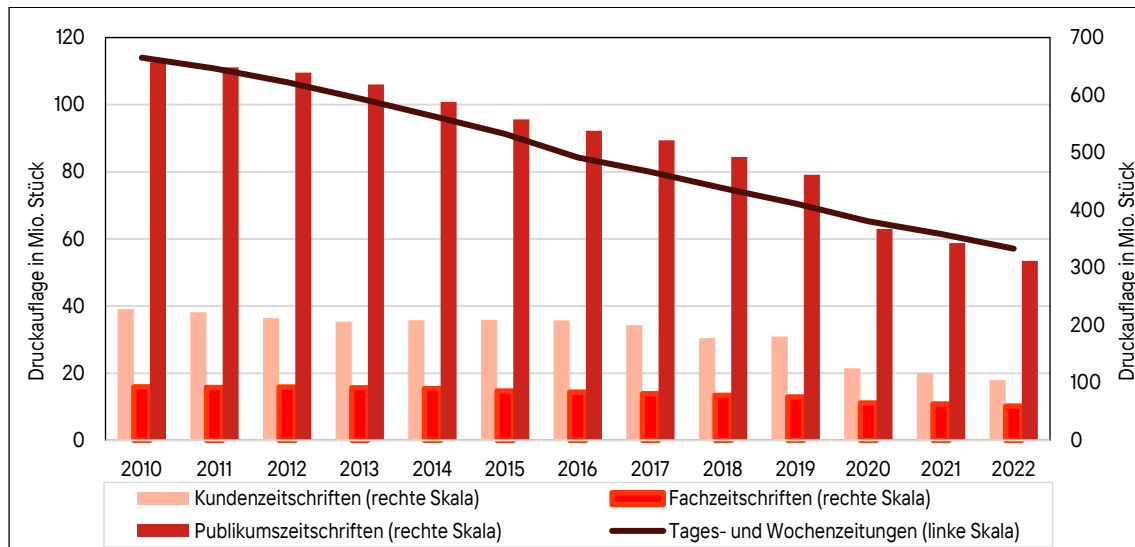
Verlagswesen: Druckauflagen von Zeitungen und Zeitschriften sinken weiter deutlich

Laut der quartalsweise veröffentlichten Auflagenstatistik der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) sanken die Druckauflagen von Zeitungen und Zeitschriften im Jahr 2022 insgesamt um 8,7 Prozent. Am stärksten betroffen waren dabei Kunden- und Publikumszeitschriften, gefolgt von Wochenzeitungen. Die gedruckten Auflagen von Kunden- und Publikumszeitschriften verringerten sich im Vergleich zum Vorjahr um 10,4 Prozent bzw. 9,0 Prozent, während die weniger auflagenstarken Wochenzeitungen einen Rückgang von 8,1 Prozent aufwiesen. Fachzeitschriften verzeichneten den geringsten Rückgang von etwa 5,7 Prozent gegenüber 2021. Tageszeitungen verloren im Vorjahresvergleich rund 7,1 Prozent ihrer Auflage (siehe Abb. 9).

Trotz des beobachteten Rückgangs bleibt der gesellschaftliche Stellenwert von Printmedien weiterhin hoch. Insbesondere in Zeiten wirtschaftlicher und politischer Umbrü-

che spielt die Seriosität und Richtigkeit tagesaktueller Nachrichten eine bedeutende Rolle für die Bevölkerung. Gemäß einer Studie der Zeitungsmarktforschung Gesellschaft der deutschen Zeitungen (ZMG) aus dem Jahr 2022 lesen regelmäßig 56,3 Millionen Deutsche ab 14 Jahren Zeitungen. Durch die Kombination aus gedruckten Ausgaben und digitalen Plattformen erzielen die Zeitungen insgesamt eine Gesamtreichweite von 79,8 Prozent. Auf die gedruckte Ausgabe entfallen dabei 38,2 Millionen Menschen, was einem Anteil von 54,1 Prozent der Bevölkerung entspricht.

Abbildung 9: Entwicklung der Druckauflagen von Zeitschriften und Zeitungen 2010 bis 2022



Quelle: Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IWW); Berechnungen und Darstellung: bvdM

Im vergangenen Jahr führten insbesondere die zusätzlichen Kostenbelastungen und Preissteigerungen aufgrund des Ukrainekrieges zu weiteren Rückgängen bei den Print-Auflagen. Die Ergebnisse der aktuellen BDZV/Schickler-Trendumfrage verdeutlichen, dass Unternehmen die größten Risiken in den steigenden Kosten, der Zustellung, dem Fachkräftemangel und einem weiteren Rückgang der Print-Vertriebserlöse sehen. Neben dem rückläufigen Print-Werbeangewandtschaft im Jahr 2022 haben die steigenden Preise für Papier sowie die Kostensteigerungen bei Energie und Zustellung zu einer Erhöhung der Kosten für Printmedien geführt. Diese Entwicklung verdeutlicht, dass die Print-Branche insbesondere durch die Preissteigerungen des letzten Jahres unter Druck geraten ist und daher die Gefahr einer verstärkten Verlagerung hin zu Paid-Content und E-Paper birgt, da diese aufgrund der geringeren Kosten weiter an Attraktivität gewinnen. Somit setzt sich der strukturelle Wandel in der Verlagsbranche fort. Dennoch bleibt Print ein essentieller Bestandteil und wird auch zukünftig eine bedeutende Rolle spielen.

Die Verlagsbranche passt sich den veränderten Gegebenheiten an. Laut der Umfrage planen 63 Prozent der befragten Verlage die Einstellung der Zustellung in unwirtschaftlichen Gebieten innerhalb der nächsten drei Jahre, 49 Prozent beabsichtigen eine Reduzierung der Zustellqualität und 46 Prozent planen eine Erhöhung der Print-Abopreise. Hingegen plant die Mehrheit der Verlage weder eine Reduzierung des Seitenumfangs noch der Erscheinungstage. Diese Erkenntnisse unterstreichen die aktuellen Entwicklungen in der Verlagsbranche und sind von Relevanz für die weitere Diskussion um die Zukunft von Printmedien.

Buchmarkt: Jahresumsätze im Jahr 2022 insgesamt rückläufig, positive

Entwicklung im ersten Quartal 2023

Auch auf dem Buchmarkt im stationären Einzelhandel hinterließen die Verwerfungen des letzten Jahres deutliche Spuren. Der vom Statistischen Bundesamt berechnete nominale Umsatzindex sank trotz statistischer Effekte im Vorjahresvergleich um 6,9 Prozent. Insgesamt fiel der Rückgang am Buchmarkt 2022, laut dem Branchen-Monitor-Buch¹² des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels mit einem Umsatzverlust von 2,1 Prozent etwas moderater aus. Zwar stiegen die durchschnittlichen Absatzpreise mit einem Plus von 0,9 Prozent leicht an, jedoch reichte dies nicht aus, um den Rückgang der gemeldeten Absatzzahlen von rund 3,0 Prozent auszugleichen. Zur Einordnung der Ergebnisse ist weiterhin der Vergleich mit dem Vorcoronajahr Jahr 2019 zu ziehen. In Relation zum Jahr 2019 ergibt sich ein Umsatzrückgang von 1,3 Prozent. Die Tatsache, dass dieser Rückgang nicht ausgeprägter ist, lässt sich den deutlich gestiegenen Preisen im Vergleich zu 2019 zuschreiben. Im Durchschnitt stiegen die Buchpreise im zurückliegenden Jahr um 5,7 Prozent gegenüber dem Jahr 2019. Dagegen verzeichnete die gemeldete Anzahl der verkauften Bücher einen Rückgang von 6,6 Prozent.

Bei den Editionsformen zeichnet sich ein zwiegespaltenes Bild ab. Während die Umsatzentwicklung im Jahr 2022 bei Taschenbüchern (+3,5 Prozent), Karten/Globen (+2,8 Prozent) und Kalendern (+2,0 Prozent) in den fünf Vertriebswegen im Durchschnitt positiv ausfiel, mussten Hardcover/Softcover (-3,6 Prozent) und Hörbücher/Audiobooks (-24,8 Prozent) deutliche Umsatzeinbußen hinnehmen. Im Vergleich zum Jahr 2019 zeigen sich differenzierte Ergebnisse. Während die Hardcover- und Softcover trotz des vorjährigen Rückgangs ein leichtes Umsatzplus von 1,3 Prozent verzeichnen können, zeigen die Taschenbücher eine rückläufige Entwicklung von 3,3 Prozent und die Kalender sogar einen Umsatzrückgang von 5,3 Prozent. Die anderen beiden Editionsformen, insbesondere Hörbücher, weisen einen signifikanten zweistelligen Umsatzverlust auf.

Bei den unterschiedlichen Warengruppen konnten besonders Belletristik (+4,3 Prozent) und Reise¹³ (+13,4 Prozent) im Vorjahresvergleich deutliche Umsatzzuwächse verzeichnen. Alle anderen Warengruppen, Kinder- und Jugendbücher (-3,3 Prozent), Ratgeber (-6,8 Prozent) und Sachbücher (-5,7 Prozent) mussten Umsatzrückgänge hinnehmen. Besonders betroffen waren die Wissenschaften (Geisteswissenschaften: -10,6 Prozent/ Naturwissenschaften: -13,8 Prozent/ Sozialwissenschaften: -8,7 Prozent). Damit bleiben die meisten Warengruppen weiter hinter ihrem Vorcoronaniveau zurück. Lediglich Belletristik und Kinder- und Jugendbücher erzielten im Jahr 2022 einen höheren Umsatz als im Jahr 2019 (+8,6 Prozent bzw. +5,8 Prozent). Hingegen liegen die Reisebücher weiterhin deutlich unter ihrem Vorcoronaniveau (-16,6 Prozent). Auch in den Wissenschaftsbereichen sind die Rückstände zweistellig.

Für das erste Quartal 2023 zeichnet sich ein positives Bild ab. Im Vergleich zum Vorjahresquartal wies der gemeldete Umsatz ein Plus von rund 6,7 Prozent auf. Dies ist nicht nur auf gestiegene Verkaufspreise (+3,6 Prozent), sondern auch auf eine Steigerung der Absatzmenge (+2,9 Prozent) zurückzuführen.

¹² Der Umsatz berücksichtigt hierbei die Vertriebswege Sortimentsbuchhandel, Bahnhofsbuchhandel, Kauf- und Warenhaus, Elektro- und Drogeriemarkt sowie E-Commerce.

¹³ Die signifikanten Zuwächse lassen sich insbesondere auf die wiedererstarrende Reisetätigkeit der Deutschen nach dem Ende der Pandemie zurückführen.

Mit Ausnahme der Wissenschaft, konnten sämtliche der benannten Warengruppen Umsatzzuwächse vermelden. Auch die Editionsformen schnitten bis auf Hörbücher/Audiobooks überwiegend deutlich positiver ab als im Vorjahresquartal.

Einzelhandel: schlechte Konsumstimmung trifft Einzelhandel; Umsätze im Versand- und Interneteinzelhandel erstmals rückläufig

Das durch den Ukrainekrieg und die folgenden Energiepreisanstiege maßgeblich beeinflusste Inflationsgeschehen des Jahres 2022 traf die Konsumstimmung in Deutschland besonders schwer. Dies führte in Teilen dazu, dass zwar wertmäßig mehr konsumiert wurde, die konsumierte Menge jedoch sank. Dies lässt sich am Beispiel des Nahrungsmittelkonsums aufzeigen. Im Jahr 2022 konsumierten private Haushalte 4,4 % weniger Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke als im Vorjahr, gaben hierfür jedoch 7,8 % mehr Geld aus.

Die in der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung des Bundes bestimmten nominalen inländischen Konsumausgaben privater Haushalte stiegen im Vorjahresvergleich um rund 10,6 Prozent an und lagen damit über dem Vorcoronaniveau. Auch die preisbereinigten Konsumausgaben stiegen im Vorjahresvergleich trotz der genannten Effekte um 3,6 Prozent an, lagen jedoch weiterhin rund 1,2 Prozent unter dem Niveau von 2019. Auch sind statistische Effekte zu beachten, da der Vorjahresvergleich aufgrund des schlechten Coronaquartals Q1 2021 besser ausfällt. Dies deutet darauf hin, dass trotz eines tatsächlichen Anstiegs der Konsumausgaben im Vergleich zum Vorjahr die privaten Konsumausgaben den Rückgang der Pandemiejahre real nicht vollständig aufholen konnten.

Das vom Handelsblatt Research Institut berechnete HDE-Konsumbarometer, das als Indikator der erwarteten Konsumstimmung dient, fiel im Jahresmittel 2022 um 8,2 Prozent und lag damit rund 8 Prozent unter dem Niveau des Coronajahres 2020. Dies traf besonders den Versand- und Interneteinzelhandel. Während dieser in den Vorjahren mit zweistelligen Wachstumsraten glänzen konnte, verlor der vom Statistischen Bundesamt berechnete saison- und kalenderbereinigte nominale Umsatzindex im Jahr 2022 rund 6,9 Prozent. Selbst die Preissteigerungen des letzten Jahres konnten den mengenmäßigen Verlust nicht kompensieren, sodass die Umsätze insgesamt sanken. Im stationären Einzelhandel (ohne Kraftfahrzeuge) zeigt sich nominal eine positive Entwicklung. Es ist anzunehmen, dass die im ersten Quartal des Referenzjahres 2021 vorherrschenden Beschränkungen für den stationären Einzelhandel den Umsatzvergleich positiv beeinflussen. Jedoch muss mit Blick auf die preisbereinigte Umsatzentwicklung ein Rückgang von rund 0,6 Prozent konstatiert werden.

Abbildung 10: Indikatoren der nachgelagerten Branchen für das Jahr 2022

Indikator	absolut	ggü. Vj. in %
Bruttowerbeausgaben¹		
– Insgesamt	36,7 Mrd. Euro	-3,4
– Print (gedruckte Werbeträger)	12,3 Mrd. Euro	-1,6
Nettowerbeeinnahmen²		
– Insgesamt	25,6 Mrd. Euro	-0,6
– Print (gedruckte Werbeträger)	8,7 Mrd. Euro	-1,7
Verlagswesen		
– Druckauflage Zeitungen und Zeitschriften ³	533 Mio. Stück	-8,7
Davon: Publikumszeitschriften ³	312 Mio. Stück	-9,0
Fachzeitschriften ³	60 Mio. Stück	-5,7
Kundenzeitschriften ³	105 Mio. Stück	-10,4
Tages- und Wochenzeitungen ³	57,1 Mio. Stück	-7,2
– Umsatz Buchhandel ⁴	9,29 Mrd. Euro*	-2,1
Einzelhandel (saison- und kalenderbereinigte nominale Umsatzindizes)⁵		
– Einzelhandel insgesamt (ohne Kraftfahrzeuge) Ø	135,0	+7,9
– Versand- und Interneteinzelhandel Ø	195,4	-3,4
– Bücher Ø	77,1	-6,9
– Zeitungen und Zeitschriften Ø	84,6	+13,4
Konsumindikatoren:		
HDE-Konsumbarometer ⁶	89,3	-8,2
Konsumausgaben der privaten Haushalte im Inland (nominal) ⁷	1879 Mrd. Euro	+10,6
Konsumausgaben der privaten Haushalte im Inland (preisbereinigt) ⁷	105,6	+3,6
Export von Druck- und Verlagserzeugnissen⁵		
– Menge	652 Tsd. t	-21,2
– Wert	3,98 Mrd. Euro	-6,9

Bemerkung: Für die Indizes gilt 2015 = 100/ Ausnahme HDE 2017=100, Indizes sind saison- und kalenderbereinigt; Quellen: ¹Nielsen, ²Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft (ZAW), ³Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW), ⁴Börsenverein des Deutschen Buchhandels, ⁵Statistisches Bundesamt, *Berechnung des bvdM auf Grundlage von Daten des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels, ⁶Handelsblatt Research Institut, ⁷VGR des Bundes; Datenstand: Juni 2023; Berechnungen: bvdM

Außenhandelsentwicklung von Druck- und Verlagserzeugnissen: Exporte stark rückläufig, Importe steigen an

Die deutsche Druck- und Medienwirtschaft exportierte 2022 Druck- und Verlagserzeugnisse im Wert von rund 4 Mrd. Euro, somit durchschnittlich 6,9 Prozent weniger als 2021. Die mengenmäßige Reduktion der Exporte fiel mit einem Rückgang von rund 21,2 wesentlich stärker aus. Unter den zehn wichtigsten Exportzielländern verzeichneten die Länder Schweiz (rund 16,9 Prozent), Österreich (rund 13,4 Prozent), Polen (rund 10,8 Prozent) und Frankreich (rund 10,3 Prozent) die größten Exportanteile. Insgesamt standen im Jahr 2022 die 10 größten Exportländer wertmäßig für 77,9 Prozent der Gesamtexporte (vgl. Abb. 39).

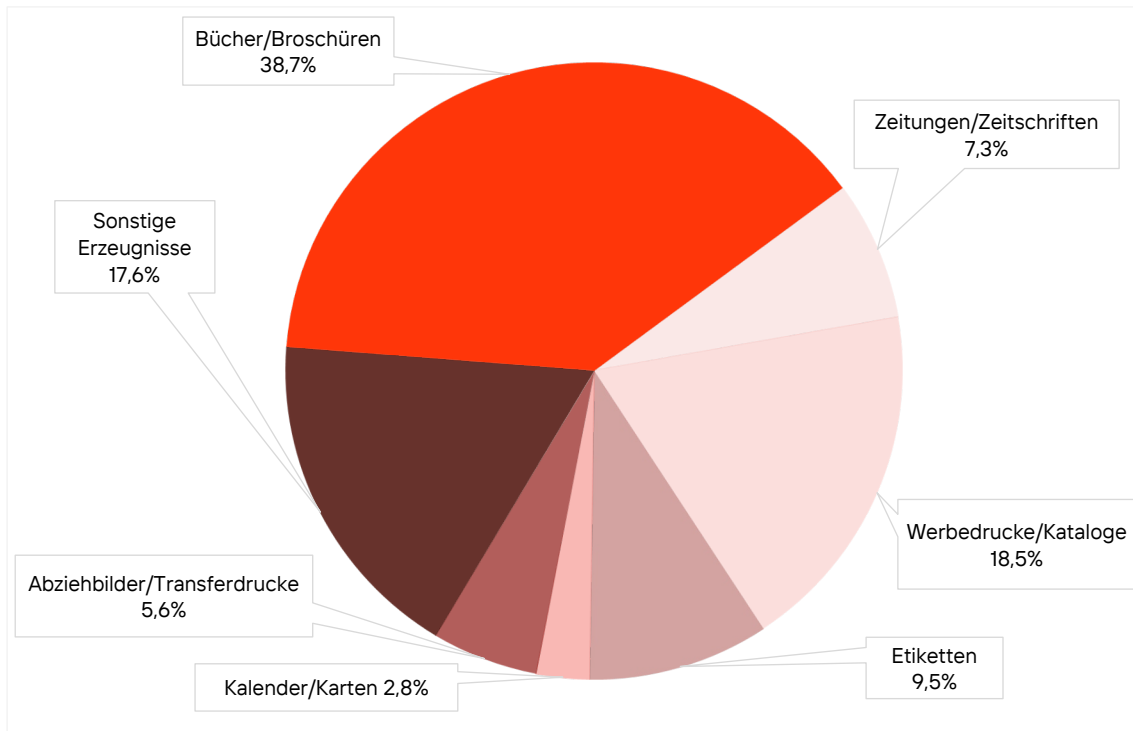
Im Gegensatz zu den Exporten stieg im Jahr 2022 sowohl der Gesamtwert der importierten Druck- und Verlagserzeugnisse (3,8 Prozent) als auch die Menge (13,2 Prozent). Bei den Herkunftsländern war Polen mit einem Anteil von rund 27,2 Prozent der Gesamtimporte auch 2022 erneut mit Abstand wichtigste Importland für Druck- und Verlagserzeugnisse. Dahinter folgten die USA (9,3 Prozent), China (8,5 Prozent) und die Tschechische Republik (8,3 Prozent). Der wertmäßige Import der 10 wichtigsten Importländer stellte dabei rund 83,8 Prozent der wertmäßigen Gesamtimporte dar.¹⁴

Der Trend steigender Importe und sinkender Exporte ist vor dem Hintergrund der veränderten wirtschaftlichen Umstände zu betrachten. Die hohen Energiekosten des letzten Jahres trieben vor allem die Verkaufspreise für Druckprodukte in die Höhe. Dies hemmt die Wettbewerbsfähigkeit von deutschen Herstellern im internationalen Vergleich. Besonders Unternehmen aus den USA und China, die von den Energiepreisanstiegen in Europa wenig betroffen waren, können Produkte international preiswerter anbieten. Mit der Auflösung der logistischen Engpässe und der stetigen Rückkehr der Containerpreise und Frachtraten zu Vorkrisenniveaus wird der Import von Druck- und Verlagserzeugnissen attraktiver. In den letzten Jahren deuteten bereits die zunehmenden Importe aus China aber auch aus den USA auf diese Entwicklung hin. Zwar haben die deutschen Hersteller aufgrund der Qualität ihrer Produkte und zahlreichen Nischenpositionen eine Sonderstellung, jedoch kann eine weitere Verschlechterung der Standortbedingungen diesen Trend beschleunigen.

Bei dem Export unterschiedlicher Warengruppen mussten die Verlagserzeugnisse, die 46 Prozent der Gesamtexporte ausmachen, mit 12,2 Prozent den größten Vorjahresrückgang hinnehmen. Dabei ging der wertmäßige Export von Büchern und Broschüren um 12,3 Prozent zurück, während Zeitungen und Zeitschriften mit einem Rückgang von 11,5 Prozent nur knapp darunter lagen. Die Druckerzeugnisse stellen mit einem Anteil von 54 Prozent die größte Warengruppe dar. Dort konnte eine dynamische Entwicklung beobachtet werden. Am stärksten geprägt wurde diese durch den Wertverlust der Werbedrucke/Kataloge (-6,5 Prozent) gefolgt von Abziehbildern/Transferdrucken (-8,5 Prozent). Dementgegen stand ein Wertzuwachs bei bedruckten Etiketten (3,7 Prozent), Kalender/ Karten (1,8 Prozent) und Sonstige Druckerzeugnisse (2,3) Prozent. Insgesamt reichte dies jedoch nicht aus um die Rückgänge zu kompensieren, der wertmäßige Export der Druckerzeugnisse ging um 1,8 Prozent zurück (vgl. Abb. 39/Abb. 40).

¹⁴ Aufgrund von grundlegenden Veränderungen in der Erhebungsmethodik sind die Länderwerte vor 2022 nur bedingt vergleichbar und nicht aussagekräftig. Veränderungsdaten der einzelnen Länder sind daher nicht angegeben, liegen dem bvdM jedoch vor und können bei Interesse geliefert werden.

Abbildung 11: Exportanteile von Druck- und Verlagserzeugnissen im Jahr 2022



Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: April 2023; Anmerkungen: Vorläufige Werte; Berechnungen und Darstellung: bvdm

II Konjunkturelle Lage der Druck- und Medienwirtschaft

1 Umsatzentwicklung und Entwicklung weiterer wichtiger Konjunkturindikatoren

Anhand der Monatsberichte des Statistischen Bundesamtes, welche für die Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten zeitnah veröffentlicht werden, ist es möglich, die Umsatzentwicklung der Druck- und Medienbranche frühzeitig nachzuvollziehen.¹⁵ Dadurch kann man vor der Veröffentlichung der mit einem erheblichen Zeitverzug publizierten Umsatzsteuerstatistik die letztjährige Umsatzentwicklung der Branche nachvollziehen. Zudem enthalten die Monatsberichte weitere wichtige konjunkturelle Kennzahlen – wie die Betriebs- und Beschäftigtenzahl, die Zahl der geleisteten Arbeitsstunden und die Brutto-lohn- und -gehaltssumme – auf deren Grundlage der bvdM Indizes berechnet, die die Vergleichbarkeit der Entwicklung weiterer branchenrelevanter Kennzahlen gewährleisten.

Umsatzentwicklung der Druck- und Medienwirtschaft: starker nominaler Umsatzzuwachs 2022

2022 meldeten die durchschnittlich 459 Betriebe (-3,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr) der Druck- und Medienindustrie einen kumulierten Umsatz von rund 10,7 Mrd. Euro. Im Vergleich zum Jahr 2021 stieg der nominale Umsatz der Betriebe mit mindestens 50 Mitarbeitern um 13,2 Prozent. Damit lagen die kumulierten Umsätze rund 3 Prozent unter den Werten des Vorcoronajahres 2019. Der Zuwachs der Umsatzwerte stellt die höchste Steigerungsrate seit Beginn der Zeitleiste dar (vgl. Abb. 12).

