

Branchenbericht Druck- und Medienwirtschaft

Struktur, konjunkturelle Lage und
Aussichten für 2024

Berichtszeitraum:
Gesamtjahr 2023 und 1. Quartal 2024

Vorwort

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

die vergangenen Jahre waren von starken Schwankungen geprägt. Extremereignisse wie der Energiepreisschock und die Coronakrise haben nicht nur das gesellschaftliche Leben bis in seine Grundfesten erschüttert, sondern auch die Grundlagen wirtschaftlichen Handelns in Deutschland verändert. Die Bandbreite der Problemstellungen, mit denen die Betriebe und Unternehmen der Druck- und Medienwirtschaft konfrontiert waren und sind, ist groß. Sie umfasst unter anderem den digitalen Wandel, Lieferengpässe, Energiepreisschocks und Kostenexplosionen.

Welches Entwicklungspotenzial weisen die Umsatz- und Produktionszahlen der Druck- und Medienwirtschaft auf? Lässt sich ein Anstieg der Insolvenzen infolge der signifikanten Kostenbelastungen der vergangenen Jahre konstatieren? Wie präsentiert sich die Auftragslage der Branche? Inwiefern wirkt sich die gesamtwirtschaftliche Schwäche auf die deutsche Druck- und Medienwirtschaft aus?

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 2023 und das erste Quartal 2024 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 über Ihr Feedback sowie Ihre Anregungen.

Berlin, im Juli 2024



Kirsten Hommelhoff
Hauptgeschäftsführerin
Bundesverband Druck und Medien e.V.

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	4
I Wirtschaftliches Umfeld	10
1 Zuliefererbranchen	10
2 Abnehmerbranchen	19
II Konjunkturelle Lage der Druck- und Medienwirtschaft	26
1 Umsatzentwicklung und Entwicklung weiterer wichtiger Konjunkturindikatoren	26
2 Produktionsentwicklung	31
3 Verkaufspreisentwicklung	39
4 Arbeitsmarktentwicklung	41
5 Insolvenzen	47
6 Investitionen	49
III Ausblick	51
IV Statistischer Anhang: Struktur der Druck- und Medienwirtschaft	55
Branchenumsatz 2022	55
Betriebe und Beschäftigte, 2023	57
Außenhandel 2023	57
Investitionen 2022	58

Zusammenfassung

Das Jahr 2023 war für die Druck- und Medienwirtschaft erneut kein leichtes Jahr. Nach den bedeutenden realen Umsatz- und Produktionsrückgängen des Jahres 2022 wurden auch 2023 die Hoffnungen auf eine nachhaltige konjunkturelle Erholung in der Druck- und Medienwirtschaft enttäuscht. Die Nachwirkungen der wirtschaftlichen Belastungen durch den Ukraine-Krieg und die damit verbundene schwierige Nachfragesituation auch im Jahr 2023 haben die Branche in eine Konsolidierungsbewegung geführt. Zwar sind die Preise für Druckpapiere und Energie im Jahresverlauf zum Teil deutlich gesunken, lagen jedoch im Jahresdurchschnitt weiterhin auf einem höheren Niveau als vor Ausbruch der Krise.

Produktionsrückgänge verstärken sich; Kapazitätsauslastung prekär

Im Jahr 2023 verstärkte sich der Rückgang der Produktionstätigkeit in der Druck- und Medienwirtschaft. Der kalender- und saisonbereinigte Produktionsindex verzeichnete einen deutlich negativen Trend und sank im Jahresmittel um etwa 13,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Damit fällt der Rückgang im Vergleich zur durchschnittlichen Entwicklung der letzten 10 Jahre in diesem Jahr nicht nur deutlich stärker aus, sondern stellt den größten Jahresrückgang seit dem Beginn der Zeitleiste dar. Die insgesamt schwache konjunkturelle Entwicklung, eine geringe Konsumneigung, sinkende, jedoch nach wie vor hohe Inflationsraten sowie der allgemeine Trend zu steigender Kostenbelastungen, bedingten die deutliche Eintrübung der Auftragslage in der Druck- und Medienwirtschaft.

Ausmaß und Geschwindigkeit des Produktionsrückgangs führen zu einer Verschärfung der Überkapazitäten auf dem Druckmarkt: Weder der Rückgang der Betriebszahlen noch die Stilllegung von Maschinen und die Herausnahme von Angebotskapazitäten haben bisher eine vergleichbare Entwicklung gezeigt. Die durchschnittliche Kapazitätsauslastung der Betriebe in der Druck- und Medienindustrie sank daher von 81,3 Prozent im Jahr 2022 um rund 4 Prozentpunkte auf 77,3 Prozent im Jahr 2023 ab.

Umsätze sinken trotz Preiseffekten

Bedingt von gegenläufigen Effekten höherer Preisniveaus und rückläufiger Produktionsentwicklung kam es im Jahr 2023 zu nominalen Umsatzrückgängen bei gleichzeitigem Rückgang der realen Umsatzkennzahlen. Bei der Entwicklung der nominalen Umsätze überwog trotz der im Durchschnitt höheren Preise der Nachfragerückgang, sodass die Umsätze im Jahresdurchschnitt 2023 um rund 5,2 Prozent im Vorjahresvergleich zurückgingen. Während die kumulierten Umsätze im Vorjahresvergleich im ersten Quartal 2023 noch positiv ausfielen, drehte die Entwicklung ab dem zweiten Quartal ins Negative. Im Jahresverlauf verstärkte sich diese Entwicklung aufgrund des im gleichen Zeitraum einsetzenden Trends zu sinkenden Verkaufspreisen. Die preisbereinigte reale Umsatzentwicklung fiel dementsprechend im ersten Quartal im Mittel mit 13,9 Prozent im Vorjahresvergleich deutlich negativ aus und ging im Verlauf des Jahres etwas zurück, sodass im Jahresmittel ein Rückgang von 12,6 Prozent beobachtet wurde.

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 einer Abnahme der kumulierten nominalen Jahresumsätze von 6,2 Prozent einen überdurchschnittlichen Rückgang. Auch der reale Rückgang lag mit rund 12,9 Prozent etwas über dem Branchendurchschnitt. Beim Druck von Zeitungen lagen die nominalen Umsätze nach dem Zuwachs des Vorjahres nun erneut rund 7,1 Prozent unter den Vorjahreswerten.

Bei den Druckdienstleistungssparten von Betrieben mit 50 oder mehr Beschäftigten lagen die kumulierten nominalen Umsätze der Druck- und Medienvorstufe mit 12,5 Prozent im Plus¹, während die Druckweiterverarbeitung nominale Umsatzverluste von 5,2 Prozent verzeichnete.

Energie- und Druckpapierpreise nehmen 2023 deutlich ab

Nachdem der Aufwärtstrend bei der Entwicklung der Preise für energetische Rohstoffe und Energieträger mit den historischen Höchstständen im August 2022 sein Ende fand, konnte auf den Energiemärkten eine graduelle Entspannung beobachtet werden. Auch im Jahresverlauf 2023 war bei der überwiegenden Anzahl der Energieträger eine rückläufige Tendenz zu beobachten. Im Vergleich zum Vorjahr sind die Börsenpreise für Erdgas und Strom im Jahresmittel um rund 60,4 Prozent bzw. 63,3 Prozent gesunken. Im Zeitraum von Januar 2023 bis Dezember 2023 verzeichneten die entsprechenden Indizes des Statistischen Bundesamtes Rückgänge von 44 Prozent für elektrischen Strom und rund 43 Prozent für Erdgas. In der langfristigen Betrachtung liegen diese jedoch weiterhin deutlich über den Jahresvergleichswerten. Die Börsenpreise für elektrischen Strom notierten im Jahr 2023 im Mittel rund 168,7 Prozent höher als im langfristigen Durchschnitt (2011–2021). Bei Erdgas fällt der Vergleich mit +99,2 Prozent zwar etwas geringer, jedoch weiterhin signifikant erhöht aus.

Bei den grafischen Druck- und Zeitungsdruckpapieren beschleunigte sich die bereits im 4. Quartal 2022 begonnene Abwärtsbewegung der Preise im ersten Halbjahr 2023, flachte jedoch im zweiten Halbjahr erneut merklich ab. Somit lag das Preisniveau für grafische Druck- und Zeitungsdruckpapiere zum Jahresende 2023 trotz der deutlichen Rückgänge weiter sichtlich über dem Niveau vor dem Beginn der drastischen Preisanstiege. Die vom Statistischen Bundesamt berechneten Indizes lagen im Dezember 2023 für Zeitungsdruckpapier rund 42,5 Prozent und für grafische Papiere und Pappen rund 43,1 Prozent über dem Jahresmittel von 2021. Somit blieb das Grundproblem der erhöhten Kostenlasten trotz des negativen Trends auch 2023 weiter bestehen. Im Vorjahresvergleich führen die gegenläufigen Entwicklungen der zwei Jahre daher zu einem Jahresdurchschnitt, der 2023 bei Zeitungsdruckpapieren rund 16,6 Prozent unter und bei den anderen grafischen Papieren und Pappen rund 0,2 Prozent über dem Vorjahresmittel lag.

Verkaufspreise für Druckereileistungen im Trend rückläufig

Der vom Statistischen Bundesamt veröffentlichte Preisindex für Druckereileistungen verzeichnete im Jahr 2023 einen Anstieg von durchschnittlich 8,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Nachdem der Index im Vorjahr einen starken Zuwachs verzeichnete, überstieg er das Vorjahresniveau erneut deutlich. Der Anstieg des Preisindex fiel jedoch wesentlich schwächer aus als der Vorjahresanstieg (+18,1 Prozent). Die Anstiege im Vorjahresvergleich sind mitunter auf statistische Basiseffekte zurückzuführen. Ab dem zweiten Quartal 2023 wurden im Vormonatsvergleich überwiegend rückläufige Preise verzeichnet. Im Vergleich zu den starken Anstiegen des Vorjahres verläuft dieser Trend jedoch vergleichsweise moderat, sodass im Jahresdurchschnitt weiterhin ein erhöhtes Niveau beobachtet wird.

Obwohl für alle der vier Druck- und Mediensparten 2023 im Jahresdurchschnitt höhere Preise anlagen als im Vorjahr, unterscheidet sich die Trendentwicklung je nach Sparte. Für die Drucksparten – Druck von Zeitungen sowie Drucken sonstiger Erzeugnisse – werden im Trend ab dem zweiten Quartal überwiegend sinkende Preise im Vormonatsvergleich

¹ Bei der Entwicklung der Umsätze der Druck- und Medienvorstufe verzerrt ein statistischer Effekt die Umsätze nach oben.

verzeichnet, während die Druckdienstleistungssparten – Druck- und Mediovorstufe sowie Druckweiterverarbeitung – im Trend weiter zulegen.

Die Ursachen der Preisanstiege liegen hauptsächlich in den Veränderungen der Preise für Vorprodukte, Betriebsmittel und andere Kostenarten begründet. Dabei kam es 2023 zum Teil zu gegenläufigen Effekten. Während die Kosten für Druckpapiere und Energie im Trend rückläufig waren, stiegen die Kosten für Personal und Transport an. Da selbst bei den rückläufigen Kostenpositionen – wie z. B. bei den Druckpapieren beschrieben – nicht davon auszugehen ist, dass diese mittelfristig wieder das Vorkrisenniveau erreichen werden, ist davon auszugehen, dass sich auch die Verkaufspreise für Druckerzeugnisse trotz des hohen Wettbewerbsdrucks in einem sich konsolidierenden Markt dauerhaft auf einem höheren Niveau etablieren werden.

Überwiegende Rückgänge der Produktionswerte

In sämtlichen Produktgruppen, die der Sparte der Druckerzeugnisse zuzuordnen sind, wurden sinkende Produktionswerte verzeichnet. Gegensätzliche Entwicklungen beschränkten sich hauptsächlich auf Produktionsverfahren und Produktarten, nicht jedoch auf die übergeordnete Produktgruppe. Ein Großteil der Produktionswerteinbußen sind dabei auf die gesunkene Nachfrage zurückzuführen.

Der Gesamtwert der Produktion von Druckerzeugnissen und Druckdienstleistungen sank um 6,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr auf rund 12,6 Mrd. Euro. Druckerzeugnisse sanken überdurchschnittlich stark um 7,0 Prozent, während Druckdienstleistungen um 4,8 Prozent zurückgingen. Der Werbeproduktbereich, der mit rund 38 Prozent aller Druckerzeugnisse der weiterhin wertmäßig bedeutendste Bereich ist, verzeichnete im Jahr 2023 eine Abnahme von 10,7 Prozent. Prospekte (-17,2 Prozent), Kataloge (-11,2 Prozent), andere Werbeprodukte und -schriften (-6,8 Prozent) sowie Geschäftsberichte (-15,9 Prozent) zeigten deutliche Rückgänge. Der Produktionswert von Plakaten stagnierte nahezu mit einer leichten Abnahme von rund 0,4 Prozent im Vorjahresvergleich. Einzig Werbemailings konnten von den Veränderungen auf dem Werbemarkt profitieren und legten mit einem Wertzuwachs von rund 20 Prozent im Vorjahresvergleich deutlich zu.

Zeitungen/Anzeigenblätter (-12,0 Prozent) und Zeitschriften (-6,7 Prozent) verzeichneten neben rückläufigen Auflagen auch einen starken Wertverlust. Bedruckte Etiketten erfuhren dagegen mit einem Rückgang von 1,5 Prozent vergleichsweise geringe Einbußen. Auch die sonstigen Druckerzeugnisse sowie Kalender wiesen einen unterdurchschnittlichen Rückgang von 1,7 Prozent bzw. 1,6 Prozent vor. Bücher gingen um 9 Prozent zurück.

Rückläufige Werte wurden auch im Bereich der Druckdienstleistungen beobachtet (-4,8 Prozent). Während die Druck- und Mediovorstufe noch einen vergleichsweise geringen Rückgang von 1,4 Prozent verzeichnet, fielen die Rückgänge der Produktionswerte in der Druckweiterverarbeitung mit 9,8 Prozent deutlich stärker aus.

Insolvenzen steigen, Fachkräftemangel schwächer aber weiter präsent

Im Jahr 2023 wurde ein Anstieg der Zahl der Insolvenzen um 20,4 Prozent beobachtet, was eine weitere Abweichung von dem im Jahr 2021 beobachteten Allzeittief darstellt. Obgleich ein Anstieg zu verzeichnen ist, bleibt die absolute Zahl der Insolvenzen niedrig (unter dem Niveau vor der Coronapandemie), insbesondere unter Berücksichtigung des aktuellen Wirtschaftsabschwungs sowie der langfristigen Auswirkungen der Energiekrise auf die Druckindustrie. Gemäß Angaben des Statistischen Bundesamtes wurden im Jahr 2023 insgesamt 65 neue Insolvenzverfahren eröffnet. Die Anzahl der eröffneten Insolvenzverfahren befindet sich damit absolut auf dem drittniedrigsten Stand seit Beginn der Zeitleiste im Jahr 2001.

Dies beschränkt sich nicht nur auf die absolute Anzahl an betroffenen Betrieben, sondern auch auf den Anteil an der Gesamtzahl. Der Anteil der betroffenen Betriebe in der Druck- und Medienindustrie gemessen an der Gesamtzahl der Betriebe verblieb mit einem Anstieg von 0,2 Prozentpunkten auf 1,0 Prozent weiterhin auf einem niedrigen Niveau und damit unter dem langjährigen Durchschnitt von 1,6 Prozent.

Nachdem der Branchenindikator für Fachkräftemangel im Jahr 2022 einen neuen Höchststand erreicht hatte, verzeichnete er im Jahr 2023 im Vorjahresvergleich einen Rückgang von rund 13,4 Prozent. Dennoch lag er damit weiterhin rund 35 Prozent über dem langfristigen Mittel (2011–2021). Auch im bisherigen Verlauf des Jahres 2024 ist ein Rückgang des Index zu verzeichnen. Im April 2024 wurde ein Rückgang des Index um rund 26,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat verzeichnet. Als Ursache gilt die durch eine schlechte Auftragslage gehemmte Produktionsentwicklung. In der Konsequenz ist bei der Nachfrage nach ausgebildeten Fachkräften ein temporärer Rückgang zu verzeichnen, was zu einer kurzzeitigen Entlastung der Lage führt. Allerdings bestehen grundlegende Probleme – wie niedrige Ausbildungszahlen und der demografische Wandel – weiterhin und können bei abgeschlossener Konsolidierung des Marktes eine erneute Verschärfung der Fachkräftesituation im Arbeitsmarkt für Druckberufe begünstigen.

Ausblick für das Jahr 2024

Im ersten Quartal 2024 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 im Vorjahresvergleich weiter rückläufig, jedoch schwächte sich der Rückgang bei der Produktionsentwicklung im Vergleich zu den starken Rückgängen des Vorjahres deutlich ab. Größtes Hemmnis einer Erholung sind die weiterhin unterdurchschnittliche Auftragslage bzw. Kapazitätsauslastungen.

Die weiterhin gedämpfte Konsumneigung sowie eine voraussichtlich stagnierende gesamtwirtschaftliche Entwicklung im Jahr 2024 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 etwas positiver aus als noch 2023, jedoch liegen sie damit weiterhin hinter den Niveaus der Vorkrisenjahre zurück.

Plateaubildung und Aufwärtsrisiken bei den Preisen für Druckpapiere

Kurzfristig dominieren bei der Papierpreisbildung weiterhin das Überangebot auf den Märkten sowie die Auswirkungen der dargestellten Erzeugerpreisrückgänge bei den wichtigsten Vorleistungsgütern und Betriebsmitteln gegenüber den historischen Höchstständen im Jahr 2022. Somit ist kurzfristig weiterhin von einer Seitwärtsbewegung bei der Preisentwicklung auszugehen. In der sortenspezifischen Preisbetrachtung zeichnet sich für die überwiegende Zahl der dargestellten Produkte bereits eine Plateaubildung ab, die auch durch die überwiegend konstanten Erzeugerpreisindizes des Statistischen Bundesamtes im ersten Quartal 2024 bestätigt wird.

Allerdings ist bei einigen Vorprodukte der Papierherstellung ein Trend zum Wideranstieg der Preise zu beobachten. So stiegen die Preise für Zell- und Holzstoffe im Jahr 2024 weiter an. Setzt sich dieser Trend fort, wird es trotz der gedämpften Nachfrage und dem weiterhin vorherrschenden Überangebot zu erneuten Aufwärtsrisiken bei der Preisbildung für Druckpapiere kommen. Auch in Anbetracht der energie- und klimapolitischen Entwicklungen auf nationaler und europäischer Ebene, die im Branchenbericht weiter thematisiert werden und insbesondere in den kommenden zehn Jahren eine entscheidende Rolle für das gesamte

Verarbeitende Gewerbe spielen werden, ist davon auszugehen, dass auch in den kommenden Jahren eine Rückkehr zu den relativ niedrigen Papierpreisen, die vor der Krise vorzufinden waren, sehr unwahrscheinlich ist.

Branchensituation bleibt angespannt

Insgesamt ist die Situation der Unternehmen der Druck- und Medienwirtschaft von der weiteren gesamtwirtschaftlichen Entwicklung abhängig. Inwieweit sich diese in den Produktions- und Umsatzzahlen niederschlagen wird, ist jedoch aufgrund der zahlreichen politischen und wirtschaftlichen Unsicherheiten in der aktuellen Situation nur bedingt abschätzbar. Es bleibt abzuwarten, wie sich die weitere gesamtwirtschaftliche Entwicklung sowie das Vorschreiten der Energiewende und der regulatorischen Belastungen im weiteren Zeitverlauf auswirken.

**Abbildung 1: Konjunkturindikatoren und Kennzahlen für das Jahr 2023,
Vergleich zum Verarbeitenden Gewerbe**

Konjunkturindikator/Kennzahl	Druck- und Medienindustrie		Verarbeitendes Gewerbe	
	Absolut	Gegenüber Vorjahr in %	Absolut	Gegenüber Vorjahr in %
Ø Anzahl der Betriebe	444	-3,4	22.450	+0,1
Ø Anzahl der Beschäftigten	55.748	-3,6	5.566.648	+1,1
Umsatz (in Mio. Euro)				
Nominal	10.145	-5,2	2.226.531	+0,6
Inlandsumsatz	8.690	-5,8	1.072.333	-1,9
Auslandsumsatz	1.455	-1,3	1.154.198	+3,1
Anteil Auslandsumsatz am gesamten nominalen Umsatz in %	14,3	+4,1	51,8	+2,4
je Beschäftigten (in Euro, kumuliert)	181.977	-1,6	399.977	-0,4
je geleistete Arbeitsstunde (in Euro/Std.)	124,15	-1,7	272,67	-0,4
Entgelte (in Mio. Euro, kumuliert)				
Anteil am nominalen Umsatz in % (Lohnquote)	22,0	+4,8	14,6	+4,6
je Beschäftigten (Ø in Euro, kumuliert)	39.949	+3,1	58.649	+4,2
je geleistete Arbeitsstunde (Ø in Euro/Std.)	27,25	+3,0	39,98	+4,2
Geleistete Arbeitsstunden (in Tsd. Std.)	81.712	-3,6	8.165.741	+1,0

Bemerkungen: Berichtskreis: Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten (Umsatzzahlen, Betriebs- und Beschäftigtenzahl, Entgelte, Arbeitsstunden), Datenstand: Juni 2024; 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

Während im Vorjahr die mengen- und wertmäßige Entwicklung der wichtigsten Vorleistungsgüter der Druck- und Medienindustrie häufig gegenläufig geprägt war, wurden im Jahr 2023 überwiegend einheitlich negative Entwicklungen verzeichnet. Dabei intensivte sich der Rückgang der Absatzmengen bei den wichtigsten Vorleistungsgütern aufgrund der maßgeblich durch den Kostenschock induzierten Nachfragerückgänge merklich. Der inländische Druckfarbenabsatz in Wert (-10,0 Prozent) und in Menge (-13,0 Prozent) sank deutlich. Besonders stark traf es den Absatz von grafischen Papieren. Nachdem im Jahr 2022 bereits ein starker Rückgang bei der Absatzmenge verzeichnet worden war, brach die abgesetzte Menge im Inland 2023 regelrecht ein (-27 Prozent). Davon blieben auch Etiketten- und Verpackungspapiere nicht verschont (-23 Prozent). Im gleichen Zeitraum nahmen auch die Einfuhren von Druck- und Verlagserzeugnissen nach Deutschland mengenmäßig (-15,9 Prozent) und wertmäßig (-9,0 Prozent) gegenüber 2022 deutlich ab (vgl. Abb. 3).

Nachfragerückgänge und rückläufige Preise bei Druckpapieren im Jahr 2023

Bei den grafischen Druck- und Zeitungsdruckpapieren beschleunigte sich die bereits im 4. Quartal 2022 begonnene Abwärtsbewegung der Preise im ersten Halbjahr 2023, flachte jedoch im zweiten Halbjahr erneut merklich ab, sodass das Preisniveau für grafische Druck- und Zeitungsdruckpapiere zum Jahresende 2023 trotz der deutlichen Rückgänge weiter sichtlich über dem Niveau vor dem Beginn der drastischen Preisanstiege lag. Die vom Statistischen Bundesamt berechneten Indizes lagen im Dezember 2023 für Zeitungsdruckpapier rund 42,5 Prozent und für grafische Papiere und Pappen rund 43,1 Prozent über dem Jahresmittel von 2021. Somit blieb das Grundproblem der erhöhten Kostenlasten trotz des negativen Trends auch 2023 weiter bestehen. Im Vorjahresvergleich führen die gegenläufigen Entwicklungen der zwei Jahre daher zu einem Jahresdurchschnitt der 2023 bei Zeitungsdruckpapieren rund 16,6 Prozent unter und bei den anderen grafischen Papieren und Pappen rund 0,2 Prozent über dem Vorjahresmittel lag (vgl. Abb. 2).

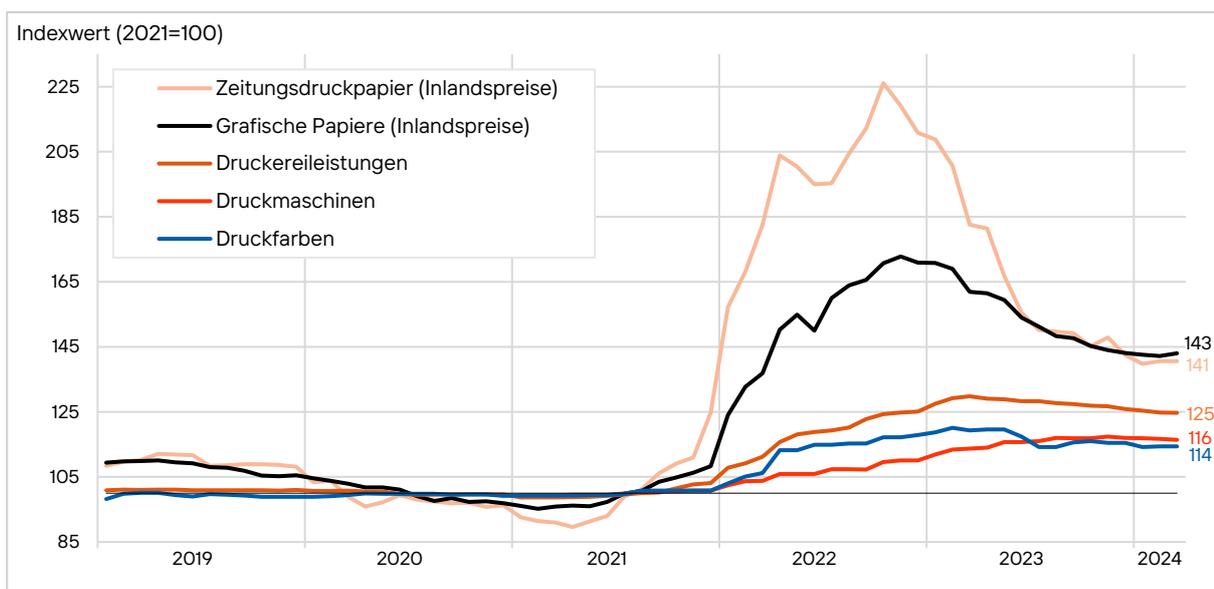
Als primäre Ursachen für den partiellen Rückgang der Preise sind einerseits die Rückgänge der Kosten für Energie und Vorprodukte wie Zell- und Holzstoffe² sowie Altpapiere von den historischen Höchstwerten zu nennen. Andererseits sind die massiven und sortenübergreifenden Nachfragerückgänge bei grafischen Papieren, durch eine von den Kostenschöcks und der wirtschaftlichen Gesamtlage induzierte Verminderung der Druckproduktion anzuführen.

² Bei Zellstoffen war dieser Rückgang nur temporär. Auf den Einbruch der Preise folgte eine Aufwärtsbewegung.

Der vergleichsweise schnelle Übergang von einer Phase der Materialengpässe (Unterversorgung mit grafischen Papieren) bis Mitte 2022 hin zu einer Phase der starken Nachfragerückgänge und Unterauslastung bei den nachgelagerten Druckbetrieben dürfte den Nachfragerückgang bei grafischen Papieren im Jahr 2023 weiter verstärkt haben. Seitens vieler Druckbetriebe wurde in dieser Zeit – geprägt durch den Materialmangel und mit Blick auf die Mitigation der Risiken der hohen Unsicherheiten und einer potenziellen Unterversorgung im Winter 22/23 – eine Ausweitung der Lagerhaltung von Vorprodukten insbesondere von Druckpapieren forciert. Die Reduktion der Lagerbestände in Anbetracht der nachlassenden Engpasslage begünstigte so eine weitere Dämpfung der ohnehin bereits gesunkenen Nachfrage nach grafischen Papieren.

Die Papierindustrie reagierte auf den Nachfrageabfall mit der Herausnahme von Produktionskapazitäten aus dem Markt. Diese reichten von kurzfristigen Maßnahmen wie Kurzarbeit und temporären Maschinenstilllegungen bis hin zur Schließung ganzer Produktionsstandorte. Da dies jedoch z. T. mit erheblichen Auswirkungen für Betriebe und Beschäftigte einhergeht und mit längeren Prozessen verbunden ist und kaum mit der Geschwindigkeit der Nachfragerückgänge der letzten zwei Jahre mithalten konnte, führte dies auf dem Markt für grafische Papiere bei vielen Sorten und Grammaturen zu einem signifikanten Überangebot, was sich weiter preissenkend auswirkte.

Abbildung 2: Entwicklung der Erzeugerpreisindizes für grafische Papiere, Zeitungsdruckpapiere und andere wichtige Vorleistungsgüter und Betriebsmittel Januar 2019 – April 2024



Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: Mai 2024; Berechnungen und Darstellungen: BVDM

Bei anderen Vorprodukten und Betriebsmitteln fielen die Preissteigerungen im Jahr 2022 zwar merklich geringer aus als bei den Druckpapieren, setzen sich jedoch bis in das Jahr 2023 weiter fort. Der Erzeugerpreisindex von Druckfarben lag im Jahr 2023 im Durchschnitt rund 3,9 Prozent über den Werten von 2022 und 17 Prozent über dem Jahresmittel von 2021. Bei Druckmaschinen stiegen die Erzeugerpreise im Jahr 2023 um 8,3 Prozent im Vorjahresvergleich und 16 Prozent im Vergleich mit dem Niveau von 2021.

Abbildung 3: Ausgewählte Konjunkturindikatoren der vorgelagerten Branchen für das Jahr 2023

Indikator	absolut	ggü. Vj. in %
Grafische Papiere		
Gesamtabsatz (Menge) ¹	4.218 Tsd. t	-29,2
Davon: Presse- und Katalogpapiere (Menge) ¹	2.480 Tsd. t	-30,2
Andere grafische Papiere (Menge) ¹	1.737 Tsd. t	-27,8
Inlandsabsatz (Menge) ¹	2.220 Tsd. t	-27,0
Auslandsabsatz (Menge) ¹	1.998 Tsd. t	-31,6
Import (Menge) ¹	3.098 Tsd. t	-15,1
Export (Menge) ¹	3.139 Tsd. t	-26,3
Verpackungs-/Etikettenpapiere		
Gesamtabsatz (Menge) ¹	508.951 Tsd. t	-23,0
Altpapiere ¹		
Altpapieraufkommen	12.662 Tsd. t	-3,8
Altpapierverbrauch	15.488 Tsd. t	-9,1
Druckfarben für Publikationen und Verpackungen ³		
Inländische Verkaufsmenge	183 Tsd. t	-13,0
Inländischer Umsatz	0,81 Mrd. Euro	-10,0
Import von Druck- und Verlagserzeugnissen ²		
Menge	481 Tsd. t	-15,9
Wert	3,03 Mrd. Euro	-9,0
Export von Druck- und Verlagserzeugnissen ²		
Menge	547 Tsd. t	-19,6
Wert	3,84 Mrd. Euro	-6,6
Erzeugerpreisindex (Inlandspreise) Ø ²		
Zeitungsdruckpapier	165,0	-16,6
Andere grafische Papiere/Pappen	154,7	0,2
Druckfarben	117,1	3,9
Elektrischer Strom bei Abgabe an gewerblicher Anlage	134,0	13,9
Einfuhrpreisindex (Importpreise) Ø ²		
Zeitungsdruckpapier	164,3	-6,0
Andere grafische Papiere	148,8	-5,0
Anstrichmittel, Druckfarben und Kitte	116,4	0,0
Großhandelsverkaufspreisindex (inländ. Altpapierpreise) Ø ²		
Gemischtes Altpapier	76,3	-55,0
Papier- und Pappereststoffe für Papiererzeugung	107,8	-41,5
Alte Zeitungen und Illustrierte, Deinkingware	123,8	-41,5
Verpackungen aus Papier und Karton	85,1	-48,2
Zellstoffpreise (in Europa) Ø ⁴		
Bleached Hardwood Kraft, Eucalyptus (BHKP)	928 €/t	-25,3
Northern Bleached Softwood Kraft (NBSKP)	1.165 €/t	-14,0

Anmerkung: Für Indizes, bis auf Altpapiere (2015 = 100), gilt 2021 = 100; Quellen: ¹Verband Die Papierindustrie, ²Statistisches Bundesamt, ³Verband der deutschen Lack- und Druckfarbenindustrie; ⁴Intergraf, RISI Fastmarkets; Datenstand: Mai 2024; Berechnungen: BVDM

Plateaubildung der Preise für Druckpapiere im ersten Quartal 2024 und Ausblick

Kurzfristig überwiegen bei der Papierpreisbildung weiterhin das Überangebot auf den Märkten sowie die Effekte der dargestellten Erzeugerpreisrückgänge zentraler Vorleistungsgüter und Betriebsmittel im Vergleich zu den Allzeithochs des Jahres 2022. So ist in der kurzen Frist voraussichtlich bei der Preisentwicklung weiterhin mit einer Seitwärtsbewegung zu rechnen. Bei der Betrachtung der Preise deutet sich für die überwiegende Anzahl der dargestellten Sorteneine Plateaubildung an, dies bestätigen auch die Erzeugerpreisindizes des Statistischen Bundesamtes, welche im ersten Quartal 2024 überwiegend konstant blieben.

Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass sich der Kapazitätsabbau im Bereich grafischer Papiere bis zur Einstellung eines Marktgleichgewichts in den nächsten Jahren fortsetzen wird, da nicht nur auf dem deutschen Markt, sondern im auch im europäischen Kontext ein starker Rückgang der Nachfrage nach grafischen Papieren zu beobachten ist. Die von dem europäischen Dachverband der Druckindustrie (Intergraf) ermittelten Verbrauchsdaten für grafische Papiere deuten allein für das Jahr 2023 auf einen Rückgang der Nachfrage nach grafischen Papieren von rund 23 Prozent im Vorjahresvergleich hin.

Der infolge der Coronakrise verstärkte Trend hin zur Umrüstung bestehender Druckpapierwerke auf Verpackungspapiere ebnete aufgrund des schwächelnden Online- und Versandhandels zuletzt etwas ab. Bei einer wirtschaftlichen Erholung und einer erneuten Boomphase in diesem Segment besteht jedoch auch hier die Möglichkeit einer Wiederaufnahme verstärkter Kapazitätsverlagerungen.

Diese Angebotsverknappung wird zwangsweise Auswirkungen auf die Preisentwicklung von grafischen Papieren haben; aufgrund des sprunghaften Rückgangs der Nachfrage kann es jedoch zu einem gewissen zeitlichen Verzug kommen, bis das vorherrschende Überangebot reduziert ist. Die vermehrten Ankündigungen seitens der Papierindustrie hinsichtlich von Standortschließungen und Stilllegung von Maschinen zeigt, dass sich dieser Prozess bereits vollzieht. Dies wirkt sich bereits preisstabilisierend aus und sofern die Anpassungsentwicklung stärker ausgeprägt ist als die Produktionsrückgänge in der Druckindustrie, besteht bei einem entsprechenden Marktumfeld die Möglichkeit für einen erneuten Aufwärtsdruck bei den Papierpreisen.

Des Weiteren ist ein Trend zum Wiederanstieg der Preise für Vorprodukte der Papierherstellung zu beobachten. Auch in Anbetracht der energie- und klimapolitischen Entwicklungen auf nationaler und europäischer Ebene, die im nachfolgenden Abschnitt thematisiert werden und insbesondere in den kommenden zehn Jahren eine entscheidende Rolle für das gesamte Verarbeitende Gewerbe spielen werden, ist davon auszugehen, dass auch in den kommenden Jahren eine Rückkehr zu den relativ niedrigen Papierpreisen, die vor der Krise vorzufinden waren, sehr unwahrscheinlich ist.

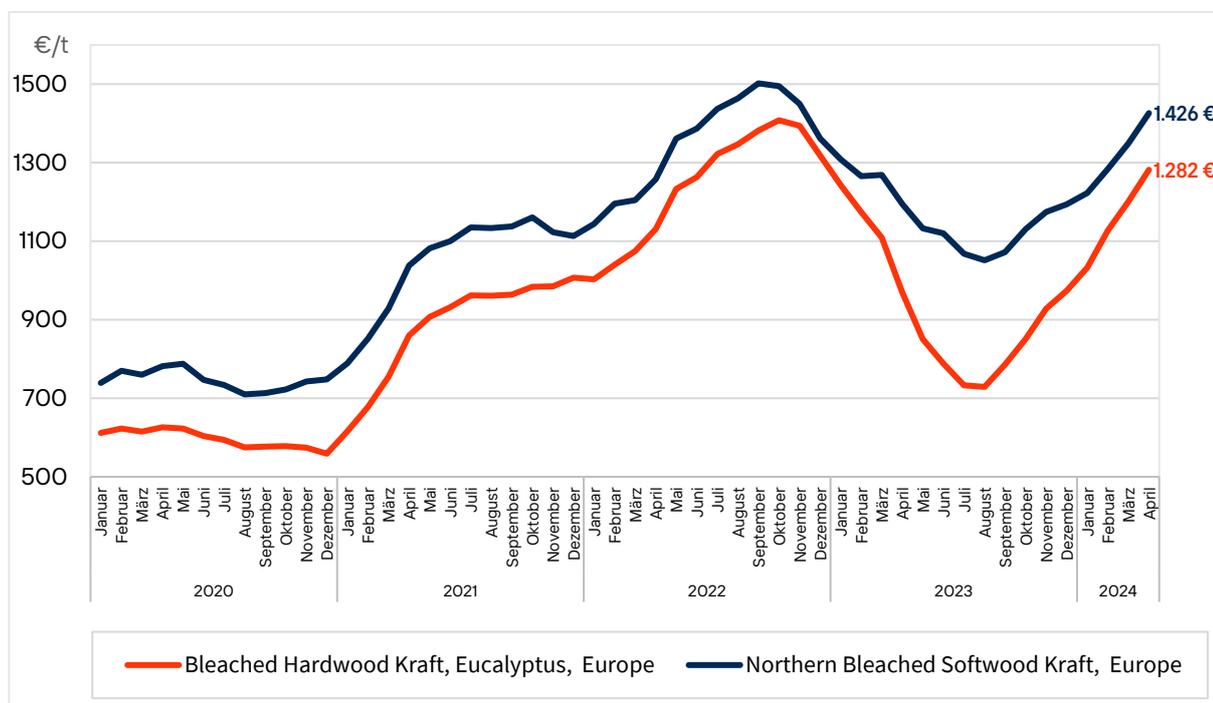
Auch die aktuellen geopolitischen Konflikte in der Ukraine bzw. im Mittleren Osten und China, stellen einen Risikofaktor dar und bergen weiterhin großes Eskalationspotenzial, mit starken Auswirkungen auf Transportkosten und die Verfügbarkeit von wichtigen Gütern oder energetischen Rohstoffen. Aufgrund der Unvorhersehbarkeit solcher Konflikte stellen sie vor allem eine Gefahr für einen sicheren Planungshorizont und die Kostenstruktur der Unternehmen dar.

Zellstoffpreise steigen nach Rückgang in der zweiten Jahreshälfte 2023 erneut deutlich an

Bei den Vorprodukten, insbesondere bei Holz- und Zellstoffen, ist eine dynamischere Entwicklung zu beobachten. Diese gingen nach den starken Anstiegen in den Jahren 2021 und 2022 bis zum August des Jahres 2023 deutlich zurück. Danach wurde eine erneute Aufwärtsbewegung verzeichnet, die aktuell anhält. Die Trendentwicklung findet ihre Ursprünge in einer gesteigerten Nachfrage auf den Weltmärkten insbesondere aus dem asiatischen Raum. Mittlerweile wird der Trend sowohl durch geringere Lagerbestände als auch durch die von geopolitischen Risiken induzierte Transportkostensteigerungen gestützt. Zum Ende des Jahres erreichte der vom Statistischen Bundesamt ermittelte zuständige Preisindex erneut das Niveau aus dem April 2022. Im Jahresvergleich zeigt der Index 2023 daher nur einen leichten Rückgang von 2,6 Prozent im Vergleich zum Jahr 2022.

Die hier aufgetragenen Sorten sind Bleached Hardwood Kraft Eucalyptus (BHKP) und Northern Bleached Softwood Kraft (NBSKP). BHKP wird u. a. für Verpackungs- und Kartonpappe/-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) und holzfreie Spezialpapiere verwendet wird. Im April 2024 lagen die Preise für BHKP und NBSKP nur noch rund 8,9 Prozent bzw. 5,1 Prozent unter den Höchstständen des September/Okttober 2022 und rund 32,3 Prozent bzw. 19,4 Prozent über ihren entsprechenden Vorjahresmonatswerten (vgl. Abb. 4).

Abbildung 4: Entwicklung der Zellstoffpreise, (Januar 2020 – April 2024)

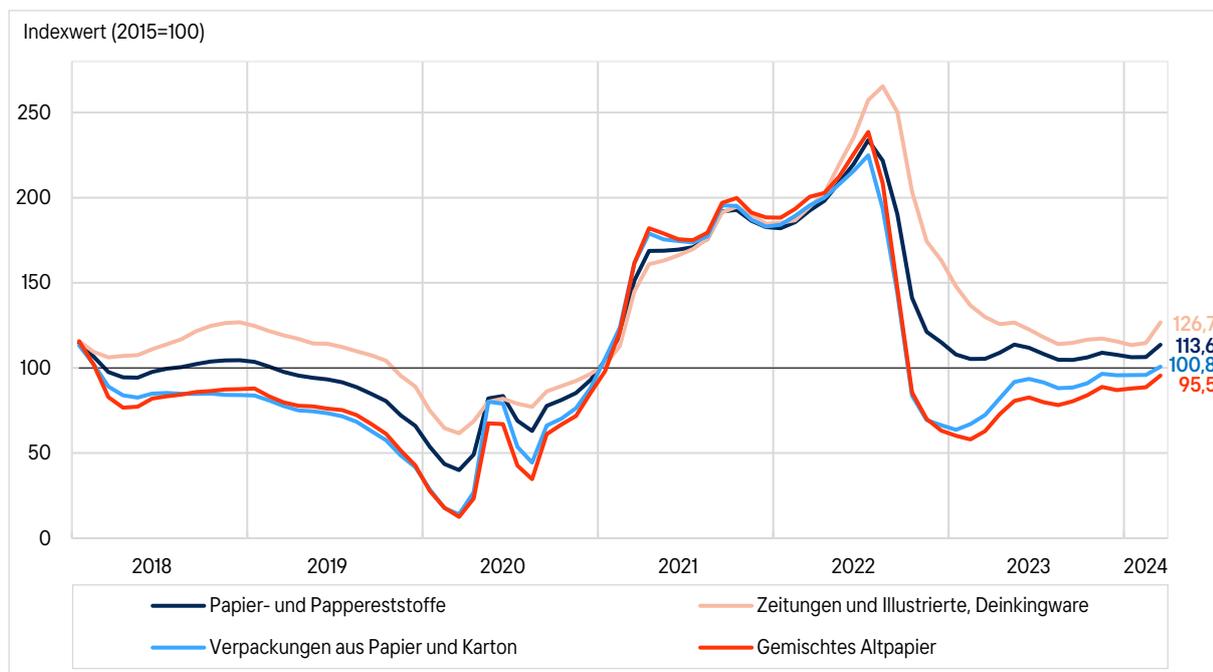


Quelle: RISI Fastmarkets, Intergraf; Datenstand: Mai 2024; Berechnung und Darstellung: BVDM

Altpapierpreise stabilisieren sich 2023

Die Entwicklung der Altpapierpreise weist im Vergleich zu den anderen Vorleistungsgütern und Betriebsmitteln in der Papierherstellung eine Besonderheit auf. Bereits im Juli 2022 brachen die Preise ein. Als zentrale Ursache kann hier der Rückgang der Produktionsleistung in der Druckindustrie und damit der Rückgang der Nachfrage nach grafischen Papieren angeführt werden. Auch die Nachfrage nach Verpackungspapieren ging aufgrund des schwächelnden Online- und Versandhandels deutlich zurück. Volle Altpapierlager trafen daher auf eine einbrechende Nachfrage und ein deutliches Überangebot. Das Preisniveau gab deutlich nach. Der Index für gemischte Altpapiere gab zwischen Juli und Oktober 2022 um rund 67 Prozent nach. Im Verlauf des Jahres 2023 stabilisierte sich der Index u. a. durch einen Abbau des Überangebots durch gesteigerte Altpapierexporte um 2,3 Prozent schließlich auf ein Niveau, das durchschnittlich rund 55 Prozent unter den Werten des Jahres 2022 lag. Ähnlich verhielt sich der Index für alte Verpackungen aus Papier und Karton. Lediglich der Rückgang für alte Zeitungen und Illustrierte (Deinkingware) verlief 2023 etwas weniger stark und verlor im Jahresmittel rund 41,5 Prozent im Vergleich zum Jahr 2022.

Abbildung 5: Entwicklung der Großhandelsverkaufspreise für Altpapiere, (Januar 2018 – April 2024)



Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: Mai 2024; Berechnungen und Darstellungen: BVDM

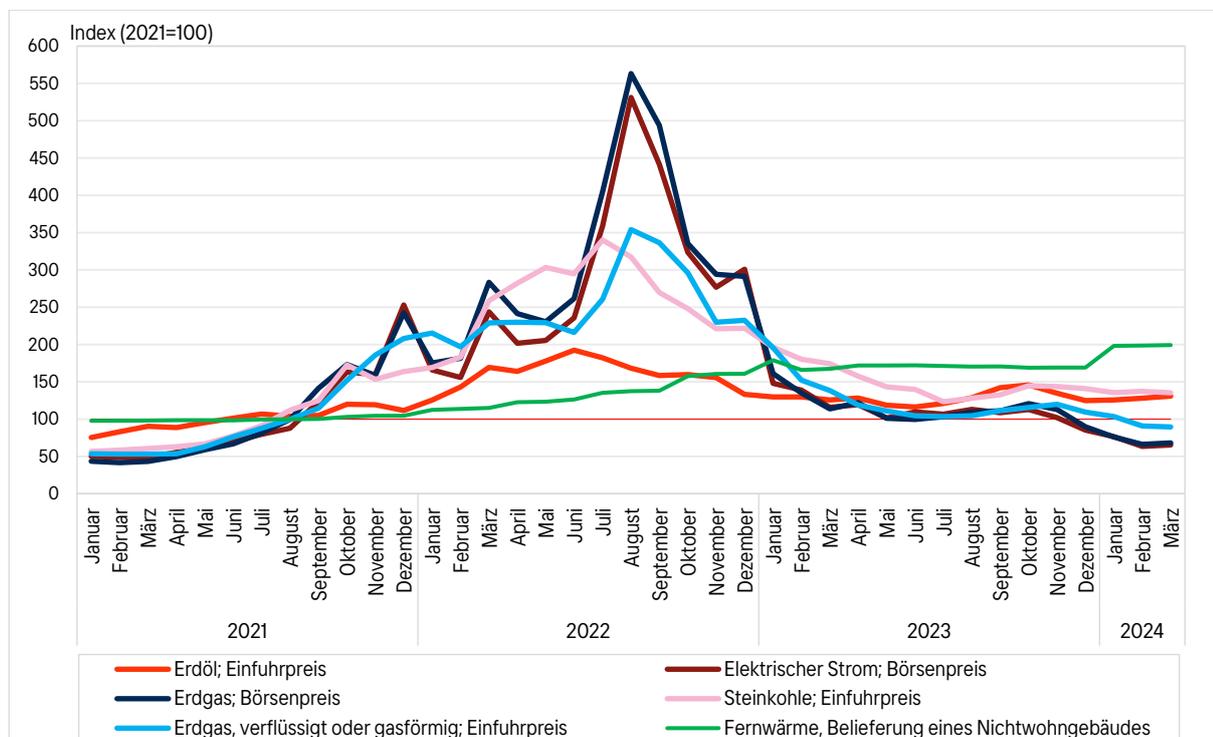
Insgesamt gingen sowohl das Sammelaufkommen als auch der Altpapierverbrauch im Vorjahresvergleich deutlich zurück. Der Altpapierverbrauch sank dabei jedoch durch die Umfangreduzierung bei Zeitungen, Zeitschriften, Anzeigenblättern, Werbebeilagen, etc. stärker als das Altpapieraufkommen. Im Jahr 2023 wurden 12.662 Tsd. t Altpapier gesammelt. Im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einem Rückgang von 3,8 Prozent. Der Altpapierverbrauch sank um 9,1 Prozent auf 15.488 Tsd. t.

Energiepreise sinken weiter, bleiben jedoch erhöht; Aufwärtsrisiken bleiben bestehen

Nachdem der Aufwärtstrend bei der Entwicklung der Preise für energetische Rohstoffe und Energieträger mit den historischen Hochständen im August 2022 endete, konnte auf den Energiemärkten eine graduelle Entspannung verzeichnet werden. So waren auch im Jahresverlauf 2023 bei der überwiegenden Anzahl der Energieträger rückläufige Bewegungen zu beobachten. Im Vorjahresvergleich gingen die Börsenpreise für Erdgas und Strom im Jahresmittel um rund 60,4 Prozent bzw. 63,3 Prozent zurück. Allein von Januar 2023 bis Dezember 2023 verzeichneten die entsprechenden Indizes des Statistischen Bundesamtes Rückgänge von 44 Prozent für elektrischen Strom und rund 43 Prozent für Erdgas.

In der langfristigen Betrachtung liegen diese jedoch weiterhin deutlich über den Jahresvergleichswerten. Die Börsenpreise für elektrischen Strom notierten im Jahr 2023 im Mittel rund 168,7 Prozent höher als im langfristigen Durchschnitt (2011-2021). Bei Erdgas fällt der Vergleich mit +99,2 Prozent zwar etwas geringer, jedoch weiterhin signifikant erhöht aus.