Der verglichen mit dem Beschäftigungsrückgang in Höhe von rund 2,9 Prozent gegenläufige Umsatzzuwachs führte zu einer deutlichen Zunahme der jährlichen Umsatzproduktivität. Der kumulierte nominale Umsatz je Beschäftigten stieg 2022 um rund 16,5 Prozent (Vorjahr: 7,8 Prozent) gegenüber 2021 auf 15.416 Euro pro Mitarbeiter und Jahr. Auch auf stündlicher Basis stieg die Umsatzproduktivität und lag im Durchschnitt bei 126,3 Euro pro Stunde, was einem Zuwachs von rund 16,7 Prozent gegenüber dem Vorjahresniveau entspricht.

Diese Veränderungen sind im Kontext der Entwicklungen im makroökonomischen Umfeld zu betrachten. Der im Jahr 2022 vorherrschende starke Kostendruck führte primär dazu, dass ein signifikanter Teil der nominalen Umsatzzuwächse durch Verkaufspreiserhöhungen erzielt wurden und nicht durch Produktionszuwächse. Somit steht die Umsatzentwicklung im Gegensatz zur Produktionsentwicklung der Branche¹⁶. Die preisbereinigte Entwicklung der realen Umsätze wies folglich einen Rückgang von rund 5,1 Prozent im Vorjahresvergleich auf.

¹⁵ Der kumulierte Umsatz der Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten im langjährigen Durchschnitt mit einem Anteil von rund 56 Prozent am Gesamtumsatz der Druck- und Medienindustrie.

¹⁶ Vgl. Kapitel II.2 Produktionsentwicklung

Quartalsbetrachtung: Starke Umsatzzuwächse gefolgt von rückläufiger Tendenz

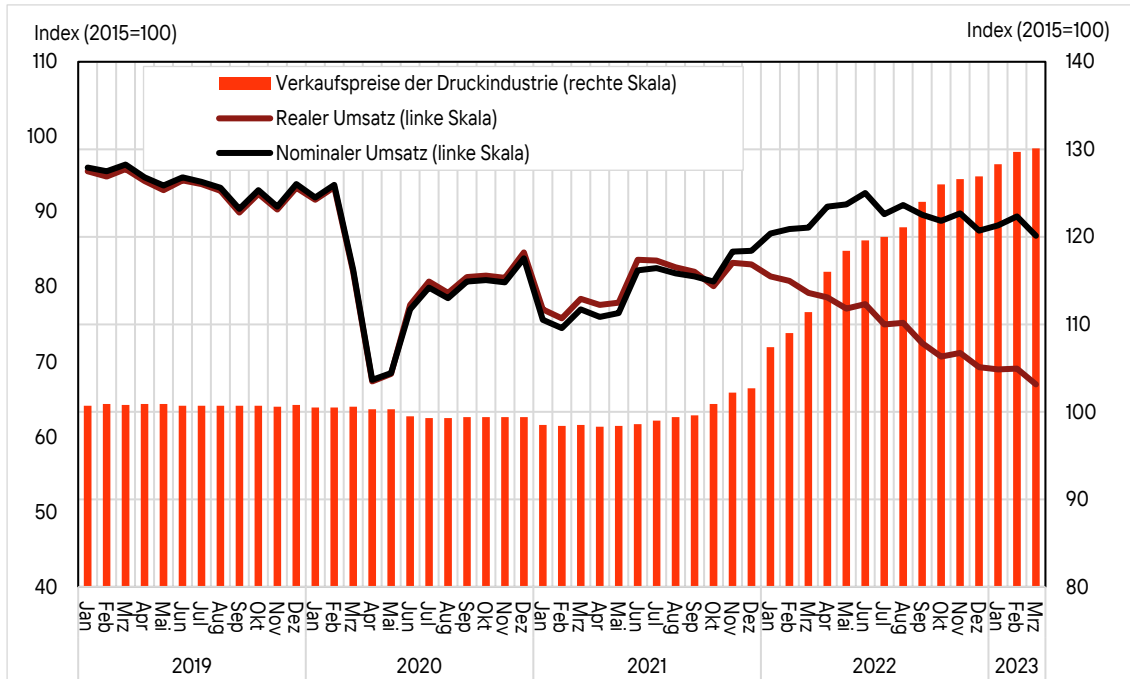
Die direkten Auswirkungen der Preiseffekte zeigten sich in den vom Statistischen Bundesamt berechneten kalender- und saisonbereinigten nominalen und realen Umsatzindizes seit Ende des Jahres 2021. Das Jahr 2022 kann dabei in unterschiedliche Phasen unterteilt werden. Besonders im ersten Quartal 2022 bewirkten die im Vorjahresvergleich höheren, im Trend jedoch abnehmenden, Produktionszahlen in Verbindung mit dem Anstieg der Verkaufspreise einen Anstieg der Umsätze. Der saison- und kalenderbereinigte nominale Umsatzindex stieg im Quartalsdurchschnitt rund 4,2 Prozent im Vergleich zum Vorquartal und rund 15,6 Prozent im Vorjahresquartalsvergleich. Die signifikante Differenz dieser Werte erklärt sich durch den statistischen Basiseffekt. Die im ersten Quartal 2021 herrschenden pandemischen Einschränkungen und die damit einhergehenden Einschränkungen der Nachfrage- und Produktionspotenziale verzerren die Entwicklung im Vorjahresvergleich deutlich nach oben.

Eine weitere Besonderheit des Jahres 2022 waren die coronabedingten Folgeeffekte. Einerseits stabilisierten diese eine von Nachholeffekten erhöhte Auftragslage, andererseits sorgten die aus der Pandemie resultierenden Materialengpässe insbesondere für Druckpapiere zu signifikanten Produktionsbehinderungen und in Folge zu einer eingeschränkten Umwandlung von Aufträgen in Umsätze. Dies galt besonders für die ersten beiden Quartale 2022; mit dem Rückgang der Produktion lösten sich die Materialengpässe im weiteren Jahresverlauf graduell auf.

Im zweiten Quartal 2022 setzt sich diese Entwicklung fort. Der nominale Umsatzindex legt im Quartalsdurchschnitt noch einmal deutlich um rund 4,4 Prozent im Vergleich zum Vorquartal zu und liegt damit rund 16,7 Prozent über den Vorjahresquartalswerten. Mit Ende des ersten Halbjahres beginnt diese Entwicklung abzuflachen. Zwar steigen die Verkaufspreise¹⁷ für Druckleistungen weiterhin, jedoch wirkt sich der Rückgang der Produktionszahlen deutlich stärker auf die Entwicklung der nominalen Umsätze aus. Eine Überkompensation der Entwicklung, wie sie in den ersten beiden Quartalen beobachtet werden konnte, findet nicht mehr statt.

17 Für eine detaillierte Entwicklung der Verkaufspreise siehe Kapitel II.3 Verkaufspreisentwicklung.

Abbildung 12: Entwicklung des nominalen und realen Umsatzindizes sowie der Verkaufspreise für Druckprodukte, Januar 2019 – März 2023

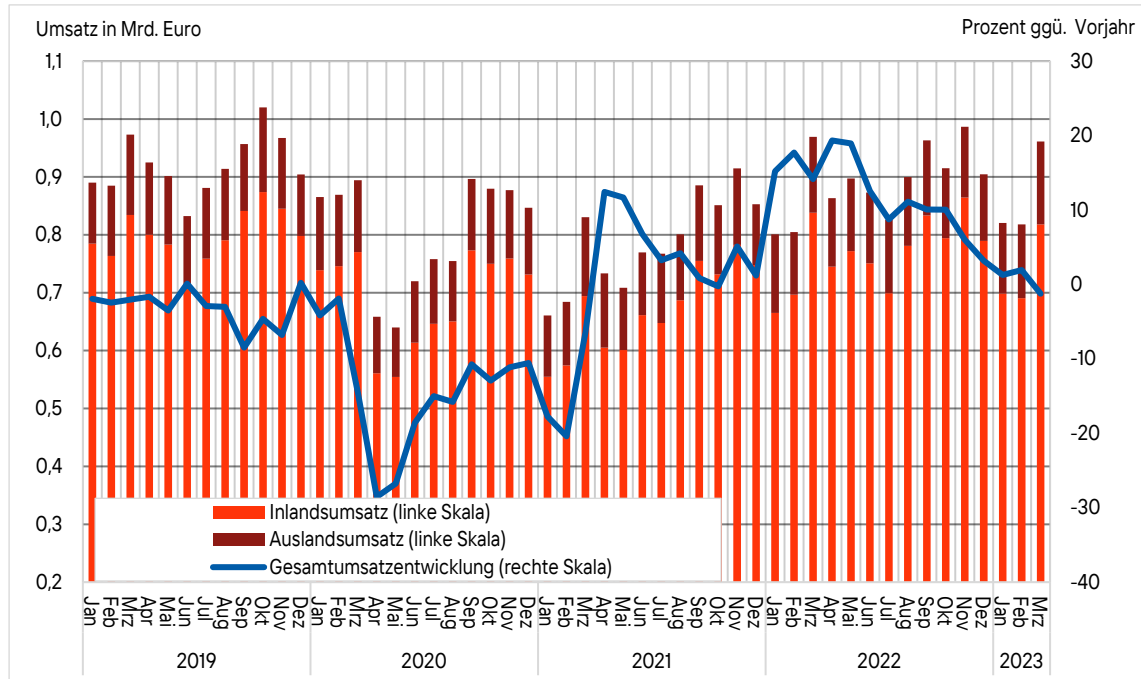


Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen: bvdm Berichtskreis: Für die Umsatzindizes gilt, Betriebe mit 50 oder mehr Beschäftigten

Ab dem dritten Quartal 2022 überwiegt der Rückgang der Produktionszahlen schließlich, was zu einer rückläufigen Tendenz der Umsätze im Vorquartalsvergleich führt. Der nominale Umsatzindex liegt zwar weiterhin deutlich mit rund 10,5 Prozent über den Durchschnittswerten des Vorjahresquartals, büßt im Vorquartalsvergleich jedoch mit einem Verlust von 0,3 Prozent geringfügig ein. Der überproportionale Rückgang des Vorjahresvergleiches ist hierbei auf die im Vorjahr vorherrschenden Branchenerholung, die von Juni 2021 bis Dezember 2021 zu einer deutlichen Erholung der Umsatzwerte beitrug, zurückzuführen.

Im vierten Quartal verstärkte sich der Trend zunehmend. Im Quartalsdurchschnitt lagen die Werte des saison- und kalenderbereinigten Umsatzindex rund 2 Prozent unter den Werten des Vorquartals und damit rund 6,4 Prozent über den Werten des Vorjahresquartals. Im Dezember lag der Index nur noch rund 3 Prozent über den Vorjahreswerten. Die gestiegenen Preise für energetische Güter und die damit verbundenen hohen Inflationsraten sorgen ab Beginn des Ukrainekrieges im Februar 2022 für eine graduelle Entrübung der konjunkturellen Lage und der Konsumstimmung. Die aufgeführten Preiseffekte dämpfen die Nachfrage zusätzlich und sorgen so besonders zum Jahresende 2022 zu einer Verschlechterung der Produktions- und in Folge dessen der Umsatzwerte.

Abbildung 13: Entwicklung des nominalen Inlands- und Auslandsumsatzes sowie des nominalen Gesamtumsatzindizes, Januar 2019 – März 2023



Bemerkung: Gesamtumsatzentwicklung entspricht der Entwicklung des nominalen Umsatzindexes, für den nominalen Umsatzindex gilt Index (2015=100); Berichtskreis: Für Inlands- und Auslandsumsatz gilt Betriebe mit 50 und mehr Mitarbeitern, für Gesamtumsatz gilt fachliche Betriebsteile mit 50 und mehr Beschäftigten; Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: Mai 2023; Berechnungen: bvdm

Preiseffekte: reale Umsatzverluste und uneindeutige Entwicklung der Auslandsumsätze

Der Verlauf des saison- und kalenderbereinigten realen Umsatzindex verdeutlicht den Anteil der Preiseffekte am nominalen Umsatz der Branche. Die Angabe der Umsätze in konstanten Preisen ermöglicht eine preisbereinigte Darstellung und somit Rückschlüsse, in welchem Verhältnis die nominalen Umsatzzuwächse der Branche zu Änderungen im Preisgefüge stehen. Die Betrachtung der realen Umsatzentwicklung der Gesamtbranche unterstützt die Annahme, dass ein überwiegender Anteil der nominalen Umsatzzuwächse auf Steigerungen in den Verkaufspreisen zurückzuführen ist. Während die realen und nominalen Umsatzindizes der Branche am Ende des Jahres 2021 noch nahezu auf einem Niveau lagen¹⁸, divergierten die Entwicklungen im Verlauf des Jahres 2022 zunehmend. Die realen Umsätze wiesen dabei eine merklich rückläufige Tendenz auf. Im Vorjahresvergleich verlor der reale Umsatzindex rund 5,9 Prozent im Jahresmittel. Zum Ende des Jahres 2022 lag der reale Umsatzindex mit einem Indexwert von 69,9 im Dezember rund 16,6 unter dem Wert des Vorjahresmonats. Aufgrund der bereits bei den nominalen Umsätzen beschriebenen statistischen Effekte sind auch bei den realen Umsätzen, trotz der rückläufigen Werte, im ersten Quartal 2022 Zuwächse von durchschnittlich 4,3 Prozent im Vorjahresquartalsvergleich zu verzeichnen.

Bei der Betrachtung der nominalen Umsatzindizes nach Absatzrichtung werden im Jahr 2022 gegenläufige Entwicklungen verzeichnet. Während der saison- und kalenderbereinigte Umsatzindex für die im Inland abgesetzten Druckleistungen im Jahresmittel um

¹⁸ Der Unterschied zwischen den saison- und kalenderbereinigten nominalen und realen Umsatzindizes betrug im Dezember 2021 rund 2 Prozentpunkte.

rund 14,5 Prozent ansteigt, ist der entsprechende Index für im Ausland abgesetzte Leistungen mit einem Verlust von 0,4 Prozent im Jahresmittel leicht rückläufig. Zwar waren die kumulierten Umsatzwerte der Betriebe mit 50 oder mehr Beschäftigten im Vorjahresvergleich positiv, jedoch deckt sich die Entwicklung der saison- und kalenderbereinigten Umsatzindizes mit den Erkenntnissen der Außenhandelsstatistik¹⁹ und ist daher für die Gesamtbranche als plausibel einzuschätzen. Auch im Jahr 2022 wurde der überwiegende Anteil der Umsätze im Inland erzielt. Aufgrund der beschriebenen Entwicklung sank die Exportquote²⁰ der Betriebe mit 50 oder mehr Beschäftigten im Jahr 2022 im Jahresmittel um 1,2 Prozentpunkte auf 13,8 Prozent ab. Mit Blick auf Auslandsumsätze war der europäische Markt weiterhin der wichtigste Abnehmer von Exportgütern deutscher Druck- und Medienunternehmen. Der Umsatzanteil von Exporten im inneuropäischen Handel betrug im Jahresmittel rund 59 Prozent. Rund 41 Prozent der Exportumsätze wurden im sonstigen Ausland erzielt.

Erstes Quartal 2023

Im ersten Quartal 2023 bewegten sich die kumulierten Umsätze mit rund +1,0 Prozent nur leicht über den Werten des Vorjahresquartals. Angesichts einer sich stabilisierenden Produktionsentwicklung auf niedrigem Niveau und eines Abflachens der Verkaufspreisanstiege blieb die nominale Umsatzentwicklung im Durchschnitt nahezu unverändert. Ähnlich wie der Gesamtumsatz stieg auch der Inlandsumsatz im ersten Quartal um rund 2,0 Prozent. Dieser stellt aufgrund der Exportquote von 13,8 Prozent in der Druck- und Medienwirtschaft die wesentlich relevantere Umsatzkennzahl dar (siehe Abb. 13).

Die entsprechenden Auslandsumsätze stiegen im Mittel zwar um rund 2,3 Prozent im Vorjahresvergleich an, jedoch verzeichneten die Absatzrichtungen gegenläufige Entwicklungen. Während der Auslandsumsatz mit der Eurozone im Mittel um rund 2,3 Prozent im Vergleich zu den entsprechenden Vorjahreswerten anstieg, gingen die Auslandsumsätze des sonstigen Auslands im Mittel um rund 6,1 Prozent im Vorjahresvergleich zurück. Ein Teil dieser Entwicklung kann auf die Verschlechterung der Standortbedingungen in Form von deutlichen Kostenerhöhungen zurückgeführt werden. Während im europäischen Kontext eine näherungsweise homogene Entwicklung von Preisen wichtiger Vorprodukte beobachtet werden konnte, sind Hersteller in Übersee (insb. China und USA) von diesen weitaus weniger betroffen. Somit bieten sich Vorteile im internationalen Wettbewerb, die aufgrund der rückläufigen Transportengpässe auf den Weltmärkten besser ausgenutzt werden können.

Durch das Abflachen der Verkaufspreisentwicklung für Druckereileistungen im ersten Quartal 2022, (vgl. Abb. 20) wies die Entwicklung der realen Umsätze keine signifikanten Veränderungen auf. Von Januar bis März 2023 sinken die Werte saison- und kalenderbereinigt um -0,7 Prozent im Vorquartalsvergleich ab. Im Vorjahresvergleich bewirken die gesunkenen Produktionszahlen deutlich niedriger reale Umsatzniveaus. Der saison- und kalenderbereinigte Umsatzindex verliert im Quartalsdurchschnitt rund 15,1 Prozent.

¹⁹ Vgl. Statistischer Anhang, Außenhandel 2022

²⁰ Umsatzmäßiger Anteil der Auslandsumsätze an den Gesamtumsätzen der Branche

Entwicklung des Umsatzes in den einzelnen Drucksparten

Anhand der Destatis-Monatsberichte lassen sich zudem auch Entwicklungen der unterschiedlichen Wirtschaftsklassen der Wirtschaftszweigklassifikation (der sogenannten 4-Steller) nachvollziehen. Bei der Entwicklung der konjunkturellen Indikatoren der vier Sparten der Druck- und Medienbranche finden sich 2022 Unterschiede sowohl bei der Stärke als auch bei der Richtung der Entwicklungen. So zeigen die amtlichen Daten, dass die Sparten **Drucken von Zeitungen** und **Druck- und Medienvorstufe** deutliche nominale Umsatzzuwächse generieren konnten, während die Sparte **Druckweiterverarbeitung** erneut Umsatzrückgänge verbuchen musste. Beim **Drucken Sonstiger Erzeugnisse** wurde 2022 das größte Umsatzwachstum erzielt. Bei dem überwiegenden Teil der anderen Konjunkturindikatoren konnten uneinheitliche Bewegungen, in variierender Intensität, beobachtet werden (vgl. Abb. 14).

Die Besonderheit des Jahres 2022 bei der Entwicklung der kumulierten Umsätze der Druckindustrie besteht in den signifikanten Verkaufspreissteigerungen, die wie bereits in der Gesamtbetrachtung auch in der Einzelbetrachtung der Sparten bei der Einordnung der Umsatzentwicklung zu beachten sind. Im Gegensatz dazu trägt die im Jahresverlauf rückgängige Produktionstätigkeit und der übergeordnete Trend rückläufiger Beschäftigtenzahlen dazu bei, dass einige Unternehmen den Grenzwert des Berichtskreises unterschreiten, was zu einer Exklusion aus der Statistik führt. Dies kann nicht nur die Anzahl der erfassten Betriebe, sondern auch die kumulierten Umsätze negativ beeinflussen. Gleiches gilt entgegengesetzt für einen Zuwachs an Mitarbeitern über den Schwellenwert. Somit können konjunkturelle Trends die Entwicklung der Statistik verzerren. Bei der Bewertung der Gesamtjahresbetrachtung sollte dies entsprechend berücksichtigt werden. Ähnliches gilt für alle Konjunkturindikatoren mit analogem Berichtskreis.

Nachdem die Sparte **Druck- und Medienvorstufe** im vergangenen Jahr, bedingt durch die Branchenerholung im Jahr 2021 einen deutlichen Umsatzzuwachs (+7,5 Prozent) verzeichneten, nahm der nominale Spartenumsatz im Jahr 2022 mit +8,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr verstärkt zu. Bei der Interpretation dieser Zahlen ist jedoch auf eine Besonderheit hinzuweisen. Angesichts der zunehmenden Anzahl meldepflichtiger Betriebe in dieser Sparte im Jahr 2022 (+4 Prozent), werden für das Jahr 2022 überwiegend steigende Werte gemeldet, die der Entwicklung der Gesamtparte entgegenstehen. Für eine differenziertere Betrachtung ist daher die Produktionswertentwicklung der Betriebe ab 20 Mitarbeitern der Druck- und Medienvorstufe in Kapitel 2 zu betrachten. Die Anzahl der Beschäftigten lag 1,6 Prozent über dem Niveau des Vorjahres. Die die Entgeltsumme stieg um 6,4 Prozent auf 259 Mio. Euro an. Bei den geleisteten Arbeitsstunden wurde ein Zuwachs von 1,4 Prozent verzeichnet.

Der Umsatz bei der Sparte **Druckweiterverarbeitung** ist auch im Jahr 2022 weiterhin rückläufig, fiel jedoch nominal im Vorjahresvergleich erneut deutlich geringer aus als im Jahr 2021. Mit einem Umsatzrückgang von -5,44 Prozent notieren die relativen Umsatzrückgänge 2022 rund 13 Prozentpunkte unter den Rückgängen des Jahres 2020 und 3 Prozentpunkte unter den Rückgängen von 2021. Der mit -14,1 Prozent im Vorjahresvergleich deutlich gestiegene Rückgang der preisbereinigten Werte weist jedoch darauf hin, dass auch in der Sparte der Druckweiterverarbeitung der überwiegende Anteil der nominalen Umsatzzuwächse von Preisveränderungen bestimmt wurde. Die Zahl der Beschäftigten sank etwas stärker ab als im Vorjahr und notierte mit -9,3 Prozent im Vorjahresvergleich deutlich im Minus. Sowohl die geleisteten Arbeitsstunden als auch die Entgelte nahmen 2021 mit -10,0 Prozent bzw. -5,4 Prozent deutlich ab.

Die Drucksparten, die rund 90 Prozent des in diesem Berichtskreis dargestellten Branchenumsatzes repräsentieren, wiesen in der Umsatzentwicklung im Jahr 2022 ähnliche Trends auf. Beide Sparten wurden von starken Verkaufspreisanstiegen geprägt.

Abbildung 14: Konjunkturindikatoren und Kennzahlen nach Sparten, 2020 – 2022

	Betriebe	Beschäftigte	Geleistete Arbeitsstunden		Entgelte		Kumulierter Umsatz (nominal)		Kumulierter Umsatz (real)	
	Anzahl im Jahresdurchschnitt		Tsd. Std.	ggü. Vj. in %	Mio. Euro	ggü. Vj. in %	Mio. Euro	ggü. Vj. in %	Mio. Euro	ggü. Vj. in %
Drucken von Zeitungen										
2020	41	5.357	6.373	-6,7	227	-6,8	776	-11,9	685	-11,4
2021	37	4.608	5.653	-11,3	202	-11,2	637	-17,9	564	-17,7
2022	36	4.486	5.372	-5,0	189	-6,1	691	8,5	473	-16,1
Drucken sonstiger Erzeugnisse										
2020	392	48.633	70.626	-6,9	1.726	-4,9	7.933	-11,8	8.087	-10,9
2021	344	44.017	65.659	-7,0	1.624	-5,9	7.861	-0,8	8.029	-0,7
2022	328	42.832	63.755	-2,9	1.668	2,7	9.019	14,7	7.675	-4,4
Druck- und Mediovorstufe										
2020	58	6.293	9.774	-9,3	246	-7,7	559	-18,7	546	-18,1
2021	56	6.140	9.681	-1,0	244	-0,8	601	7,5	588	7,6
2022	58	6.241	9.814	1,4	259	6,4	653	8,6	600	2,0
Druckweiterverarbeitung										
2020	46	5.313	7.094	-19,2	149	-16,0	392	-19,1	383	-19,0
2021	40	4.817	6.421	-9,5	133	-10,9	392	-8,0	353	-7,8
2022	37	4.299	5.782	-10,0	126	-5,4	341	-5,5	304	-14,1
Druckindustrie insgesamt										
2020	537	65.595	93.870	-8,2	2.348	-6,2	9.660	-12,6	9.677	-11,8
2021	478	59.583	87.414	-6,9	2.202	-6,2	9.459	-2,1	9.495	-1,9
2022	459	57.857	84.723	-3,1	2.242	1,8	10.703	13,2	9.012	-5,1

Anmerkungen: Rundungsdifferenzen sind möglich; Berichtskreis: Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten; Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: Mai 2023; Berechnungen: bvdM

Der nominale Umsatz der Sparte Drucken von Zeitungen stieg 2022 um 8,5 Prozent gegenüber 2021. Damit verbuchte die Sparte nach den Umsatzrückgängen der Vorjahre eine deutlich positive Entwicklung der nominalen Umsätze. Da der Druck von Zeitungen jedoch von allen hier aufgeführten Sparten, die größten Verkaufspreissteigerungen verzeichnetet, gingen die preisbereinigten Umsätze um 16,1 Prozent zurück. Bei den weiteren konjunkturellen Indikatoren lässt sich ein deutlicher Rückgang feststellen. Die Anzahl der Unternehmen mit mindestens 50 Mitarbeitern ging um 3,6 Prozent zurück und die Beschäftigtenzahl sank 2022 um 2,7 Prozent. Sowohl die Entgelte als auch die geleisteten Arbeitsstunden gingen um 6,1 bzw. 5,0 Prozent zurück und lagen damit deutlich unter den Rückgängen der Vorjahre.