Abbildung 6: Entwicklung der Preise für energetische Rohstoffe und elektrischen Strom (Januar 2021 – März 2024)



Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: Mai 2024; Berechnung und Darstellung: BVDM

Bedenklich ist auch die Entwicklung der Preise von Fernwärme für Nichtwohngebäude. Diese sind im Jahresverlauf seit dem Inkrafttreten der Preisbremsen auf dem Schwellenwert konstant geblieben. Mit Auslaufen der Preisbremsen zum Ende des Jahres 2023 stieg der zugehörige Erzeugerpreisindex im ersten Quartal 2024 um 17,4 Prozent im Vergleich zum Vorquartal.

Gestützt wird das Absinken der Großhandelspreise für Strom und Gas aktuell nachfrageseitig von einer schwachen inländischen Gesamtkonjunktur und dem daraus folgenden gedämpften Energieverbrauch. In Deutschland ist dieser Effekt aufgrund der weiterhin hohen Preise verstärkt bei den energieintensiven Industriebetrieben zu beobachten. Auch die Lage auf den Weltmärkten, insbesondere das vergleichsweise schwache Wirtschaftswachstum in

China, trägt zu einer gemäßigten Preisentwicklung bei den energetischen Rohstoffen bei. Im Falle eines Anziehens der Weltwirtschaft kann dieser Trend jedoch schnell in eine Aufwärtsbewegung umschwenken.

Nachfrageseitig ist in Deutschland strukturell durch die Umstellung der Wirtschaft von fossilen Energieträgern auf Strom bzw. Wasserstoff sowie die Wärmewende und die zukünftigen Bedarfe der zunehmenden Elektromobilität mit einer steigenden Stromnachfrage zu rechnen.

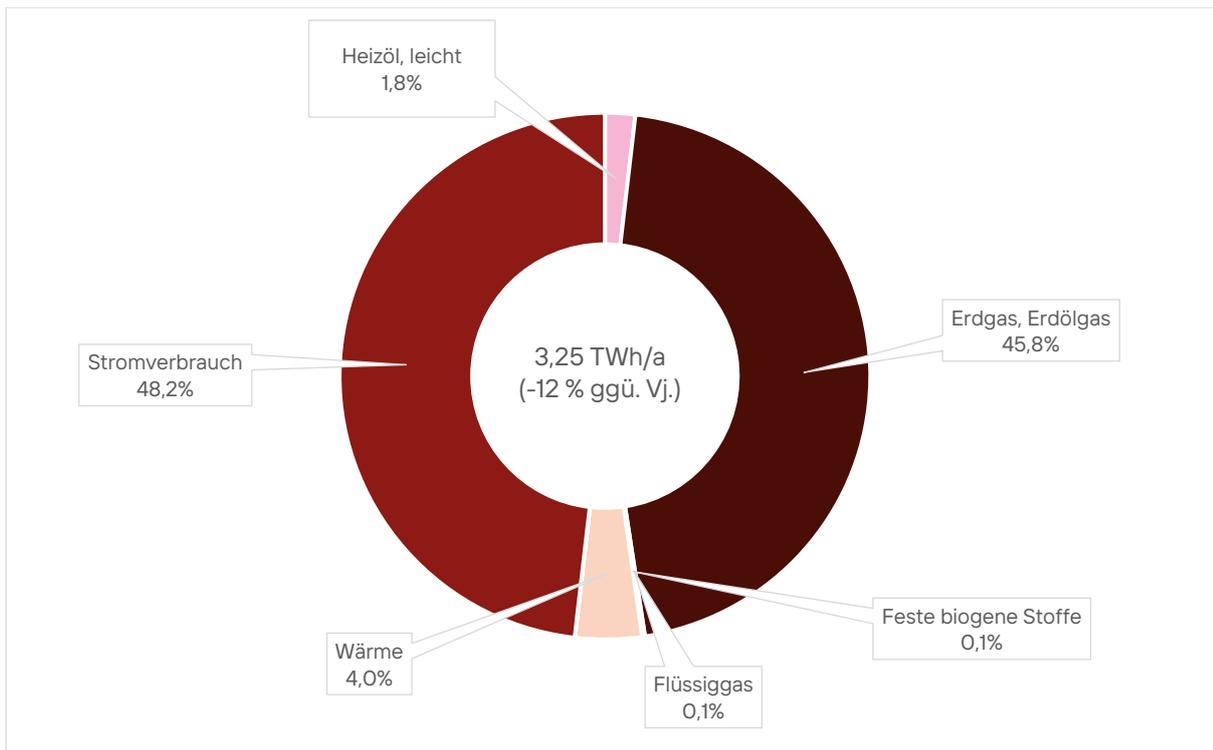
Angebotsseitig bestehen Risiken durch den Wechsel des Versorgungsschwerpunktes von russischem Pipelinegas zu LNG-Gas. Zum einen bestehen geopolitische Risiken wie die Blockade von Seewegen durch Naturereignisse und Unfälle (Schiffsunglück im Suezkanal oder Niedrigwasser im Panamakanal) sowie kriegerische Auseinandersetzungen (Huthi-Rebellen im Golf von Aden und im Roten Meer). Zum anderen können Angebotsverknappungen preistreibend wirken und damit direkten Einfluss auf die Strompreise und die wirtschaftliche Situation der Industrie in Deutschland haben. In der kurzen Frist ist es wenig wahrscheinlich, die beschriebenen Abhängigkeiten aufzulösen. Ein deutlich beschleunigter Ausbau der erneuerbaren Energien könnte diese jedoch zumindest signifikant verringern.

Es bleibt jedoch auch hier das Grundproblem der erneuerbaren Energien bestehen: Dunkelflauten, also das gleichzeitige Ausfallen von Wind- und Sonnenenergie. Für diese Phasen geringer Energieproduktion muss ausreichend schnell zuschaltbare Ersatzkapazität zur Verfügung stehen. Diese kann entweder in Form von Kraftwerksleistung (Gas- bzw. Wasserstoffkraftwerke) oder in Form von Energiespeichern (Batteriespeicher, Pumpspeicher etc.) bestehen. Daraus ergibt sich einerseits die Tendenz zu verstärkten saisonalen Preisschwankungen und andererseits zusätzlicher Preisdruck durch die Weitergabe der Kosten für die Vorhaltung von Ersatzkapazitäten an die Verbraucher.

Preistreibend wirkt zusätzlich der Aus- und Umbau der Netzkapazitäten. Um die Netzkapazitäten den Eigenschaften und Produktionsstandorten der erneuerbaren Energien anzupassen sind auch zukünftig hohe Investitionen in das Stromsystem nötig. Dies schlägt sich 2024 bereits in den signifikanten Erhöhungen der Netzentgelte wieder. Ein weiterer Anstieg in den kommenden Jahren ist daher wahrscheinlich, sofern keine weiteren Maßnahmen zur Dämpfung dieser Entwicklung etabliert werden. Es ist davon auszugehen, dass sich die Kosten für elektrischen Strom inkl. Netzentgelte längerfristig auf einem erhöhten Niveau einpendeln werden und eine Rückkehr zu den Vorkrisenpreisen – selbst bei guten Fortschritten beim Ausbau der erneuerbaren Energiequellen – wenig wahrscheinlich erscheint.

Die Auswirkungen auf den Energieverbrauch und den Energiemix der deutschen Druckindustrie werden einerseits von der Preisentwicklung der kommenden Jahre und andererseits von den technischen Möglichkeiten der Nutzung potenzieller Alternativen abhängen. Im Jahr 2022 verbrauchten die deutschen Druck- und Medienbetriebe rund 3,25 Terrawattstunden an Primärenergie. Dies entspricht einem Rückgang von 12 Prozent im Vergleich zum Jahr 2021 und ist primär auf die verminderte Produktionstätigkeit zurückzuführen. Die größten Posten sind dabei der Verbrauch von Strom mit einem Anteil von rund 48,2 Prozent und Erd- sowie Erdölgase, mit einem Anteil von 45,8 Prozent. Der Verbrauch von fremdbezogener Wärme machte 4 Prozent aus, während der Verbrauch von Heizöl bei 1,8 Prozent lag.

Abbildung 7: Anteiliger Energieverbrauch der Betriebe in der Druck- und Medienbranche 2022, nach Energieträger



Quelle; Statistisches Bundesamt; Berichtskreis: C18, Betriebe ab 20 Beschäftigte; Datenstand: Mai 2024; Anmerkungen: Bei dem Faktor Wärme wird nur fremdbezogene Wärme berücksichtigt, im Betrieb selbst erzeugte Wärme wird nicht erfasst. Berechnung und Darstellung: BVDM

2 Abnehmerbranchen

Nachdem die Entwicklung der Konjunkturindikatoren der wichtigsten Abnehmerbranchen im Jahr 2022 überwiegend von den Auswirkungen des Ukrainekrieges in Form von wachsender Konsumzurückhaltung, hohen Inflationsraten, volatilen Energiepreisen und steigenden Zinsen bestimmt wurde, wirkten diese Effekte auch im Jahr 2023 weiter nach. Überwiegend gaben die relevanten Indizes weiter nach, während vereinzelt nominale Zuwächse beobachtet wurden (siehe Abb. 10).

Bruttowerbeausgaben: Stagnation der Bruttowerbespendings 2023, Ausgaben für Print steigen leicht an

Im Jahr 2023 stiegen – der monatlich erhobenen Bruttowerbeausgabenstatistik³ des Daten- und Marktforschungsunternehmens Nielsen und den Berechnungen des BVDM zufolge – die Bruttowerbeausgaben für gedruckte Werbeträger um 3,8 Prozent auf rund 10,1 Mrd. Euro. Aufgrund von Änderungen in der Erhebungsmethodik und dem Wegfall von Direct Mailings sind die absoluten Werte nur noch begrenzt mit den Werten vor 2023 zu vergleichen. Über alle Formate hinweg stagnierten die Bruttowerbespendings mit einem geringfügigen Plus von 0,3 Prozent im Vorjahresvergleich.

Im Jahr 2023 wurden überwiegend Zuwächse erzielt. Lediglich die Bruttowerbeinvestitionen für Publikumszeitschriften lagen deutlich im negativen Bereich (-8,1 Prozent gegenüber 2022). Die Ausgaben für Zeitungswerbung stiegen dagegen an – der Zuwachs betrug 7,8 Prozent gegenüber den Jahreswerten von 2022. Die Ausgaben für Außenwerbung stiegen sogar um rund 11,2 Prozent gegenüber 2022 an. Hier sollte jedoch beachtet werden, dass ein nicht unerheblicher Anteil der Anstiege auf digitale Außenwerbung zurückgeht. Bei den Bruttowerbeausgaben für digitale Medien wurde ebenfalls ein Anstieg verzeichnet, Online und Mobile stiegen um 3,8 Prozent. Das mit 16,5 Mrd. Euro wertmäßig stärkste Format, die TV-Werbung, büßte rund 3,5 Prozent ein.

Im ersten Quartal 2024 hellte sich die Lage etwas auf. Vorläufigen Daten von Nielsen und Berechnungen des BVDM zufolge stiegen die Bruttowerbeausgaben für Print um 6,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal. Getragen wurde der Anstieg von Mehrinvestitionen in Zeitungen (+10,6 Prozent gegenüber Q1 2023) und Print-Außenwerbung (+13,1 Prozent gegenüber Q1 2023). Die Bruttowerbespendings für Fach-(-4,4 Prozent gegenüber Q1 2023) und Publikumszeitschriften (-5,2 Prozent gegenüber Q1 2023) gingen hingegen weiter zurück.

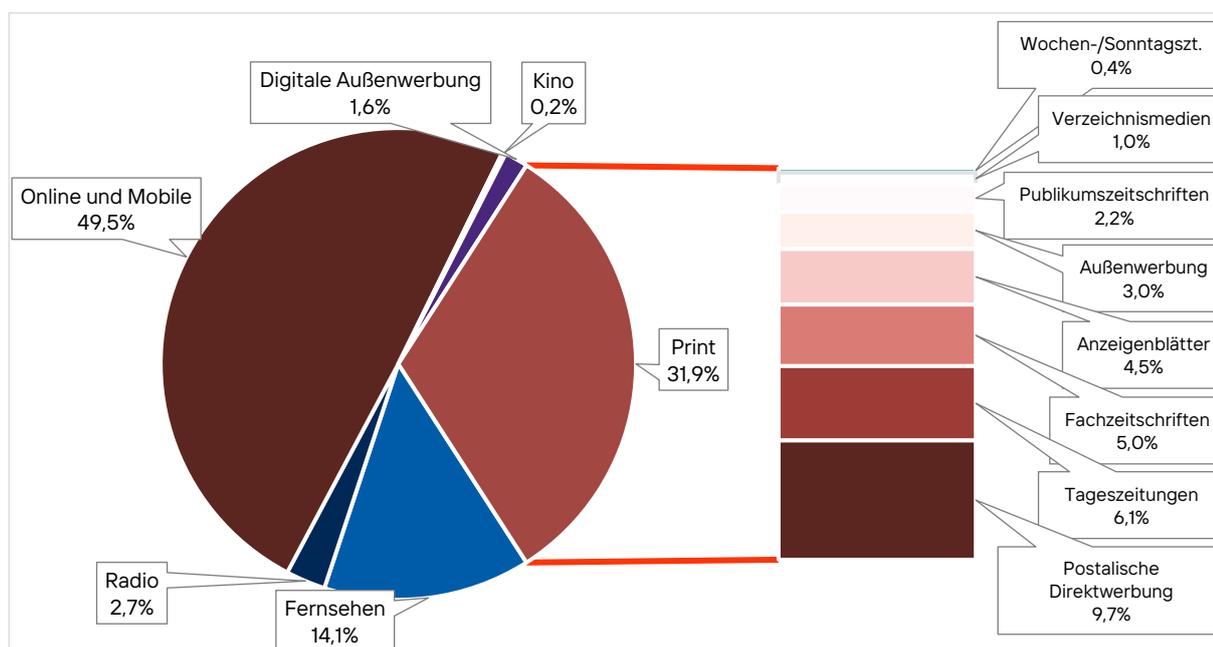
Nettowerbeeinnahmen 2022: Leichte Zunahme der Nettowerbeeinnahmen; Printanteil geht weiter zurück

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.

³ 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.

Der Nettowerbestatistik des ZAW (vgl. Abb. 8) ist zu entnehmen, dass die **Printeinnahmen im vergangenen Jahr in sämtlichen ausgewiesenen Formaten um 5,6 Prozent zurückgingen**. Dabei ging ein überwiegender Anteil dieses Rückgangs auf die rückläufige Entwicklung der Nettowerbeeinnahmen der Werbeträger Tageszeitungen⁴ (-7,0 Prozent gegenüber 2022), Anzeigenblätter (-7,4 Prozent gegenüber 2022) und postalische Direktwerbung (-3,7 Prozent gegenüber 2022) zurück. Diese waren laut Berechnungen des BVDM für rund 3,5 Prozent des knapp 5,6-prozentigen Rückgangs der Nettowerbeerlöse von Printmedien verantwortlich. Auch die Werbeeinnahmen von anderen gedruckten Werbeträgern waren im abgelaufenen Kalenderjahr weiter rückläufig. Während die Werbeeinnahmen von Publikumszeitschriften um rund 9,6 Prozent fielen, nahmen die Werbeinvestitionen in Fachzeitschriften um 4,5 Prozent ab.

Abbildung 8: Nettowerbeeinnahmen 2023



Quelle: Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft (ZAW); Anmerkungen: Vorläufige Werte, Rundungsabweichungen möglich; Datenstand: Mai 2024; Berechnungen und Darstellung: BVDM

Die verstärkte Nutzung von digitalen Medieninhalten, Konsumzurückhaltung, hohe Inflation sowie die weiterhin erhöhten Kosten zur Herstellung printgebundener Werbeträger und der damit verbundene Rückgang in den Druckauflagen von Printmedien sind wichtige Gründe für das Anhalten des negativen Trends. In Zeiten hoher Verkaufspreise und wirtschaftlicher Stagnation besteht die Gefahr, dass Aufträge, die kurzfristig aus Kosteneinsparungen oder anderen Beweggründen in digitale Formate wechseln, 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.

Dennoch ist davon auszugehen, dass der Marktanteil digitaler Werbeträger in den kommenden Jahren zu Lasten von Print zunehmen wird – nicht zuletzt aufgrund der seit Jahren

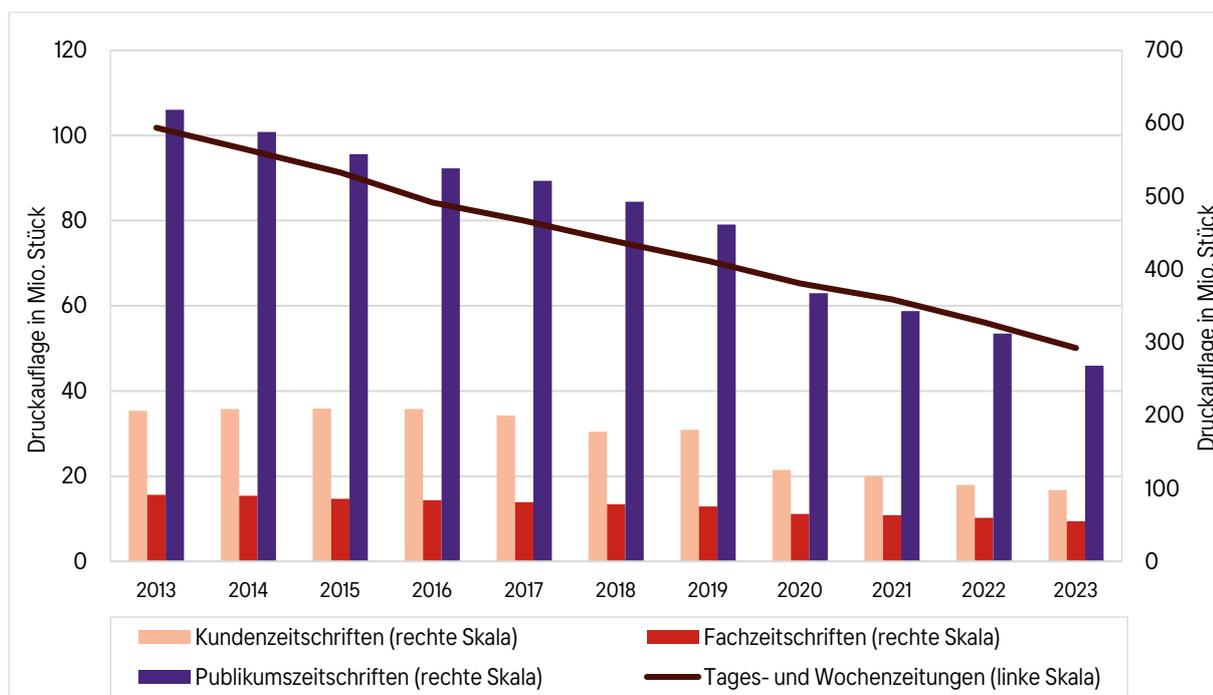
⁴ Bei regionalen Abonnementzeitungen machten die Erlöse über Werbeanzeigen laut dem Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) im Jahr 2019 im Durchschnitt rund 26 Prozent der Gesamteinnahmen aus.

rückläufigen Auflagenzahlen von Zeitungen und Zeitschriften. Im Jahr 2023 betrug der Anteil von Print an den gesamten Nettowerbeeinnahmen rund 31,9 Prozent. Gerade die Glaubwürdigkeit von Print ist jedoch ein Qualitätsmerkmal. Dieser Umstand ist nicht zu unterschätzen und hat sich auch in den vergangenen Krisen bewährt.

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 2023 insgesamt um 8,7 Prozent. Am stärksten betroffen waren dabei Publikumszeitschriften, gefolgt von Tages- und Wochenzeitungen. Die gedruckten Auflagen von Publikumszeitschriften verringerten sich im Vergleich zum Vorjahr um 14,1 Prozent, während die Tages- und Wochenzeitungen einen Rückgang von 10,7 Prozent aufwiesen. Kundenzeitschriften verzeichneten den geringsten Rückgang von etwa 6,6 Prozent gegenüber 2022. Fachzeitschriften verloren im Vorjahresvergleich rund 8,1 Prozent ihrer Auflage (siehe Abb. 9).

Abbildung 9: Entwicklung der Druckauflagen von Zeitschriften und Zeitungen 2013 bis 2023



Quelle: Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW); Berechnungen und Darstellung: BVDM

Trotz des beobachteten Rückgangs bleibt der gesellschaftliche Stellenwert von Printmedien weiterhin hoch. Insbesondere in Zeiten wirtschaftlicher und politischer Umbrüche 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 2024 lesen regelmäßig 53,8 Millionen Deutsche ab 14 Jahren Zeitungen. Durch die Kombination aus gedruckten Ausgaben und digitalen Plattformen erzielen die Zeitungen insgesamt eine Reichweite von 77 Prozent an der Gesamtbevölkerung. Auf die gedruckte Ausgabe entfallen dabei 37,1 Millionen Menschen, was einem Anteil von 53 Prozent entspricht.

Buchmarkt: Jahresumsätze im Jahr 2023 trotz sinkendem Absatz positiv, positive Entwicklung setzt sich im ersten Quartal 2024 fort

Auf dem Buchmarkt zeichnete sich im Verlauf des letzten Jahres ein positiver Trend ab. Insgesamt fiel der Zuwachs am Buchmarkt 2023, laut dem Branchen-Monitor-Buch⁵ des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels, mit einem Umsatzzuwachs von 2,9 Prozent moderat aus. Zwar gingen die gemeldeten Absatzzahlen 2023 im Vergleich zum Vorjahr um rund 1,9 Prozent zurück, die realisierten Verkaufspreise stiegen jedoch im gleichen Zeitraum um rund 4,9 Prozent.

Zur Einordnung der Ergebnisse ist weiterhin der Vergleich mit dem Vorcoronajahr 2019 zu ziehen. In Relation zum Jahr 2019 ergibt sich ein Umsatzrückgang von 1,6 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 10,9 Prozent gegenüber dem Jahr 2019. Dagegen verzeichnete die gemeldete Anzahl der verkauften Bücher einen Rückgang von 8,4 Prozent (vgl. Branchenmonitor Buch 2023).

Bei den Editionsformen zeichnet sich erneut ein zwiegespaltenes Bild ab. Während die Umsatzentwicklung im Jahr 2023 bei Taschenbüchern (+2,2 Prozent), Hard-/Softcover (+3,6 Prozent) und Kalendern (+4,3 Prozent) in den fünf Vertriebswegen im Durchschnitt positiv ausfiel, mussten Karten/Globen (-9,2 Prozent) sowie physische Hörbücher/Audiobooks (-22,8 Prozent) deutliche Umsatzeinbußen hinnehmen.

Bei den unterschiedlichen Warengruppen konnte Belletristik (+7,7 Prozent) die positive Umsatzentwicklung des Vorjahres ausbauen. Kinder- und Jugendbücher (+2,4 Prozent), sowie Sachbücher (+2,7 Prozent) wiesen nach Umsatzrückgängen im Vorjahr 2023 ebenfalls ein Umsatzwachstum vor. Nach den starken Zugewinnen des Vorjahres gingen die Umsätze für Reiseliteratur⁶ (-1,7 Prozent) im Vorjahresvergleich leicht zurück. Auch Ratgeber (-0,7 Prozent) verzeichneten leichte Umsatzeinbußen. Besonders betroffen waren die erneut die Wissenschaften (Geisteswissenschaften: -3,5 Prozent / Naturwissenschaften: -7,0 Prozent / Sozialwissenschaften: -6 Prozent). Damit bleiben die meisten Warengruppen weiter hinter ihrem Vorcoronaniveau zurück.

Für das erste Quartal 2024 zeichnet sich ein positives Bild ab. Im Vergleich zum Vorjahresquartal wies der gemeldete Umsatz ein Plus von rund 3,1 Prozent auf. Dies ist nicht nur auf gestiegene Verkaufspreise (+2,8 Prozent), sondern auch auf eine Steigerung der Absatzmenge (+0,3 Prozent) zurückzuführen.

Getragen wurde diese Entwicklung im ersten Quartal von Umsatzzuwächsen in Belletristik (+6,9 Prozent), Kinder- und Jugendbüchern (+12,1 Prozent) sowie Sachbüchern (+1,5 Prozent). Die übrigen Warengruppen mussten Umsatzeinbußen hinnehmen. Bei den Editionsformen setzten sich die Trends des Vorjahres fort. Bis auf physische Hörbücher (-21,7 Prozent) und Karten/Globen (-11,2 Prozent) konnten alle Editionsformen im ersten Quartal 2024 Umsatzzuwächse im Vergleich zum Vorjahresquartal vorweisen.

⁵ Der Umsatz berücksichtigt hierbei die Vertriebswege Sortimentsbuchhandel, Bahnhofsbuchhandel, Kauf- und Warenhaus, Elektro- und Drogeriemarkt sowie E-Commerce.