Den größten Umsatzzuwachs indes erbrachte die wirtschaftlich wichtigste Sparte **Drucken sonstiger Erzeugnisse**. Die nominalen Umsätze konnten ein Wachstum von rund 14,7 Prozent im Vorjahresvergleich verzeichnen. Damit wurde der Rückgang des Vorjahres zwar nicht weiter fortgesetzt, dennoch sind auch hier die Preiseffekte als treibende Kraft zu nennen. Die preisbereinigten Umsätze der Sparte Drucken sonstiger Erzeugnisse sinken um rund 4,4 Prozent. Im Vergleich wirken sich diese jedoch vergleichsweise geringer aus als beim **Druck von Zeitungen**. Die Sparte umfasst damit,

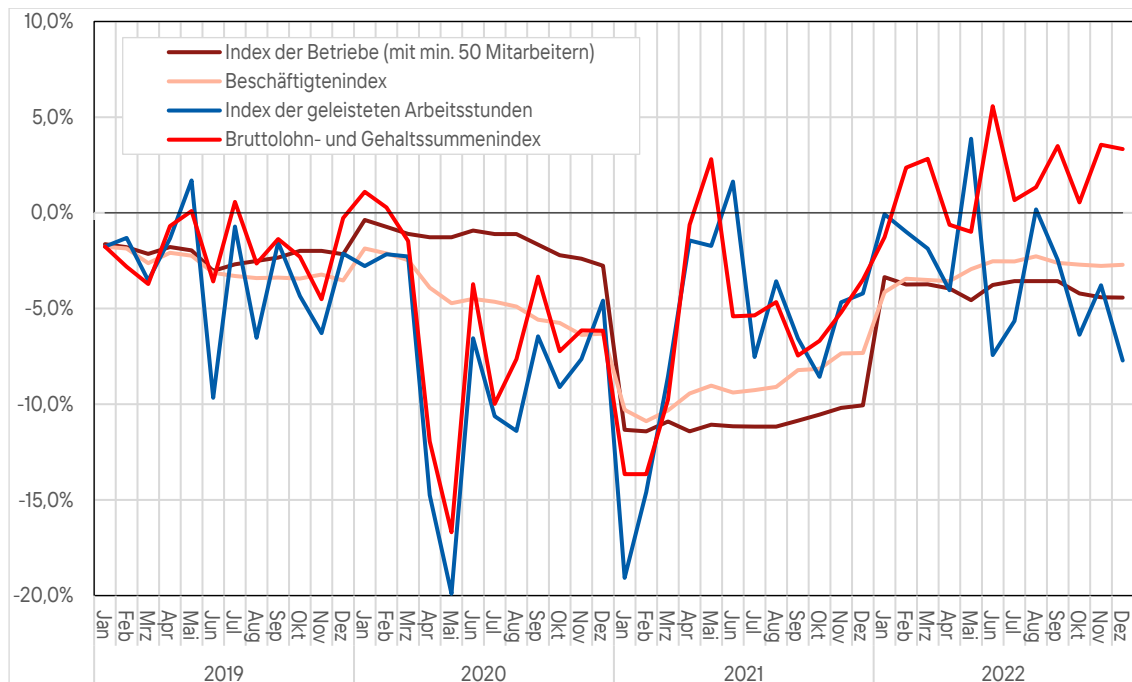
bis auf die Zeitungen, sämtliche Druckerzeugnisse und steht für rund 84 Prozent des nominalen Gesamtumsatzes der Druck- und Medienunternehmen mit 50 und mehr Mitarbeitern. Die Anzahl der Unternehmen mit mindestens 50 Mitarbeitern ging um 4,7 Prozent zurück und die Beschäftigtenzahl sank 2022 um 2,7 Prozent. Trotz des Rückgangs der geleisteten Arbeitsstunden um 2,9 Prozent stiegen die Entgelte um rund 2,7 Prozent.

**Entwicklung weiterer Konjunkturindikatoren der Druck- und Medienindustrie:
Rückgang der geleisteten Arbeitsstunden und Zunahme der Bruttolohnsumme**

Über das Gesamtjahr 2022 hinweg beschäftigten die 459 Druckbetriebe mit mindestens 50 Mitarbeitern durchschnittlich 57.857 Personen. Somit sank sowohl die Zahl der Beschäftigten als auch die Anzahl der Betriebe um 3,9 bzw. 2,9 Prozent. Im Vergleich zu den hohen coronabedingten Rückgängen des Vorjahres (-11 Prozent bzw. -9 Prozent), stellt dies eine Rückkehr zu dem langjährigen Trend der Vorcoronajahre dar. In den Quartalen 2–4 des Jahres 2022 blieb sowohl die Anzahl der Betriebe mit mindestens 50 Beschäftigten als auch die Anzahl der Beschäftigten vergleichsweise konstant (vgl. Abb. 15).

Auch der Index der geleisteten Arbeitsstunden fiel im Gesamtjahresvergleich mit 3,1 Prozent erneut, jedoch weniger stark als im noch im Vorjahr (-6,9). Nur in den Monaten Mai und August wurden deutlich mehr Arbeitsstunden geleistet als im Vorjahr. Der Brutto-lohn- und Gehaltssummenindex stieg indes im Vorjahresvergleich überwiegend und lag damit im Jahresdurchschnitt rund 1,8 Prozent über seinem Vorjahresniveau.

Abbildung 15: Entwicklung weiterer Konjunkturindikatoren der Druck- und Medienindustrie im Vorjahresvergleich, Januar 2019 – März 2022



Anmerkung: Für alle vier Indizes gilt Index (2015=100) und nicht-saisonbereinigte Indexwerte; Berichtskreis: Betriebe ab 50 Beschäftigten; Datenstand: Mai 2023; Quelle: Statistisches Bundesamt; Entwicklung und Berechnung des Index: bvdm

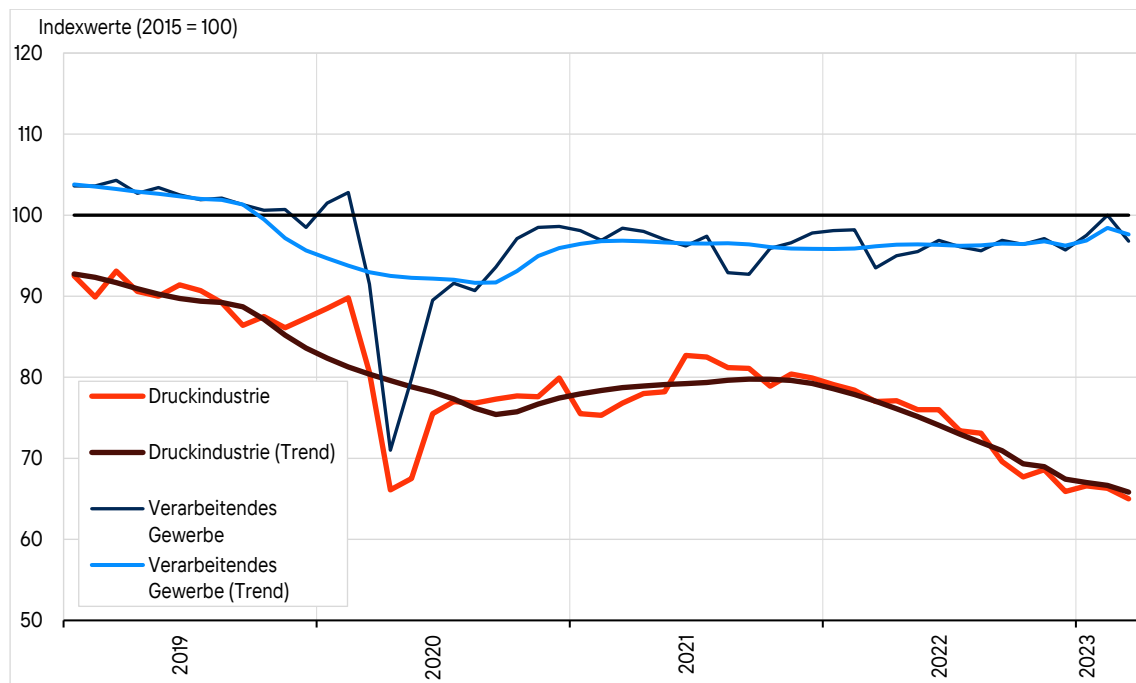
2 Produktionsentwicklung

Der monatliche Produktionsindex spiegelt die Produktionsdaten von Druck- und Medienbetrieben mit 20 und mehr Beschäftigten wider und umfasst dementsprechend einen wesentlich größeren Teil der Druckindustrie als der Umsatzindex, der lediglich für die fachlichen Betriebsteile mit 50 und mehr Beschäftigten ermittelt wird. Somit stellt der Produktionsindex für die Druck- und Medienindustrie einen genaueren Konjunkturindikator für die Produktentwicklung dar, auch wenn er nicht die gesamte Branche abbildet.

Produktionsentwicklung in der Druck- und Medienindustrie: Materialengpässe hemmen Produktion zu Jahresbeginn; deutliche Produktionsdrosselung im Jahresverlauf

Nachdem es im Jahr 2021 aufgrund der nachlassenden Effekte der Coronapandemie und der einsetzenden Branchenerholung zu einem leichten Anstieg der Produktionstätigkeit im Jahresmittel gekommen war, führten bestehende Materialengpässe und das Einsetzen des Ukrainekrieges und den damit einhergehenden Implikationen für Betriebe und das wirtschaftliche Umfeld zu einem deutlichen Rückgang. Der kalender- und saisonbereinigte Produktionsindex der Druck- und Medienwirtschaft weist über das gesamte Jahr einen deutlichen Negativtrend auf und verliert im Jahresmittel rund 7,2 Prozent im Vorjahresvergleich. Im Vergleich zur durchschnittlichen Entwicklung der vergangenen 10 Jahre (-2,7 Prozent) zeigt sich damit eine signifikant deutlichere Abnahme (vgl. Abb. 16).

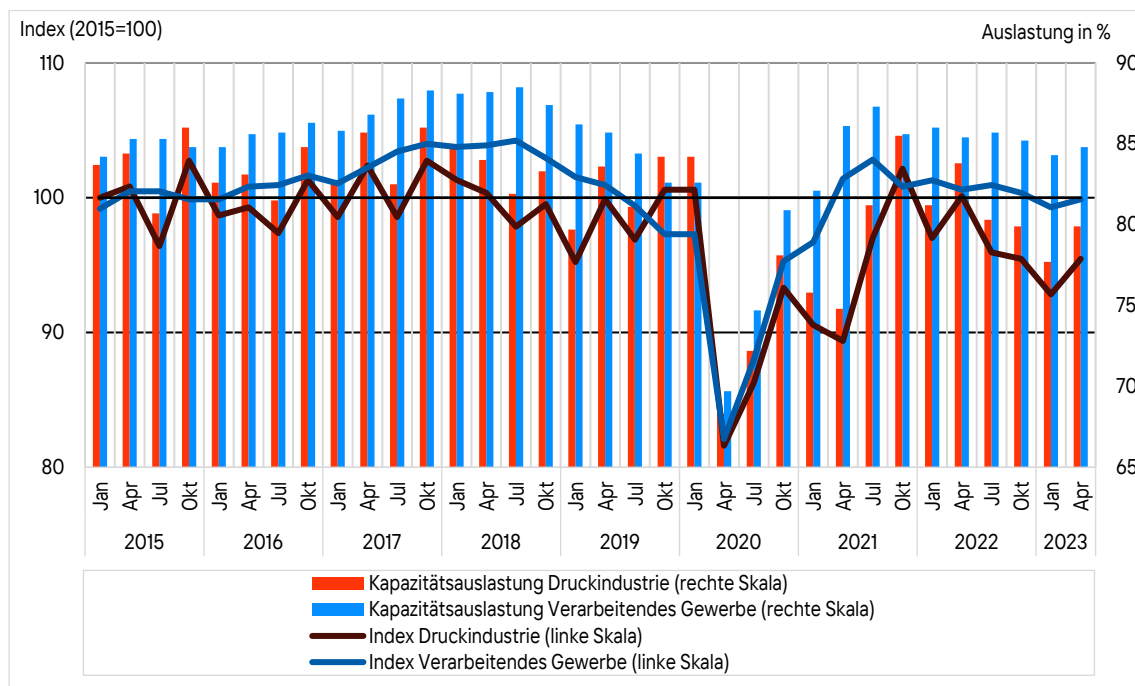
Abbildung 16: Trend der Produktionsindizes, Vergleich zum Verarbeitenden Gewerbe, Januar 2019 – März 2023



Bemerkungen: Die Werte sind kalender- und saisonbereinigt, für Ursprungsindizes gilt 2015 = 100, Trendbestimmung erfolgte mit Hilfe des exponentiell gewichteten gleitenden Durchschnitts (Glättungsparameter $\alpha = 0,25$). Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten; Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen: bvdM

Das Jahr 2022 wurde von mehreren Phasen mit unterschiedlichen zum Teil überlagernden Dynamiken geprägt. Zu Beginn des Jahres 2022 waren die Produktionseinbußen im Vergleich zum Vorquartal noch vergleichsweise gering. Der Produktionsindex verlor im Durchschnitt rund 2 Prozent im Vergleich zum Vorquartal, lag damit jedoch rund 3 Prozent über den von Coroneinschränkungen bestimmten Werten des Vorjahresquartals. Geprägt wurde diese erste Phase primär von den gravierenden Materialengpässen relevanter Vorleistungsgüter und Betriebsmittel, im Besonderen Druckpapiere. Die Mangellage war so weitreichend, dass Aufträge z.T. nicht in Umsätze umgewandelt werden konnten und die Generierung neuer Aufträge deutlich erschwert wurde. Die verschärfte Angebotslage auf den Papiermärkten, in Verbindung mit einer durch Corona-Nachholeffekte gestützten guten Auftragsituation ließ die Preise für Druckpapiere sorten- und grammatürübergreifend ansteigen. Hinzu kamen die bereits im Vorjahr gestiegenen Energiepreise, die sich im weiteren Jahresverlauf zum primären Preistreiber bei Vorprodukten und Betriebsmitteln entwickelten. Aufgrund der vergleichsweise guten Auftragslage bei den Betrieben der Druck- und Medienwirtschaft blieben die entstehenden Preiseffekte auf die Produktionstätigkeit jedoch vorerst begrenzt. (vgl. Abb. 16).

Abbildung 17: Entwicklung der Kapazitätsauslastung (Januar 2015 – April 2023)



Erste Anmerkung: Ursprungsindizes (Index 2015=100). Zweite Anmerkung: Die rechte Skala bezieht sich auf die durchschnittliche Kapazitätsauslastung bei den Druckunternehmen, die an der monatlichen ifo-Konjunkturumfrage teilnehmen. Im Rahmen dieser Umfrage werden allerdings nicht in jedem Monat, sondern nur in einem dreimonatigen Rhythmus die zu diesem Zeitpunkt vorherrschende Kapazitätsauslastung erfasst. Quelle: Konjunkturumfrage des ifo-Instituts; Berichtskreis: Teilnehmer der monatlichen ifo-Konjunkturumfrage; Datenstand: Mai 2023; Berechnungen: bvdM

Mit Beginn des zweiten Quartals 2022 verschlechterte sich das wirtschaftliche Umfeld zunehmend. Die Auswirkungen der drastischen Energiepreisschwankungen begannen vermehrt auf die Konjunktur durchzuschlagen. Infolge der hohen Inflationsraten in Verbindung mit steigenden Verkaufspreisen für Druckleistungen begann die Nachfrage zu sinken. Vor dem Hintergrund der bereichsübergreifenden Kostenanstiege und Mehrfachbelastungen waren die Unternehmen der Druck- und Medienwirtschaft zum Erhalt ihrer Geschäftsgrundlage jedoch gezwungen, weitere Verkaufspreiserhöhungen zulasten einer sinkenden Nachfrage und in Folge einer niedrigeren Produktionstätigkeit in Kauf zu

nehmen. Zudem blieben die Materialengpässe und Lieferkettenprobleme weiterhin stark präsent. Zwar bedeutet die rückläufige Entwicklung der Nachfrage auch einen entlastenden Effekt auf Lieferketten, jedoch war der Druckpapiermangel in der Breite weiterhin so stark ausgeprägt, dass zu Beginn des Quartals sogar noch von einer Verschlechterung der Lage gesprochen werden konnte. Die vom Ifo-Institut im zweiten Quartal ermittelten Ergebnisse zur Produktionsbehinderung durch Materialmangel weisen aus, dass rund 75 Prozent der befragten Unternehmen über Produktionseinschränkungen durch Materialmangel klagen. Dies sind rund 4 Prozent mehr als im ersten Quartal gemessen wurde (vgl. Abb. 16). In Folge verstärkte sich der Rückgang des saison- und kalenderbereinigten Produktionsindex um 0,3 Prozentpunkte auf -2,3 Prozent im Vorquartalsvergleich.

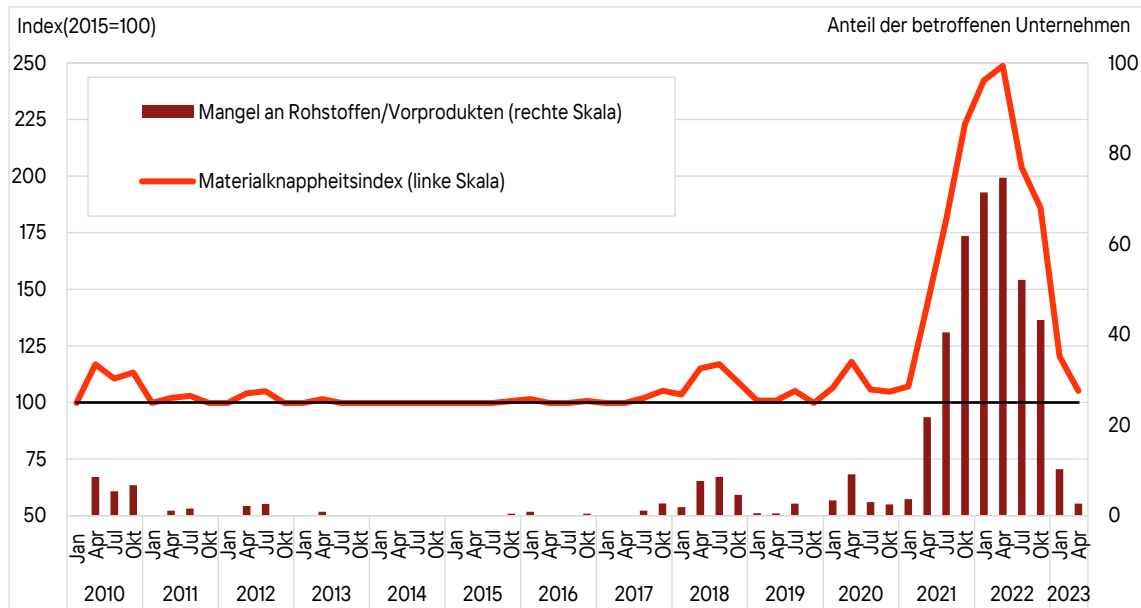
Im dritten und vierten Quartal spitzten sich die Nachfragerückgänge weiter zu. Preiseffekte in Verbindung mit einer zunehmend schwächeren Gesamtkonjunktur und einer hohen Inflationsrate ließen die Auftragszahlen zurückgehen. Hinzu kam, dass ein signifikanter Anteil der durch Nachholeffekte generierten Aufträge in dieser Phase bereits abgeschlossen war und damit nur noch bedingt zur Stabilisierung der Nachfrage beitragen konnte. Der saison- und kalenderbereinigte Produktionsindex der Druck- und Medienwirtschaft sank im Vorquartalsvergleich erneut deutlich. Im dritten Quartal verlor der Index rund 5,7 Prozent, während sich der Rückgang im vierten Quartal mit rund 6,4 Prozent zum Jahresende zuspitzt.

Materialmangel: Zuspitzung der Lieferengpässe im ersten Halbjahr

Der vom bvdM auf Basis der Ifo-Konjunkturumfrage erstellte Branchenindikator für Materialmangel verdeutlicht das zeitliche Ausmaß des Anstiegs des beschriebenen Mangels an Rohstoffen/Betriebsmitteln und ist daher ein adäquates Maß, um die materialbedingten Produktionsbehinderungen in der Druck- und Medienbranche abzubilden. Aufgrund der Datenbasis kann die Berechnung jedoch nur quartalsweise erfolgen. Für das Gesamtjahr 2022 notiert der Materialknappheitsindex im Mittel 34,7 Prozent über seinen Vorjahreswerten. Jedoch ist auch hier ein deutlicher Trend, jenseits von Saison- und Kalendereffekten, zu beobachten. Im Januar bzw. April 2022 lag der Index rund 126 Prozent bzw. rund 74 Prozent über den Werten des Jahres 2021 (vgl. Abb. 18).

Dies verdeutlicht das Ausmaß der Produktionsbehinderung, die besonders im ersten Halbjahr die Abarbeitung von Aufträgen und deren Neuaufnahme erschwerten. Als Nebeneffekt der bereits beschriebenen substanziellen Nachfragerückgänge kam es zu einer graduellen Entspannung der Versorgungslage mit Druckpapieren. Aufgrund der Engpasssituation im ersten Halbjahr und mit Blick auf einen potenziellen Versorgungsausfall im Falle einer Gasmangellage in den Wintermonaten entstand bei zahlreichen Betrieben der Trend hin zu einer zunehmenden Bevorratung. So kam es zu einer künstlichen Stimulation der Nachfrage, welche die Auflösung der Versorgungsengpässe im zweiten Halbjahr verlangsamte. Umgekehrt trug diese Entwicklung zum Ende des Jahres 2022 dazu bei, dass sich die Lage sprunghaft besserte, als diese Zusatznachfrage mit der Erkenntnis des Nichteintretens einer Mangellage einbrach. Im Januar bzw. April 2023 gab es nur noch vereinzelte Hinweise auf Produktionsbehinderungen durch Lieferengpässe. Der entsprechende Index lag 50 Prozent bzw. 58 Prozent unter seinen Vorjahreswerten.

Abbildung 18: Branchenindikator für Materialmangel (Januar 2010 – April 2023)



Anmerkung: Gewichteter Ursprungsindex (100=2015), der Anteil der betroffenen Unternehmen bezieht sich auf die Gesamtzahl der Teilnehmer der monatlichen ifo-Umfrage; Quelle: Ifo-Konjunkturumfrage; Datenstand: Mai 2023; Berichtskreis: Teilnehmer der monatlichen ifo-Konjunkturumfrage; Entwicklung und Berechnung des Index: bvdM

Erstes Quartal 2023: Rückgang der Produktionszahlen schwächt sich ab

Im ersten Quartal 2023 setzte sich der rückläufige Trend des Jahres 2022 weitestgehend fort, schwächte sich jedoch etwas ab. Der saison- und kalenderbereinigte Produktionsindex verlor in den ersten drei Monaten des Jahres 2022 im Durchschnitt rund 2,1 Prozent im Vergleich zum Vorquartal. Damit lag der Index rund 15,6 Prozent unter den Werten des Vorjahresquartals. Die niedrigen Auftragsniveaus hatten auch weiterhin einen negativen Einfluss auf die Produktion in der Branche. Darüber hinaus bleibt das Preisniveau auf den Papiermärkten trotz eines rückläufigen Trends bei den Papierpreisen hoch. Im weiteren Verlauf des Jahres wird sich daher zeigen, ob und wann es zu einer Normalisierung der Verkaufspreise für Druckereileistungen kommt und welche Auswirkungen dies auf die Nachfrageentwicklung in der Druck- und Medienwirtschaft hat.

Produktionswerte einzelner Produkt- und Dienstleistungsarten im Jahr 2022

Die vom Statistischen Bundesamt vierteljährlich veröffentlichten Produktionswerte von Betrieben mit 20 und mehr Beschäftigten des Verarbeitenden Gewerbes erlauben einen detaillierteren Einblick in die Wertentwicklung einzelner Produktgruppen der Druck- und Medienwirtschaft. Diese werden jedoch in den jeweiligen Preisen angegeben, was den Unterschied zur Entwicklung des Produktionsindex verdeutlicht. Veränderungen bei den Produktionswerten weisen somit nur bedingt auf Veränderungen der Produktionstätigkeit hin und sind in den Kontext der entsprechenden Erzeugerpreisentwicklung einzuordnen. Vor dem Hintergrund steigender Verkaufspreise und sinkender Produktionszahlen muss daher überwiegend von Preiseffekten ausgegangen werden. Zum Zeitpunkt der Erstellung des Berichts liegen die Produktionswerte für das erste Quartal 2023 noch nicht vor, sodass sich die Analyse ausschließlich auf das Jahr 2022 bezieht.

Der Produktionsstatistik ist zu entnehmen, dass der Wert der zum Absatz bestimmten Produktion von **Druckerzeugnissen und Druckdienstleistungen 2022** gegenüber dem Vorjahr um insgesamt 10,9 Prozent gestiegen ist. Der Gesamtwert der Produktion aller

gemäß Destatis dem Wirtschaftszweig zugeordneten Druckerzeugnisse und Druckdienstleistungen konnte, nach dem leichten Wachstum des vergangenen Jahrs deutlich zulegen und betrug 2022 insgesamt rund 13,5 Mrd. Euro. Während die **Druckerzeugnisse** (+12,5 Prozent) überdurchschnittlich stark wuchsen, bremsten die **Druckdienstleistungen** (-1,5 Prozent) das Gesamtwachstum im Jahr 2022 aus (vgl. Abb. 19).

Für sämtliche Produktgruppen, die der Sparte der Druckerzeugnisse zuzuordnen sind, wurden steigende Produktionswerte verzeichnet. Gegenläufige Entwicklungen beschränkten sich überwiegend auf Produktionsverfahren und Produktarten, jedoch nicht auf die übergeordnete Produktgruppe. Aufgrund der enormen Vielfalt an Druckprodukten können Trends einzelner Produkte nicht zwangsläufig an der Produktgruppe erkannt werden und müssen nach Produktionsverfahren und Unterkategorien gesondert bewertet werden.

Starker Wertzuwachs bei der wichtigsten Produktsparte, dem Werbedruck

Der **Werbedruckbereich** ist der für die Druck- und Medienindustrie wertmäßig relevanteste Bereich, da im Jahr 2022 Werbedrucksachen rund 38 Prozent aller Druckerzeugnisse ausmachen. **Verkaufskataloge, Plakate, Prospekte, Mailing, Geschäftsberichte und andere Werbedrucksachen** bilden dabei den Großteil der Kategorie. Der Werbemarkt ist in hohem Maße konjunkturabhängig. Die Lage am Werbemarkt war daher auch im Jahr 2022 stark angespannt. Konsumzurückhaltung, hohe Inflationsraten, volatile Energiepreise und steigende Zinsen erschwerten die Lage für Werbetreibende. Aufgrund der Preisanstiege legten die Produktionswerte jedoch trotzdem zu. Im Vorjahresvergleich stieg der Wert der zum Absatz bestimmten Produktion im Werbedruck um 17,2 Prozent auf 4,644 Mio. Euro an.

Allerdings deuten die Produktionswerte darauf hin, dass die Betroffenheit einzelner Produkte variierte. So konnte der Wert der zum Absatz bestimmten Produktion bei **Mailings** im Vorjahresvergleich um 5,1 Prozent zulegen. **Andere Werbedrucke und -schriften** konnten mit einem Plus von 15,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr deutliche Zugewinne verbuchen. Auch **Geschäftsberichte** legten mit 10,1 Prozent zu. Bei den **Plakaten**, die 13,9 Prozent zulegten, konnte ein Unterschied bei den einzelnen Druckverfahren festgestellt werden. Während der Offset- und Digitaldruck zulegte (+13,0 Prozent bzw. +20,9 Prozent), war der Tiefdruck mit einem Verlust von -7,5 Prozent weiter rückläufig.

Die wertanteilmäßig größten Produktarten²¹ im Werbedruckbereich, **Kataloge** und **Prospekte**, verzeichneten die größten Wertzuwächse. Der Produktionswert der Kataloge stieg im Jahresdurchschnitt um 20,2 Prozent auf 863 Mio. Euro an. Sämtliche Druckverfahren vollzogen diese Entwicklung nach. Bei Prospekten konnte ein Wachstum von 19,2 Prozent verzeichnet werden. Dabei stiegen die Produktionswerte für im Offsetdruck hergestellte Prospekte und Werbebeilagen mit 19,8 Prozent stärker als in anderen Verfahren hergestellte Prospekte und Werbebeilagen (+ 12,2 Prozent).

Trotz des deutlichen Rückgangs der Auflagen verbuchten auch die **Zeitungen/Anzeigenblätter** und **Zeitschriften** im Jahr 2022 einen starken Wertzuwachs. Neben den bereits beschriebenen Belastungen fielen die kostenseitigen Belastungen bei Zeitungsdruckpapier besonders preistreibend aus. So stieg der Wert der zum Absatz bestimmten Produktion in der Gruppe Zeitungen/Anzeigenblätter um 12,7 Prozent auf

²¹ Bezug auf die Werte im Jahr 2022

1.065 Mio. Euro an. Der Produktionswert der Zeitschriften stieg um 15,7 Prozent auf 809 Mio. Euro an.

Bei den **bedruckten Etiketten** konnten nach dem Rückgang des letzten Jahres Zuwächse beobachtet werden. So stieg der Produktionswert der Sparte um 9,2 Prozent an. Trotz eines 2022 rückläufigen Online- und Versandhandels konnten die Etikettendrucker ein wertmäßiges Wachstum auf 1.493 Mio. Euro erzielen und lagen damit über ihrem Vorcoronaniveau von 2019 (1.379 Mio. Euro).

Positive Produktionswertentwicklung von Büchern, Kalendern und Sonstigen Druckerzeugnissen

Die Gruppe der **Sonstigen Druckerzeugnisse** bildet mit rund 15,5 Prozent den zweitgrößten Anteil der Druckerzeugnisse. Dort stieg der Gesamtproduktionswert im Jahr 2022 mit 2,9 Prozent unterdurchschnittlich stark an und konnte seine Wachstumszahlen des Vorjahres damit nicht halten. Dennoch bleibt die Produktgruppe mit einem Produktionswert von rund 1.890 Mio. Euro eine der wenigen, die über ihren Vorcoronawerten liegen.

Andere Drucke, die innerhalb der Gruppe die wertmäßig größte Produktart darstellt, musste im Vorjahresvergleich mit einem Verlust von 0,7 Prozent geringe Einbußen hinnehmen. Beim **Bedrucken von anderen Materialien als Papier** stiegen die Produktionswerte hingegen. Der Wert der zum Absatz bestimmten Produktion nahm um 5,3 Prozent auf 765 Mio. Euro zu. Der **Druck von Abziehbildern** aller Art verzeichnete den größten relativen Zuwachs mit 29,1 Prozent auf rund 107 Mio. Euro. Sämtliche der genannten Produktarten liegen weiterhin über ihren Vorcoronawerten aus dem Jahr 2019. Größere Zugewinne konnten auch in der Produktgruppe der **Bücher und kartografische Erzeugnisse** erzielt werden. Hier wurde im Jahr 2022 ein Anstieg von 12,9 Prozent auf 998 Mio. Euro verzeichnet.

Während **Kartografische Erzeugnisse**, die mit einem Anteil von 0,2 Prozent einen geringen Anteil an der Produktgruppe bilden, mit 3,0 Prozent ansteigen, konnten fast alle Bucharten im Jahr 2022 größere Anstiege der Produktionswerte verzeichnen. Bei den **Bilder- und Malbüchern für Kinder** setzte sich der positive Trend der Vorjahre auch 2022 mit einem Anstieg von 43,5 Prozent auf 29 Mio. Euro weiter fort. Unterschiede konnten auch bei den **Druckverfahren Andere Bücher** festgestellt werden. So verzeichneten Andere Bücher im Offsetdruck (414 Mio. Euro im Jahr 2022) zwar mit +9,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr wertmäßig den größten Zuwachs und übertrafen damit ihr Vorcoronaniveau (395 Mio. Euro im Jahr 2019), jedoch kann aufgrund der Preisveränderungen nicht eindeutig bestimmt werden, ob diese Entwicklung nachhaltig ist. Im Digitaldruck, der noch im Jahr 2021 Zugewinne verzeichnete, wurden 2022 Verluste von 4,8 Prozent konstatiert. Bücher, Broschüren u. ä. Druckerzeugnisse in losen Bogen oder Blättern verbuchten dagegen mit einem Plus von 18,5 Prozent den größten wertmäßigen Zuwachs der Produktgruppe und lagen mit 444 Mio. Euro über den Vorcoronawerten des Jahres 2019 (395 Mio. Euro).

Die Produktgruppe **Kalender und Karten** verzeichnete einen Produktionszuwachs von 27,4 Prozent. Besonders private Drucksachen wie Glückwunschkarten mit persönlicher Widmung erfreuen sich steigender Beliebtheit. So stieg der Produktionswert im Jahr

2022 um rund 87 Prozent auf 37 Mio. Euro an. Aber auch der Druck von Kalendern aller Art

und illustrierten Postkarten konnte um 17 Prozent bzw. 13,5 Prozent auf 108 Mio. Euro bzw. 18 Mio. Euro zulegen.

Zuwachs bei der Druckweiterverarbeitung; Druck- und Medienstufe rückläufig

2022 nahm der Produktionswert der Sparte **Druck- und Medienstufe** im Vergleich zum Vorjahr 3,3 Prozent auf 812 Mio. Euro ab. Innerhalb der Sparte zeichnet sich ein zwiespaltiges Bild ab. Während die Satz- und Bilderstellung (-3,7 Prozent), die Herstellung von Hochdruckformen (-10 Prozent), Druckformen für den Offsetdruck (-13,8 Prozent), Tiefdruckzylinder/Platten mit Druckbild (-4,2 Prozent) und andere Druckformen mit Druckbild (-6,0 Prozent) zurückgehen, verzeichnen vor allem Mediendienstleistungen wie Datenbankmanagementtätigkeiten und **Web-To-Print-Anwendungen** mit einem Plus von 6 Prozent den einzigen Zuwachs innerhalb der Sparte. Diese sind nach wie vor sehr gefragt und spiegeln die gesteigerte Nachfrage über die Onlineshops der Druck- und Medienunternehmen wider.

Mit einem wertmäßigen Produktionszuwachs von 1,4 Prozent gegenüber 2021 fiel die Entwicklung in der **Druckweiterverarbeitungssparte** zwar etwas besser aus als bei der Druck- und Medienstufe, jedoch reichte dies nicht aus, um einen Rückgang bei Summe der Druckdienstleistungen zu verhindern. Ein überwiegender Anteil des Produktionszuwachses entfiel auf die Druckweiterverarbeitung von anderen Drucksachen (+5,8 Prozent) und die Druckweiterverarbeitung von Büchern durch Falzen (+2,4 Prozent). Die entsprechenden Produktionswerte stiegen von 97 Mio. Euro auf 100 Mio. Euro bzw. von 189 Mio. Euro auf 200 Mio. Euro. Die Druckweiterverarbeitung von Zeitschriften und Broschüren ging um 2,2 Prozent auf 248 Mio. Euro zurück.

Abbildung 19: Produktionswerte nach Produkt-/Dienstleistungsgruppen 2022

Produkt/Dienstleistung	2022			2021		
	Mio. Euro	ggü. Vj.	Anteil	Mio. Euro	ggü. Vj.	Anteil
Werbedrucke	4.644	17,2%	38,1%	3.963	-2,0%	36,6%
davon: Kataloge	863	20,2%	7,1%	718	-5,8%	6,6%
Plakate	501	13,9%	4,1%	440	1,6%	4,1%
Geschäftsberichte	37	10,1%	0,3%	34	4,8%	0,3%
Prospekte	2.134	19,4%	17,5%	1.787	-5,2%	16,5%
Mailings	255	5,1%	2,1%	243	11,4%	2,2%
andere Werbedrucke und -schriften	854	15,1%	7,0%	742	4,1%	6,8%
Geschäftsdrucksachen	1.129	11,8%	9,3%	1.010	0,0%	9,3%
Zeitschriften	809	15,7%	6,6%	699	-6,6%	6,5%
Zeitungen/Anzeigenblätter	1.065	12,7%	8,7%	945	-6,5%	8,7%
davon: Tageszeitungen	671	12,6%	5,5%	596	-8,3%	5,5%
Wochen-, Sonntagszeitungen	157	19,5%	1,3%	131	-1,8%	1,2%
Anzeigenblätter, Annoncenzeitungen	236	8,9%	1,9%	217	-4,1%	2,0%
Bücher/kartografische Erzeugnisse	998	12,9%	8,2%	884	6,3%	8,2%
Bedruckte Etiketten	1.493	9,2%	12,2%	1.367	-1,9%	12,6%
Kalender/Karten	162	27,4%	1,3%	127	5,6%	1,2%
Sonstige Druckerzeugnisse	1.890	2,9%	15,5%	1.838	11,2%	17,0%
davon: Textildruck (bedrucken von Bekleidung)	58	44,5%	0,5%	40	52,4%	0,4%
Bedrucken v. anderen Materialien als Papier	707	3,0%	5,8%	687	5,6%	6,3%
Andere Drucke	1.125	1,3%	9,2%	1.111	13,9%	10,3%
Summe Druckerzeugnisse	12.189	12,5%	100,0%	10.832	0,2%	100,0%
Druck- und Medienstufe	812	-3,3%	59,7%	839	4,0%	60,8%
Druckweiterverarbeitung	548	1,4%	40,3%	540	2,9%	39,2%
Summe Druckdienstleistungen	1.359	-1,5%	100,0%	1.380	3,5%	100,0%
Summe Druckerzeugnisse und -dienstleistungen	13.549	10,9%		12.212	0,6%	

Bemerkungen: Differenzen durch Rundungen möglich. Aufgrund der Revision des Güterverzeichnis für Produktionsstatistiken (GP) ist ein Vergleich mit den Jahren vor 2019 nur noch bedingt möglich; Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten; Datenstand: Mai 2022; Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen: bvdM

3 Verkaufspreisentwicklung

Im Vergleich zum Vorjahr stiegen die Verkaufspreise für Druckereileistungen 2022 im Jahresmittel stark an. Im letzten Quartal 2021 und im ersten Quartal 2022 sorgten Nachholereffekte, Lieferengpässe und zunehmend volatile Energiepreise für Preisanstiege zahlreicher Vorleistungsgüter, insbesondere bei Druckpapieren. Die resultierenden Verkaufspreisanstiege für Druckereileistungen intensivierten sich noch einmal mit dem Beginn des Ukrainekrieges (vgl. Abb. 20).

Verkaufspreise für Druckereileistungen: starker Aufwärtsdruck im Jahr 2022

Der vom Statistischen Bundesamt veröffentlichte Preisindex für Druckereileistungen stieg 2022 um durchschnittlich 19,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr und überstieg deutlich das Niveau des Vorjahres. Damit fiel der Anstieg des Preisindex nicht nur wesentlich stärker aus als zum Ende des Jahres 2021 zu erwarten war, sondern erreichte in dessen Folge die höchsten Werte seit Beginn der Zeitleiste. Diesen klaren Aufwärtstrend gingen nahezu alle Druckleistungen und Druckprodukte in variierender Intensität mit (vgl. Abb. 20).

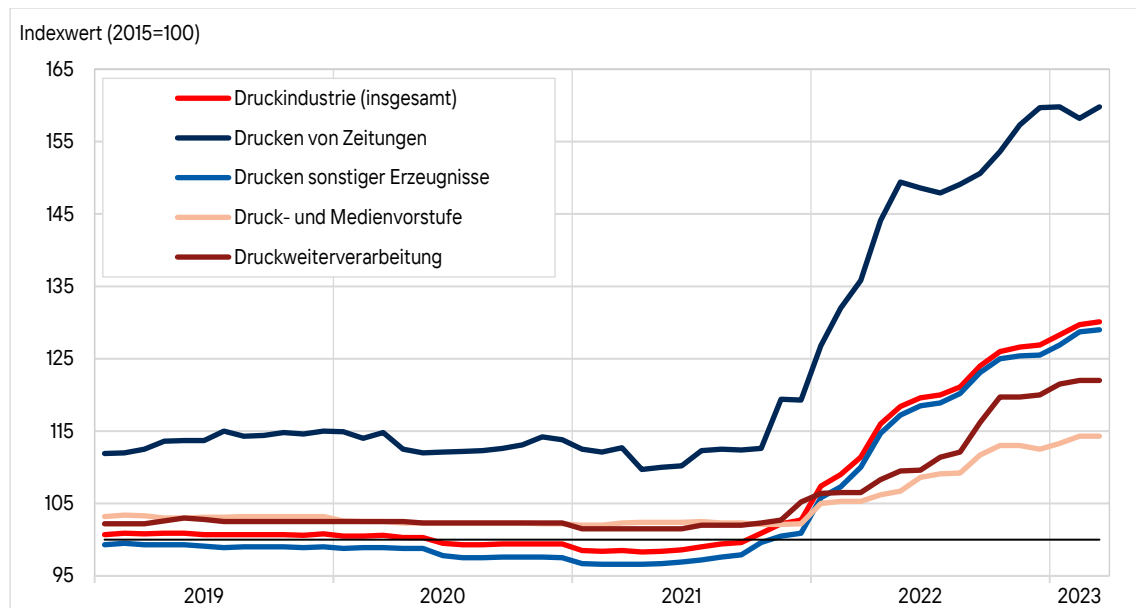
Bereits im ersten Quartal 2022 begannen die Preise stark zu steigen. Allein im Januar 2022 wurde ein Anstieg von rund 4,6 Prozent gegenüber dem Vormonat und rund 9,0 Prozent gegenüber dem Vorjahresmonat verzeichnet. Im weiteren Verlauf des Quartals stiegen die Preise im vormonatlichen Vergleich deutlich (Feb: +1,5 %/Mrz: +2,2 %), jedoch weniger stark als im Januar. Im Quartalsdurchschnitt führte dies zu einem Preisanstieg von 11 Prozent im Vorjahresvergleich. Im zweiten Quartal wiederholte sich dieser Trend, sodass die Werte am Ende des ersten Halbjahres rund 21,3 Prozent über dem Vorjahreswert lagen. Im zweiten Halbjahr des Jahres schwächte sich der Aufwärtsdruck der Verkaufspreisentwicklung zwar insgesamt leicht ab, verzeichnete jedoch im Halbjahresmittel ein Wachstum von rund 9,2 Prozent im Vergleich zum ersten Halbjahr. Damit verzeichneten die Verkaufspreise im ersten Halbjahr einen mehr als doppelt so starken Anstieg als im zweiten Halbjahr.

Seit 2017 war die **Zeitungsdrucksparte** die Drucksparte mit dem stärksten Preisanstieg im Vorjahresvergleich. Dieser kostengetriebene Anstieg setzte sich nach coronabedingt rückläufigen Werten im Jahr 2022 erneut fort. Ein wesentlicher Grund dafür ist der langjährige Rückgang der Auflagenzahlen und die damit verbundene Erhöhung der Stückkosten für das Produktportfolio. Im Jahr 2022 hatten jedoch vor allem die erheblichen Preisanstiege bei Zeitungsdruckpapieren einen primären Einfluss auf die Verkaufspreise (vgl. Abschnitt 1). Im Jahresdurchschnitt lagen diese rund 89,8 Prozent über den Werten des Vorjahres. Darüber hinaus stiegen die Energiekosten, was für die Unternehmen zusätzliche direkte und indirekte Belastungen bedeutete. Zudem führten steigende Kosten für Personal, Logistik und Druckfarben zu weiteren kostenseitigen Belastungen und damit zu einer Verstärkung des Aufwärtsdrucks bei den Verkaufspreisen. In Folge stiegen die Preise beim Druck von Zeitungen im Jahresmittel um 29,4 Prozent und beschrieb damit den größten Preiszuwachs aller Drucksparten.

Die wertmäßig bedeutendste Sparte, **Drucken sonstiger Erzeugnisse** beschrieb den von Januar bis Dezember 2022 zweithöchsten Preiszuwachs. Die Preise notierten im Jahresmittel mit einem Plus von 20,3 Prozent deutlich über dem Wert von 2021. Dies zeigt, dass vor allem die Druckerzeugnisse und nicht die Druckdienstleistungen als die stärksten Treiber hinter dem Gesamtpreistrend für Druckereileistungen fungieren. Innerhalb der Sparte zogen insbesondere die Preise für Werbedrucke, Werbeschriften sowie für den Druck von Plakaten und ähnlichen Drucken besonders an. Deren Verkaufspreise lagen Ende des Jahres 2022 mit 26,3 bzw. 23,3

Prozent weit über dem Spartendurchschnitt und ihren Vorjahreswerten. Auch die Preise für Verkaufskataloge und dem Druck von Zeitschriften und anderen periodischen Druckschriften stiegen mit einem Plus von 14,8 Prozent bzw. 10,9 Prozent im Jahresmittel deutlich an. Im Vergleich zum Spartendurchschnitt verlief die Preisentwicklung dieser Kategorien jedoch vergleichsweise moderat. Damit lagen die Preise der Sparte am Ende des Jahres 2022 rund 14 Prozent über ihrem langjährigen Durchschnitt. Wie schon beim Zeitungsdruck, sind auch beim **Drucken sonstiger Erzeugnisse** primär die kostenseitigen Belastungen als Ursache der Preisanstiege zu sehen. Die Kosten für Druckpapiere als gewichtigstes Input-Gut überwiegend in Form grafischer Papiere und Pappen stiegen im Jahresdurchschnitt um 52,9 Prozent.

Abbildung 20: Entwicklung der Verkaufspreise für Druckereileistungen (insgesamt und nach Sparten), Januar 2019 – März 2023



Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: Mai 2023 Berechnungen: bvdM

Bei den Preisen in den Dienstleistungssparten der Branche konnte zwar ein ähnlicher Trend beobachtet werden, allerdings fiel dieser weit geringer aus als in den Druckerzeugnisparten.

In der Sparte **Druck- und Mediovorstufe** stiegen die Preise im ersten Quartal des Jahres 2022 im Mittel um 3,0 Prozent im Vorjahresvergleich. Zwar stiegen auch hier die Preise weiter, jedoch verlief die Preisentwicklung mit einem Plus von 8,3 Prozent im Jahresmittel deutlich geringer als bei den Druckerzeugnissen. Aufgrund der unterschiedlichen Kostenstruktur²² bei der Erstellung der Vorleistungen wirkten sich die Kostenanstiege im Jahr 2022 geringfügiger aus. Jedoch lag auch hier das Preisniveau am Ende des Jahres rund 7 Prozent über den Werten des langjährigen Durchschnitts.

Gleiches gilt in der Sparte **Druckweiterverarbeitung**. Hier setzte der verstärkte Aufwärtstrend für die Verkaufspreise mit zeitlicher Verzögerung ein. So stiegen die Preise nach einem moderaten Anstieg im ersten Halbjahr im Verlauf des zweiten Halbjahres z. T. sprunghaft an. Die stärksten Anstiege wurden im September und Oktober verzeichnet. Hier stiegen die Preise um rund 3,7 bzw. 3,0 im Vergleich zum Vormonat. Im Jahresmittel

²² Die Preisentwicklung der Druck- und Mediovorstufe bleibt von der Entwicklung der Druckpapierpreise weitestgehend unbeeinflusst.

lagen die Preise damit rund 9,9 Prozent über den Vorjahreswerten. Dies entspricht einer Steigerung von rund 11 Prozent im Vergleich zum langjährigen Durchschnitt.

Überwiegend ist die Preisentwicklung der übergeordneten Kategorie Druckereileistungen somit vor dem Hintergrund der Entwicklung der Druckpapierpreise einzuordnen (vgl. Abschnitt 1). Hinzu kommen die mittelbaren und unmittelbaren kostenseitigen Belastungen durch gestiegene Energiepreise aber auch Anstiege der Kosten für Druckfarben (+11,7 Prozent), Druckmaschinen (+6,1 Prozent) und anderer Vorleistungsgüter und Betriebsmittel.²³ Während es grundsätzlich als positiv zu bewerten ist, dass eine Kostenweitergabe mit Blick auf die Gesamtbranche möglich war; so ist auch zu beobachten, dass die Anstiege der beobachteten Kosten, in Relation zu deren Anteil an den Gesamtkosten höher ausfallen als die Anstiege der Verkaufspreise. Das dürfte darauf hindeuten, dass die Druck- und Medienunternehmen zumindest einen Teil der zusätzlichen kostenseitigen Belastungen selber tragen müssen, was zusätzlichen Druck auf die Gewinnmargen ausüben dürfte. Andererseits können Mitnahmeeffekte nicht ausgeschlossen werden.

Die Preisentwicklung der übergeordneten Kategorie Druckereileistungen ist hauptsächlich vor dem Hintergrund der Entwicklung der Druckpapierpreise zu betrachten (vgl. Abschnitt 1). Hinzu kommen mittelbare und unmittelbare kostenseitige Belastungen aufgrund gestiegener Energiepreise sowie Anstiege der Kosten für Druckfarben (+11,7 Prozent), Druckmaschinen (+6,1 Prozent) und anderer Vorleistungsgüter und Betriebsmittel. Es ist grundsätzlich positiv zu bewerten, dass eine Kostenweitergabe in der Gesamtbranche möglich war. Es ist jedoch zu beobachten, dass die Anstiege der beobachteten Kosten im Verhältnis zu ihrem Anteil an den Gesamtkosten höher ausfallen als die Anstiege der Verkaufspreise. Dies deutet darauf hin, dass die Druck- und Medienunternehmen zumindest einen Teil der zusätzlichen kostenseitigen Belastungen selbst tragen müssen, was zusätzlichen Druck auf die Gewinnmargen ausüben dürfte. Im Zuge der Preisanstiege erzielte Mitnahmeeffekte können jedoch ebenfalls nicht ausgeschlossen werden.