⁶ Die signifikanten Zuwächse des Vorjahres lassen sich insbesondere auf die wiedererstarrende Reisetätigkeit der Deutschen nach dem Ende der Pandemie zurückführen. Die aktuellen Rückgänge deuten daher auf eine Normalisierung der Nachfrage hin.

Einzelhandel: Konsumstimmung 2023 weniger pessimistisch; Umsätze im Versand- und Interneteinzelhandel stagnieren

Die im Jahr 2022 durch den Energiepreisschock und die wirtschaftlichen Folgeerscheinungen gehemmte Konsumstimmung verbesserte sich im Verlauf des Jahres 2023 laut dem HDE-Konsumbarometer. So wie im Jahr 2022 stiegen auch im Jahr 2023 erneut die wertmäßigen privaten Konsumausgaben nominal um 5,6 Prozent auf 2.090 Mrd. Euro an. Rechnet man aus diesem jedoch die Preissteigerungen der zugehörigen Verbraucherpreise heraus, ist real eine Abnahme von 0,7 Prozent zu beobachten. So liegen auch die preisbereinigten privaten Konsumausgaben mit rund 1,4 Prozent weiterhin unter dem Vorcoronaniveau von 2019 (vgl. VGR des Bundes 2023; Stand: Juni 2024).

Das vom Handelsblatt Research Institut berechnete HDE-Konsumbarometer, das als Indikator der erwarteten Konsumstimmung dient, stieg im Jahresmittel 2023 um 4,9 Prozent an. Für den Versand- und Interneteinzelhandel waren im Jahresvergleich jedoch keine positiven Effekte zu beobachten. Während dieser in Jahren vor dem Energiepreisschock mit zweistelligen Wachstumsraten glänzen konnte, stagnierte der vom Statistischen Bundesamt berechnete saison- und kalenderbereinigte nominale Umsatzindex nach den Verlusten des Vorjahres im Jahr 2023 mit einer Zunahme von 0,1 Prozent. Im stationären Einzelhandel (ohne Kraftfahrzeuge) zeigt sich nominal eine positive Entwicklung. Jedoch deuten die Entwicklungen der relevanten Erzeugerpreisindizes auch hier an, dass ein nicht unerheblicher Anteil der Umsatzzunahme auf Preissteigerungen zurückzuführen sein dürfte. Mit Blick auf die preisbereinigte Umsatzentwicklung der genannten Indizes müssen jeweils rückläufige Entwicklungen konstatiert werden (vgl. Abb. 10).

Auch im ersten Halbjahr 2024 setzt sich der positive Trend weiter fort. Im Halbjahresmittel liegt die Verbraucherstimmung rund 3,7 Prozent über dem Niveau des ersten Halbjahres 2023. Die positive Entwicklung der Verbraucherstimmung in Deutschland setzt sich fort. Das HDE-Konsumbarometer weist aktuell eine Höhe von 97,5 Punkten auf. Die Konsumpläne der Verbraucher für die kommenden Monate deuten eine Verschiebung vom Sparen zum Konsum an. Es besteht die Möglichkeit, dass so mittelfristig eine Erholung des privaten Konsums begünstigt wird. Ob dies jedoch ausreicht, um auch bei der konjunkturellen Gesamtsituation eine Erholung zu induzieren, bleibt angesichts der Entwicklung der anderen Konjunkturindikatoren weiter fraglich.

Abbildung 10: Indikatoren der nachgelagerten Branchen für das Jahr 2023

Indikator	absolut	ggü. Vj. in %
Bruttowerbeausgaben¹		
– Insgesamt	33,8 Mrd. Euro	0,3
– Print (gedruckte Werbeträger)	10,1 Mrd. Euro	3,8
Nettowerbeeinnahmen²		
– Insgesamt	25,9 Mrd. Euro	0,7
– Print (gedruckte Werbeträger)	8,2 Mrd. Euro	-5,6
Verlagswesen		
– Druckauflage Zeitungen und Zeitschriften ³	471 Mio. Stück	-11,6
Davon: Publikumszeitschriften ³	268 Mio. Stück	-14,1
Fachzeitschriften ³	55 Mio. Stück	-8,1
Kundenzeitschriften ³	98 Mio. Stück	-6,6
Tages- und Wochenzeitungen ³	50 Mio. Stück	-10,7
– Umsatz Buchhandel ⁴	9,56 Mrd. Euro*	+2,9
Einzelhandel (saison- und kalenderbereinigte nominale Umsatzindizes)⁵		
– Einzelhandel insgesamt (ohne Kraftfahrzeuge) Ø	137,6	+2,3
– Versand- und Interneteinzelhandel Ø	195,4	+0,1
– Bücher Ø	76,3	-1,5
– Zeitungen und Zeitschriften Ø	102,5	+2,4
Konsumindikatoren:		
HDE-Konsumbarometer ⁶	93,7	+4,9
Konsumausgaben der privaten Haushalte im Inland (nominal) ⁷	2.090 Mrd. Euro	+5,6
Konsumausgaben der privaten Haushalte im Inland (preisbereinigt, Kettenindex 2015=100) ⁷	105,6	-0,7
Export von Druck- und Verlagsserzeugnissen⁵		
Menge	547 Tsd. t	-19,6
Wert	3.84 Mrd. Euro	-6,6

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 2024; Berechnungen: BVDM

Außenhandelsentwicklung von Druck- und Verlagsserzeugnissen: Ex- und Importe stark rückläufig

Die deutsche Druck- und Medienwirtschaft exportierte 2023 Druck- und Verlagsserzeugnisse im Wert von 3,84 Mrd. Euro und somit durchschnittlich 6,7 Prozent weniger als 2022. Unter den zehn wichtigsten Exportzielländern verzeichneten die Länder Polen (rund -28,1 Prozent), Niederlande (rund -13,3 Prozent), Belgien (rund -12,0 Prozent) und die USA (rund -10,2 Prozent) die stärksten Rückgänge. Damit sanken die kumulierten Exporte aller Länder in etwa auf das Niveau des Coronajahres 2020 (vgl. Abb. 39).

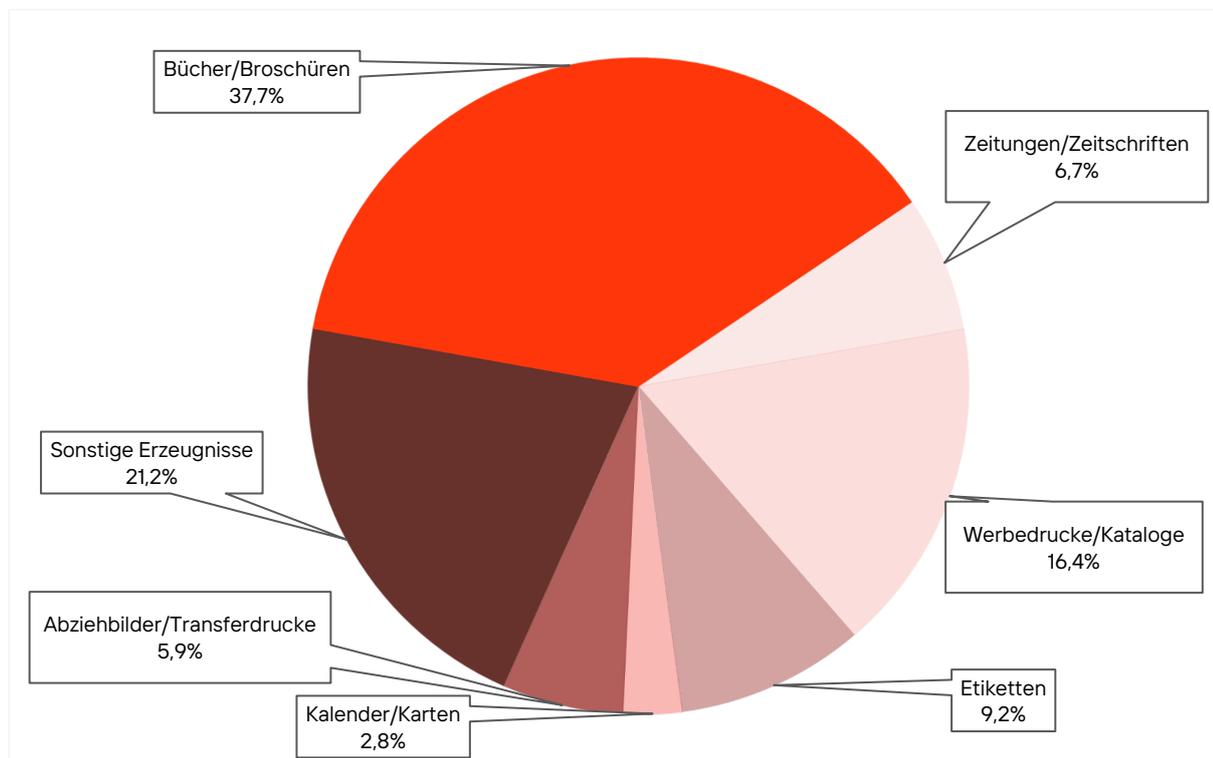
Aus den wertmäßig Top-10 Exportzielländern der deutschen Druckindustrie konnte in keines der Länder ein Exportzuwachs verzeichnet werden. Lediglich für Österreich wurde mit einem leichten Rückgang von -0,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr eine stabile Entwicklung verzeichnet. Auch bei Ausfuhren nach Großbritannien konnte mit einem Verlust von 0,7 Prozent nach den brexitbedingten Exportrückgängen der Vorjahre eine gewisse Normalisierung der wertmäßigen Ausfuhren verzeichnet werden.

Der Rückgang der Exporte ist einerseits im Kontext der allgemein angespannten Lage für Druckerzeugnisse im europäischen Ausland und andererseits im Kontext der standortbedingten Verschlechterung der Wettbewerbsfähigkeit deutscher Druckbetriebe im internationalen Wettbewerb zu bewerten. Insbesondere die hohen Herstellungs- und Personalkosten im Inland sowie der anhaltende Kostendruck dürfte im Vergleich mit Herstellern aus dem asiatischen sowie US-amerikanischen Raum mit Wettbewerbsnachteilen einhergehen und von Kunden gegen die qualitativen Vorteile abgewogen werden.

Die Preisanstiege für Druckprodukte machen sich auch im Vergleich der wertmäßigen Ausfuhren mit dem exportierten Volumen bemerkbar. So sinken die mengenmäßigen Exporte mit einem Rückgang im Vorjahresvergleich von rund 19,6 Prozent ungleich stärker als die wertmäßigen Exporte. Zwar ist der Vergleich in ausgeführten Tonnen nur begrenzt zulässig, da sich aufgrund der Heterogenität der Druckprodukte unterschiedliche Gewichte ergeben, jedoch lässt der Trend darauf schließen, dass die tatsächlichen Rückgänge für Druckprodukte durch die Preisanstiege des Jahres 2023 verzerrt werden und real betrachtet stärker ausfallen als hier dargestellt.

Besonders betroffene Warengruppen vom beobachteten Rückgang der Ausfuhren von Druck- und Verlagserzeugnissen waren Zeitungen/Zeitschriften (258 Mio. Euro), Werbedrucke/Kataloge (630 Mio. Euro) sowie Bücher/Broschüren (1,45 Mrd. Euro). Diese mussten mit Rückgängen von rund 10,9 Prozent, 17,5 Prozent und rund 8,9 Prozent die größten Rückgänge hinnehmen.

Abbildung 11: Exportanteile von Druck- und Verlagserzeugnissen im Jahr 2023



Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: Mai 2024; 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 nachzuvollziehen⁷. Dadurch kann man vor der Veröffentlichung der mit einem erheblichen Zeitverzug publizierte Umsatzsteuerstatistik die letztjährige Umsatzentwicklung der Branche rekonstruieren. 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: Umsatzentwicklung dreht im Jahresverlauf ins Minus

Im Verlauf des Jahres 2023 wurden in der Druck- und Medienwirtschaft spartenübergreifend deutliche nominelle Umsatzrückgänge verzeichnet, trotz eines zum Vergleichszeitraum des Vorjahres höheren durchschnittlichen Preisniveaus. Laut Angaben des Statistischen Bundesamtes lagen die kumulierten Gesamtumsätze im Mittel rund 5,2 Prozent unterhalb des entsprechenden Vorjahreswertes. Besonders stark betroffen war mit einem Rückgang von rund 5,8 Prozent der Inlandsumsatz, welcher für den angegebenen Zeitraum rund 86 Prozent des Gesamtumsatzes der Branche darstellte (vgl. Abb. 12).

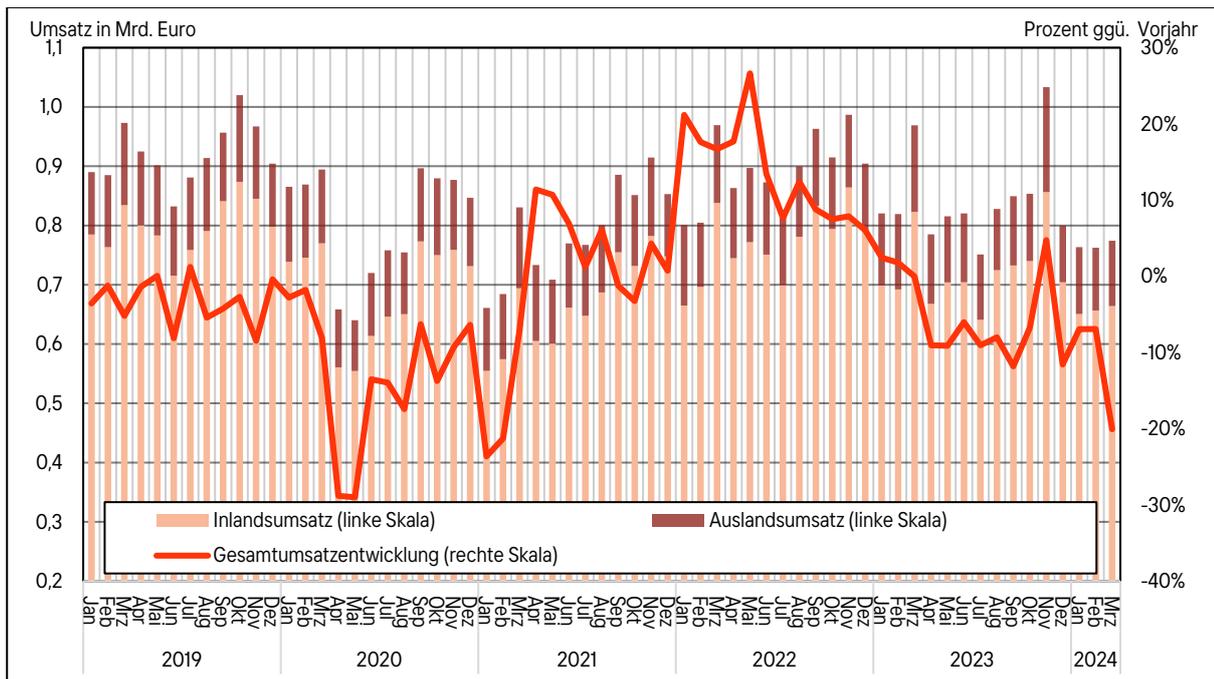
Bei den Auslandsumsätzen ist zwischen der Absatzrichtung zu differenzieren. Während die Umsätze in der Eurozone mit einem Zuwachs von 0,6 Prozent leicht anstiegen, gingen die Umsätze im außereuropäischen Ausland mit einem Verlust von 11,4 Prozent stark zurück⁸. Zentraler Grund für die Umsatzeinbußen im außereuropäischen Ausland dürfte eine – im Zuge der Kostenbelastungen und der notwendigen Preisanstiege – Verschlechterung der Wettbewerbssituation sein. Gerade im internationalen Wettbewerb mit chinesischen oder US-amerikanischen Herstellern kommt der Druckstandort Deutschland aufgrund der Kostenanstiege in einen zunehmenden Wettbewerbsnachteil. Im europäischen Umfeld ist dieser Nachteil aufgrund einer in Ansätzen ähnlichen Energiepreis- und Kostenentwicklung nach Beginn des Ukrainekrieges etwas weniger stark ausgeprägt.

Es wird deutlich, dass die durch die Preisanstiege im Jahr 2022 erzielten Umsatzzuwächse keine nachhaltige Entwicklung darstellen und seit März 2023 negative Wachstumsraten im Vorjahrsmonatsvergleich aufweisen. Im Dezember 2023 lag der vom Statistischen Bundesamt berechnete saison- und kalenderbereinigte Umsatzindex der Druckindustrie daher bereits rund 3 Prozent unter dem Wert vor Beginn der Preisanstiege im Oktober 2021.

⁷ 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.

⁸ Der Zeitraum für den Vorjahresvergleich beschränkt sich auf Jan.-Okt. Für November und Dezember werden vom Statistischen Bundesamt keine Werte ausgewiesen.

Abbildung 12: Entwicklung des nominalen Inlands- und Auslandsumsatzes sowie des nominalen Gesamtumsatzes, Januar 2019 – März 2024



Bemerkung: Gesamtumsatzentwicklung entspricht der Entwicklung der kumulierten Monatsumsätze im In- und Ausland; 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 2024; Berechnungen: BVDM

Erstes Quartal 2024

Im ersten Quartal 2024 setzte sich der negative Trend der nominalen Umsatzverluste weiter fort. Der Gesamtumsatz sank im Quartalsmittel rund 11,8 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal. Dabei ging der Inlandsumsatz um 11,0 Prozent zurück während die Auslandsumsätze mit einem Minus von 16,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal überdurchschnittlich stark zurück gingen. Mit Blick auf den vorherrschenden Trend der negativen Erzeugerpreisentwicklung für Druckerzeugnisse sowie die fortlaufenden Rückgänge der Produktion, ist davon auszugehen, dass sich auch der nominelle Umsatzrückgang zumindest in der kurzen Frist weiter fortsetzen wird.

Entwicklung des Umsatzes in den einzelnen Drucksparten: Spartenübergreifende Rückgänge

Anhand der destatis-Monatsberichte lassen sich zudem auch Entwicklungen der unterschiedlichen Wirtschaftsklassen der Wirtschaftszweigklassifikation (der sogenannten 4-Steller) nachvollziehen. Trotz der Tatsache, dass die Stärke der Entwicklung der konjunkturellen Indikatoren der vier Sparten der Druck- und Medienbranche 2023 unterschiedlich verlief, gibt es – wie auch schon im Vorjahr – eine Übereinstimmung hinsichtlich der Richtung der Entwicklung. So zeigen die amtlichen Daten, dass in allen Sparten – ausgenommen der Druck- und Medienstufe – deutliche Umsatzrückgänge verzeichnet wurden und ein überwiegender Teil der anderen Konjunkturindikatoren ebenfalls rückläufig war (vgl. Abb. 13). Besonders stark fiel der Rückgang in der **Druckweiterverarbeitung** aus, die in etwa 3 Prozent des Branchenumsatzes ausmachen. Die Umsatzzuwächse in der Sparte **Druck- und Medienstufe** sind auf den bereits beschriebenen Sondereffekt zurückzuführen, die die Umsatzentwicklung in dieser Sparte 2023 maßgeblich verzerrt.

Nachdem die Sparte **Druck- und Medienvorstufe** im vergangenen Jahr ein sowohl nominales als auch reales Umsatzplus aufwies, stieg der nominale Spartenumsatz 2023 um 12,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr erneut an. Die Anzahl der Beschäftigten lag jedoch 3,5 Prozent unter dem Niveau des Vorjahres. Die Summe der Entgelte stagnierte dennoch – die Veränderung betrug rund + 0,3 Prozent. Primärer Grund hierfür dürfte der Lohnanstieg des letzten Jahres sein. Die Anzahl der meldepflichtigen Betriebe sank um 3,4 Prozent ab.

Abbildung 13: Konjunkturindikatoren und Kennzahlen nach Sparten, 2021–2023

	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
Drucken von Zeitungen										
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
2023	35	4.337	5.277	-1,8	180	-4,8	642	-7,1	414	-12,5
Drucken sonstiger Erzeugnisse										
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
2023	321	41.473	61.932	-2,9	1.665	-0,2	8.459	-6,2	6.685	-12,9
Druck- und Medienvorstufe										
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
2023	56	6.024	9.296	-4,5	260	0,3	734	12,5	642	7,1
Druckweiterverarbeitung										
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
2023	32	3.913	5.204	-10,0	122	-3,1	310	-9,2	250	-17,5
Druckindustrie insgesamt										
2021	478	59.583	87.414	-6,9	2.202	-6,2	9.459	-2,1	9.450	-1,9
2022	459	57.857	84.723	-3,1	2.242	1,8	10.703	13,2	9.067	-4,1
2023	444	55.748	81.718	-3,6	2.227	-0,7	10.145	-5,2	7.928	-12,6

Anmerkungen: Rundungsdifferenzen sind möglich; Berichtskreis: Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten; Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: Juni 2024; Berechnungen und Darstellungen: BVDM

Der Umsatzrückgang in der Sparte **Druckweiterverarbeitung** fiel, wie auch schon im letzten Jahr, konträr zur Entwicklung der Umsätze in der Druck- und Medienvorstufe aus: Bereits im Vorjahr wurde ein Umsatzrückgang von -5,5 Prozent im Vorjahresvergleich verzeichnet. Dieser fiel 2023 mit -9,2 Prozent nominell fast doppelt so stark aus wie im Vorjahr. Bereinigt man diese Entwicklung um die Preisanstiege des Jahres 2023 so erhöht sich der Rückgang real auf rund 17,5 Prozent im Vorjahresvergleich. Die Zahl der Beschäftigten sank jedoch mit rund -9 Prozent geringfügig weniger stark als im Vorjahr. Die Anzahl der Betriebe weist mit einem Rückgang von 13,5 Prozent im Vorjahresvergleich die anteilmäßig stärkste Abnahme der Betriebe innerhalb der Sparten aus.

Bei den Drucksparten, welche rund 90 Prozent des Branchenumsatzes repräsentieren, konnte nach den nominellen Zuwächsen des Vorjahres im Jahr 2023 ein Rückgang der Umsatzentwicklung beobachtet werden. Die reale Entwicklung, welche bereits im Jahr 2022 aufgrund von Preisanstiegen negativ verlief, fiel auch im Jahr 2023 negativer aus als die nominelle Entwicklung, was erneut auf einen signifikanten Einfluss von Preisfaktoren auf die Umsatzentwicklung hinweist.

Der nominale Umsatz der Sparte **Drucken von Zeitungen** sank 2023 um rund 7,1 Prozent gegenüber 2022. 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 2023 um 3,3 Prozent. Sowohl die Entgelte als auch die geleisteten Arbeitsstunden gingen um 4,8 bzw. 1,8 Prozent zurück und lagen damit deutlich unter den Rückgängen der Vorjahre.

Den geringsten Umsatzrückgang der Drucksparten indes erlitt die wirtschaftlich wichtigste Sparte **Drucken sonstiger Erzeugnisse**. Ihr nominaler Umsatz fiel im Vorjahresvergleich um 6,2 Prozent. Während die Anzahl der Betriebe um 2,1 Prozent zurückging und die Anzahl der Beschäftigten um 3,2 Prozent abnahm, blieb die Summe der gezahlten Entgelte mit einem geringfügigen Rückgang von 0,2 Prozent nahezu konstant. Diese Sparte umfasst – bis auf die Zeitungen – sämtliche Druckerzeugnisse und steht für rund 83 Prozent des nominalen Gesamtumsatzes der Druck- und Medienunternehmen mit 50 und mehr Mitarbeitern.