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob die Preiselastizitäten für Druckprodukte tatsächlich so elastisch sind, wie bisher angenommen oder ob Preissteigerungen in den vergangenen Jahren erfolgreich hätten durchgesetzt werden können. Es ist jedoch anzunehmen, dass hohe Energie- und Papierkosten bei den Kunden auf eine größere Akzeptanz stoßen. Zudem dürfen die rückläufigen Produktionszahlen nicht unterschätzt werden. Insbesondere in einem schwierigen Kostenumfeld führen hohe Verkaufspreise dazu, dass die Nachfrage nach Druckprodukten trotz hoher Relevanz weiter abnimmt.

Erstes Quartal 2023: Preissteigerungen schwächen sich ab

Im ersten Quartal 2023 flachten die Anstiege bei den Verkaufspreisen der Produkte der Druck- und Medienwirtschaft sichtlich ab. So stiegen in den ersten drei Monaten des Jahres 2023 die Preise für Druckereileistungen im Durchschnitt um rund 2,2 Prozent im Vergleich zum Vorquartal und lagen damit rund 18,4 Prozent über den Werten des Vorjahresquartals.

Während der Preisanstieg in der **Zeitungsdrucksparte** +1,5 Prozent betrug, stiegen die Preise in der relevantesten Sparte **Drucken sonstiger Erzeugnisse** im Mittel um 2,3 Prozent im Vergleich zum Vorquartal. Auch in den beiden Druckdienstleistungssparten

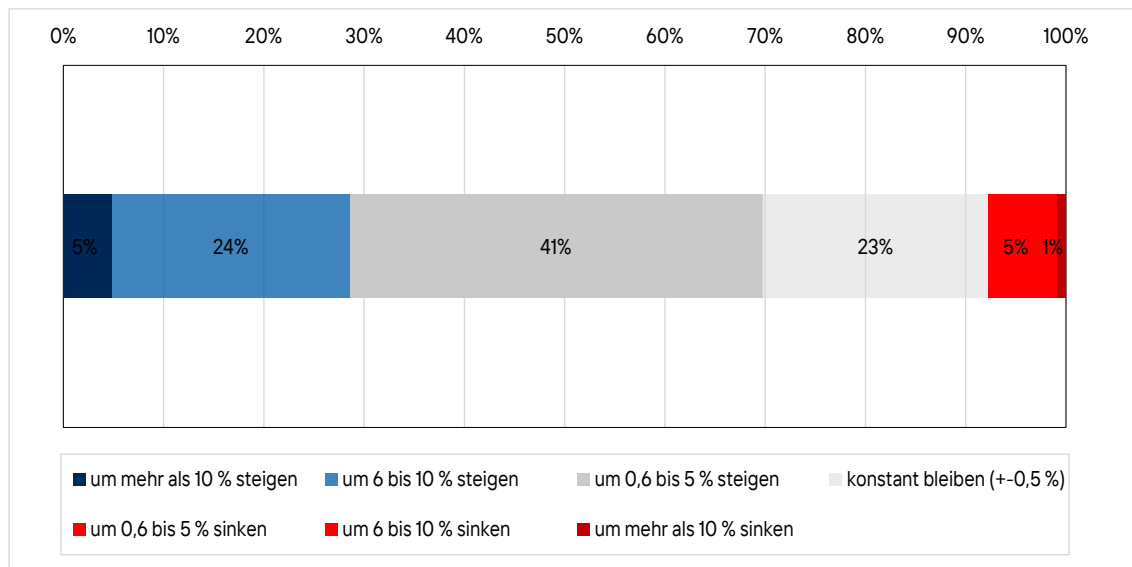
²³ Veränderung im Zeitraum Dezember 2020 bis Dezember 2021

wurden Anstiege verzeichnet. Im ersten Viertel des aktuellen Jahres nahmen die Preise der Sparte **Druck- und Mediovorstufe** im Durchschnitt um +1,0 Prozent zu. In der Sparte **Druckweiterverarbeitung** stiegen die Preise im Mittel um 1,7 Prozent (vgl. Abb. 20). Angesichts der im ersten Quartal 2023 überwiegend rückläufigen Preise für Zeitungsdruck- und andere grafische Papiere sinkt in Folge der Aufwärtsdruck der Preise für Druckereileistungen merklich ab.

Es ist nicht uneingeschränkt möglich, vorherzusagen, ob sich diese Entwicklung im weiteren Verlauf des Jahres 2022 fortsetzen wird, da sie vor allem von der Preisentwicklung auf den Papier- und Energiemärkten abhängt. Obwohl es derzeit eine deutliche Abwärtstendenz bei den Papierpreisen gibt, die durch Nachfragerückgänge und sinkende Energiepreise gekennzeichnet ist, ist nicht auszuschließen, dass sich die Entwicklung im Laufe des Jahres erneut umkehrt. Zudem manifestieren sich einige der entstandenen Kosten erst mit einem gewissen zeitlichen Verzug bei den Unternehmen, wodurch es zu verzögerten Preisanpassungen kommt. Darüber hinaus ist anzunehmen, dass viele Unternehmen die entstandenen Kosten noch nicht vollständig auf ihre Kunden übertragen konnten und daher weiterhin individuelle Preisanpassungen vornehmen werden. Auch der Rückgang der Auflagen kann abhängig von dem jeweiligen Produkt und Herstellungsprozess zu einem Anstieg der Stückkosten führen und somit Preissteigerungen auslösen.

Die Ergebnisse der vom bvdM durchgeführten Branchenumfrage weisen darauf hin, dass eine überwiegende Anzahl der befragten Unternehmen plant, innerhalb der nächsten 12 Monate weitere Verkaufspreiserhöhungen ihrer Hauptprodukte zu realisieren (vgl. Abb. 21). Als preistreibende Faktoren werden primär hohe Material- und Personalkosten genannt.

Abbildung 21: Planungen für Verkaufspreisänderungen innerhalb der nächsten 12 Monate



Quelle: bvdM-Branchenumfrage vom Mai 2023; Bemerkung: vorläufige Ergebnisse, Rundungsdifferenzen möglich; Berechnungen: bvdM

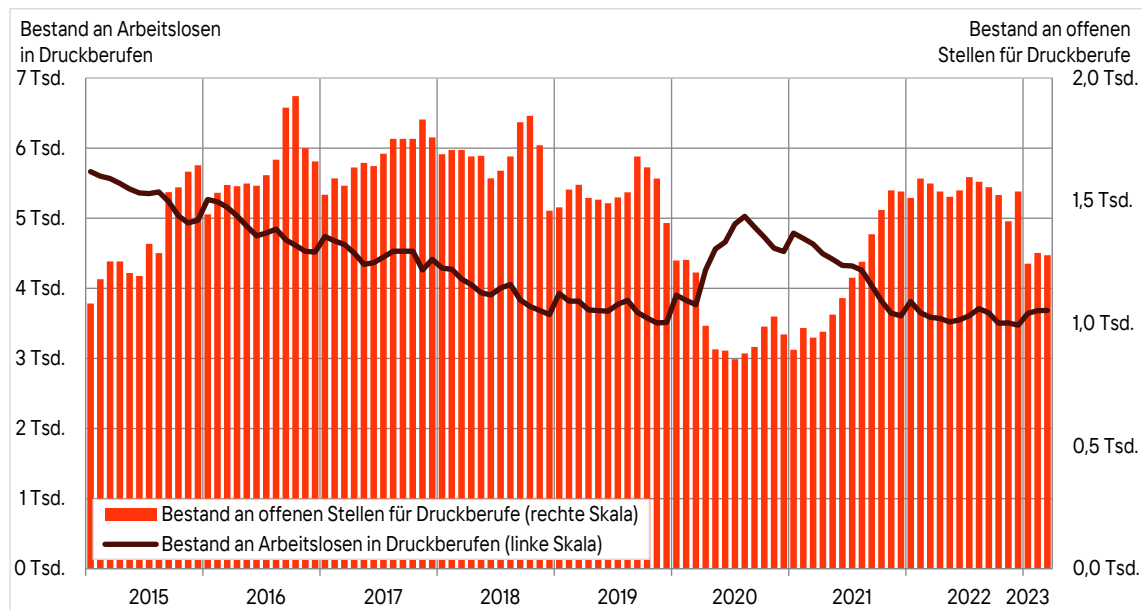
Die Entwicklungspotenziale sind uneindeutig. Angesichts der sinkenden Preise für Druckpapiere und Energie ist fraglich, ob bei den Kunden weiterhin ausreichende Bereitschaft besteht, hohe Verkaufspreise zu akzeptieren, und wie sich dies im weiteren Verlauf des Jahres auf die Nachfrage nach Druckereileistungen auswirken wird. Die zukünftige Preisentwicklung hängt somit maßgeblich von dem weiteren Verlauf der genannten Faktoren ab.

4 Arbeitsmarktentwicklung

Nach dem coronabedingten Anstieg der Arbeitslosenzahlen 2020 und einer partiellen Branchenerholung 2021 stabilisierten sich die entsprechenden Arbeitsmarktindikatoren der Druckbranche im Jahr 2022 näherungsweise auf ihren Vorcoronawerten.

Laut den Daten der Bundesagentur für Arbeit sank die Zahl der Arbeitslosen in den Druckberufen (Drucktechnik, Druckweiterverarbeitung und Buchbinderei) 2022 um durchschnittlich 15,5 Prozent. Der Jahresdurchschnitt der auf dem Arbeitsmarkt als arbeitslos gemeldeten Personen betrug 3.595. In der langfristigen Betrachtung, gilt es zu berücksichtigen, dass zwischen 2012 und 2022 der Rückgang der Arbeitslosenzahlen auf dem Markt für Druckberufe im Durchschnitt 8 Prozent pro Jahr betrug. Die Durchschnittliche Abnahme der Arbeitslosenzahl liegt damit rund 7,5 Prozentpunkte unter diesem Durchschnitt. Angesichts der deutlichen Abnahme an Arbeitslosen liegt auch die durchschnittliche Anzahl der Arbeitslosen im Jahr 2022 mit rund 25 deutlich niedriger als der langjährige Durchschnitt (vgl. Abb. 22).

Abbildung 22: Druckberufe, Entwicklung der Arbeitslosenzahlen und der offenen Stellen, Januar 2015 – März 2023

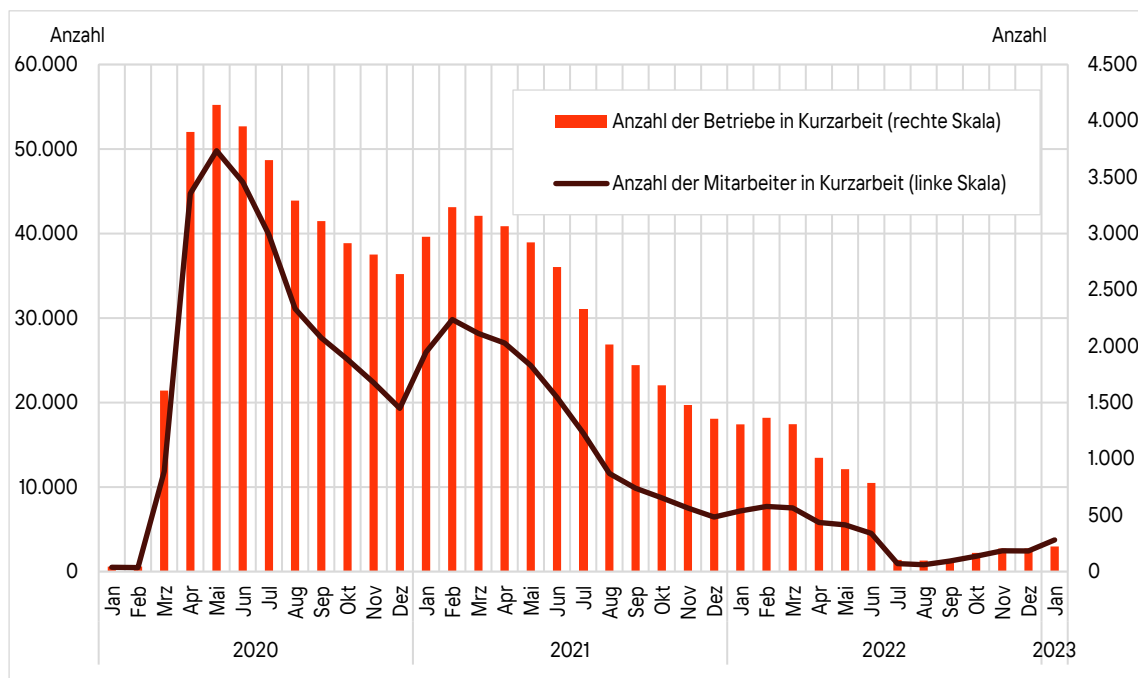


Quelle: Bundesagentur für Arbeit; Datenstand: Mai 2023; Berechnungen und Darstellung: bvdvm

Bei der Betrachtung des Gesamtjahres ist zu beachten, dass die deutlichen Abnahmen der Arbeitslosenzahlen im Vorjahresvergleich durch den statistischen Basiseffekt bzw. die hohen Ausgangsniveaus des Vorjahres entstehen und bereits im Jahr 2021 realisiert wurden. Der Trend sinkender Arbeitslosenzahlen schwächte sich im Jahresverlauf 2022 deutlich ab, sodass am Ende des vierten Quartals 2022 im Vorjahresvergleich im Mittel nur ein Rückgang von rund 5,3 Prozent verzeichnet wurde. Insgesamt lagen die durchschnittlichen Arbeitslosenzahlen damit im Jahr 2022 zum ersten Mal seit Beginn der Coronapandemie rund 5,7 Prozent unter den Vorcoronawerten des Jahres 2019 (vgl. Abb. 22). Der Anteil der als arbeitslos gemeldeten Angehörigen von Druckberufen an der Gesamtzahl der laut Bundesagentur für Arbeit in der Druck- und Medienindustrie sozialversicherungspflichtig Beschäftigten sank damit im Vorjahresvergleich um 0,4 Prozentpunkte auf 3,3 Prozent im Jahr 2022.

Die konjunkturelle Kurzarbeit, die insbesondere in den Coronajahren dazu beigetragen hatte, Arbeitsplätze für die Dauer des coronabedingten Nachfrageschocks zu sichern, wurde bis in den Juni 2022 weiterhin – jedoch mit sinkender Tendenz – nachgefragt. Zwar wurde der Zugang zu erleichtertem Kurzarbeitergeld von der Bundesregierung erneut verlängert, dennoch verweilte sowohl die Anzahl der Betriebe als auch die Anzahl der Mitarbeiter in Kurzarbeit auf vergleichsweise niedrigen Niveaus. Der einsetzende positive Trend führte dabei nicht dazu, dass die Werte des ersten Halbjahres erneut erreicht wurden. Während sich im ersten Halbjahr 2022 noch durchschnittlich 1.114 Betriebe und 6.371 Mitarbeiter in Kurzarbeit befanden, sank die Anzahl im 2. Halbjahr 2022 auf durchschnittlich 146 Betriebe und 1.618 Mitarbeiter ab. Im Vergleich zum Vorjahr befanden sich damit im Jahresmittel 2022 rund 74 Prozent weniger Betriebe und 78 Prozent weniger Mitarbeiter in Kurzarbeit. Gemessen an der Gesamtzahl der Betriebe und Beschäftigten nahmen somit im Jahr 2022 in der Druck- und Medienwirtschaft durchschnittlich rund 9 Prozent der Betriebe und 4 Prozent der Beschäftigten konjunkturelles Kurzarbeitergeld in Anspruch²⁴. Die Auswirkungen der Kurzarbeit auf die Gesamtentwicklung der Arbeitslosenquoten ist aufgrund der verminderten Nutzung 2022 folglich im Vergleich zu den Vorjahren als geringer einzuschätzen. Zu beachten ist, dass die amtlichen Daten von einem längeren zeitlichen Verzug betroffen sind. So ist die Nutzung der Kurzarbeit nach der jüngsten Datenlage bis Oktober 2022 eindeutig nachzuvollziehen. Bei den Werten ab November 2022 handelt es sich um Hochrechnungen der Bundesagentur für Arbeit.

Abbildung 23: Zahl der Betriebe mit realisierter Kurzarbeit und Kurzarbeiteranzahl in der Druck- und Vervielfältigungsbranche (C 18), Januar 2020 – Januar 2023



Anmerkung: Die Kurzarbeiterstatistik bezieht sich ausschließlich auf das konjunkturelle Kurzarbeitergeld und die übergeordnete Wirtschaftsabteilung C 18, welche sowohl die Druck- und Medienbranche als auch die Vervielfältigungsbranche repräsentiert, sodass die Zahlen nicht ausschließlich die Entwicklung in der Druck- und Medienindustrie (C 18.1) widerspiegeln. Allerdings repräsentiert die Druck- und Medienindustrie gemäß der Destatis-Umsatzsteuerstatistik rund 97 Prozent des Umsatzes und rund 94 Prozent der Steuerpflichtigen der übergeordneten Wirtschaftsabteilung C 18, sodass die oben aufgezeigte Entwicklung nahezu vollständig die Entwicklung in der Druck- und Medienindustrie darstellt; vorläufige Werte für Nov 2022 – Jan 2023; Quelle: Bundesagentur für Arbeit; Datenstand: Mai 2023; Berechnungen: bvdM

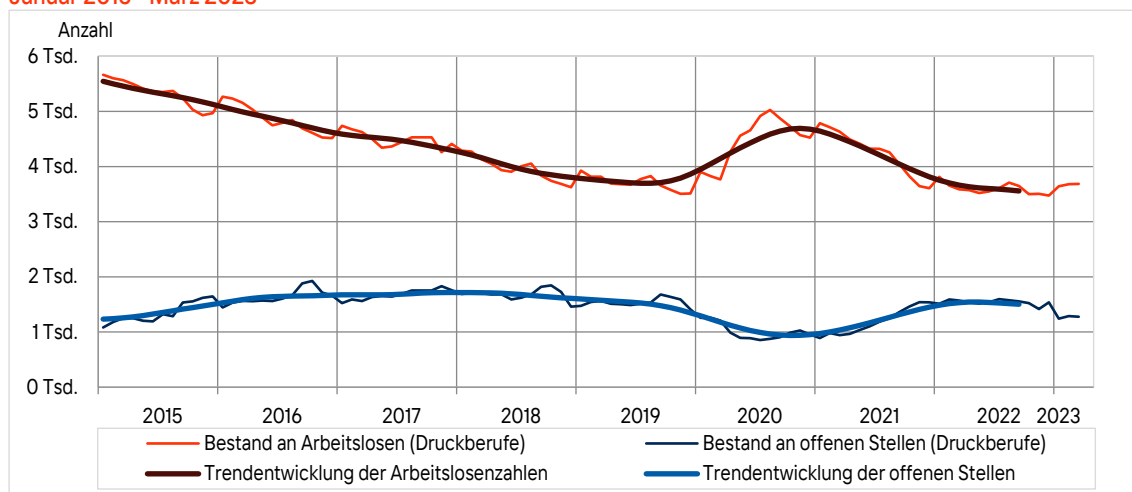
24 Im Jahr 2021 waren es noch 33 Prozent bzw. 15 Prozent.

Im Hinblick auf das Qualifikationsniveau der Beschäftigten kann festgestellt werden, dass die stärkste Abnahme im Jahr 2022 bei den als arbeitslos gemeldeten Spezialisten verzeichnet wurde. Die Anzahl sank im Mittel um 25 Prozent, was einem Rückgang von 120 auf 90 Arbeitslosen im Jahresdurchschnitt entspricht. Dies sind rund 16 Prozent weniger, als im Jahr 2019 gemeldet wurden. Ähnlich stark verlief der Rückgang bei der Gruppe der Experten. Hier sank die durchschnittliche Anzahl der gemeldeten Arbeitslosen um 23 Prozent von 56 auf 44 ab und lag damit rund 21 Prozent unter dem Niveau von 2019. Die mengenmäßig größten Berufsgruppen bilden die Fachkräfte und die Helfer – diese machen zusammen rund 96 Prozent des Arbeitslosenbestandes in der Druck- und Medienwirtschaft aus. Die durchschnittliche Anzahl der arbeitslos gemeldeten Fachkräfte mit einem Anteil von rund 43 Prozent verzeichnete einen Rückgang von rund 18 Prozent. Die Anzahl der als arbeitslos registrierten Helfer, die rund 53 Prozent der Arbeitslosen in den Druckberufen repräsentieren, verzeichnete mit 12,2 Prozent die geringste Abnahme. Die Zahl der arbeitslos gemeldeten Personen sank von 1.885 auf 1.537 ab und lag damit als einzige Berufsgruppe rund 3 Prozent über dem Niveau von 2019.

Nachdem sich das Wachstum der offenen Stellen in Folge der partiellen Branchenerholung 2021 intensiviert, flachte der Trend im Jahresverlauf 2022 deutlich ab. Analog zu dem bei den Arbeitslosen beschriebenen statistischen Basiseffekt wurden so im Vorjahresvergleich eine überwiegend deutliche Zunahme der offenen Stellen verzeichnet. 2022 stieg die Anzahl der offenen Stellen im Jahresmittel um rund 30 Prozent (Vorjahr: 18 Prozent). Dies stellt den größten Anstieg seit dem Beginn der Zeitleiste im Jahr 2011 dar. Die absolute Anzahl der offenen Stellen stieg 2022 gegenüber 2021 von 1.188 auf 1.539 an.

Während die Anzahl der offenen Hilfskraft-Stellen (offene Stellen: 663) im Mittel am stärksten stieg (+30,2 Prozent), stagnierte die Anzahl der offenen Stellen für Experten (offene Stellen: 7). Die Anzahl der gesuchten Spezialisten stieg im Jahresmittel auf 25 (+27,8 Prozent). Bei den relativen Anstiegen sowohl der Experten als auch der Spezialisten muss die geringe Anzahl berücksichtigt werden. So können selbst kleine Veränderungen zu hohen relativen Änderungen führen. Die Entwicklung der genannten Klassifizierungen sollte daher stets im Kontext der absoluten Werte betrachtet werden.

Abbildung 24: Trendentwicklung der Arbeitslosenzahlen und der offenen Stellen, Januar 2015 – März 2023



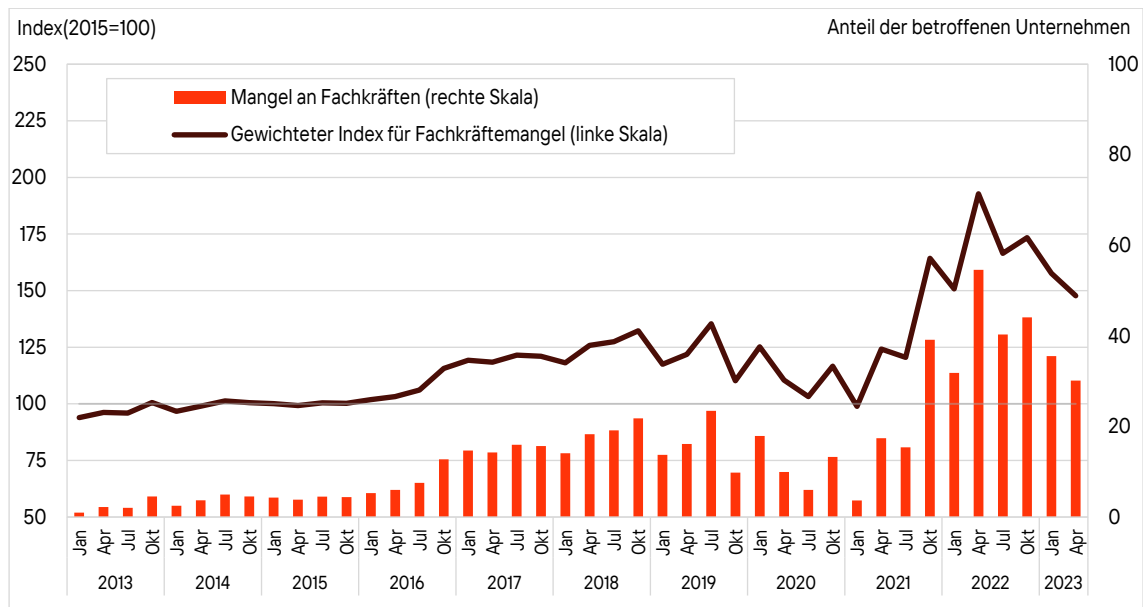
Quelle: Bundesagentur für Arbeit; Trendbestimmung erfolgte mit Hilfe des 2x12-gleitenden Durchschnitts und des Henderson-Filters; Berechnungen und Darstellung: bvdM

Bei gleichzeitiger Betrachtung der konjunkturellen Entwicklung in der Druck- und Medienwirtschaft im Jahr 2022 werden die zugrundeliegenden Trends der Arbeitsmarktentwicklung deutlich. Angesichts der Verschlechterung der Produktionslage und einer daraus resultierenden geringeren Kapazitätsauslastung in den Produktionsstätten der Betriebe sank in der Gesamtbetrachtung der Bedarf an weiteren Beschäftigten ab. Die konjunkturbedingte Zurückhaltung der Unternehmen bei Neueinstellungen nahm zu. Somit kam auch der rückläufige Trend bei Arbeitslosen zum Erliegen. Das Verhältnis zwischen Arbeitslosenzahl und offenen Stellen blieb damit im Jahresdurchschnitt nahezu konstant bei 2,3, was jedoch einen Rückgang um etwa 1,4 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr darstellt.

Trotz dieser Entwicklung verschärfte sich im Jahr 2022 die angespannte Situation der Druck- und Medienunternehmen bei der Rekrutierung ausreichend qualifizierter Fachkräfte weiter. Laut dem Branchenindikator für den Fachkräftemangel in der Druckindustrie, der auf den Konjunkturumfragen des IFO-Instituts basiert, gaben die Unternehmen für das Jahr 2022 vermehrt an, Produktionsbehinderungen aufgrund eines Fachkräftemangels zu erleben. Im Vorjahresvergleich stieg der Branchenindikator im Durchschnitt um 35 Prozent. Im Jahresmittel gaben rund 43 Prozent der Unternehmen an, von Produktionseinschränkungen durch den Mangel an Fachkräften betroffen zu sein.

Die langfristige Entwicklung der Arbeitslosenzahlen und der ausgeschriebenen/offenen Stellen für Druckberufe spiegelt primär den Nachfrage- und in der Folge den Produktionsrückgang im Gesamtmarkt wider, welcher auch schon durch die Untersuchung der Betriebszahlen und Beschäftigtenzahlen deutlich wurde. So orientieren sich seit Jahren viele arbeitslose Angehörige von Druckberufen um und wechseln die Branche. Für Betriebe stellt dies ein grundlegendes Problem dar, da eine Kombination aus struktureller Angebotsverknappung und kurzfristig gestiegener Nachfrage zu einer Verschärfung des Fachkräftemangels führt.

**Abbildung 25: Branchenindikator für Fachkräftemangel in der Druckbranche
Januar 2013 – April 2023**



Anmerkung: Gewichteter Ursprungsindex (100=2015), der Anteil der betroffenen Unternehmen bezieht sich auf die Gesamtzahl der Teilnehmer der monatlichen ifo-Umfrage; Quelle: Ifo-Konjunkturumfrage; Datenstand: Mai 2023; Berichtskreis: Teilnehmer der monatlichen ifo-Konjunkturumfrage; Entwicklung und Berechnung des Index: bvdM

Im ersten Quartal 2023 kehrt sich der Trend bei der Arbeitslosenentwicklung langsam um. Zwar sank die Anzahl der Arbeitslosen in Mittel um 0,4 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal auf 3.670, jedoch sanken die Arbeitslosenzahlen in den einzelnen Berufskategorien weniger stark als noch im Gesamtjahr 2022. Bei Fachkräften und Experten wurde eine leicht positive Tendenz (+2,9 Prozent bzw. +0,7 Prozent) beobachtet. Deutlicher wird diese Entwicklung bei der Betrachtung der ausgeschriebenen/offenen Stellen. Dort zeigte sich insgesamt ein signifikanter Rückgang von rund 18,5 Prozent im Vorquartalsvergleich. Besonders betroffen waren die Hilfskräfte mit einem Rückgang von rund 40 im Vorjahresvergleich. Aufgrund der konjunkturell bedingt niedrigen Nachfrage ist aktuell davon auszugehen, dass sich dieser Trend im weiteren Jahresverlauf fortsetzt, sofern es nicht zu einer deutlichen Besserung der Auftragslage der Druck- und Medienunternehmen kommt.

Der Fokus auf die unterschiedlichen Berufsgruppen verdeutlicht die Fachkräftesituation in der Druck- und Medienwirtschaft zu Beginn des Jahres. Während laut Angaben der Bundesagentur für Arbeit bei der Gruppe der Helfer auf 100 offene Stellen²⁵ rund 670 Arbeitslose kommen und die Vakanzzeit einer offenen Stelle mit durchschnittlich 143 Tagen nur rund 3 Prozent über dem allgemeinen Durchschnitt für Hilfskräfte liegt, stellt sich die Lage bei den ausgebildeten Fachkräften kritischer dar. Auf 100 ausgeschriebene Stellen kommen im Durchschnitt nur 216 Arbeitslose. Die durchschnittlichen Vakanzzeiten je ausgeschriebener Stelle liegen in der Druck- und Medienwirtschaft mit 168 Tagen rund 20 Prozent über dem Trend aller Berufe. Es fehlt daher weiterhin vor allem an gut ausgebildeten Fachkräften.

Hinzu kommt, dass der Arbeitsmarkt in der Druckbranche stark fragmentiert und regional unterschiedlich geprägt ist. So variiert die Fachkräftesituation je nach Bundesland zum Teil erheblich. Während in Nordrhein-Westfalen auf 100 gemeldete Stellen 362 arbeitslose Fachkräfte kommen und die durchschnittlichen Vakanzzeiten mit 146 Tagen unter dem Branchendurchschnitt liegen, kommen in Bayern nur 135 arbeitslose Fachkräfte auf 100 gemeldete Stellen und die entsprechenden Vakanzzeiten liegen im Schnitt mit 188 Tagen deutlich über dem Branchendurchschnitt. Eine eingeschränkte geografische Mobilität in diesen Berufsgruppen verhindert zudem, dass es zu signifikanten Ausgleichsbewegungen zwischen Bundesländern mit unterschiedlichen Nachfrage-/Angebotsrelationen kommt.

25 Ohne Zeitarbeit.

5 Insolvenzen

Trotz der im Jahr 2022 zunehmenden kostenseitigen Belastungen, den Materialengpässen und den Spätfolgen der Coronakrise blieben die Auswirkungen auf die Anzahl der Unternehmensinsolvenzen in der Druck- und Medienwirtschaft vergleichsweise moderat. Laut Angaben des Statistischen Bundesamtes wurden im Jahr 2022 insgesamt 54 neue Insolvenzverfahren eröffnet. Dies stellt zwar einen relativen Anstieg von rund 15 Prozent dar, ist im Kontext des absoluten Anstiegs von 7 zusätzlich eröffneten Insolvenzverfahren jedoch als vergleichsweise gering einzuordnen. Die Anzahl der eröffneten Insolvenzverfahren befindet sich damit auf dem zweitniedrigsten Stand seit dem Beginn der Zeitleiste im Jahr 2001. Dies beschränkt sich nicht nur auf die absolute Anzahl an betroffenen Betrieben, auch der an der Gesamtzahl der Betriebe in der Druck- und Medienindustrie gemessene Anteil an betroffenen Betrieben verweilte mit einem Anstieg von 0,1 Prozentpunkten auf 0,8 weiterhin auf einem niedrigen Niveau und damit weit unter dem langjährigen Durchschnitt von 1,6 Prozent.

In der Jahresbetrachtung werden insbesondere die Einflüsse der in Kapitel I und II ausführlich beschriebenen Auswirkungen der Materialengpässe und Energiepreisschwankungen deutlich. In der ersten Hälfte des Jahres 2022 wurde zunächst ein im Zeitverlauf rückläufiger Trend bei den eröffneten Insolvenzverfahren beobachtet. Im Vergleich zum ersten Halbjahr 2021 ging die Anzahl der eröffneten Insolvenzverfahren um rund 11 Prozent zurück. Mit Beginn des zweiten Halbjahres kehrte sich dieser Trend jedoch um. Im Vergleich zum Vorjahr stieg die Anzahl der eröffneten Insolvenzverfahren von 20 auf 30 an. Dies impliziert zwar einen Zuwachs von rund 50 Prozent, bedeutet jedoch im langfristigen Vergleich weiterhin ein niedriges Niveau.

Im ersten Halbjahr wurden die Betriebe der Druck- und Medienwirtschaft hauptsächlich mit steigenden Materialkosten und gravierenden Materialengpässen insbesondere bei der Versorgung mit Druckpapieren konfrontiert. Während diese zwar eine signifikante Belastung darstellten und mit grundlegenden Produktionsbehinderungen und Einschränkungen einhergingen, war die Auftragslage der Unternehmen weiterhin vergleichsweise gut. Als Ursache hierfür können primär die konjunkturelle Erholung und Nachhol-effekte in Folge der auslaufenden Coronapandemie gesehen werden. Mit Beginn des Ukrainekrieges wandelte sich die Lage grundlegend. Preisanstiege bei Vorleistungsgütern und Betriebsmitteln intensivierten sich und trieben sowohl Verkaufspreise als auch die kostenseitigen Belastungen für Unternehmen in die Höhe. Besonders für Unternehmen, welche die steigenden Kosten gar nicht oder nur sehr begrenzt weitergeben konnten, bildete dies ein existenzielles Bedrohungspotenzial. Zudem war die Nachfrage in zahlreichen Teilbereichen durch die resultierenden Inflations-, Konsum- und Preiseffekte deutlich rückläufig²⁶. Dies löste zwar graduell die Materialengpässe, stellte jedoch zahlreiche Betriebe vor die Herausforderung von sinkenden Auftragszahlen und -volumina.

Die steigenden Preise für Vorleistungsgüter, insbesondere für grafische Papiere, sorgten zudem für zusätzliche Verschärfung der Liquiditätssituation bei den Betrieben. Kurzfristig besteht bei stark steigenden Preisen die Gefahr von Liquiditätsengpässen, wenn kostenintensive Vorprodukte und Betriebsmittel vorfinanziert werden müssen. Unter gewissen Umständen kann dies einerseits eine existenzielle Bedrohung für Betriebe darstellen. Andererseits besteht bei verminderten Gewinnüberschüssen und höheren Kreditvergabestandards die Gefahr, dass es zu Rückstellungen und Streichung von Investitionen

²⁶ Vgl. Kapitel I.2 Produktionsentwicklung

kommt, die im Sinne der Wettbewerbsfähigkeit und dem strukturellen Wandel in der Druckindustrie zwingend erforderlich sind. Dies kann sich mittel- und langfristig zu einer Gefährdung der Geschäftsgrundlage für Betriebe entwickeln.

Angesichts der aufeinanderfolgenden Krisen wurden besonders die finanziellen Mittel zahlreicher Unternehmen belastet. Während und in Folge der Coronapandemie zielgerichtet Hilfsprogramme aufgelegt wurden, um besonders betroffene Unternehmen vor den resultierenden wirtschaftlichen Folgen zu schützen, liefen im Jahr 2022 zahlreiche Hilfsprogramme ins Leere. Zwar gab es zahlreiche Hilfsprogramme wie Bürgschaftsprogramme, Kredithilfen der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW), Eigen- und Hybridkapitalhilfen und die direkte Unterstützung von energieintensiven Unternehmen. Jedoch waren diese entweder nur begrenzt zugänglich oder aufgrund ihrer Konditionen nicht effektiv. So wurden vor allem die Kreditlinien der KfW aufgrund der unattraktiven Konditionen branchenübergreifend nur sehr begrenzt nachgefragt. Auch blieb das Energiekostendämpfungsprogramm (EKDP) zur Unterstützung energieintensiver Unternehmen für die Betriebe der Druck- und Medienwirtschaft aufgrund restriktiver Zulassungsbeschränkungen unzugänglich. Dies birgt in Verbindung mit steigenden Zinsen die Gefahr steigender Fremdkapitallasten und letztendlich einer potenziellen Überschuldung besonders betroffener Betriebe. Positiv wirkten sich die implementierten und verlängerten steuerlichen und sonstigen Erleichterungen²⁷ aus. Zudem ist davon auszugehen, dass die zum Jahresbeginn 2023 implementierten Energiepreislösungen die direkten Energiekosten begrenzen und so zu einer Verbesserung der Kostensituation beitragen.

Die voraussichtlichen kumulierten Forderungen, die mit der Eröffnung der Insolvenzverfahren einhergehen, steigen im Jahr 2022 an und bezifferten sich insgesamt auf rund 66,1 Mio. Euro (Vorjahr: 46,8 Mio. Euro). Dies entspricht einem Zuwachs von rund 41 Prozent, liegt jedoch weiter deutlich unter den Vorcoronaneiveaus (2019: 79,6 Mio. Euro). Die Anzahl der im Jahr 2022 von Insolvenzen in der Druck- und Medienindustrie betroffenen Beschäftigten stieg deutlich an, nachdem sie im Vorjahr um rund 58 Prozent gefallen war. Insgesamt stieg die Zahl der Betroffenen um 49 Prozent von 709 auf 1.059. Damit beträgt der Anteil der betroffenen Beschäftigten an der Gesamtzahl der in der Druck- und Medienindustrie tätigen Beschäftigten rund 1,0 Prozent. Von einem Insolvenzfall waren 2022 durchschnittlich 20 Beschäftigte betroffen, was im Zusammenhang mit der Höhe der aus der Insolvenz resultierenden Forderung darauf hindeutet, dass im Durchschnitt im Vergleich zum Vorjahr zunehmend größere Betriebe von Insolvenzen betroffen waren. Gegenüber dem Vorjahreswert stieg dieser Wert um durchschnittlich 4 Beschäftigte pro Insolvenzfall und liegt damit rund 6 Prozent über dem langjährigen Durchschnitt (vgl. Abb. 26).

Entgegen der gravierenden Belastungen kann jedoch im Jahr 2022 nicht von einer Insolvenzwelle gesprochen werden. Verglichen mit dem langjährigen Durchschnitt (2016 – 2021), lagen die Werte des Gesamtjahres 2022 rund 35 Prozent unter dem langjährigen Durchschnitt und rund 40 Prozent unter dem Wert des Vorcoronajahres 2019 (vgl. Abb. 26). Durch die im Kontext der Coronapandemie implementierten staatlichen Maßnahmen²⁸ waren die Insolvenzen in den Jahren 2020 und 2021 nur bedingt vergleichbar. Der Anstieg lässt sich somit sowohl durch die zusätzlichen Belastungen als auch durch eine Rückkehr zu den Werten der Vorcoronajahre erklären. Ein sprunghafter Anstieg nach

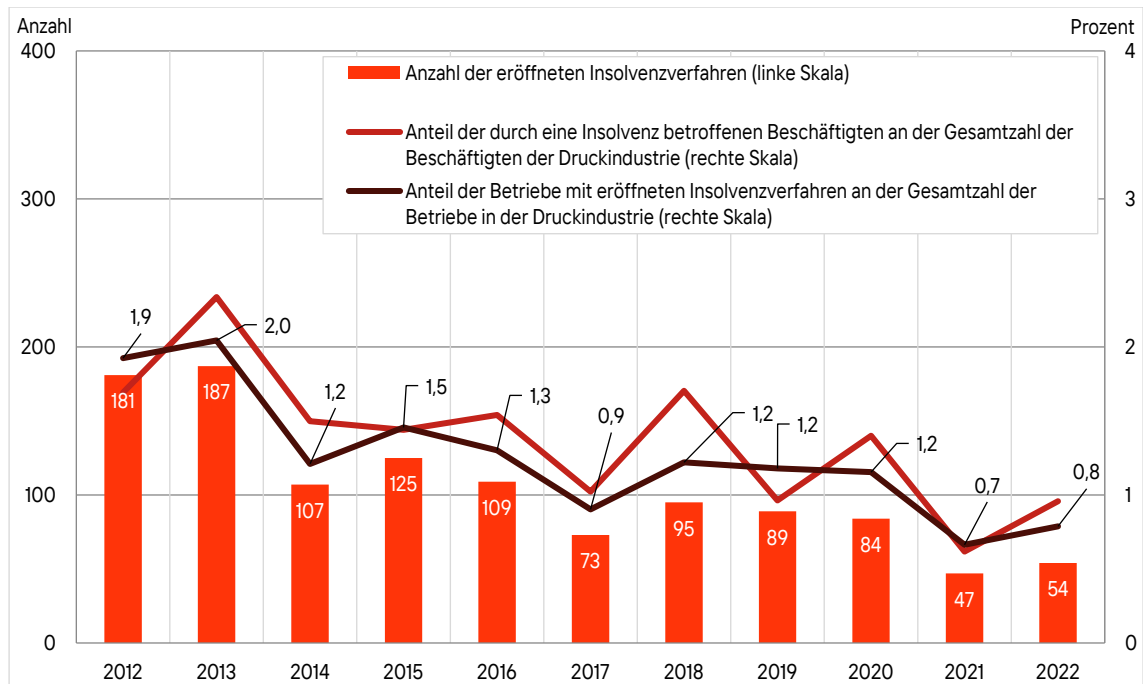
27 Degressive Abschreibungen, erweiterte Verlustrechnung, Kurzarbeitergeld, etc.

28 Insb. die Aussetzung der Insolvenzantragspflicht von April 2020 bis Mai 2021

Auslaufen einer Vielzahl von unterstützenden staatlichen Maßnahmen konnte nicht bestätigt werden. Die Annahme, dass in der Druckbranche während der Jahre seit 2020 eine nicht unerhebliche Dunkelziffer von Unternehmen existierte, deren betriebswirtschaftliche Situation eine Fortführung am Markt ohne staatliche Unterstützung unmöglich machte („Zombieunternehmen“), erwies sich somit als unzutreffend. Der bvdm hatte dies in der Vergangenheit bereits angezweifelt.

Jedoch kann keineswegs Entwarnung gegeben werden. Seit Beginn des Jahres 2022 sind Druck- und Medienunternehmen zunehmend kostenseitiger Belastung ausgesetzt. Zudem ist noch nicht abzusehen, wie sich die Gewinnmargen und die Nachfragesituation der Druck- und Medienbetriebe langfristig entwickelt und somit auf die Insolvenzen der Betriebe auswirkt. Zwar waren die Zunahmen der Insolvenzzahlen 2022 begrenzt, jedoch werden die mittel- und langfristigen Effekte sich erst in den kommenden Jahren in den Insolvenzzahlen manifestieren.

Abbildung 26: Anzahl der eröffneten Insolvenzverfahren und der betroffenen Beschäftigten, 2012–2022



Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: Mai 2023; Berechnungen: bvdm

In den **ersten vier Monaten des Jahres 2023** konnte keine außergewöhnliche Entwicklung hinsichtlich der Insolvenzen beobachtet werden. So ist die Anzahl der seit Anfang 2023 bei den Amtsgerichten öffentlichen Insolvenzbekanntmachungen über Unternehmen, die gemäß der Wirtschaftszweigklassifikation²⁹ der Druck- und Medienindustrie zuzuordnen sind, mit insgesamt 24 Fällen leicht über dem Niveau der vom statistischen Bundesamt herausgegebenen Daten vom Jahr 2022. Die Daten, auf deren Grundlage die Anzahl der Fälle bestimmt wurde, sind allerdings keine amtlichen Destatis-Daten, sondern stammen von der Unternehmensinsolvenzdatenbank des Sonderforschungsverbundes

29 WZ-2008

„TRR 266 Accounting for Transparency“³⁰. Dass sich diese Datenbank derzeit noch im Aufbau befindet, muss beim Vergleich mit den amtlichen Daten jedoch berücksichtigt werden. Da die Destatis-Insolvenzzahlen allerdings erst mit einem gewissen zeitlichen Verzug veröffentlicht werden, geben diese Daten eine zeitnahe Einsicht in die Entwicklungstendenz der Insolvenzzahlen.

Da die Gründe für eine bestehende Insolvenz laut Angaben des Statistischen Bundesamtes durchschnittlich rund 5 Monate in der Vergangenheit liegen werden sich die Auswirkungen der aktuellen und vergangenen Einschätzungen der relevanten Konjunkturindikatoren erst mit einiger Verzögerung in den Insolvenzstatistiken abbilden. Eine abschließende Bewertung des Vorjahres ist somit erst im weiteren Verlauf des aktuellen Jahres möglich. Hinzu kommt, dass die Insolvenzstatistik nur einen Teil der Unternehmen erfasst, die ihre Tätigkeit einstellen und den Markt verlassen. Aussagen über freiwillige Geschäftsaufgaben und Gewerbeabmeldungen können daher anhand dieser Zahlen ausdrücklich nicht abgeleitet werden.

In der jüngsten Konjunkturumfrage des Deutschen Industrie- und Handelskammertages³¹ (DIHK), die seit dem Jahr 2000 dreimal pro Jahr durchgeführt wird, geben 20 Prozent der im Druckgewerbe tätigen Unternehmen an, dass sie derzeit von Liquiditätsengpässen betroffen sind. Dies sind 5 Prozentpunkte weniger als noch im Vorjahreszeitraum 2022. Zudem gaben in der zu Jahresbeginn durchgeführten Umfrage 29 Prozent der Druck- und Medienunternehmen an, dass sie von Eigenkapitalrückgängen betroffen sind. Im Vergleich zu den entsprechenden Vorjahreswerten stellt dies jedoch keine Veränderung dar. Dies deutet darauf hin, dass die Finanzierungssituation der Druck- und Medienunternehmen auch weiterhin angespannt ist. Im Vergleich zum Vorjahr sind jedoch auch positive Entwicklungen zu vermelden. Der Anteil der im Druckgewerbe befragten Unternehmen, der seine Finanzlage als unproblematisch beschreibt, stieg um 7 Prozentpunkte von 50 auf 57 Prozent an. Der Anteil der Unternehmen, die unmittelbar von Insolvenz bedroht sind, war ebenfalls im Vorjahresvergleich rückläufig und sank um 5 Prozentpunkte auf 3 Prozent.

30 Die Daten stammen von der derzeit noch im Aufbau befindlichen Unternehmensinsolvenzdatenbank „insol“ des von der DFG-geförderten Sonderforschungsbereichs „TRR 266 Accounting for Transparency“ und basieren auf den Bekanntmachungen der Insolvenzgerichte.

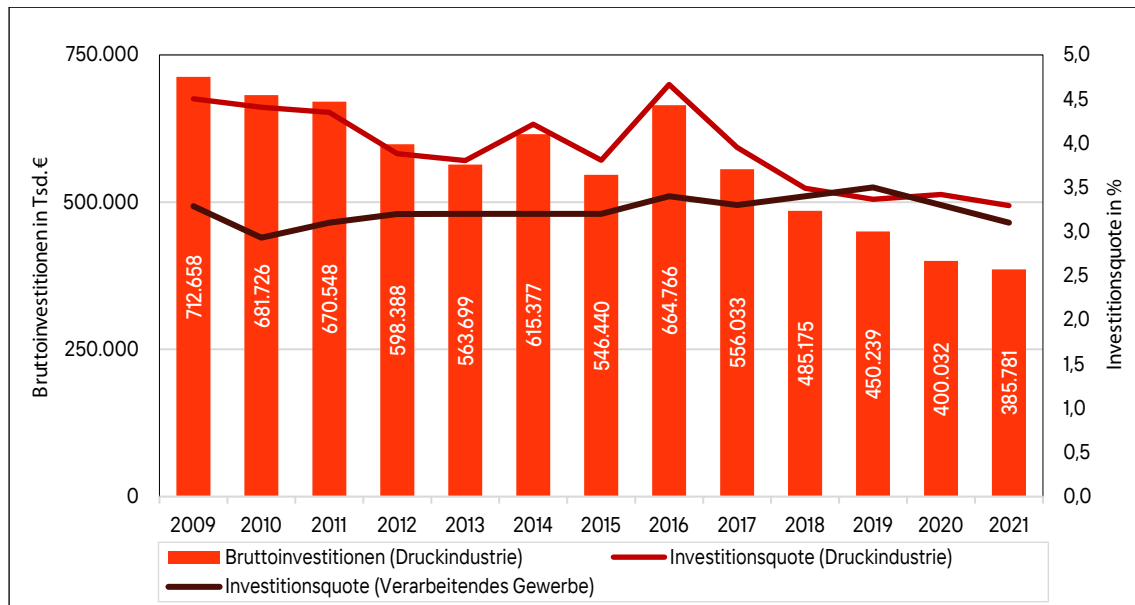
31 Jahresbeginn 2023.

6 Investitionen

Die jüngsten vorläufigen Daten des Statistischen Bundesamtes zeigen, dass die Bruttoanlageinvestitionen der Druck- und Medienunternehmen mit 20 und mehr Beschäftigten im Jahr 2021 gegenüber dem Jahr 2020 um -3,6 Prozent gefallen sind. Die entsprechenden Bruttoinvestitionen, die im Jahr 2020 noch rund 400 Mio. Euro betragen, sanken im Jahr 2021 um 14 Mio. Euro. Somit fiel sowohl der absolute als auch der relative Rückgang deutlich schwächer aus als noch im Vorjahr. Die Investitionsquote³², welche die Bruttoanlageinvestitionen in dem jeweiligen Berichtsjahr ins Verhältnis zum nominalen Branchenumsatz setzt, büßte im Jahresvergleich 2021/2020 nur gering ein und blieb mit 3,3 Prozent weiterhin über der Investitionsquote des Verarbeitenden Gewerbes. Dies ist primär darauf zurückzuführen, dass die Umsatz- und die entsprechende Investitionsentwicklung im Jahresvergleich gegenläufig ausfielen (vgl. Abb. 42/ Abb. 27).