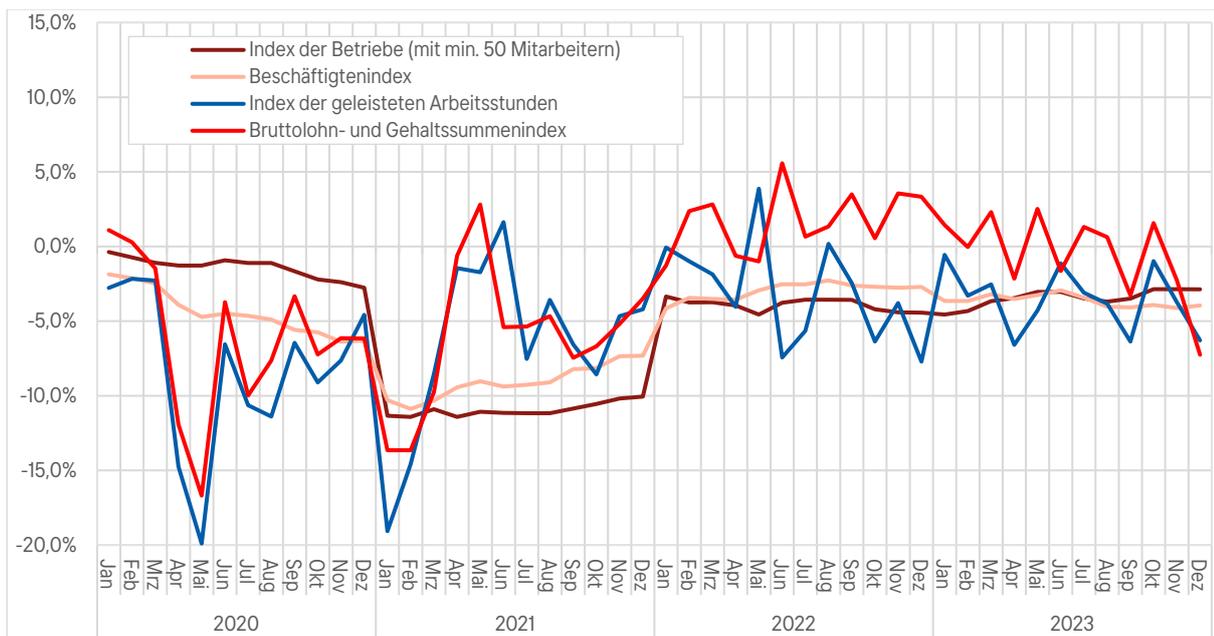
Entwicklung weiterer Konjunkturindikatoren der Druck- und Medienindustrie: Rückgang der geleisteten Arbeitsstunden und Zunahme der Bruttolohnsumme

2023 fielen die rückläufigen Bewegungen der Betriebsindizes der Betriebe mit mindestens 50 Beschäftigten trotz der starken wirtschaftlichen Beeinträchtigungen mit 3,4 Prozent vergleichsweise moderat aus. Im Jahr 2022 sank die Anzahl der Betriebe noch um 3,9 Prozent im Vorjahresvergleich.

Auch der Rückgang der Beschäftigtenindex fiel im Vorjahresvergleich trotz des wirtschaftlichen Ausmaßes der Energiekrise und den damit einhergehenden Kostenbelastungen sowie dem Auftragsmangel eher moderat aus. Somit konnten 2023 keine massiven arbeitsmarkt-relevanten Auswirkungen der Krise bei den Druck- und Medienbetrieben mit mindestens 50 Mitarbeitern beobachtet werden. Der Beschäftigtenindex verlor rund 3,6 Prozent im Vorjahresvergleich.

Die im Jahresmittel deutlich schwächere Auftragslage manifestiert sich in den im Jahr 2023 geleisteten Arbeitsstunden auch in den Betrieben ab 50 Mitarbeitern. In Summe sanken die geleisteten Arbeitsstunden um rund 3,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Dies deutet darauf hin, dass auch Betriebe mit 50 oder mehr Beschäftigten einer signifikanten Unterauslastung der Kapazitäten sowie den daraus folgenden Kapazitätsanpassungsdruck ausgesetzt waren.

Abbildung 14: Entwicklung weiterer Konjunkturindikatoren der Druck- und Medienindustrie im Vorjahresvergleich, Januar 2020 – Dezember 2023



Anmerkung: Für alle vier Indizes gilt Index (2015=100) & nicht-saisonbereinigte Indexwerte; Berichtskreis: Betriebe ab 50 Beschäftigten; Datenstand: Mai 2024; Quelle: Statistisches Bundesamt; Entwicklung und Berechnung des Index: BVDM

Die Stagnation des Index für Bruttolohn- und -gehaltssummen im Vorjahresvergleich zeigt, dass trotz des Rückgangs der geleisteten Arbeitsstunden, sowie der Betriebs- und Beschäftigtenindizes annähernd gleiche Lohn- und Gehaltssummen ausgezahlt wurden. So stieg die durchschnittliche Bruttoentlohnung je geleistete Arbeitsstunde auch für das Jahr 2023 erneut an. Im Vergleich zum Vorjahr stieg diese um 3,0 Prozent je geleistete Arbeitsstunde.

Die noch in den Jahren 2020, 2021 und vereinzelt bis in das Jahr 2022 verbreitete Nutzung von konjunktureller Kurzarbeit fand im Jahr 2023 in der Gesamtbranchenbetrachtung keine signifikante Anwendung mehr. Von einer maßgeblichen Beeinflussung der kumulierten Bruttolohn- und -gehaltssummen ist daher für das Jahr 2023 nicht auszugehen.

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 Produktionsentwicklung dar, auch wenn er nicht die gesamte Branche abbildet.

Produktionsentwicklung in der Druck- und Medienindustrie: Historischer Produktionsrückgang im Jahr 2023; Produktionsindex bricht ein

Nachdem bereits im Jahr 2022 ein starker **Produktionsrückgang** im Umfang von -7,2 Prozent verzeichnet wurde, führten die Verschlechterung des makroökonomischen Umfeldes beinahe zu einer Verdoppelung des Rückgangs des kalender- und saisonbereinigten Produktionsindex der Druck- und Medienbranche im Jahr 2023 – der **Rückgang betrug im Jahresdurchschnitt 13,1 Prozent**. Der Rückgang ist damit der stärkste seit Beginn der Zeitreihe und übertraf sogar den Rückgang aus dem Coronajahr 2020. **Seit dem Jahr 2018** verlor der Produktionsindex der Druck- und Medienwirtschaft damit etwa **ein Drittel** seines Wertes (vgl. Abb. 15).

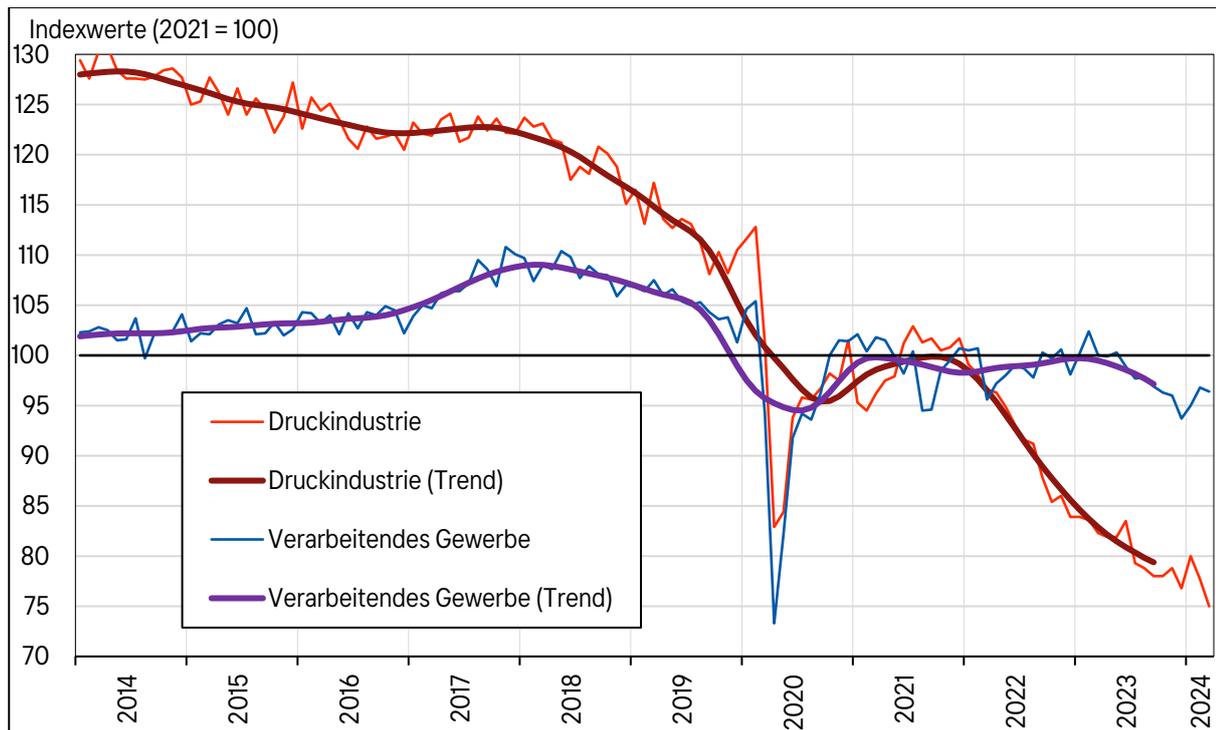
Die kostenseitigen Belastungen und die damit einhergehenden Preissteigerungen sowie die rezessive Entwicklung der Gesamtwirtschaft und die Beschleunigung des strukturellen Wandels waren die zentralen Ursachen für den Produktionsrückgang der letzten zwei Jahre. Diese Entwicklungen wurden einerseits durch den russischen Angriffskrieg in der Ukraine und die daraus folgenden Verwerfungen auf den Energiemärkten begünstigt. Andererseits befand sich die Branche spätestens seit dem vierten Quartal 2021 in einer gravierenden Engpasslage bei der Versorgung mit Druckpapieren. Dies führte bereits vor dem Beginn des Krieges zu massiven Preisanstiegen bei dem wichtigsten Vorprodukt der Druckindustrie.

Für eine Vielzahl von Druckprodukten lässt sich eine preiselastische Nachfrage beobachten, die beispielsweise in der Substituierbarkeit von Werbeprodukten durch überwiegend digitale Werbealternativen sichtbar wird. Diese Substituierbarkeit hat sich in den vergangenen Jahren unter anderem aufgrund eines nachhaltig geänderten Mediennutzungsverhaltens seit der Coronapandemie verstärkt. Die starken, durch Kostensteigerungen bedingten Preisanstiege verstärken diese Entwicklung, da sich die Kosten-Nutzen-Kalkulation weiter zu Ungunsten der Druckprodukte verschiebt. Infolgedessen kam es zu einem signifikanten Nachfragerückgang, der sich im vergangenen Jahr in Form von Auftragsrückgängen, -stornierungen und der Reduktion der Auftragsvolumina manifestierte.

Problematisch ist zudem, dass die Entwicklung der vergangenen Jahre nur eingeschränkt reversibel ist. Wandern bestimmte Formate einmal ab oder werden durch digitale ersetzt, ist eine Rückkehr nur noch in Ausnahmefällen zu erwarten. So wäre selbst bei einer vollständigen Rückkehr der Kosten auf ein Vorkrisenniveau nur mit einer beschränkten Erholungsbewegung in der Produktion zu rechnen.

Im ersten Quartal 2024 entwickelte sich die Produktion volatil. Einer deutlichen Verbesserung gegenüber dem Vormonat im Januar stand eine negative Entwicklung im Februar und März entgegen, sodass der Zuwachs im Vorquartalsvergleich von rund 1,1 Prozent mit Vorsicht bewertet werden muss. Jedoch ist festzustellen, dass sich der Abwärtstrend des letzten Jahres im ersten Quartal deutlich abschwächt.

Abbildung 15: Trend der Produktionsindizes, Vergleich zum Verarbeitenden Gewerbe, Januar 2014–März 2024



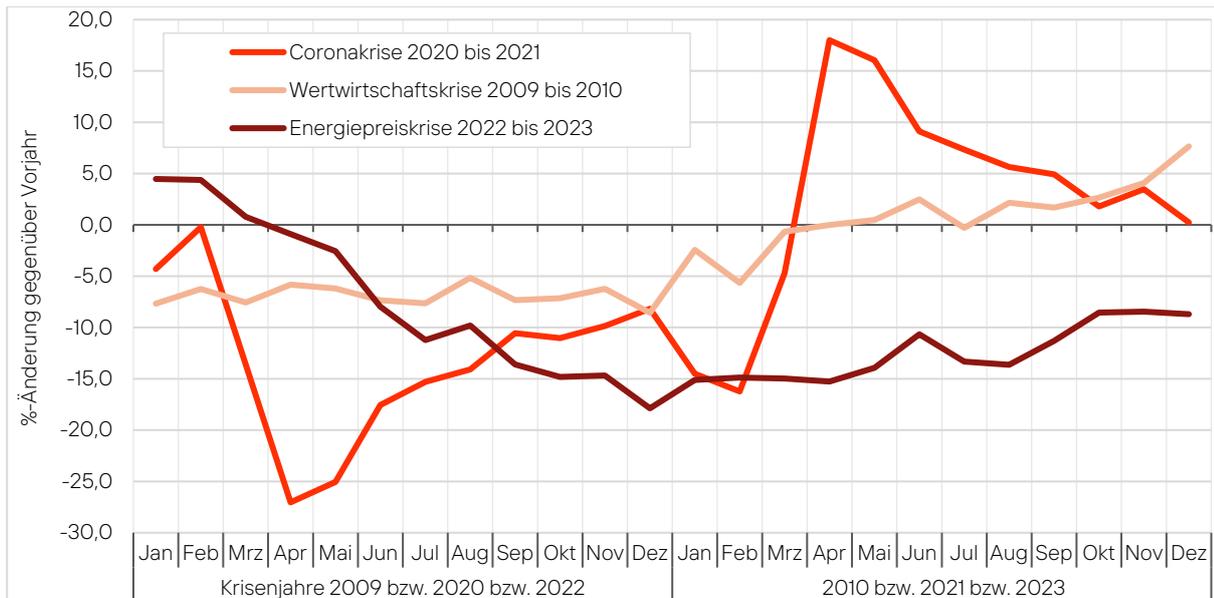
Bemerkungen: Die Werte sind kalender- und saisonbereinigt, für Ursprungsindizes gilt 2021 = 100, Trendbestimmung erfolgte mit Hilfe des exponentiell gewichteten gleitenden Durchschnitts (Glättungsparameter $\alpha = 0,25$). Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten; Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen: BVDM

Im Vergleich zu früheren Krisen in der Druckindustrie hebt sich die Energiepreiskrise insbesondere durch ihre Dauer hervor. Während in der Coronakrise bereits nach ca. 10 Monaten und in der Weltwirtschaftskrise nach ca. 14 Monaten eine Erholungsbewegung zu beobachten war, weist die Energiepreiskrise seit ca. 22 Monaten durchgehend negative Wachstumsraten im Vorjahresvergleich auf (vgl. Abb.16).

Zudem bleiben die Krisenursachen – zumindest was die Kostenbelastungen durch die Folgen der Energiepreisanstiege betrifft – in abgeschwächter Form bestehen, da international wettbewerbsfähige Energiepreise aufgrund der laufenden Transformation des Energiesystems kurz- und mittelfristig kaum zu erreichen sind.

Vorerst ist aus den zuvor beschriebenen Gründen nicht mit einer signifikanten Besserung der wirtschaftlichen Lage in der Druckindustrie zu rechnen. Eine ausgeprägte Erholungsbewegung wie nach der Coronapandemie und der Weltwirtschaftskrise ist daher auch für das Jahr 2024 wenig wahrscheinlich.

Abbildung 16: Produktionsentwicklung der Druckindustrie im Krisenvergleich



Bemerkungen: Die Werte sind kalender- und saisonbereinigt, für Ursprungsindizes gilt 2015 = 100, Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten; Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen: BVDM

Rückgang der Kapazitätsauslastung und strukturelles Überangebot

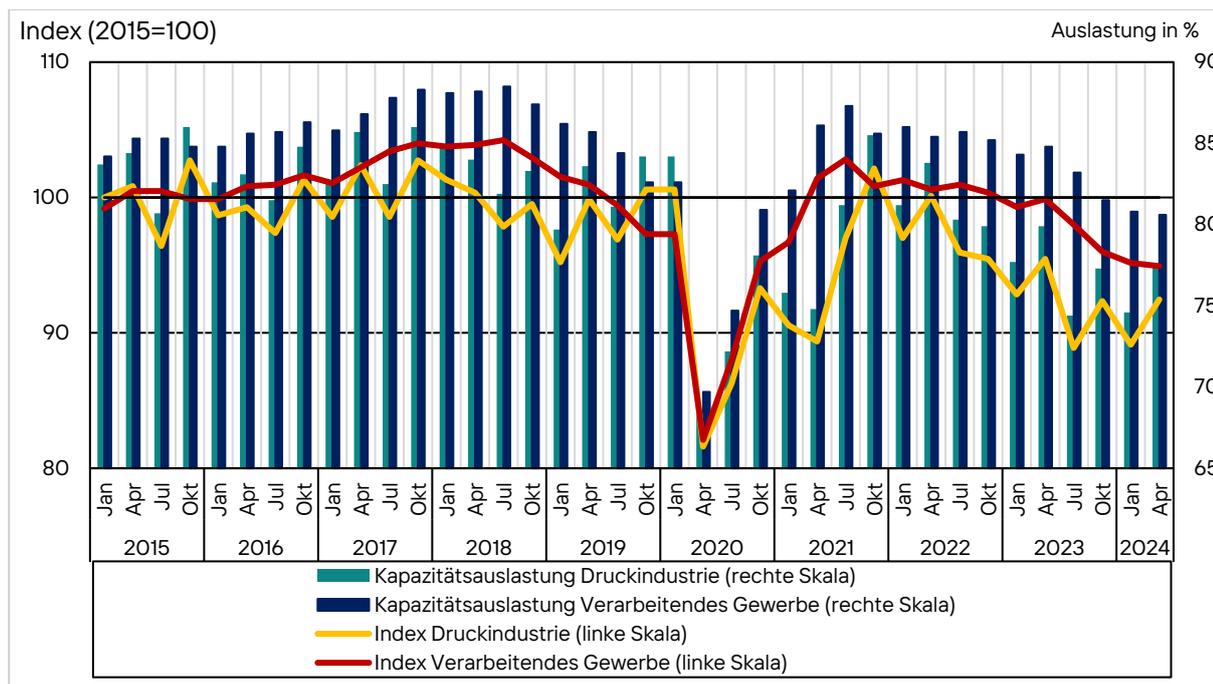
Das Ausmaß und die Geschwindigkeit des Produktionsrückgangs führen zu einer Verstärkung der Überkapazitäten auf dem Markt für Druckerzeugnisse: Weder der Rückgang der Betriebszahlen noch die Stilllegung von Maschinen und Angebotskapazitäten haben bisher eine vergleichbare Entwicklung gezeigt. Die durchschnittliche Kapazitätsauslastung der Betriebe in der Druck- und Medienbranche sank daher im Jahr 2023 um rund 4,9 Prozentpunkte von 81,3 Prozent im Jahr 2022 auf 77,3 Prozent (vgl. Abb. 17).

Die prekäre Auslastung von Kapazitäten in Betrieben begünstigt das Ansteigen der Stückkosten und erzeugt Wettbewerbsnachteile. Betriebe die langfristig über keine ausreichend gefüllten Auftragsbücher verfügen, sind gezwungen Maschinen stillzulegen und Kapazitäten aus dem Markt zunehmen.

Aufgrund der fortschreitenden strukturellen Veränderungen in der Druckbranche sowie der aktuellen gesamtwirtschaftlichen Entwicklung und der anhaltenden kostenseitigen Belastungen ist kurzfristig nicht mit einer signifikanten Erholung der Gesamtnachfrage für Druckprodukte zu rechnen. Eine deutliche Verbesserung der Kapazitätsauslastung ist daher erst nach einer angebotsseitigen Marktkonsolidierung zu erwarten.

Zwar ist diese Entwicklung in den letzten zwei Jahren kein ausschließliches Phänomen der Druckindustrie – die durchschnittliche Kapazitätsauslastung des Verarbeitenden Gewerbes lag im Jahr 2023 insgesamt 1,4 Prozent unter dem vergleichbaren Zehn-Jahres-Niveau – jedoch wirkt sich die Abhängigkeit von energieintensiven Vorprodukten und die Beschleunigung des digitalen Wandels in der Druckindustrie besonders intensiv aus. So ist spätestens seit dem 2. Halbjahr 2022 ein deutlicher Unterschied in der Intensität der Rückgänge im Vergleich zum Verarbeitenden Gewerbe erkennbar.

Abbildung 17: Entwicklung der Kapazitätsauslastung (Januar 2015 – April 2024)



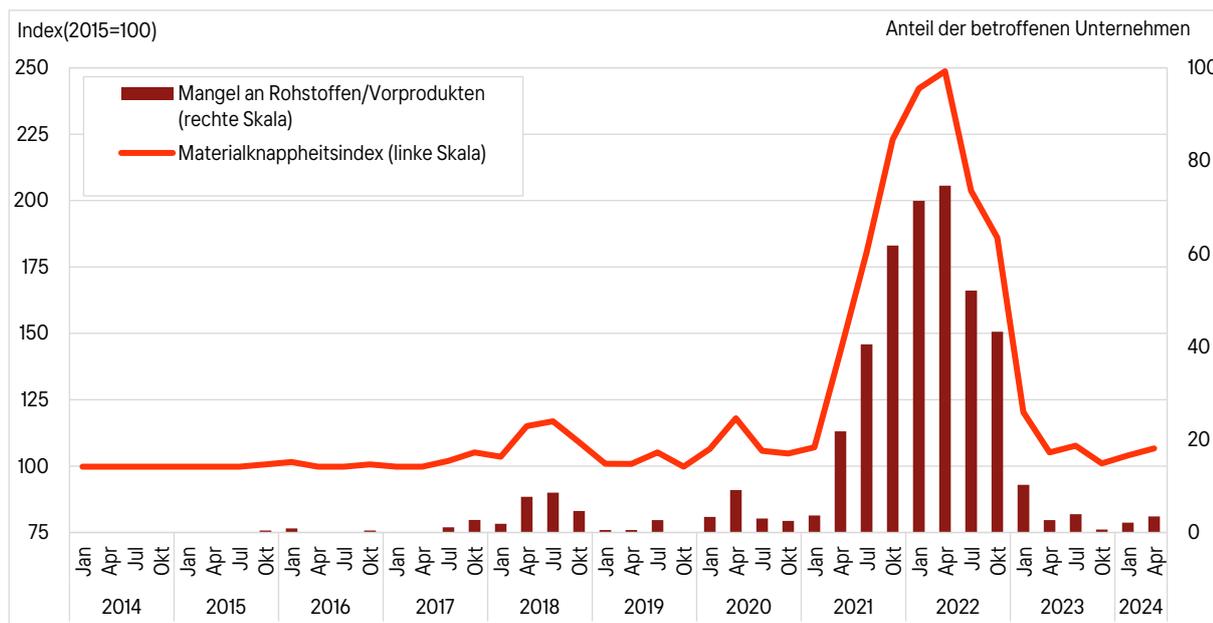
Erste Anmerkung: Ursprungsindizes (Index 2015=100). Zweite Anmerkung: Die rechte Skala bezieht sich auf die durchschnittliche Kapazitätsauslastung bei den Druckunternehmen, die an der monatlichen ifo-Konjunkturumfrage teilnehmen. Im Rahmen dieser Umfrage wird allerdings nicht in jedem Monat, sondern 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 2024; Berechnungen: BVDM

Keine signifikanten Lieferengpässe mehr im Jahr 2023

Die für das Jahr 2022 prägenden Materialengpässe für Druckpapiere und andere Vorprodukte waren im Jahr 2023 kaum noch zu beobachten.

Zudem blieben die Materialengpässe und Lieferkettenprobleme weiterhin stark präsent. Zwar bedeutete 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. 18). In Folge verstärkte sich der Rückgang des saison- und kalenderbereinigten Produktionsindex um 0,3 Prozentpunkte auf -2,3 Prozent im Vorquartalsvergleich.

Abbildung 18: Branchenindikator für Materialmangel (Januar 2010 – April 2024)



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: Juni 2024; Berichtskreis: Teilnehmer der monatlichen ifo-Konjunkturumfrage; Entwicklung und Berechnung des Index: BVDM

Produktionswerte einzelner Produkt- und Dienstleistungsarten im Jahr 2023

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. Unter Berücksichtigung der durchschnittlich rund 8,4 Prozent höheren Erzeugerpreise für Druckereileistungen im Jahr 2023 lässt sich die Differenz zwischen den vergleichsweise moderaten Rückgängen der Produktionswerte und dem fast doppelt so starken Einbruch des Produktionsindex erklären. Letzterer ist überwiegend auf das Herausrechnen der beschriebenen Preiseffekte zurückzuführen.

Der Produktionsstatistik ist zu entnehmen, dass der Wert der zum Absatz bestimmten Produktion von **Druckerzeugnissen und Druckdienstleistungen 2023** gegenüber dem Vorjahr um insgesamt 6,8 Prozent zurückging. Der Gesamtwert der Produktion aller gemäß Destatis dem Wirtschaftszweig zugeordneten Druckerzeugnisse und Druckdienstleistungen, büßte nach dem preisbedingt starken Wachstum des vergangenen Jahres deutlich ein und betrug im Jahr 2023 insgesamt rund 12,6 Mrd. Euro (-0,9 Mrd. Euro). Während die **Druckerzeugnisse** (-7,0 Prozent) überdurchschnittlich stark sanken, bremsten die **Druckdienstleistungen** (-4,8 Prozent) die Höhe des Rückgangs im Jahr 2023 etwas aus (vgl. Abb. 19).