Die seit 2016 zu beobachtete rückläufige Entwicklung der absoluten Investitionstätigkeit der Branche setzt sich damit zwar weiter fort, muss jedoch angesichts des langfristigen Trends sinkender Betriebszahlen, einerseits durch Betriebsaufgaben und Insolvenzen, andererseits durch unterschreiten der Betriebsgrößenschwelle des Berichtskreises, kontextual bewertet werden. Hinzu kommt, dass im Jahr 2021 zwar rückläufige Werte für die Gesamtinvestitionen der Branche verzeichnet wurden, die Investitionen in Maschinen jedoch um rund 1,8 Prozent zulegten. Somit ist der Rückgang der Gesamtwerte hauptsächlich auf verringerte Investitionen in Bauten und/oder Grundstücke zurückzuführen und nicht auf verringerte Investitionen in den Maschinenpark.

Abbildung 27: Bruttoinvestitionen von Druck- und Medienbetrieben, 2009–2021



Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten; Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: Mai 2023; Berechnungen: bvdM

³² IQ = Investitionen / Umsatz

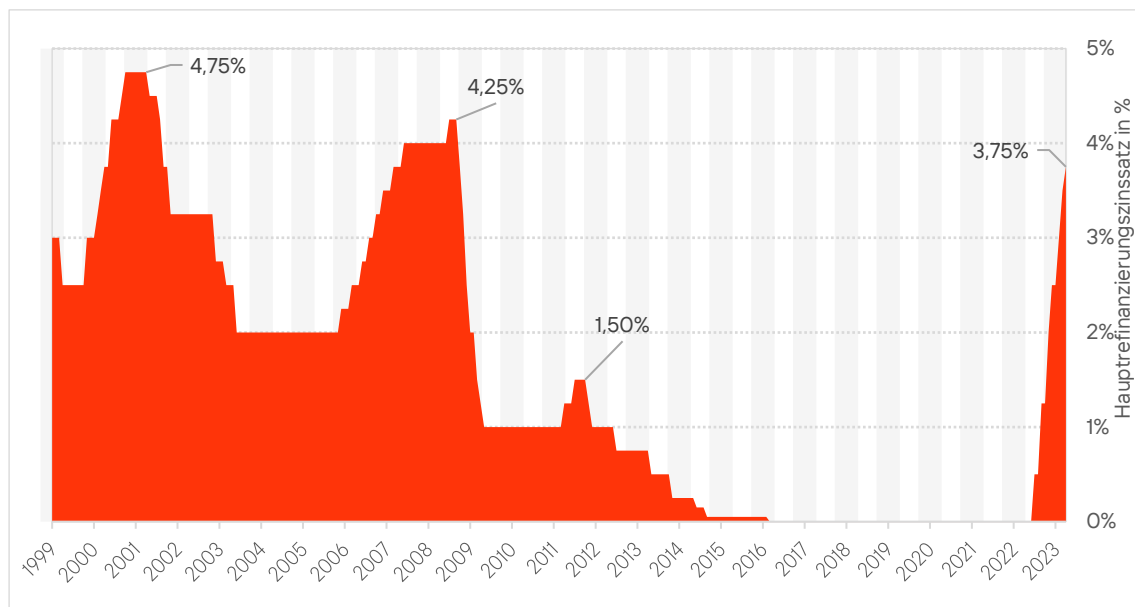
Aufgrund der beschriebenen Entwicklung nahmen auch die Investitionen je Beschäftigten zu, da der Rückgang der Beschäftigten auf Jahressicht stärker ausfiel, als die Abnahme der Bruttoinvestitionen. So stiegen die Investitionen je Beschäftigten zwischen 2020 und 2021 um 2,7 Prozent von 4.769 Euro je Beschäftigten auf 4.897 Euro je Beschäftigten (vgl. Abb. 42/ Abb. 27).

Angesichts der außergewöhnlich starken wirtschaftlichen Auswirkungen der Coronakrise und deren Folgen im Jahr 2021 haben Unternehmen, nicht nur in der Druckindustrie, sondern branchenübergreifend, insbesondere während der Lockdownphasen, die bis in das Jahr 2021 reichten, ihre Liquiditätsbestände durch Investitionsstreichungen und/oder -verschiebungen gesichert. Dies wird sowohl von amtlichen Statistiken als auch von den Ergebnissen der jährlichen bvdM-Branchenbefragungen zur wirtschaftlichen Lage in der Druckindustrie bestätigt.

Zinswende und Kredithürden

Nach dem Beginn des Ukrainekrieges und dem daraus resultierenden angebotsseitigen Inflationsschock läutete die Europäische Zentralbank (EZB) als geldpolitische Antwort die sogenannte Zinswende ein und erhöhte in vergleichsweise schneller Abfolge die Hauptrefinanzierungszinssätze um insgesamt 375 Basispunkte (3,75 Prozentpunkte) bis zum Mai 2023. Dies stellt die höchsten Zinssätze seit dem Jahr 2008 dar. Somit bekannte sich die EZB eindeutig zur Preisniveaustabilität in Europa und damit zu einer angestrebten Rückkehr der Verbraucherpreisentwicklung auf die Zielsetzung von 2,0 Prozent im Vorjahresvergleich. Gleichzeitig deutet dies auf die vorherrschende Einschätzung hin, dass die gesamtwirtschaftlichen Kosten einer hohen Inflation die Kosten steigender Zinsen langfristig überschreiten (vgl. Abb. 28).

Abbildung 28: Entwicklung des Zinssatzes der Europäischen Zentralbank für das Hauptrefinanzierungsgeschäft (1999–2023)



Quelle: Europäische Zentralbank (EZB); Darstellung: bvdM; Datenstand: Mai 2023

Branchenübergreifend bedeutete dies steigende Kosten für Fremdkapital in Form von höheren Zinslasten für Kreditnehmer. Wird zudem ein steigender Zinspfad antizipiert, so kann die Einpreisung der Erwartungen zusätzlich für einen Multiplikatoreffekt sorgen, welcher die Zinsbelastung für Kreditnehmer über die direkten Auswirkungen der eigentlichen Erhöhung hinaustreibt. Dies hebt sowohl die Kosten für längerfristige Investitionsvorhaben als auch für kurzfristige Kredite zur überbrückenden Finanzierung der gestiegenen Materialkosten für Vorleistungsgüter.

In Verbindung mit den im Jahr 2022 gestiegenen Marktrisiken weist dies besonders in der zweiten Jahreshälfte auf ein restriktiveres Kreditumfeld hin. Hier ist anzunehmen, dass sich insbesondere die volatile Lage an den Beschaffungsmärkten für elektrischen Strom und Gas und die damit verbundenen Risiken einer potenziellen Mangellage negativ auf die Risikoaufschläge auswirkte.

Dies wird von den Zahlen der KfW Research und des ifo Instituts, welche zusammen die KfW-ifo-Kredithürde³³ bilden, bestätigt. So wuchs der Anteil der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) im Verarbeitenden Gewerbe, die über restriktivere Kreditvergabebedingungen klagten, vom ersten bis zum dritten Quartal 2022 um 16 Prozentpunkte auf 27,7 Prozentpunkte an. Jedoch entspannte sich die Situation mit der Aufhellung der Risikolage gegen Ende 2022 und Anfang 2023 etwas. Die entsprechenden Anteile fielen auf 24,8 Prozentpunkte im vierten Quartal 2022 und weiter auf 21,0 Prozentpunkte im ersten Quartal 2023. Damit lagen sie im ersten Quartal 2023 rund 4,5 Prozentpunkte unter dem allgemeinen Trend für KMU in Deutschland.

Für die Druck- und Medienwirtschaft geht diese Entwicklung zwar mit einer Verschlechterung des Umfeldes und potenziellen Mehrkosten für Fremdkapital einher, die Entwicklung deutet jedoch in Folge darauf hin, dass selbst in Zeiten existenzieller Krisen, die Unternehmen der Druck- und Medienwirtschaft vergleichsweise unproblematischen Zugang zu Fremdkapital haben. Darauf weisen ebenfalls die Ergebnisse der DIHK Konjunkturumfragen hin. Der Anteil der Druckunternehmen die keinen erschwerten Fremdkapitalzugang verzeichneten, belief sich im Herbst 2022 auf 93 Prozent. Im Vergleich zu den Vorjahreswerten konnte somit keine signifikante Verschlechterung beobachtet werden.

Frühindikator zur Investitionsstimmung

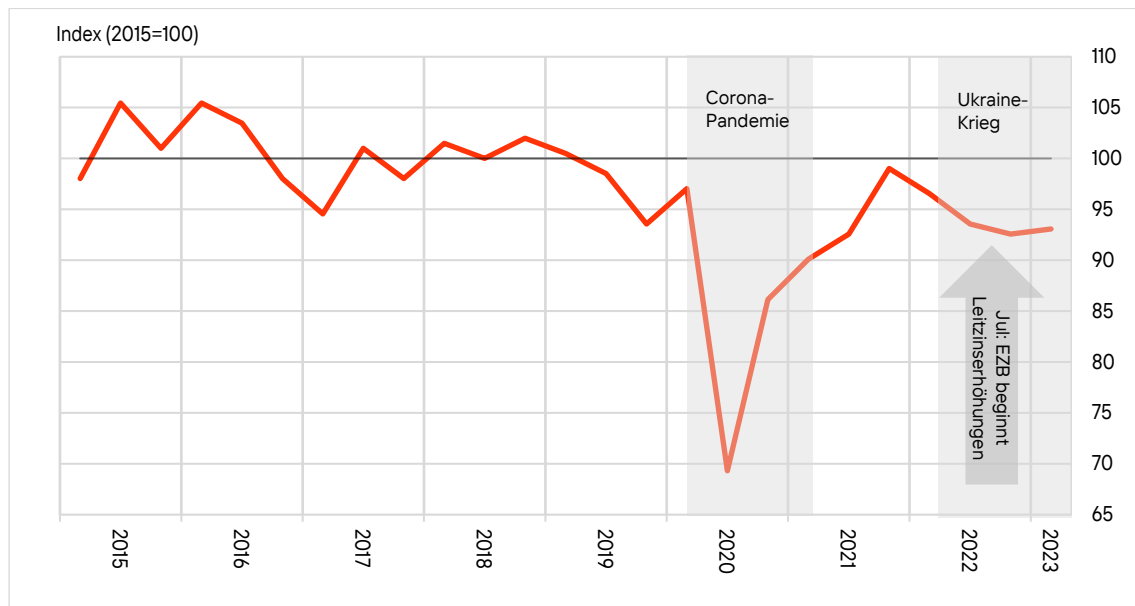
Durch den erheblichen zeitlichen Verzug bei der Nutzbarmachung der amtlichen Daten wird als Vorindikator der Einblick in die Investitionsabsichten der Druck- und Medienunternehmen der Jahre 2022/2023 durch die Konjunkturumfragen des DIHK verwendet. Für das Gesamtjahr 2022 zeichnet sich hier ein durchwachsendes Bild ab. Hier lagen die Salden mit Ausnahme der Herbstauswertung zwar über den Vorjahresergebnissen, jedoch muss sowohl die abnehmende Tendenz als auch die im Vorjahreszeitraum vorherrschenden Auswirkungen der Coronakrise berücksichtigt werden³⁴ (vgl. Abb. 29).

33 Marjenko et al. (2019), „Die neue Kredithürde: Hintergründe und Ergebnisse“, ifo Schnelldienst 18/2019, S. 46–48.

34 Statistischer Basiseffekt: Hier fällt der Vorjahresvergleich positiv aus, da der Zeitraum 2021 noch in die direkten Nachwirkungen der Periode der maßgeblichen pandemischen Einschränkungen durch die Coronapandemie im Jahr 2020/21 fällt. Im Gegensatz dazu, befand sich die Gesamtwirtschaft zu Jahresbeginn 2022 bis zu Beginn des Ukrainekrieges in einer von der konjunkturellen Erholung geprägten Phase.

Ganzjährig betrachtet lag der vom bvdM aufgrund der Daten vom DIHK berechnete Branchenindikator zur Investitionsstimmung damit 2022 rund ein Prozentpunkt über den Vorjahreswerten und rund 5 Prozent unter dem langjährigen Durchschnitt. Die vergleichsweise gute Investitionsstimmung zum Jahresende 2021 ging mit Beginn des Jahres 2022 schrittweise zurück und erreichte im Herbst 2022 mit einem Indexwert von 92,6 seinen Jahrestiefpunkt. Auch wenn die Werte damit unter der langfristigen Rate liegen, so liegen sie jedoch signifikant über den Indexwerten während der Coronapandemie (vgl. Abb. 29). Dies erklärt sich u. a. durch die zusätzlichen kostenseitigen Belastungen durch Energie- und Papierpreise. Diese wirken sich negativ auf die Finanzlage der Unternehmen aus. In Zeiten von volatilen Preisen und wirtschaftlichen Unwägbarkeiten präferieren Unternehmen ein höheres Maß an Liquidität. So kann es zu Aufschiebungen und Wegfall von Investitionen kommen. In welchem Maße sich dies auf die Investitionen 2022 auswirkte, kann allerdings erst mit der Auswertung der amtlichen Statistik eindeutig geklärt werden.

Abbildung 29: Entwicklung des Branchenindicators für Investition im Druckgewerbe (2015 bis 2023)



Anmerkung: Für den Index gilt (2015=100), Originalindex; Quelle: Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK); Entwicklung und Berechnung des Index: bvdM

Angesichts des strukturellen Wandels in der Druck- und Medienwirtschaft bleibt der Bedarf an Investitionen und Innovationen in den Betrieben weiterhin hoch. Die fortschreitende Digitalisierung, steigende Nachhaltigkeitsanforderungen und Veränderungen im Konsumverhalten stellen die Betriebe vor neue Herausforderungen. Infolgedessen hat die Branche in den letzten Jahren verstärkt in diese Bereiche investiert. Im Jahresdurchschnitt 2022 nannte etwa ein Drittel der Unternehmen Umweltschutzmaßnahmen als einen Hauptgrund für ihre Investitionsbemühungen. Angesichts der deutlich gestiegenen Kosten für Vorleistungsgüter, Betriebsmittel und Personal spielen auch Rationalisierungsinvestitionen weiterhin eine wichtige Rolle, wie mehr als ein Drittel der Unternehmen angab.

Ausblick für das Gesamtjahr 2023

Für 2023 zeigen die Ergebnisse der diesjährigen zum Jahresbeginn durchgeführten Umfrage, dass lediglich 21 Prozent der Unternehmen im Druckgewerbe vorhaben, in den nächsten zwölf Monaten ihre Ausgaben für Investitionen im Inland zu erhöhen. Wohingegen 33 Prozent der befragten Unternehmen auf eine Senkung der Ausgaben für

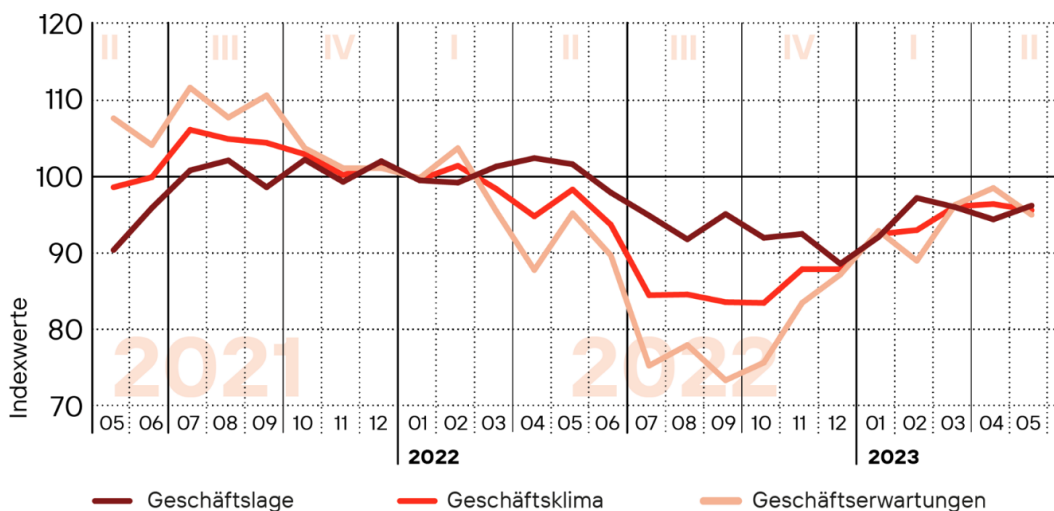
Investitionen abzielen. Im Vorjahresvergleich verschlechterte sich der Saldo der positiven und negativen Antworten um 7 Prozentpunkte legte jedoch zur Herbstumfrage 2022 um 1 Prozentpunkt zu. Dies ist jedoch deutlich besser als die Werte der Coronazeit 2020/21. Mit dem Ausbruch des Coronavirus waren die Investitionsabsichten auf ein Allzeittief gefallen, im Frühsommer 2020 betrug der Saldo -60 Prozentpunkte. Die Werte der Vorcoronajahre wurden zu Jahresbeginn 2023 im Vergleich mit den entsprechenden Vorperioden nicht erzielt. Die konjunkturelle Seitwärtsbewegung im ersten Quartal 2023 und die uneindeutigen Prognosen für die kommenden Quartale erschweren die Investitionsplanungen. Zudem zehrten die aufeinanderfolgenden Krisen an den finanziellen Rücklagen besonders der kleinen Unternehmen und erschweren damit weitere Investitionsmöglichkeiten. In der Branchenbefragung des bvdm aus dem April 2023 gab mehr als jedes fünfte Unternehmen an, Investitionsvorhaben aus Mangel an finanziellen Mitteln entweder zu verschieben oder zu streichen.

III Ausblick auf das Gesamtjahr 2023

Im ersten Quartal 2023 stabilisierte sich die wirtschaftliche Entwicklung der Druck- und Medienindustrie etwas. Zwar war sowohl die produktionsbezogene Entwicklung als auch die Entwicklung der nominalen und realen Umsätze von Januar bis März weiter rückläufig, jedoch schwächte sich der Rückgang im Vergleich zu den starken Rückgängen im vierten Quartal 2022 etwas ab. Der Vorquartalsrückgang der saison- und kalenderbereinigten Produktion- bzw. Umsatzindizes belief sich im ersten Quartal 2023 auf 0,6 Prozent bzw. 2,1 Prozent (-1,5 Prozent bzw. -6,7 Prozent im Vorquartal). Größtes Hemmnis einer Erholung ist die weiterhin unterdurchschnittliche Auftragslage. Hauptursachen dafür ist die auch im Jahr 2023 weiterhin stark ausgeprägte Verbraucher- und Erzeugerpreisinflation. In den Monaten Januar bis Mai 2023 lag diese trotz sinkender Tendenz im Mittel bei rund 7,6 Prozent bzw. 10,2 Prozent³⁵ im Vergleich zu den entsprechenden Vorjahresniveaus. Für das Jahr 2023 prognostizieren die führenden Wirtschaftsinstitute, sowie die Bundesbank und Bundesregierung Jahresinflationen zwischen 5,8 Prozent und 7,2 Prozent. Für das Jahr 2024 liegt die Schätzbreite nach aktuellem Datenstand zwischen 2,1 Prozent und 4,1 Prozent.

Für Unternehmen bedeutet dies aufgrund der höheren Kostenbelastungen weiterhin Einsparungen und Budgetbegrenzungen aber auch schlechtere Investitionsbedingungen durch steigende Zinsen. In dieser Phase kann die gesamtwirtschaftliche Entwicklung nur begrenzt zu einer nachhaltigen Stimulierung der Nachfrage nach kommerziellen Druckerzeugnissen und Dienstleistungen beitragen. Für das Jahr 2023 rechnen die Wirtschaftsinstitute aktuell mit einer Entwicklung des deutschen Bruttoinlandsprodukts zwischen -0,5 Prozent und +0,5 Prozent. Zwar gibt es auch hier eine positive Tendenz, vorherige Prognosen fielen deutlich negativer aus jedoch bleiben die Auswirkungen weiterhin begrenzt. Dies spiegelt sich in dem jüngsten Verlauf der konjunkturellen Präsenzindikatoren für die Druck- und Medienwirtschaft wider. Diese weisen auf eine Verbesserung der Geschäftslage im Vergleich zum Jahresende 2022 hin, unterstreichen jedoch die derzeit weiterhin angespannte Lage.

Abbildung 30: Stimmungsindikatoren der Druck- und Medienbranche (Mai 2021 – Mai 2023)



Quelle: ifo Institut; Anmerkung: Indexwerte sind saisonbereinigt; Berechnungen: bvdm; Datenstand: Mai 2022

35 Für Erzeugerpreise: Jan. – April 2023

Allen Umständen zum Trotz lag der saison- und kalenderbereinigte Geschäftslageindex damit im ersten Quartal rund 4,4 Prozent über dem Niveau des Vorjahresquartals. Auch die Entwicklungspotenziale in Form der Geschäftserwartungen schwanken deutlich, erholten sich jedoch im Vergleich zu der Vorjahresentwicklung etwas. Im Mai 2023 lag der saison- und kalenderbereinigte Index der Geschäftserwartungen rund 8,9 Prozent über dem Niveau zum Ende des Jahres 2022.

Auch der private Konsum konnte die gesamtwirtschaftliche Entwicklung im ersten Quartal kaum stützen. Die saison-, kalender- und preisbereinigten privaten Konsumausgaben sanken im ersten Quartal um 1,2 Prozent gegenüber dem Vorquartal und 1,0 Prozent gegenüber den entsprechenden Vorjahreswerten. Eine signifikante Änderung der Sparquote im Vergleich zu den Werten des Vorjahresquartals konnte jedoch nicht beobachtet werden. Bei Privatpersonen wurde die geringe Konsumneigung durch die entstandenen Mehraufwendungen und abhängig von der individuellen Einkommensentwicklung auch von potenziellen Reallohnverlusten geprägt. Im Hinblick auf die Lohnentwicklung ist dies jedoch als temporär einzustufen, da Angleichungsbewegungen hier bereits mit zeitlicher Verzögerung stattfinden.

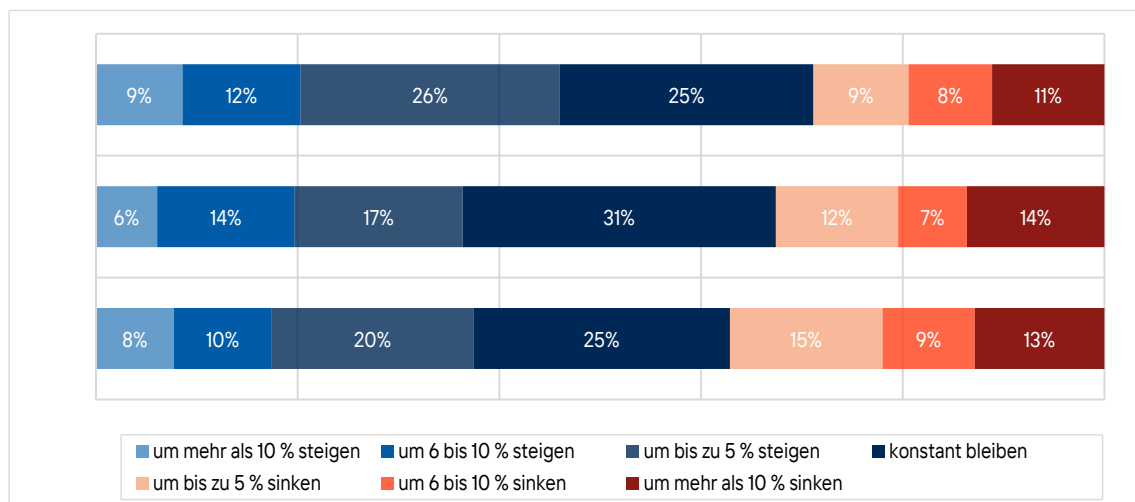
Dies bestätigen die Erhebungen des GFK-Konsumklimaindex, der mit einem Wert von -24,2 Punkten im Juni 2023 weiterhin deutlich negative Ausprägungen vorweist. Zwar liegt der Index damit rund 17,5 Punkte unter dem Niveau vom Juni 2021, jedoch rund 18,6 Punkte über dem Jahrestiefststand vom Oktober 2022. Laut Angaben der GFK tragen insbesondere die Erwartungen an tarifliche Einkommenssteigerungen maßgeblich zu einer optimistischeren Stimmung bei. Viele Arbeitnehmer gehen davon aus, dass die Lohn- und Gehaltserhöhungen zumindest teilweise die steigenden Preise ausgleichen können. Dadurch würden die Einbußen der Kaufkraft weniger schwerwiegend ausfallen als zuvor befürchtet. Allerdings lässt das weiterhin niedrige Niveau des Konsumklimas darauf schließen, dass der private Konsum in Deutschland auch im weiteren Jahresverlauf keinen bedeutenden Beitrag zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung leisten wird. Die erwarteten Verluste der Kaufkraft werden somit reale Fortschritte in der Binnenkonjunktur verhindern.