Für die überwiegenden Produktgruppen, die der Sparte der Druckerzeugnisse zuzuordnen sind, wurden mit wenigen Ausnahmen sinkende Produktionswerte verzeichnet. Gegenläufige Entwicklungen beschränkten sich ausschließlich 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 Einbruch bei der wichtigsten Produktparte, dem Werbedruck

Der **Werbedruck** ist der für die Druck- und Medienindustrie wertmäßig relevanteste Bereich. Im Jahr 2023 machten Werbedrucksachen rund 36,8 Prozent des Wertes aller Druckerzeugnisse aus. **Verkaufskataloge, Plakate, Prospekte, Mailing, Geschäftsberichte und andere Werbedrucksachen** bilden dabei den Großteil der Produktgruppe. Der Werbemarkt ist in hohem Maße konjunkturabhängig. Die Lage am Werbemarkt war – wie den Werbezahlen in Abschnitt 1 zu entnehmen ist – daher auch im Jahr 2023 weiterhin deutlich angespannt. Die zwar etwas verbesserte aber weiterhin angespannte Konsumzurückhaltung sowie eine stagnierende Gesamtwirtschaft erschwerten die Lage für Werbetreibende. Im Vorjahresvergleich sank der Wert der zum Absatz bestimmten Produktion im Werbedruck um 10,3 Prozent auf 4.167 Mio. Euro ab.

Die wertanteilmäßig größte Produktart⁹ im Werbedruckbereich, **Prospekte und Werbebeilagen**, verzeichnete den mit Abstand größten Wertverlust. Der Produktionswert brach im Jahresdurchschnitt um rund 17,2 Prozent auf 1.766 Mio. Euro ein. Aufgrund der Größe der Produktart steht der Rückgang der Prospekte allein für rund 52 Prozent des Gesamtrückgangs der Druckereileistungen. Das Jahr 2023 war insbesondere in dieser Produktart geprägt von der Einstellung und Verlagerung von Printformaten, wobei in den meisten Fällen Kosteneinsparungen als Motiv angeführt werden können. Nichtsdestotrotz bleibt das Format mit einem wertmäßigen Anteil von 15,6 Prozent am Gesamtwert aller Druckereileistungen eines der wirksamsten und gefragtesten Printformate.

Auch **Kataloge** (-11,2 Prozent), **Geschäftsberichte** (-15,9 Prozent) und **andere Werbedrucke und -schriften** (-6,8 Prozent) mussten deutliche Wertverluste im Vorjahresvergleich hinnehmen, während die Entwicklung von **Plakaten** (-0,4 Prozent) in etwa stagnierte. Einzig **Werbe-mailings** konnten mit einem starken Zuwachs von 20,1 Prozent im Vorjahresvergleich deutlich zulegen. Jedoch reichte dies aufgrund der Größe dieser Produktart (307 Mio. Euro) nicht aus, um den Rückgang der Werbedrucke insgesamt zu kompensieren. Die signifikante Zunahme belegt die Effektivität dieser Produkte selbst in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten. Es ist jedoch anzunehmen, dass ein nicht unerheblicher Anteil des Anstiegs auf die Formatverschiebung bei Prospekten zurückzuführen ist.

Deutlicher Rückgang bei Zeitungen/Zeitschriften sowie Büchern

Neben dem deutlichen Rückgang der Auflagen¹⁰ verbuchte auch die wertmäßige Entwicklung von **Zeitungen/Anzeigenblättern** und **Zeitschriften** nach dem starken Zuwachs im Vorjahr, im Jahr 2023 einen deutlichen Rückgang. Der Wert der zum Absatz bestimmten Produktion in der Gruppe **Zeitungen/Anzeigenblätter** fiel um 12,0 Prozent auf 937 Mio. Euro ab. Der Produktionswert der **Zeitschriften** sank etwas verhaltender um 6,7 Prozent auf 755 Mio. Euro. Diesen Segmenten machte insbesondere der durch den Kostendruck beschleunigte digitale Wandel sowie die Verfügbarkeit und Kostenintensität der Zustellung weiter zu schaffen. Auch bei dem Druck von **Büchern** wurde ein Rückgang von 9,0 Prozent im Vorjahresvergleich verzeichnet. Der Wert der produzierten Waren und Dienstleistungen sank in diesem Segment auf 905 Millionen Euro ab. Einzig der **Druck von Kartografischen Erzeugnissen** (+22,2 Prozent) sowie das sich seit 2019 deutlich im Wachstum befindende Segment der **Bilder-, Zeichen und Malbücher für Kinder** (+15,8 Prozent) trotzen dem allgemeinen Trend in dieser Produktgruppe. Mit einem Volumen von rund 2 und 34 Millionen Euro bilden diese Segmente kombiniert jedoch nur einen Anteil von rund 4 Prozent der Produktgruppe ab.

⁹ Bezug auf die Werte im Jahr 2023

¹⁰ vgl. IVW Auflagenstatistik in Abschnitt 1

Geringe Verluste bei Bedruckten Etiketten und Sonstigen Druckerzeugnissen

Die Gruppe der **Sonstigen Druckerzeugnisse** bildet mit rund 16,4 Prozent den zweitgrößten Anteil der Druckerzeugnisse. Dort fiel der Gesamtproduktionswert im Jahr 2023 mit rund 1,7 Prozent unterdurchschnittlich stark ab. Innerhalb der Gruppe kam es zu gegenläufigen Entwicklungen. Während sich der Produktionswert des **Bedruckens anderer Materialien als Papier**, das dritte Jahr in Folge anstieg (+3,8 Prozent) und mit einem Volumen von 735 Millionen Euro und einem Anteil von rund 43 Prozent mittlerweile die größte Produktart der Gruppe darstellt, gingen die übrigen Produktarten z. T. deutlich zurück. Der **Druck von Bildern, Kunstblättern und Fotografien** brach um 18,1 Prozent ein, während der Rückgang der **Anderen Drucke** mit 6,6 Prozent im Vorjahresvergleich merklich geringer ausfiel. Insgesamt bleibt die Produktgruppe mit einem Produktionswert von rund 1.855 Mio. Euro eine der wenigen, die auch weiterhin über ihren Vorcoronawerten liegen.

Bei den **bedruckten Etiketten** wurden nach dem Anstieg des letzten Jahres leichte Rückgänge beobachtet. So sank der Produktionswert der Sparte um 1,5 Prozent ab. Trotz eines 2023 weiterhin kriselnden Online- und Versandhandels blieb der Etikettendruck mit einem Produktionswert von 1.473 Mio. Euro weitestgehend stabil und über dem Vorcoronaniveau von 2019 (1.379 Mio. Euro).

Spürbarer Rückgang auch bei den Druckdienstleistungen

2023 nahm der Produktionswert der Sparte **Druck- und Medienvorstufe** im Vergleich zum Vorjahr 1,4 Prozent auf 811 Mio. Euro ab. Innerhalb der Sparte zeichnet sich ein zwiegespaltenes Bild ab. Während **Mediendienstleistungen** wie Datenbankmanagementtätigkeiten und Web-To-Print-Anwendungen (-9,3 Prozent), die **Herstellung von Hochdruckformen** (-9,6 Prozent), **Druckformen für den Offsetdruck** (-9,3 Prozent), **Tiefdruckzylinder/Platten mit Druckbild** (-4,6 Prozent) und **Andere Druckformen mit Druckbild** (-4,09 Prozent) zurückgingen, verzeichnete die **Gestaltung von Erzeugnissen des Druckgewerbes** mit einem deutlichen Anstieg von 15,8 Prozent den einzigen Zuwachs innerhalb der Sparte.

Mit einem wertmäßigen Produktionsrückgang von 9,8 Prozent gegenüber 2022 fiel die Entwicklung in der **Druckweiterverarbeitungssparte** etwas schlechter aus als bei der Druck- und Medienvorstufe. Den relativ gesehen größten Rückgang verzeichnete die **Druckweiterverarbeitung von Büchern durch Falzen** (-13,4 Prozent), während die **Druckweiterverarbeitung von anderen Drucksachen** mit -8,3 Prozent den geringsten Rückgang aufwies. Die entsprechenden Produktionswerte sanken von 100 Mio. Euro auf 87 Mio. Euro bzw. von 200 Mio. Euro auf 183 Mio. Euro. Die **Druckweiterverarbeitung von Zeitschriften und Broschüren** ging um 9,6 Prozent auf 226 Mio. Euro zurück.

Abbildung 19: Produktionswerte nach Produkt-/Dienstleistungsgruppen 2023

Produkt/Dienstleistung	2023			2022		
	Mio. Euro	ggü. Vj.	Anteil	Mio. Euro	ggü. Vj.	Anteil
Werbedrucke	4.167	-10,3%	36,8%	4.646	17,2%	38,1%
davon: Kataloge	768	-11,2%	6,8%	866	20,5%	7,1%
Plakate	500	-0,4%	4,4%	502	14,2%	4,1%
Geschäftsberichte	31	-15,9%	0,3%	37	11,1%	0,3%
Prospekte	1.766	-17,2%	15,6%	2.133	19,3%	17,5%
Mailings	307	20,1%	2,7%	256	5,3%	2,1%
andere Werbedrucke und -schriften	794	-6,8%	7,0%	852	14,9%	7,0%
Geschäftsdrucksachen	1.083	-4,1%	9,5%	1.129	11,8%	9,3%
Zeitschriften	755	-6,7%	6,7%	810	15,9%	6,6%
Zeitungen/Anzeigenblätter	937	-12,0%	8,3%	1.065	12,7%	8,7%
davon: Tageszeitungen	572	-14,8%	5,0%	671	12,6%	5,5%
Wochen-, Sonntagszeitungen	142	-9,6%	1,3%	157	19,8%	1,3%
Anzeigenblätter, Annoncenzeitungen	223	-5,9%	2,0%	236	8,9%	1,9%
Bücher/kartografische Erzeugnisse	905	-9,0%	8,0%	995	12,6%	8,2%
Bedruckte Etiketten	1.473	-1,5%	13,0%	1.495	9,4%	12,3%
Kalender/Karten	162	-1,6%	1,4%	164	28,9%	1,3%
Sonstige Druckerzeugnisse	1.855	-1,7%	16,4%	1.888	2,8%	15,5%
davon: Textildruck (bedrucken von Bekleidung)	70	25,0%	0,6%	56	40,8%	0,5%
Bedrucken v. anderen Materialien als Papier	735	3,8%	6,5%	708	3,1%	5,8%
Andere Drucke	1.050	-6,6%	9,3%	1.124	1,2%	9,2%
Summe Druckerzeugnisse	11.337	-7,0%	100,0%	12.193	12,6%	100,0%
Druck- und Medienvorstufe	811	-1,4%	62,0%	822	-2,0%	59,9%
Druckweiterverarbeitung	496	-9,8%	38,0%	550	1,8%	40,1%
Summe Druckdienstleistungen	1.307	-4,8%	100,0%	1.373	-0,5%	100,0%
Summe Druckerzeugnisse und -dienstleistungen	12.644	-6,8%		13.566	11,1%	

Bemerkungen: Differenzen durch Rundungen möglich. Aufgrund der Revision des Güterverzeichnisses für Produktionsstatistiken (GP) ist ein Vergleich mit den Jahren vor 2019 nur noch bedingt möglich; Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten; Datenstand: Mai 2024; Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen: BVDM

3 Verkaufspreisentwicklung

Im Vergleich zum Vorjahr stiegen die Verkaufspreise für Druckereileistungen 2023 im Jahresmittel weiter an, wiesen jedoch im Jahresverlauf einen rückläufigen Trend auf. Ab dem zweiten Quartal 2023 sorgten die fortlaufenden Rückgänge der Kosten für grafische Druckpapiere und Energie in den Drucksparten für sinkende Erzeugerpreise, während die Preise der Dienstleistungssparten weiter zulegten (vgl. Abb. 20).

Verkaufspreise für Druckereileistungen: Höheres Jahresmittel und gegenläufige Entwicklungen in den Sparten

Der vom Statistischen Bundesamt veröffentlichte Preisindex für Druckereileistungen stieg 2023 um durchschnittlich 8,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr und überstieg nach dem starken Zuwachs des Vorjahres erneut deutlich das Vorjahresniveau. Damit fiel der Anstieg des Preisindex jedoch wesentlich schwächer als der Vorjahresanstieg (+18,1 Prozent).

Während der Energiepreiskrise war die **Zeitungsdrucksparte** die Drucksparte mit dem stärksten Preisanstieg im Vorjahresvergleich. Dieser kostengetriebene Anstieg setzte sich noch bis in etwa das erste Quartal 2023 fort und kehrte sich dann um. Im Jahr 2022 hatten vor allem die erheblichen Preisanstiege bei Zeitungsdruckpapieren einen primären Einfluss auf die Verkaufspreise (vgl. Abschnitt 1). Im Jahr 2023 kehrt sich dieser Trend um, sodass die sinkenden Erzeugerpreise für den Druck von Zeitungen hauptsächlich von den sinkenden Kosten für Druckpapiere und Energie bestimmt wurden. Durch den schnellen Anstieg im Vorjahr und den vergleichsweise moderaten Rückgang 2023 lag der Jahresdurchschnitt 2023 jedoch rund 6,0 Prozent über den Werten des Vorjahres. Die steigenden Kosten für Personal, Logistik und Zustellung verlangsamten den Rückgang weiter und sorgen im Zusammenspiel mit den weiterhin erhöhten Papierpreisen dafür, dass ein Erreichen des Vorkrisenniveaus unwahrscheinlich erscheint. Im Dezember 2023 lag das Preisniveau weiterhin rund 34 Prozent über dem Jahresmittel von 2021.

Die wertmäßig bedeutendste Sparte, **Drucken sonstiger Erzeugnisse**, beschrieb 2023 eine ähnliche Entwicklung wie der Zeitungsdruck. Von März bis April sanken die Preise um rund 3,4 Prozent, während der Gesamtjahresvergleich aus den bereits beim Zeitungsdruck beschriebenen Gründen mit 8,5 Prozent deutlich positiv ausfällt. Auch hier fällt der Rückgang deutlich schwächer aus als der Anstieg der Vorjahre. Im Dezember 2023 lag das Niveau rund 26,4 Prozent über dem Jahresdurchschnitt von 2023.

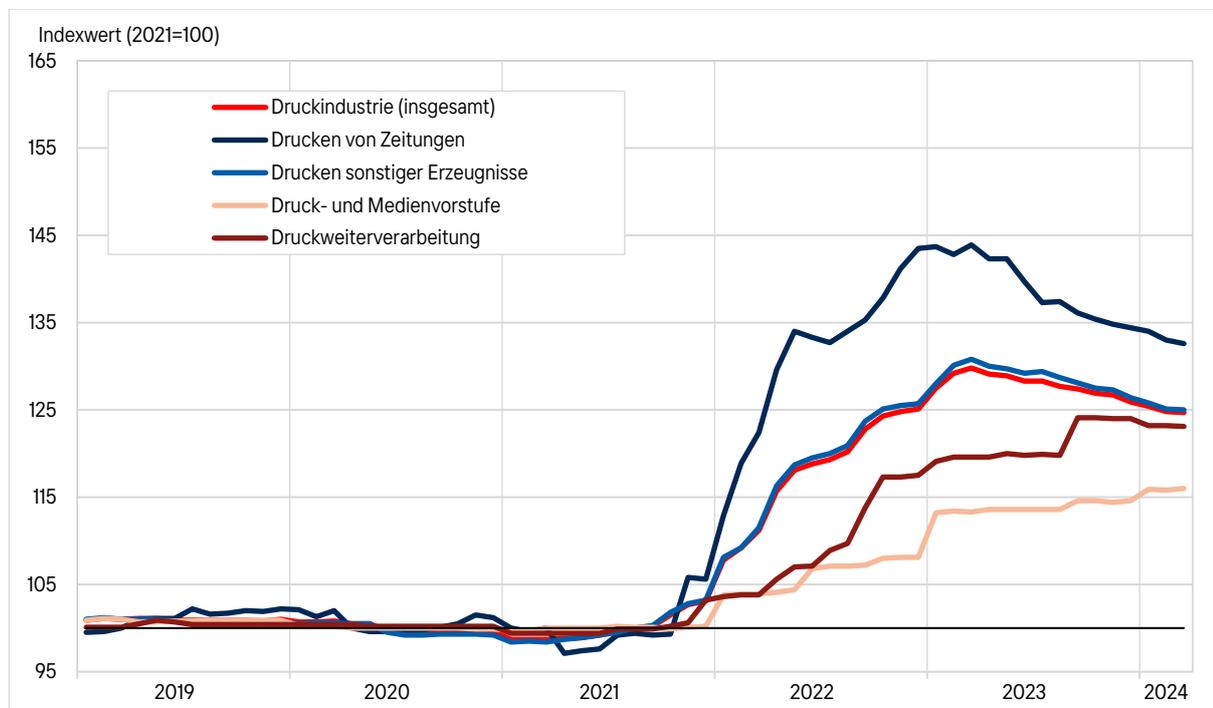
Bei den Preisen in den Dienstleistungssparten der Branche wurde ein gegenläufiger Trend beobachtet. Hier stiegen die Preise auch im Jahresverlauf 2023 weiter deutlich an. Die Ursachen für diese Entwicklung dürften in der unterschiedlichen Kostenstruktur liegen. Die deutlich geringere Abhängigkeit von Vorprodukten bewirkt eine verzögerte Reaktion auf die mittelbaren Kosten der Krise.

In der Sparte **Druck- und Mediovorstufe** setzte sich der Trend steigender Preise auch im Jahr 2023 weiter fort, flachte sich jedoch merklich ab. Von Januar bis Dezember 2023 stiegen die Preise in der Druck- und Mediovorstufe um rund 1,2 Prozent an. Aufgrund des hier vorliegenden Basiseffekts entspricht dies im Jahresdurchschnitt einem Anstieg von rund 7,4 Prozent. Im Vergleich zu den anderen Sparten wiesen die Preise in der Druck- und Mediovorstufe die geringsten Anstiege auf. Aufgrund der unterschiedlichen Kostenstruktur¹¹ bei der Erstellung

¹¹ Die Preisentwicklung der Druck- und Mediovorstufe bleibt von der Entwicklung der Druckpapierpreise weitestgehend unbeeinflusst.

der Vorleistungen wirkten sich die Kostenbelastungen der vergangenen Jahre hier geringer aus. Im Dezember 2023 lag das Preisniveau rund 14,6 Prozent über dem Jahresdurchschnitt von 2021.

Abbildung 20: Entwicklung der Verkaufspreise für Druckereileistungen (insgesamt und nach Sparten), Januar 2019 – März 2024



Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: Mai 2024 Berechnungen: BVDM

Ähnliches 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 August und September verzeichnet. Hier stiegen die Preise um rund 3,6 Prozent im Vergleich zum Vormonat. Im Jahresmittel lagen die Preise damit rund 10,5 Prozent über den Vorjahreswerten. Dies entspricht einer Steigerung von rund 24 Prozent im Dezember 2023 im Vergleich zum Jahresdurchschnitt 2021.

Erstes Quartal 2024: Entwicklungen setzten sich überwiegend fort

Im ersten Quartal 2024 war in allen Bereichen eine Abschwächung der jeweiligen Trends des Jahres 2023 zu beobachten. Die Preise für Druckerzeugnisse lagen rund 1,2 Prozent unter dem Niveau des Vorquartals. In den Drucksparten setzte sich der Abwärtstrend fort. Im Zeitungsdruck sanken die Erzeugerpreise gegenüber dem Vorquartal um rund 1,2 Prozent. Überdurchschnittlich stark sanken die Preise für den Druck sonstiger Erzeugnisse mit einem Minus von 1,4 Prozent. Bei den Druckdienstleistungen wich nur die Druckweiterverarbeitung mit einem Minus von rund 0,7 Prozent vom Trend des Vorjahres ab, während die Erzeugerpreise in der Druck- und Mediovorstufe im Vergleich zum Vorquartal um 1,2 Prozent stiegen.

4 Arbeitsmarktentwicklung

Erhöhte Rückgänge von Betriebs- und Beschäftigtenzahlen im Jahr 2023

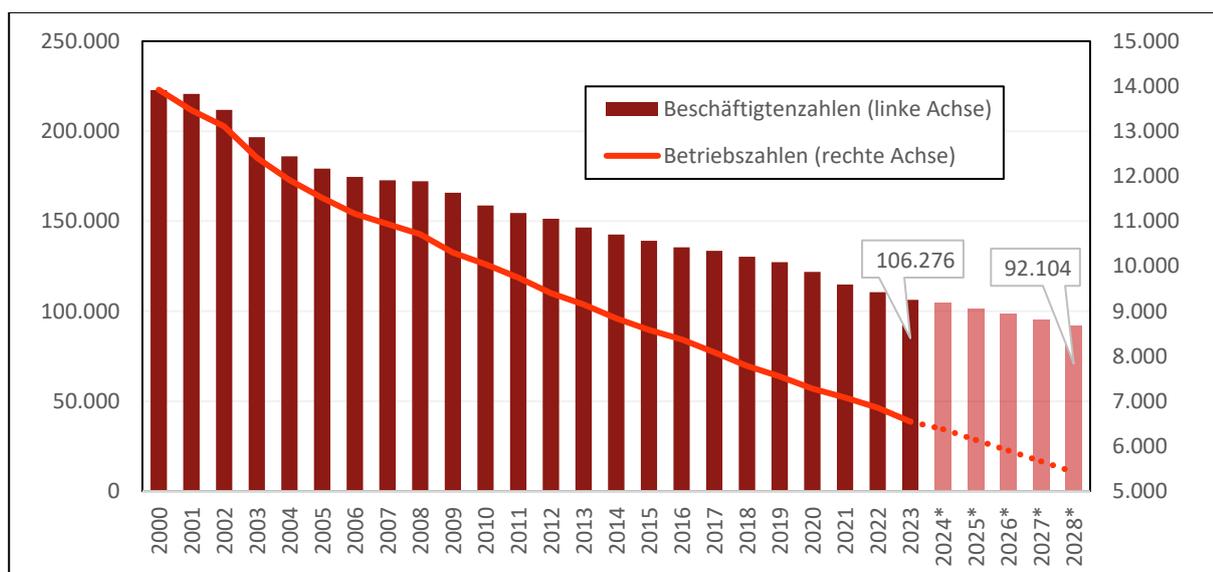
Seit 1998 kann in der Druckindustrie ein kontinuierlicher Rückgang der Betriebs- und Beschäftigtenzahlen beobachtet werden. Der durchschnittliche jährliche Rückgang der Betriebszahlen seit 1998 beträgt 3,00 Prozent pro Jahr. Der durchschnittliche jährliche Rückgang der Beschäftigtenzahlen seit 1998 beträgt rund 2,89 Prozent pro Jahr (vgl. Abb. 21).

Der nach wie vor anhaltende abwärts gerichtete Trend der Betriebs- und Beschäftigtenzahlen ist darauf zurückzuführen, dass der strukturelle Änderungsprozess, welcher mit der fortschreitenden Digitalisierung und der Änderung des Mediennutzungsverhaltens in der Gesellschaft einhergeht, noch nicht abgeschlossen ist und sich das Marktgleichgewicht von Angebot und Nachfrage noch nicht eingestellt hat. Es herrschen nach wie vor starke strukturelle Überkapazitäten am seit Jahren rückläufigen Markt für Druckerzeugnisse vor.

Der in Folge des Ukrainekrieges und der Energiewende induzierte Energiepreisschock und die wirtschaftlichen Folgeerscheinungen verstärkten nicht nur den strukturellen Rückgang, sondern fügen eine konjunkturelle Komponente hinzu. Die Nachfrage auf dem Markt für Druckerzeugnisse ging daher insbesondere in den Jahren 2022 und 2023 verstärkt zurück und lässt den Markt mit einem signifikanten Überangebot und einem starken Konsolidierungsdruck zurück. In den kommenden Jahren ist daher mit erhöhten Rückgängen der Betriebs- und Beschäftigtenzahlen zu rechnen.

Dämpfend wirkte sich bisher aus, dass Betriebe mit der Herausnahme von Kapazitäten (Stilllegung von Maschinen) auf ein Absinken der Nachfrage reagieren und so den Geschäftsbetrieb in verminderter Form aufrechterhalten können. So führt auch ein langfristiges Absinken der Nachfrage nicht zwangsläufig zu sprunghaften Rückgängen in den Betriebszahlen, sondern äußert sich in längerfristig erhöhten Abnahmeraten.

Abbildung 21: Entwicklung der Betriebs- und Beschäftigtenzahlen in der Druck- und Medienindustrie seit 2000



Erste Anmerkung: Es werden nur Betriebe berücksichtigt, die mindestens einen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten haben.

***Zweite Anmerkung:** Die Betriebs- und Beschäftigtenzahlen für die Jahre 2024 bis 2028 stellen Prognosen des BVDM dar. Schätzungen des BVDM wurden auf Grundlage einer linearen Regressionsanalyse durchgeführt. Hierbei wurde unter Berücksichtigung der vergangenen Entwicklung die zukünftige prognostiziert, sodass die Prognose unter der Annahme erfolgt ist, dass keine exogenen branchenspezifischen Schocks die Trendentwicklung vollkommen verändern und es damit zu keinem Strukturbruch in der Entwicklung kommt.

Quelle: Bundesagentur für Arbeit; Stichtag: 31. März des jeweiligen Jahres

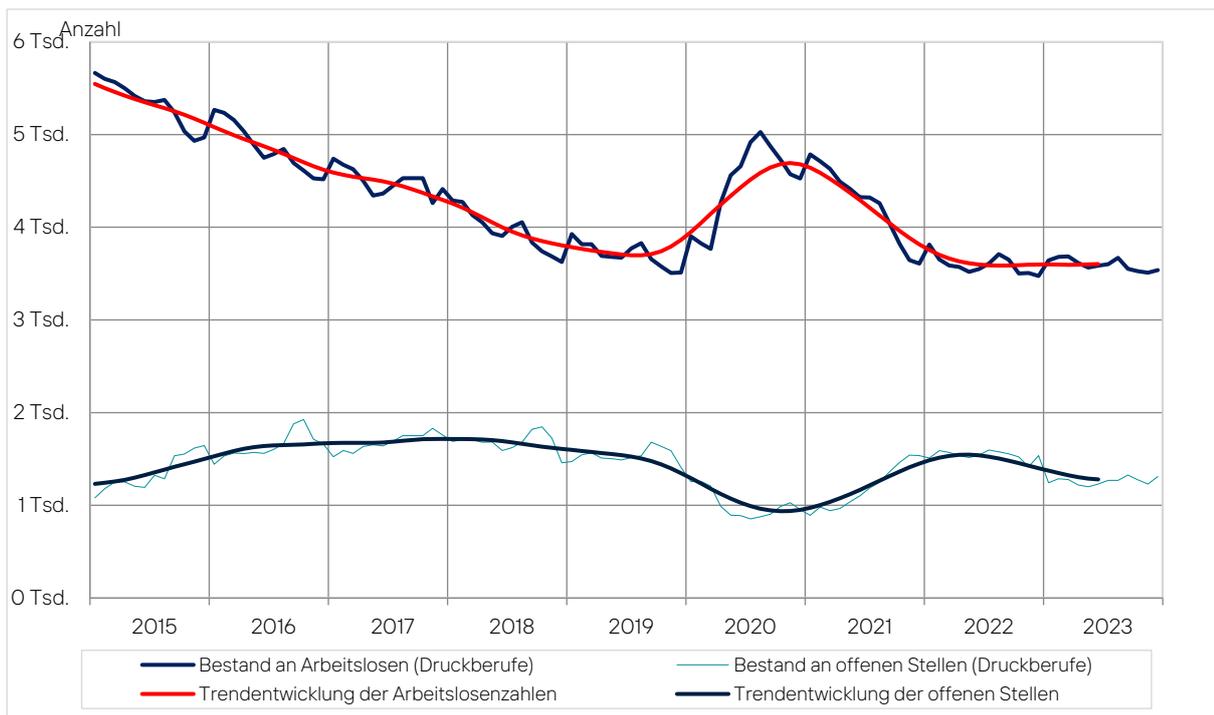
Die Betriebszahlen fielen im Jahr 2023 (Stichtag: 30.06.) um 4,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr, die Zahl der Beschäftigten fiel um 3,8 Prozent. Zwar ist die Entwicklung deutlich negativ, im Verhältnis zu den enormen produktionsbezogenen Auswirkungen der Jahre 2022 und 2023 jedoch vergleichsweise moderat. Allerdings ist zu beachten, dass wirtschaftliche Krisen sich erst mit einem gewissen Zeitverzug in der Abnahme der Betriebs- und Beschäftigtenzahlen manifestieren. Der Anstieg der Insolvenzzahlen im Jahr 2023 deutet auf eine Verstärkung dieser Entwicklung hin.

Für die Jahre 2024 bis 2028 prognostiziert der BVDM einen weiteren strukturellen Rückgang der Beschäftigten, sodass laut Prognose im Jahr 2028 rund 92.104 Beschäftigte in der Druckindustrie arbeiten. Dies entspricht einem durchschnittlichen Rückgang von rund 3,6 Prozent pro Jahr. In diesem Zusammenhang ist zu berücksichtigen, dass die Prognose unter der Prämisse erstellt wurde, dass keine exogenen, branchenspezifischen Schocks die Trendentwicklung vollständig verändern und es somit nicht zu einem Strukturbruch in der Entwicklung kommt.

Arbeitslosigkeit stagniert, Offene Stellen rückläufig

Den Daten der Bundesagentur für Arbeit zufolge stagnierte die Zahl der Arbeitslosen in den Druckberufen (Drucktechnik, Druckweiterverarbeitung, Buchbinderei) im Jahr 2023 durchschnittlich gegenüber dem Vorjahr. Somit waren im Jahresdurchschnitt 3.597 Personen auf dem Arbeitsmarkt für Druckberufe als arbeitslos gemeldet. Der seit Jahren vorherrschende Fachkräftemangel in der Branche verhindert, dass weitreichende Mitarbeiterentlassungen in weiterbestehenden Betrieben durchgeführt werden können, sodass trotz einer teilweise deutlich sinkenden Produktion die Beschäftigtenzahlen der Betriebe weniger stark abnehmen als aufgrund des Produktionsrückgangs eigentlich zu erwarten wäre (vgl. Abb. 22).

Abbildung 22: Entwicklung der Arbeitslosenzahlen und der offenen Stellen für Druckberufe (Januar 2015 – Dezember 2023)



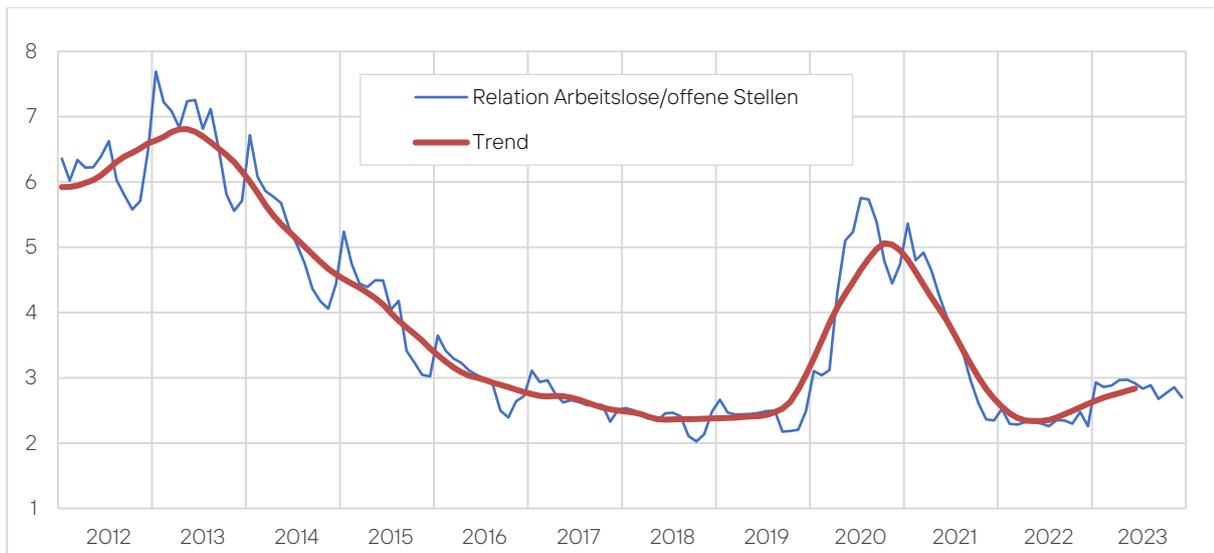
Quelle: Bundesagentur für Arbeit; Datenstand: Mai 2024; Trendbestimmung erfolgte mit Hilfe des 2x12-gleitenden Durchschnitts und des Henderson-Filters; Berechnungen und Darstellung: BVDM

Auch wenn die Anzahl der Arbeitslosen im Vorjahresvergleich nahezu unverändert ausfällt, gilt es zu berücksichtigen, dass zwischen 2014 und 2023 der Rückgang der Arbeitslosenzahlen auf dem Markt für Druckberufe im Durchschnitt 8,2 Prozent pro Jahr betrug. Im Jahr 2023 lag die Zahl der Arbeitslosen in Druckberufen rund 18,5 Prozent unter dem langjährigen Durchschnitt (2013 – 2022).

Der Anteil der als arbeitslos gemeldeten Angehörigen von Druckberufen an der Gesamtzahl der, laut Bundesagentur für Arbeit, in der Druck- und Medienindustrie sozialversicherungspflichtig Beschäftigten stieg damit im Vorjahresvergleich um rund 0,1 Prozentpunkte – von 3,25 Prozent im Jahr 2022 auf 3,34 Prozent im Jahr 2023.

Angesichts des Auftragseinbruchs und der Unterauslastung der Produktionskapazitäten ist die rückläufige Entwicklung bei der Anzahl der offenen Stellen nicht überraschend. Folglich ist im Verlauf des Jahres 2023 auch die Lücke zwischen den Arbeitslosenzahlen und den unbesetzten Stellen wieder sichtlich angestiegen. Auf eine offene Stelle kamen damit im Jahr 2023 rund 2,9 Arbeitslose aus Druckberufen – im Vorjahr waren es noch rund 2,3 Arbeitslose, im Jahr 2015 jedoch rund 4 Arbeitslose. Der Arbeitsmarkt für Druckberufe ist stark fragmentiert und weist geographische Unterschiede auf. Die Arbeitskräfte in der Druckbranche verfügen zudem über eine niedrige Mobilität, sodass Unternehmen meist nur von der Freisetzung von Arbeits- und Fachkräften profitieren, sofern diese über Standorte in geographischer Nähe verfügen (vgl. Abb. 23).

**Abbildung 23: Entwicklung der Relation Arbeitslose/offene Stellen
(Januar 2012 – Dezember 2023)**



Quelle: Bundesagentur für Arbeit; Datenstand: Mai 2024; Trendbestimmung erfolgte mit Hilfe des 2x12-gleitenden Durchschnitts und des Henderson-Filters; Berechnungen und Darstellung: BVDM

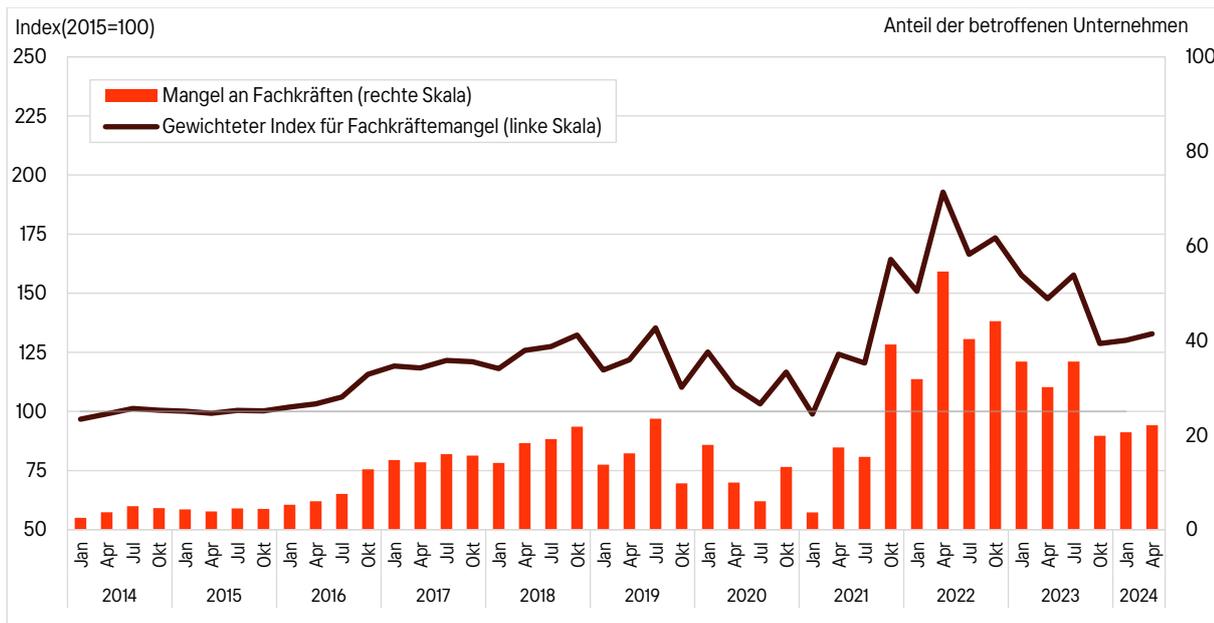
Die langfristige Entwicklung der Arbeitslosenzahlen und der ausgeschriebenen/offenen Stellen für Druckberufe wiederum spiegelt primär den Nachfrage- und in der Folge den Produktionsrückgang im Gesamtmarkt wider, welcher auch schon durch die Untersuchung der Betriebszahlen und Beschäftigtenzahlen deutlich wurde. So orientieren sich seit Jahren viele arbeitslose Angehörige von Druckberufen um und wechseln die Branche. Dies entzieht dem Markt zusätzlich wertvolle Fachkräfte, die nicht ohne einen großen Mehraufwand für Aus- und Weiterbildung zu ersetzen sind.

Zudem bekommt die Branche zunehmend ein demographisches Problem. So weisen die Statistiken der Bundesagentur für Arbeit für die Quote der Beschäftigten mit einem Alter von 55 Jahren oder mehr in den letzten fünf Jahren (2019-2023) einen Anstieg von 26 auf 31 Prozent aus. Dies liegt deutlich höher als der Bundesdurchschnitt aller Berufe (24 Prozent im Jahr 2022). Der Anteil der unter 25-Jährigen blieb im gleichen Zeitraum im Bundesdurchschnitt hingegen konstant bei 7 Prozent. Der Durchschnitt aller Berufe lag bei 10 Prozent.

Unternehmen bewerten den Fachkräftemangel etwas schwächer, jedoch weiterhin als präsent

Aussagekräftige Einschätzungen von Unternehmensseite liefern die Umfragen des Ifo-Institutes. Hier geben Unternehmen die Ursachen von Produktionshemmnissen an. Der BVDM hat daraus ähnlich zum Branchenindikator für Materialmangel einen Branchenindikator für den Fachkräftemangel der Branche entwickelt. Während der Indikator zwar nur den Anteil des Fachkräftemangels abbilden kann, der sich direkt auf die Produktion der Unternehmen auswirkt, dient er als wichtiger Frühindikator für die Entwicklung der Personalsituation in der Branche (vgl. Abb. 24).

**Abbildung 24: Branchenindikator für Fachkräftemangel in der Druckbranche
Januar 2014 – April 2024**



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 2024; Berichtskreis: Teilnehmer der monatlichen ifo-Konjunkturumfrage; Entwicklung und Berechnung des Index: BVDM

Nachdem der Indikator im Jahr 2022 einen neuen Höchststand erreichte, ging er im Jahr 2023 im Vorjahresvergleich rund 13,4 Prozent zurück, lag damit jedoch weiterhin rund 35 Prozent über dem langfristigen Mittel (2011 - 2021). Auch im bisherigen Verlauf des Jahres 2024 ging der Index weiter zurück. Im April 2024 fiel der Index um rund 26,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat. Als Ursache gilt die durch eine schlechte Auftragslage gehemmte Produktionsentwicklung. In Folge ist bei der Nachfrage nach ausgebildeten Fachkräften ein temporärer Rückgang zu verzeichnen, was zu einer kurzzeitigen Entlastung der Lage führt. Grundlegende Probleme, wie niedrige Ausbildungszahlen und der demografische Wandel, bleiben jedoch weiterhin bestehen und können bei abgeschlossener Konsolidierung des Marktes zu einer erneuten Verschärfung der Fachkräftesituation im Arbeitsmarkt für Druckberufe führen.

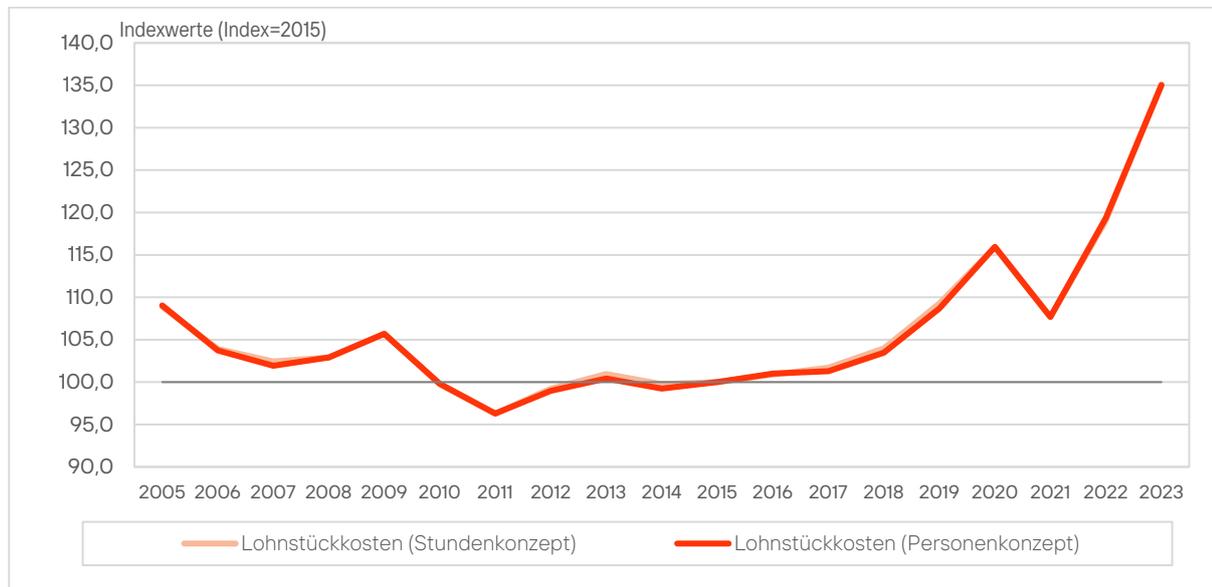
Arbeitsproduktivität sinkt, Lohnstückkosten steigen

Da die Produktion in den Jahren 2022/23 deutlich stärker gesunken ist als die Zahl der Beschäftigten bzw. die Anzahl der Arbeitsstunden, kam es zu einem starken Rückgang der Arbeitsproduktivität, die deutlich über die strukturellen Abnahmeraten der Vorjahre hinausging. Der seit Jahren vorherrschende Fachkräftemangel in der Branche verhindert, dass weitreichende Mitarbeiterentlassungen durchgeführt werden können, sodass trotz einer teilweise deutlich sinkenden Produktion die Beschäftigtenzahlen weniger stark abnehmen als aufgrund des Produktionsrückgangs eigentlich zu erwarten wäre. Dies ist ein zentraler Grund für den stärkeren Rückgang der Produktivitätsentwicklung je Beschäftigtem und erklärt zudem die seit dem Jahr 2020 ausgeprägte Differenz zwischen der Produktivität je geleisteter Arbeitsstunde und der Produktivität je Beschäftigtem.

Die Aufwärtsbewegung im Jahr 2021 ist primär der Zunahme der Produktionsentwicklung ab März 2021 geschuldet. Angesichts der Lieferengpässe schwächte sich die Produktionsentwicklung ab Juli 2021 allerdings wieder ab, sodass die aufwärtsgerichtete Produktivitätsentwicklung, die ab dem 2. Quartal 2021 zu sehen war, sich spätestens im ersten Quartal 2022

wieder deutlich abschwächte. Die langfristige jährliche Abnahmerate der Arbeitsproduktivität (2013–2022) beträgt im Mittel 0,6 Prozent (je Arbeitsstunde) bzw. 1,2 Prozent (je Beschäftigtem). Derzeit ist davon auszugehen, dass mit dem strukturell bedingten Produktionsrückgang in der Druck- und Medienindustrie diese rückläufige Produktivitätsentwicklung sich – zumindest in der kurzen Frist – weiter fortsetzt.

Abbildung 26: Langfristige Entwicklung der Lohnstückkosten in der Druckindustrie (2005 – 2023)



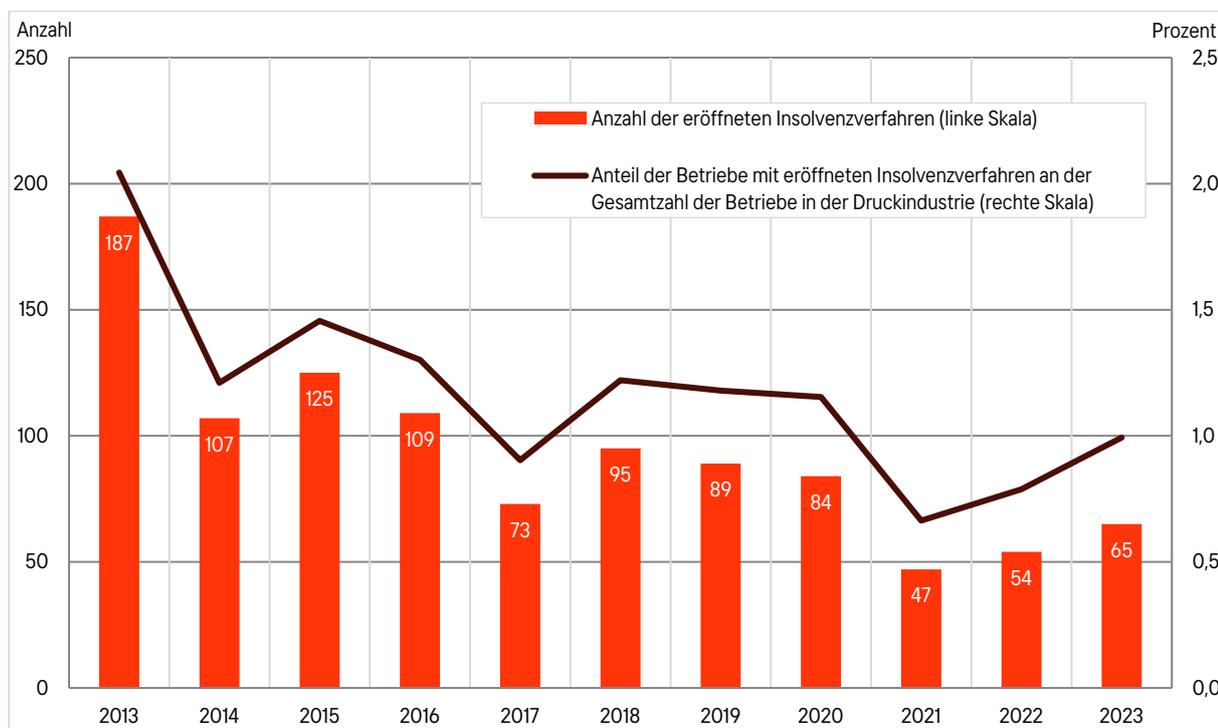
Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen und Darstellung: BVDM

Wird die Arbeitsproduktivität zusätzlich ins Verhältnis zu dem eingesetzten Bruttolohn je Beschäftigtem (Personenkonzept) bzw. ins Verhältnis zu dem eingesetzten Bruttolohn je Arbeitsstunde (Stundenkonzept) gesetzt, so kann die Entwicklung der Kosten des Faktors Arbeit abgeschätzt werden. Allein im Vergleich zum Jahr 2022 stiegen die Lohnstückkosten im Jahr 2023 um 13,1 Prozent (Personenkonzept) bzw. 13,6 Prozent (Stundenkonzept) und verdeutlichen die Verteuerung des Faktors Arbeit für die Betriebe. Im Fünfjahresvergleich ist ein noch deutlicherer Anstieg von 30,5 Prozent (Personenkonzept) bzw. 30 Prozent (Stundenkonzept) zu verzeichnen. So gelang es den Betrieben im Branchendurchschnitt nicht, dem Anstieg ihrer Lohnstückkosten durch Rationalisierung und Freisetzen von Beschäftigten entgegenzuwirken. Auch die Ergebnisse der letzten beiden Branchenumfragen des BVDM aus den Jahren 2023 und 2024 zeigen, dass der Anstieg der Arbeitskosten jeweils die am häufigsten genannte Kategorie unter den Geschäftsrisiken darstellt. Zusätzlich ist davon auszugehen, dass der entgegen der Entwicklung der wirtschaftlichen Indikatoren der Branche deutliche Anstieg der Tariflöhne ab Juli 2024 eine zusätzliche Verteuerung des Faktors Arbeit erzeugt und so den Druck auf die Betriebe erhöht, weitere Rationalisierungen vorzunehmen und die Arbeitskosten zu reduzieren. Im Zuge der Entwicklungen in der Künstlichen Intelligenz und der zunehmenden Automatisierungen von Abläufen und Produktionsprozessen, wird so eine Reduktion des Arbeitseinsatzes von Beschäftigten begünstigt.