Angebotsseitig bestehen Potenziale für eine positive Entwicklung über die Preisentwicklung. Die Verkaufspreise für Druck- und Medienleistungen zeigten im ersten Quartal 2023 allerdings weiterhin gemischte Tendenzen. Zwar weisen zahlreiche Indikatoren wie rückläufige Preise von Vorprodukten und Betriebsmitteln eindeutig mittels Kostenreduktion in Richtung sinkender Preise, jedoch manifestieren sich einige Kosten verzögert bei den Betrieben und verringern die Abwärtstendenz der Preise. Auch dürfte sich die inflationsgetriebene Erhöhung der Personalaufwendungen noch nicht vollständig auf die Preisbildung der Betriebe ausgewirkt haben. Hält der Trend bei Vorleistungsgütern und Energie jedoch weiterhin an, so dürften in der Gesamtbetrachtung auch die Preise im weiteren Jahresverlauf eine bedingte Abwärtstendenz vorweisen. Dies birgt Potenzial für eine Erholung der Auftragslage. Es ist jedoch fraglich, in welcher Größenordnung preisbedingt abgewanderte Aufträge zurückgewonnen werden können. Dies gilt insbesondere im Wettbewerb mit digitalen Formaten.

Die beschriebene Situation macht deutlich, dass der weitere Verlauf der konjunkturellen Entwicklung der Druckindustrie im Jahr 2023 maßgeblich von einer Vielzahl von Einzel-faktoren abhängt. Dazu zählen u. a. der weitere Verlauf der geopolitischen Lage, die Energiepreissituation und das gesamtwirtschaftliche Wachstum.

Mit Blick auf die Einschätzungen der Druck- und Medienunternehmer für das Gesamtjahr 2023 deuten die Ergebnisse der im April bis Mai 2023 durchgeführten Branchenbefragung des bvdM auf ein zwiespältiges Bild hin. Nahezu jedes zweite der befragten Unternehmen (47 Prozent) geht für das Jahr 2023 im Vorjahresvergleich von steigenden Jahresumsätzen aus. Rund 25 Prozent der Unternehmen gab an, mit konstanten Jahresumsätzen zu rechnen, während rund 28 Prozent sinkende Jahresumsätze erwarten. Bei den Absatzzahlen ist die erwartete Entwicklung etwas pessimistischer. Während 31 Prozent von gleichbleibenden Absatzzahlen ausgehen, erwarten nur rund 37 Prozent steigende und rund 33 Prozent sinkende Absatzzahlen. Bei erwarteter Gewinnentwicklung bietet das Jahr 2023 sowohl positive als auch negative Potenziale. 38 Prozent der Befragten gingen demnach davon aus, trotz der schwierigen Umstände Gewinnsteigerungen im laufenden Jahr zu erzielen während 37 Prozent von einer rückläufigen Gewinnerwartung ausgingen. Rund 25 Prozent erwartete keine Änderung der Jahresgewinne. Bei der Interpretation der Ergebnisse ist darauf hinzuweisen, dass es sich lediglich um ein Stimmungsbild in der Branche handelt. Die Werte sollten daher nicht als exakte Daten interpretiert, sondern als punktueller Vorlaufindikator der Branchenentwicklung betrachtet werden (vgl. Abb. 31).³⁶

Abbildung 31: Einschätzung der Umsatz/Absatz und Gewinnentwicklung 2023



Quelle: bvdM Branchenbefragung zur wirtschaftlichen Lage der Druck- und Medienwirtschaft 2023; Datenstand: Mai 2023; Anmerkung: vorläufige Werte.

Laut der Fröhsommerumfrage 2023 des DIHK sehen die Unternehmen der Druck- und Medienbranche in Bezug auf die Risiken, denen sie im Jahr 2023 und in den kommenden Jahren gegenüberstehen, sowohl die Auftragssituation im Inland als auch die Preise für Rohstoffe und Energie als größte Bedrohung. Rund zwei von drei Befragten benannten beide Kategorien als eines der größten Geschäftsrisiken. Rund jeder zweite gab an, über die Entwicklung der Arbeitskosten und den zunehmenden Fachkräftemangel besorgt zu sein. Laut der Kostenstrukturerhebung des Statistischen Bundesamtes stellen Material- und Energieverbrauch (43 Prozent) und Personalkosten (31 Prozent) die größten Kostenpositionen der Druck- und Medienunternehmen dar³⁷. So steht neben der Nachfrage insbesondere die weitere Kostenentwicklung im Fokus der Unternehmen.

³⁶ Bei den Angaben handelt es sich um vorläufige Ergebnisse. Der vollständige Bericht der Branchenumfrage des bvdM ist ab Mitte Juli 2023 erhältlich.

³⁷ Die Angaben beziehen sich auf die aktuelle Erhebung aus dem Jahr 2020. Aufgrund der Ereignisse des Jahres 2022 ist es möglich, dass es zu signifikanten Verschiebungen in den Anteilswerten gekommen ist.

Insgesamt ist anzunehmen, dass die wirtschaftliche Entwicklung der Unternehmen in der Druck- und Medienindustrie im Jahr 2023 maßgeblich von den makroökonomischen Effekten beeinflusst wird, wie sie im Branchenbericht 2023/2022 dargelegt werden. Es ist jedoch nur bedingt absehbar, inwieweit sich dies konkret in den Produktions- und Umsatzzahlen niederschlagen wird, da die derzeitige Situation weiterhin von zahlreichen politischen und wirtschaftlichen Unsicherheiten geprägt ist. Es bleibt daher abzuwarten, wie sich insbesondere die Nachfrage und die Kostensituation in den kommenden Quartalen entwickeln werden.

Die deutsche Druck- und Medienbranche wurde seit ihren Anfängen immer wieder mit großen Herausforderungen konfrontiert, doch konnte sie diese stets durch unkonventionelle Lösungen und unternehmerisches Geschick bewältigen. Obwohl die Lage nach den wirtschaftlichen und politischen Turbulenzen des vergangenen Jahres prekär ist und die Belastungen historisch sind, hat sich die Branche auch im Jahr 2023 erneut als widerstandsfähig und innovativ erwiesen.

IV Statistischer Anhang: Struktur der Druck- und Medienwirtschaft

Die Druck- und Medienwirtschaft ist ein Wirtschaftszweig des Produzierenden Gewerbes und des Verarbeitenden Gewerbes. Dieser wird in der amtlichen Statistik mit der dreistelligen Nummer 18.1 des Klassifikationsverzeichnisses der Wirtschaftszweige (WZ) versehen.

Der sogenannte Dreisteller 18.1 wird auch als Wirtschaftsgruppe bezeichnet und wird in vier Sparten unterteilt, die als Wirtschaftsklassen bezeichnet werden: Drucken von Zeitungen (18.11), Drucken anderweitig nicht genannter Erzeugnisse (18.12), Druck- und Medienvorstufe (18.13) sowie Binden von Druckerzeugnissen und damit verbundene Dienstleistungen (18.14). Die letztgenannte Sparte 18.14 wird in diesem Bericht als „Druckweiterverarbeitung“ und die Sparte 18.12 als „Drucken sonstiger Erzeugnisse“ bezeichnet.

Kostenstruktur 2020

Abbildung 32: Die Kostenstruktur der Druck- und Medienwirtschaft 2020

Kostenposten	2020		2019		2018
	Wert in Mio. Euro	Anteil am Bruttoproduktionswert in %	Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %	Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %	Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %
Materialverbrauch	5.315	43,1	-18,8	-1,5	-4,0
Roh-, Hilfs-, Betriebsstoffe	4.588	37,2	-19,7	0,5	-3,5
dar.: Energieverbrauch	328	2,7	-0,0	-5,9	-6,4
Einsatz Handelsware	154	1,2	-2,8	-0,9	0,2
Kosten Lohnarbeiten	573	4,6	-14,5	-15,8	-8,0
Sonstige Betriebskosten	1.812	14,7	-3,4	-3,4	-2,7
Reparaturen, Instandhaltung	415	3,4	-4,0	-5,5	3,5
Steuern, Gebühren, Beiträge	35	0,3	-25,9	24,9	-4,7
Sonstige Kosten	1.362	11,1	-2,4	-3,5	-4,5
Finanzaufwand	1.042	8,5	-3,0	-2,2	-3,8
Steuerliche Abschreibungen	533	4,3	-2,6	-2,2	-3,3
Mieten, Pachten	445	3,6	1,6	-2,6	-4,2
Fremdkapitalzinsen	64	0,5	-28,5	-21,1	-4,0
Personalkosten (inkl. Leiharbeit)	3.829	31,1	-0,6	-3,8	0,3
Kosten für Leiharbeitnehmer	102	0,8	14,2	23,2	8,2
Bruttolohn-, Gehaltssumme	3.072	24,9	-1,2	-3,4	-0,1
Sozialkosten	655	5,3	0,1	-2,3	1,1
– gesetzliche	595	4,8	1,7	2,0	0,8
– sonstige	60	0,5	-13,5	-5,0	3,1
Bruttoproduktionswert	12.320	100	-8,1	-2,5	-4,1

Bemerkungen: Die Abbildung basiert auf den Angaben der Kostenstrukturerhebung des Statistischen Bundesamtes und umfasst nur Betriebe ab 20 Mitarbeitern. Die Summe der hier aufgelisteten übergeordneten Kostenposten entspricht 99,6 % der Kosten am Bruttoproduktionswert. Datenstand: Juni 2023; Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen: bvdM

Branchenumsatz 2021

Abbildung 33: Struktur des Branchenumsatzes 2021, Abgrenzung nach Sparten

Sparte	Unternehmen			Nominaler Umsatz		
	Anzahl	Anteil in %	gegenüber Vorjahr in %	Mio. Euro	Anteil in %	gegenüber Vorjahr in %
Drucken von Zeitungen	267	3,1	-10,7	1.175	6,8	5,2
Drucken sonstiger Erzeugnisse	5.563	63,9	-5,2	13.652	78,9	0,5
Druck- und Mediovorstufe	2.246	25,8	-4,7	1.926	11,1	5,9
Druckweiterverarbeitung	633	7,3	-6,1	559	3,2	4,2
Druckindustrie insgesamt	8.709	100,0	-5,3	17.312	100,0	5,2

Berichtskreis: Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über 22.000 Euro. Bedingte Vergleichbarkeit durch Strukturbruch in der Datenerhebung. Anheben der Erfassungsschwelle von Jahresumsatz von über 17.500 Euro auf über 22.000 Euro; Quelle: Statistisches Bundesamt, Datenstand: April 2022; Berechnungen: bvdM

Abbildung 34: Struktur des Branchenumsatzes 2021, Abgrenzung nach Umsatzgrößenklassen

Umsatzgrößenklassen (Jahresumsatz)	Unternehmen			Nominaler Umsatz		
	Anzahl	Anteil in %	gegenüber Vorjahr in %	Mio. Euro	Anteil in %	gegenüber Vorjahr in %
unter 1 Mio. Euro	6.855	78,7	-6,0	1.616	9,3	-4,9
1 bis unter 10 Mio. Euro	1.587	18,2	-3,2	4.892	28,3	-0,6
10 bis unter 50 Mio. Euro	228	2,6	1,3	4.536	26,2	3,5
50 bis unter 250 Mio. Euro	31	0,4	3,3	2.703	15,6	5,8
250 Mio. Euro und mehr	8	0,1	-	3.565	20,6	23,1
Druckindustrie insgesamt	8.709	100,0	-5,3	17.312	100,0	5,2

Berichtskreis: Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über 22.000 Euro. Bedingte Vergleichbarkeit durch Strukturbruch in der Datenerhebung. Anheben der Erfassungsschwelle von Jahresumsatz von über 17.500 Euro auf über 22.000 Euro; Quelle: Statistisches Bundesamt, Datenstand: Juni 2023; Berechnungen: bvdM

Abbildung 35: Struktur des Branchenumsatzes 2021, Abgrenzung nach Rechtsform

Rechtsform	Unternehmen			Umsatz		
	Anzahl	Anteil in %	gegenüber Vorjahr in %	Mio. Euro	Anteil in %	gegenüber Vorjahr in %
Einzelunternehmen	4.093	47,0	-4,7	1.122	6,5	-1,1
OHG, GbR u. a.	429	4,9	-8,3	247	1,4	-3,8
Kommanditgesellschaften	926	10,6	-3,1	4.811	27,8	0,7
Aktiengesellschaften, KGaA u. a.	24	0,3	-7,7	771	4,5	5,3
GmbH	3.179	36,5	-6,3	10.236	59,1	8,7
Sonstige	55	0,6	-	125	0,7	-0,7
Insgesamt	8.709	100,0	-5,3	17.312	100,0	5,2

Berichtskreis: Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über 22.000 Euro. Bedingte Vergleichbarkeit durch Strukturbruch in der Datenerhebung. Anheben der Erfassungsschwelle von Jahresumsatz von über 17.500 Euro auf über 22.000 Euro; Quelle: Statistisches Bundesamt, Datenstand: Juni 2023; Berechnungen: bvdM

Abbildung 36: Struktur des Branchenumsatzes 2021, Abgrenzung nach Bundesland

Bundesland	Unternehmen			Nominaler Umsatz		
	Anzahl	Anteil in %	gegenüber Vorjahr in %	Tsd. Euro	Anteil in %	gegenüber Vorjahr in %
Baden-Württemberg	1440	16,5	-4,8	2.445	14,1	2,1
Bayern	1662	19,1	-3,6	4.208	24,3	7,7
Berlin	324	3,7	-13,1	1.120	6,5	35,6
Brandenburg	167	1,9	-5,1	198	1,1	8,4
Bremen	61	0,7	-9,0	77	0,4	-2,5
Hamburg	238	2,7	-4,0	223	1,3	-6,4
Hessen	729	8,4	-5,3	865	5,0	4,3
Mecklenburg-Vorpommern*	-	-	-	-	-	-
Niedersachsen	690	7,9	-7,6	1.511	8,7	-0,5
Nordrhein-Westfalen	1883	21,6	-5,7	4.189	24,2	0,1
Rheinland-Pfalz	446	5,1	-3,9	478	2,8	7,1
Saarland	77	0,9	-11,5	53	0,3	-1,7
Sachsen	327	3,8	-4,1	634	3,7	19,4
Sachsen-Anhalt	-	-	-	-	-	-
Schleswig-Holstein	276	3,2	-4,2	812	4,7	-0,4
Thüringen*	-	-	-	-	-	-
Deutschland	8.709	100,0	-5,3	17.312	100,0	5,2

Anmerkungen: *Nicht ausgewiesen, vorläufige Zahlen; Berichtskreis: Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über 22.000 Euro. Bedingte Vergleichbarkeit durch Strukturbruch in der Datenerhebung. Anheben der Erfassungsschwelle von Jahresumsatz von über 17.500 Euro auf über 22.000 Euro; Quelle: Statistisches Bundesamt, Datenstand: Juni 2023; Berechnungen: bvdM

Abbildung 37: Umsatzentwicklung in der Druck- und Medienwirtschaft

Jahr	Umsatzsteuerpflichtige Unternehmen		Nominaler Umsatz		Realer Umsatz (preisbereinigt)	
	Anzahl	Änderung in %	in Tsd. Euro	Änderung in %	in Tsd. Euro	Änderung in %
2012	12.944	-1,8	21.559.781	2,4	21.157.783	1,8
2013	12.432	-4,0	20.706.553	-4,0	20.340.425	-3,9
2014	11.934	-4,0	20.696.516	0,0	20.491.600	0,7
2015	11.601	-2,8	21.083.509	1,9	21.083.509	2,9
2016	11.204	-3,4	20.860.842	-1,1	20.923.613	-0,8
2017	10.811	-3,5	20.753.478	-0,5	20.920.845	0,0
2018	10.457	-3,3	19.624.419	-5,4	19.644.063	-6,1
2019	10.017	-4,2	18.921.790	-3,6	18.771.617	-4,4
2020	9.198	-8,2	16.457.128	-13,0	16.490.108	-12,2
2021	8.709	-5,3	17.311.736	5,2	17.398.730	5,5
2022*	-	-	18.922.114	9,3	-	-

Anmerkungen: * Prognose des bvdM; Berichtskreis: Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über 22.000 Euro. Bedingte Vergleichbarkeit durch Strukturbruch in der Datenerhebung. Anheben der Erfassungsschwelle von Jahresumsatz von über 17.500 Euro auf über 22.000 Euro; Quelle: Statistisches Bundesamt, Datenstand: Juni 2023; Berechnungen: bvdM

Betriebe und Beschäftigte, 2022

Abbildung 38: Betriebs-/Beschäftigtenstruktur, Abgrenzung nach Beschäftigtengrößenklassen und Sparten

Beschäftigtengrößenklassen/Sparten	Betriebe			Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte		
	Anzahl	Anteil in %	gegenüber Vorjahr in %	Anzahl	Anteil in %	gegenüber Vorjahr in %
1 bis 9	4.824	70,4	-3,2	14.600	13,2	-3,5
10 bis 19	839	12,2	-1,4	11.539	10,4	-0,6
20 bis 49	694	10,1	-5,4	21.158	19,1	-5,3
50 bis 99	294	4,3	-3,0	20.326	18,4	-3,3
100 bis 499	193	2,8	-4,5	34.969	31,6	-6,6
500 und mehr	9	0,1	12,5	7.931	7,2	9,3
Drucken von Zeitungen	166	2,4	-6,2	6.714	6,1	-9,2
Drucken sonstiger Erzeugnisse	5.116	74,7	-3,5	82.445	74,6	-3,5
Druck- und Mediovorstufe	1.165	17,0	-1,5	16.154	14,6	-1,5
Druckweiterverarbeitung	406	5,9	-3,1	5.210	4,7	-6,0
Druckindustrie insgesamt	6.853	100,0	-3,2	110.523	100,0	-3,7

Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich. Berichtskreis: Betriebe ab einem sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten; Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Datenstand: Juni 2023; Stichtag: 30.06.2022; Berechnungen: bvdM

Außenhandel 2022

Abbildung 39: Außenhandel 2022, Aufschlüsselung nach Warengruppen

Warengruppe	Export			Import		
	Tsd. Euro	gegenüber Vorjahr in %	Anteil in %	Tsd. Euro	gegenüber Vorjahr in %	Anteil in %
Werbedrucke/Kataloge	737.790	-6,5	18,5	358.362	28,4	11,1
Etiketten	377.589	3,7	9,5	229.129	16,8	7,1
Kalender/Karten	110.388	1,8	2,8	140.135	-7,3	4,3
Abziehbilder/Transferdrucke	221.925	-8,5	5,6	40.249	9,4	1,2
Sonstige Erzeugnisse	702.593	2,3	17,6	591.216	7,6	18,3
Summe Druckerzeugnisse	2.150.285	-1,8	54,0	1.359.091	12,1	42,2
Bücher/Broschüren	1.539.956	-12,3	38,7	1.594.272	-7,3	49,5
Zeitungen/Zeitschriften	291.393	-11,5	7,3	269.888	22,7	8,4
Summe Verlagszeugnisse	1.831.349	-12,2	46,0	1.864.160	-3,9	57,8
Summe Druck- und Verlagszeugnisse	3.981.634	-6,9	100,0	3.223.251	3,8	100,0

Bemerkung: Vorläufige Werte; Verlags- und Druckerzeugnisse; Berichtskreis: EU-Handel: Von der Auskunftspflicht befreit sind Unternehmen, deren innergemeinschaftliche Warenverkehre je Verkehrsrichtung (Eingang bzw. Versendung) im Vorjahr bzw. im laufenden Jahr den Wert von 500.000 Euro (bis 2011: 400.000 Euro) nicht übersteigen. Handel mit Drittländern: alle anfallenden Zollmeldungen: Aufgrund von Anpassungen in der Erhebungsmethodik sind die Werte bis einschließlich 2021 nur eingeschränkt mit den Werten ab dem Jahr 2022 vergleichbar; Quelle: Statistisches Bundesamt, Datenstand: Juni 2023; Berechnungen: bvdM

Abbildung 40: Außenhandel 2022, Aufschlüsselung nach den zehn wichtigsten Ländern

Exporte nach ...				Importe aus ...			
Land	Tsd. Euro	ggü. Vj. in %	Anteil in %	Land	Tsd. Euro	ggü. Vj. in %	Anteil in %
Schweiz	671.955	-	16,9	Polen	877.982	-	27,2
Österreich	532.772	-	13,4	USA	301.097	-	9,3
Polen	429.237	-	10,8	China	275.490	-	8,5
Frankreich	409.260	-	10,3	Tschechische Republik	266.272	-	8,3
Niederlande	231.842	-	5,8	Großbritannien	206.054	-	6,4
USA	201.268	-	5,1	Niederlande	203.798	-	6,3
Großbritannien	180.956	-	4,5	Italien	197.434	-	6,1
Tschechische Republik	171.301	-	4,3	Österreich	139.495	-	4,3
Italien	151.866	-	3,8	Frankreich	137.665	-	4,3
Belgien	120.865	-	3,0	Belgien	95.301	-	3,0
Summe der 10 wichtigsten Länder	3.101.322	-7,8	77,9	Summe der 10 wichtigsten Länder	2.700.588	0,5	83,8
Summe Gesamt	3.981.634	-6,9	100,0	Summe Gesamt	3.223.251	3,8	100,0

Bemerkung: Vorläufige Werte; Verlags- und Druckerzeugnisse; Berichtskreis: EU-Handel: Von der Auskunftspflicht befreit sind Unternehmen, deren innergemeinschaftliche Warenverkehre je Verkehrsrichtung (Eingang bzw. Versendung) im Vorjahr bzw. im laufenden Jahr den Wert von 500 000 Euro (bis 2011: 400 000 Euro) nicht übersteigen. Handel mit Drittländern: alle anfallenden Zollmeldungen: Aufgrund von Anpassungen in der Erhebungsmethodik sind die Werte bis einschließlich 2021 nur eingeschränkt mit den Werten ab dem Jahr 2022 vergleichbar; Quelle: Statistisches Bundesamt, Datenstand: Juni 2023; Berechnungen: bvdM

Arbeitsmarkt 2022

Abbildung 41: Ausbildungsverträge in der Druck- und Medienindustrie

Ausbildungsbereich/ Ausbildungsberuf	Gesamtausbildungsverträge 1. bis 3. Ausbildungsjahr			Neue Ausbildungsverträge 1. Ausbildungsjahr		
	2022	2021	gegenüber Vorjahr in %	2022	2021	gegenüber Vorjahr in %
Mediengestaltung	5.949	6.136	-3,1	2.471	2.267	9,0
Mediengestalter Digital/Print	5.949	6.136	-3,1	2.471	2.267	9,0
Drucktechnik	1.588	1.759	-9,7	599	597	0,3
Medientechnologie Druck	1.380	1.517	-9,0	521	510	2,2
Medientechnologie Siebdruck	208	242	-14,1	78	87	-10,3
Druckverarbeitung	1.186	1.328	-10,7	427	483	-11,5
Medientechnologie Druckverarbeitung	362	399	-9,3	137	146	-6,2
Buchbinder	78	78	-	32	37	-13,5
Packmitteltechnologie	746	851	-12,3	258	300	-14,0
Gesamt	8.723	9.223	-5,4	3.497	3.347	4,5

Quelle: Statistik Berufsausbildung und Fortbildung des Zentral-Fachausschusses Berufsbildung Druck und Medien (ZFA); Datenstand: Juni 2023; Rundungsdifferenzen möglich

Investitionen 2021

Abbildung 42: Bruttoinvestitionen von Druck- und Medienbetrieben, 2016 – 2021

Indikator	2021	2020	2019	2018	2017	2016
Bruttoinvestitionen in Mio. Euro	386	400	450	485	556	665
Veränderung gegenüber Vorjahr in %	-3,6	-11,2	-7,2	-12,7	-16,4	21,7
Investitionsquote (Investitionen in % des Umsatzes)	3,3	3,4	3,4	3,5	4,0	4,7
Investitionsintensität (Investitionen je Beschäftigten) in Euro	4.897	4.769	5.059	5.240	5.980	7.162

Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten; Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: Juni 2023;
Berechnungen: bvdM

Impressum

Autor:

Maximilian Neumann, bvdM

Branchenbericht Druck- und Medienindustrie

Struktur, konjunkturelle Lage und Aussichten für 2023

Mitarbeit:

Ruth Hirschhäuser, bvdM

Herausgeber:

Bundesverband Druck und Medien e.V. (bvdM)

Markgrafenstraße 15, 10969 Berlin, www.bvdm-online.de

© 2023, Bundesverband Druck und Medien e.V. (bvdM), Berlin

Das Werk einschließlich seiner Einzelbeiträge und Abbildungen ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des bvdM unzulässig. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.