5 Insolvenzen

Im Jahr 2023 wurde ein Anstieg der Zahl der Insolvenzen um 20,4 Prozent beobachtet, was eine weitere Abweichung von dem im Jahr 2021 beobachteten Allzeittief darstellt. Trotz dieses Anstiegs bleibt die absolute Zahl der Insolvenzen niedrig (unter dem Niveau vor der Coronapandemie), insbesondere wenn man sie im Zusammenhang mit dem aktuellen Wirtschaftsabschwung und den langfristigen Auswirkungen der Energiekrise auf die Druckindustrie betrachtet. Laut Angaben des Statistischen Bundesamtes wurden im Jahr 2023 insgesamt 65 neue Insolvenzverfahren eröffnet. Die Anzahl der eröffneten Insolvenzverfahren befindet sich damit absolut auf dem drittniedrigsten Stand seit dem Beginn der Zeitreihe 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 verweilt mit einem Anstieg von 0,2 Prozentpunkten auf 1,0 Prozent weiterhin auf einem niedrigen Niveau und damit unter dem langjährigen Durchschnitt von 1,6 Prozent (vgl. Abb. 26)¹².

Abbildung 26: Anzahl der eröffneten Insolvenzverfahren und Anteil der Betriebe 2012–2023



Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: Mai 2024; Berechnungen: BVDM

Allerdings hat sich das Verhältnis zwischen den gemeldeten Insolvenzen und dem Rückgang der Unternehmenszahlen in den letzten Jahren deutlich verschoben. Während im Jahr 2013 noch 73 Prozent der Abnahme der Unternehmenszahlen auf Konkurse entfielen, hat sich dies in den letzten zehn Jahren deutlich verändert. Im Jahr 2023 machten Konkurse nur noch 21 Prozent der Betriebsrückgänge aus. Der Großteil des Rückgangs ist daher als Dunkelziffer

¹² Aufgrund einer methodischen Änderung des Statistischen Bundesamtes sind – wie in den Vorjahresberichten üblich – die Anzahl der betroffenen Mitarbeiter sowie die Höhe der Forderungen nicht mehr darstellbar. Der Vergleich der Anzahl der eröffneten Insolvenzverfahren lässt daher aktuell keine Aussagen über die tatsächlichen Kapazitäten, die den Markt verlassen, zu.

zu betrachten und auf eine Kombination von Faktoren zurückzuführen – darunter Betriebs-schließungen, Fusionen und Übernahmen sowie die Aufgabe von Unternehmen mangels Nachfolge.

Entgegen der gravierenden Belastungen kann jedoch im Jahr 2023 nicht von einer Insolvenzwelle gesprochen werden. Durch die im Kontext der Coronapandemie und der Energiepreiskrise implementierten staatlichen Maßnahmen¹³ 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 Normalisierung der Werte erklären. Ein sprunghafter Anstieg nach 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. Im ersten Quartal 2024 stieg die Anzahl der Insolvenzen um rund 43 Prozent auf 20 eröffnete Verfahren an. Die Druck- und Medienunternehmen sind weiterhin kostenseitiger Belastung und einer schwachen Nachfrage ausgesetzt. Die nach wie vor hohen Preise für Vorleistungsgüter belasten die Liquiditätssituation. Unter gewissen Umständen, wie restriktiven Kreditkonditionen und einem erschwerten Zugang zu Fremdkapital, kann dies für Betriebe existenzbedrohend sein. 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 2024 absolut gesehen begrenzt, jedoch werden sich die mittel- und langfristigen Effekte erst in den kommenden Jahren in den Insolvenzzahlen manifestieren.

¹³ Insbesondere die Aussetzung der Insolvenzantragspflicht von April 2020 bis Mai 2021

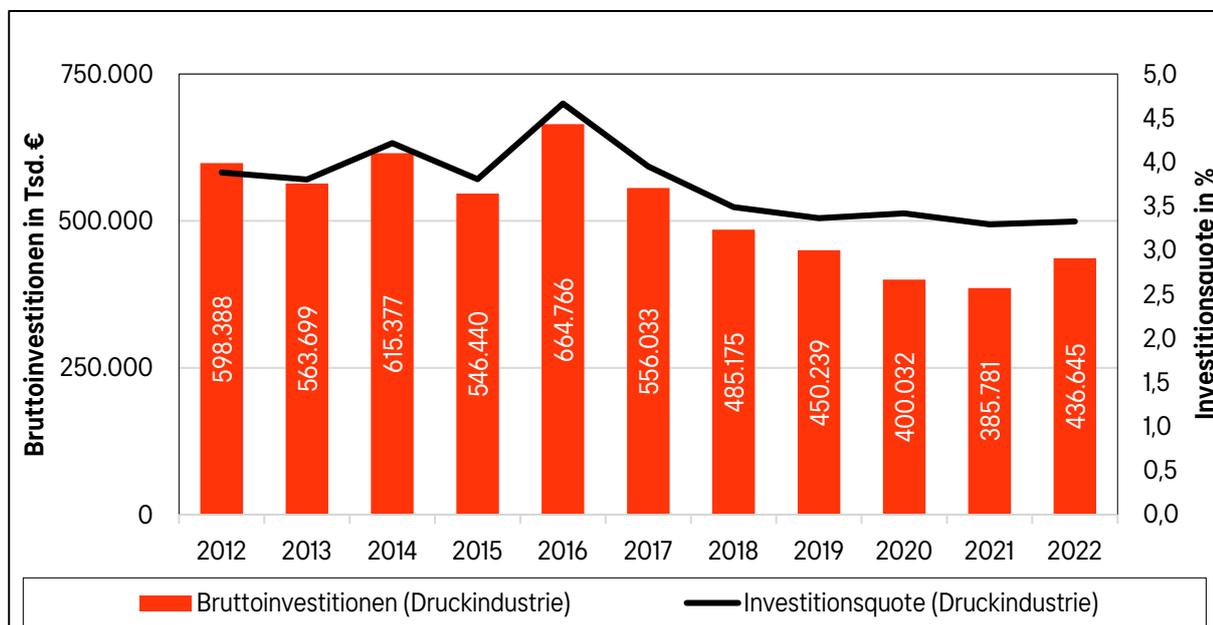
6 Investitionen

Bruttoinvestitionen steigen an

Die jüngsten Daten des Statistischen Bundesamtes zeigen, dass die Bruttoanlageinvestitionen der Druck- und Medienunternehmen mit 20 und mehr Beschäftigten im Jahr 2022 gegenüber dem Jahr 2021 um 13,2 Prozent zugelegt haben. Die entsprechenden Bruttoinvestitionen, die im Jahr 2021 noch rund 386 Mio. Euro betragen, stiegen im Jahr 2022 um 51 Mio. Euro. Dabei stiegen sowohl die Investitionen in Maschinen als auch in Bauten an. Die Investitionsquote¹⁴, welche die Bruttoanlageinvestitionen in dem jeweiligen Berichtsjahr ins Verhältnis zum nominalen Branchenumsatz setzt, blieb im Jahresvergleich 2022/2021 mit einem Zugewinn von 0,01 Prozentpunkten nahezu konstant. Damit lag die Quote jedoch weiter unter dem langfristigen Durchschnitt von 4,4 Prozent. Dies ist primär darauf zurückzuführen, dass die Umsatz- und die entsprechende Investitionsentwicklung im Jahresvergleich nur rund 1 Prozentpunkt auseinanderlagen (vgl. Abb. 40/Abb. 27). Nicht einbezogen in diese Betrachtung ist die Kostenentwicklung der Investitionsgüter und Bauten im Jahr 2022. So dürften die Anstiege der Preise – beispielsweise für Druckmaschinen +6,7 Prozent im Jahresvergleich 2022/2021 – die Erhöhung der Investitionen nach oben hin verzerren.

Die aktuelle Situation birgt weiterhin das Risiko, dass bei verminderten Gewinnüberschüssen und höheren Kreditvergabestandards Rückstellungen gebildet und Investitionen gestrichen werden, die im Sinne der Wettbewerbsfähigkeit und des strukturellen Wandels in der Druckindustrie zwingend erforderlich sind. Dies kann sich mittel- und langfristig zu einer Gefährdung der Geschäftsgrundlage für Betriebe entwickeln.

Abbildung 27: Bruttoinvestitionen von Druck- und Medienbetrieben, 2013–2022



Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten; Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: Mai 2024; Berechnungen: BVDM

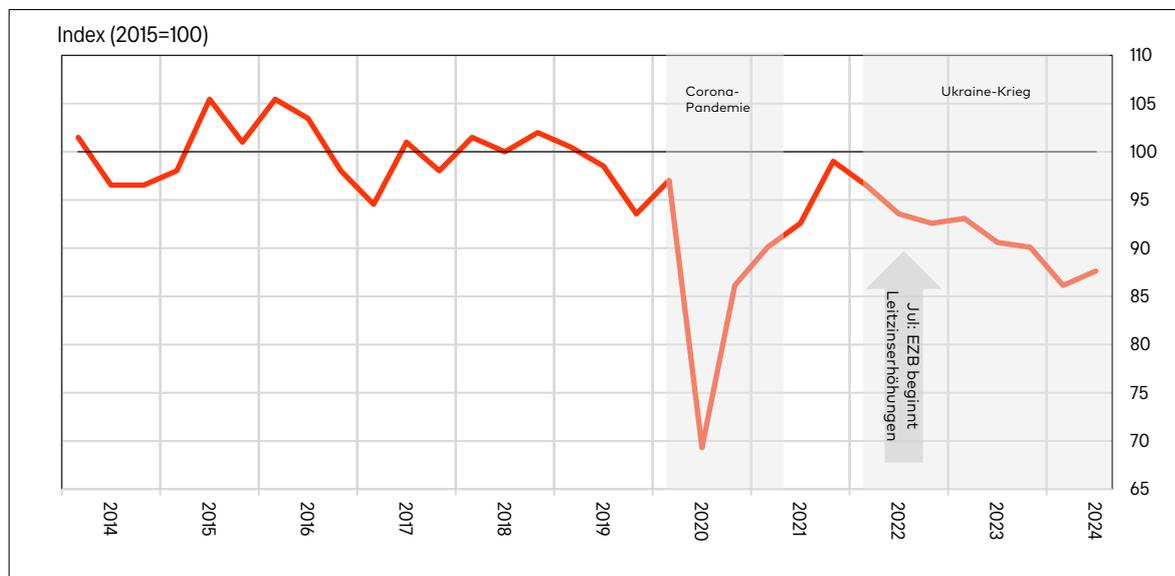
¹⁴ IQ = Investitionen / Umsatz

Frühindikator zur Investitionsstimmung auf niedrigem Niveau

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 2023/2024 durch die Konjunkturumfragen des DIHK verwendet. Für das Gesamtjahr 2023 zeichnet sich hier ein negatives Bild ab. Die rückläufige Entwicklung der Salden setzte sich auch im Verlauf des Jahres weiter fort, sodass die Investitionsstimmung am Jahresende rund 2,7 Prozent unter dem Vorjahreswert lag (vgl. Abb. 28). Ganzjährig betrachtet lag der vom BVDM aufgrund der Daten vom DIHK berechnete Branchenindikator zur Investitionsstimmung damit 2023 rund 3,2 Prozent unter den Vorjahreswerten und rund 5,8 Prozent unter dem langjährigen Durchschnitt.

Angesichts des strukturellen Wandels in der Druck- und Medienwirtschaft bleibt der Bedarf an Investitionen und Innovationen in den Betrieben weiterhin hoch. Die fortschreitende Digitalisierung, technologische Fortschritte im Bereich der künstlichen Intelligenz, 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. Angesichts der deutlich gestiegenen Kosten für Vorleistungsgüter, Betriebsmittel und Personal waren es 2023 jedoch die Rationalisierungs- und Ersatzinvestitionen, die von den Befragten als primäre Gründe für Investitionen benannt wurden. In der aktuellen Frühsommerbefragung gaben 31 bzw. 45 Prozent der Unternehmen an, Investitionen aus Gründen der Rationalisierung bzw. des Ersatzbedarf zu tätigen.

Abbildung 28: Entwicklung des Branchenindicators für Investition im Druckgewerbe (2014 bis 2024)



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

III Ausblick

Im ersten Quartal 2024 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 im Vorjahresvergleich weiter rückläufig, jedoch schwächte sich der Rückgang bei der Produktionsentwicklung im Vergleich zu den starken Rückgängen des Vorjahres deutlich ab. Größtes Hemmnis einer Erholung sind die weiterhin unterdurchschnittliche Auftragslage bzw. Kapazitätsauslastungen.

Positiv zu bewerten ist hingegen die Entwicklung der Verbraucher/Erzeugerpreise. Diese nahmen im Verlauf des Jahres 2023 sichtlich ab. Im Zeitraum von Januar bis Juni 2024 stiegen die Verbraucherpreise um rund 1,5 Prozent – eine deutliche Verlangsamung der Aufwärtsdynamik. Im vergleichbaren Vorjahreszeitraum waren die Preise noch um rund 2,2 Prozent gestiegen. Für das Jahr 2024 prognostizieren die führenden Wirtschaftsinstitute sowie die Bundesbank und Bundesregierung Jahresinflationsraten zwischen 2,2 Prozent und 2,8 Prozent. Bestimmt wird die Inflationsentwicklung 2024 aktuell weiter von den sinkenden Energiepreisen. Demgegenüber stehen von Lohnerhöhungen – insbesondere im Dienstleistungsbereich – getriebene Preisanstiege. Für das Jahr 2025 liegt die Schätzbreite nach aktuellem Datenstand zwischen 1,7 Prozent und 2,2 Prozent. Das mittelfristige Ziel der Europäischen Zentralbank (EZB) liegt bei 2,0 Prozent. Die Erzeugerpreise gewerblicher Produkte, die im Vorjahr von Januar bis Februar 2023 um 4,6 Prozent sanken, stagnierten im Zeitraum von Januar bis Mai 2024. Dies deutet zumindest auf ein vorläufiges Ende der Kostenrückgänge für Vorprodukte hin.

Aufgrund der deutlich zurückgegangenen Inflationserwartung senkte die EZB im Juni in einem ersten Schritt die Zinsen um 25 Basispunkte. Die Höhe der Absenkung deutet jedoch auf eine verhaltene geldpolitische Wende hin. Zum einen fällt die Höhe der Zinssenkung vergleichsweise gering aus und zum anderen ist das Niveau mit 4,25 Prozent weiterhin restriktiv. Für Unternehmen bedeutet dies zumindest in der kurzen Frist weiterhin restriktive Investitionsbedingungen durch vergleichsweise hohe Zinslasten und Kreditkonditionen.

In dieser Phase kann die gesamtwirtschaftliche Entwicklung nur begrenzt zu einer nachhaltigen Stimulierung der Nachfrage nach kommerziellen Druckerzeugnissen und Dienstleistungen beitragen. Für das Jahr 2024 rechnen die Wirtschaftsinstitute aktuell mit einer Entwicklung des deutschen Bruttoinlandsprodukts zwischen 0,0 Prozent und +0,4 Prozent. Das Ausbleiben signifikanter Impulse für eine Belebung der Nachfrage ist auch für 2025 wahrscheinlich. Obgleich die BIP-Prognose für das Jahr 2025 mit einer Bandbreite von +0,9 bis +1,5 Prozent eine leichte Aufwärtsbewegung erkennen lässt, sind die Risiken für einen erneuten Rücksetzer aufgrund der weiterhin bestehenden geopolitischen Unsicherheiten, der noch nicht abgeschlossenen Transformation der Energiewirtschaft sowie der hohen bürokratischen Belastungen auch in den kommenden Jahren als erheblich einzustufen.

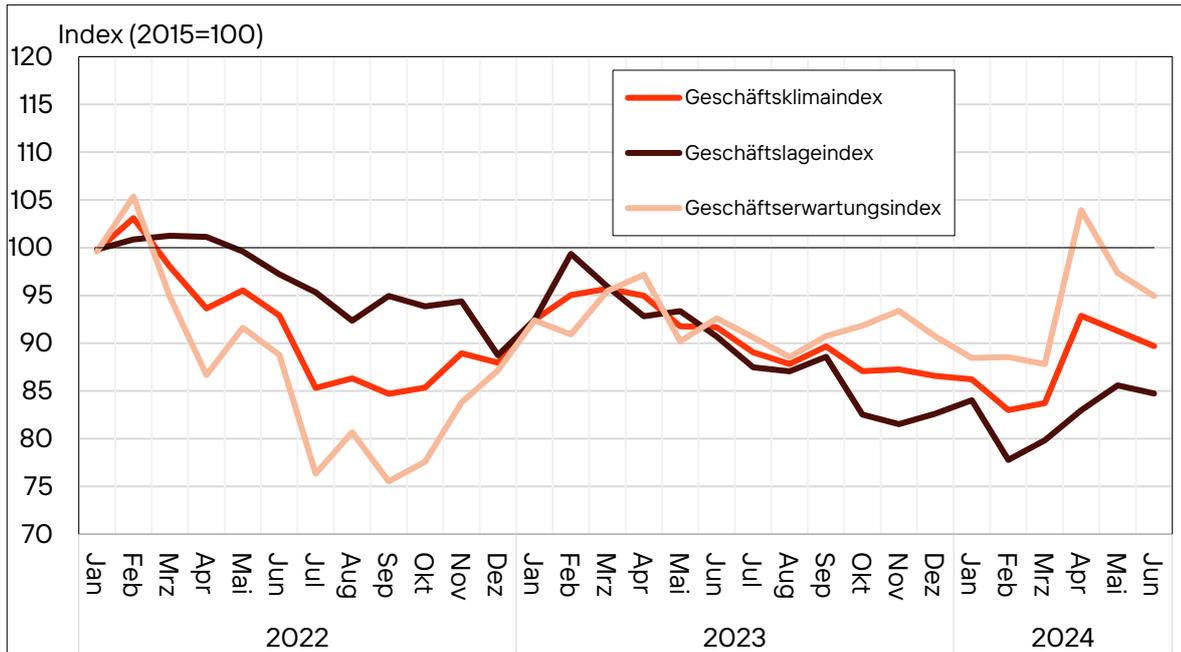
Auch der private Konsum konnte die gesamtwirtschaftliche Entwicklung im ersten Quartal kaum stützen. Die saison-, kalender- und preisbereinigten privaten Konsumausgaben lagen im ersten Quartal um 0,4 Prozent unter dem Vorquartal und stagnierten gegenüber den entsprechenden Vorjahreswerten. Eine signifikante 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 stattfinden.

Dies bestätigen die Erhebungen des GFK-Konsumklimaindex, der mit einem Wert von -21,8 Punkten im Juni 2024 weiterhin deutlich negative Ausprägungen vorweist. Zwar liegt der Index damit rund 2,6 Punkte über dem Niveau vom Juni 2023, aber weiterhin deutlich im negativen Bereich. Laut Angaben der GFK bleiben die Hoffnungen auf eine rasche konjunkturelle Belebung weiter eingetrübt und auch die Erwartungen hinsichtlich einer steigenden Einkommensentwicklung gingen zuletzt deutlich zurück. So bleiben die gestiegenen Preise weiter grundlegend für die Kaufkraftzurückhaltend. Eine Erhöhung der Ausgaben für Nahrungsmittel und Energie führt zu einer Reduktion der finanziellen Mittel, die für größere Anschaffungen zur Verfügung stehen. Zudem führt die fehlende Planungssicherheit dazu, dass eher Rücklagen für Notfälle oder ähnliche Szenarien gebildet werden, die ebenfalls nicht für den Konsum verwendet werden können. Das persistente negative Niveau des Konsumklimas lässt die Prognose zu, dass der private Konsum in Deutschland auch im weiteren Jahresverlauf keinen signifikanten Beitrag zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung leisten wird.

Angebotsseitig bestehen Potenziale für eine positive Entwicklung über die Preisentwicklung. Die Verkaufspreise für Druck- und Medienleistungen zeigten im ersten Quartal 2024 weiterhin – wenn auch vermindert – rückläufige Tendenzen. 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. Auch ist die Entwicklung 2024 nicht ganz so eindeutig wie noch im Jahr 2023. So weisen die Indikatoren für Preise wichtiger Vorprodukte, insbesondere für grafische Druckpapiere, auf eine Stabilisierung des Preisniveaus hin. Zudem muss die Erhöhung gegenläufiger Kostenpositionen – wie etwa Transportkosten oder steigende Personalaufwendungen – zukünftig in die Preisbildung für Druckprodukte und Dienstleistungen einkalkuliert werden.

Dies spiegelt sich in dem jüngsten Verlauf der konjunkturellen Vorlaufindikatoren für die Druck- und Medienwirtschaft wider. Die Geschäftserwartungen stiegen nach einem schwachen ersten Quartal zwar deutlich an, lagen im ersten Halbjahr im Mittel jedoch nur rund 0,4 Prozent über dem Vorjahresniveau. So deutet sich zumindest aus Sicht der Unternehmen eine Erwartung hinsichtlich einer Verbesserung der Geschäftslage für das zweite Halbjahr 2024 an. Die Bewertung der aktuellen Geschäftslage verdeutlicht das die Situation jedoch weiterhin angespannt ist.

Abbildung 30: Stimmungsindikatoren der Druck- und Medienbranche (Juni 2022 – Juni 2024)

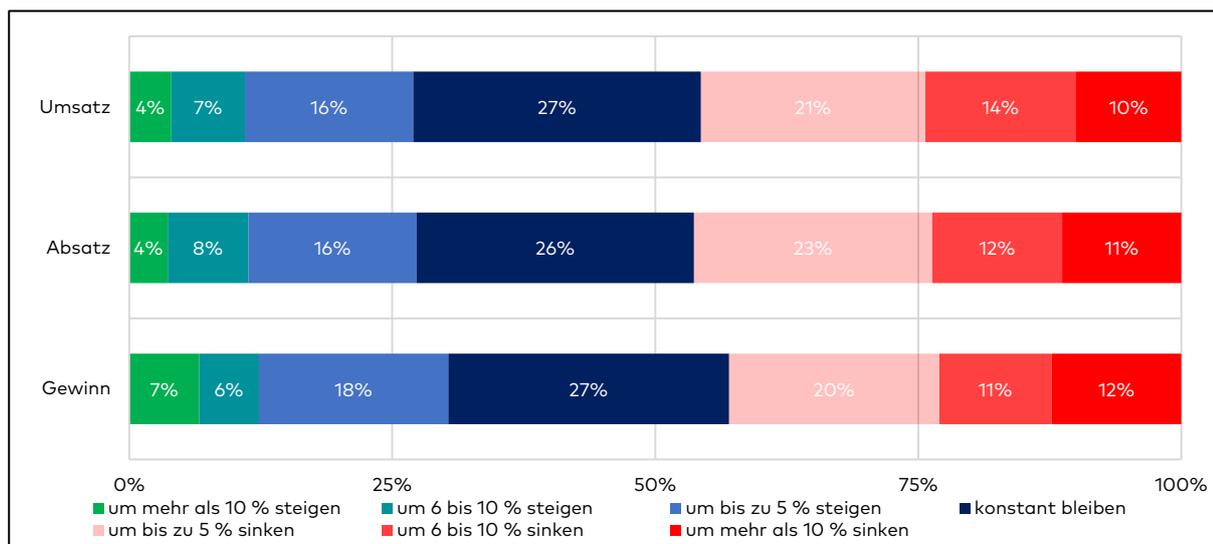


Quelle: ifo Institut; Anmerkung: Indexwerte sind saisonbereinigt; Berechnungen: BVDM; Datenstand: Juni 2024

Mit Blick auf die konkreten Einschätzungen der Druck- und Medienunternehmer hinsichtlich der Entwicklung von Kernindikatoren wie Umsatz/Absatz und Gewinn für das Gesamtjahr 2024 deuten die Ergebnisse der im April bis Mai 2024 durchgeführten Branchenbefragung des BVDM auf ein zwiespältiges Bild hin. Nahezu jedes zweite der befragten Unternehmen (45 Prozent) geht für das Jahr 2024 im Vorjahresvergleich von sinkenden Jahresumsätzen aus. Rund 27 Prozent der Unternehmen gab an, mit konstanten Jahresumsätzen zu rechnen, während rund 27 Prozent steigende Jahresumsätze erwarten. Bei den Absatzzahlen ist die erwartete Entwicklung ähnlich. Während 26 Prozent von gleichbleibenden Absatzzahlen ausgehen, erwarten rund 28 Prozent steigende und rund 46 Prozent sinkende Absatzzahlen. Bei der erwarteten Gewinnentwicklung ist der Ausblick auf das Jahr 2024 etwas weniger pessimistisch. 31 Prozent der Befragten gingen demnach davon aus, trotz der schwierigen Umstände Gewinnsteigerungen im laufenden Jahr zu erzielen, während 43 Prozent von einer rückläufigen Gewinnerwartung ausgingen. Rund 27 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)¹⁵.

¹⁵ Bei den Angaben handelt es sich um vorläufige Ergebnisse. Der vollständige Bericht der Branchenbefragung des BVDM ist ab Mitte August 2024 erhältlich.

Abbildung 31: Einschätzung der Umsatz/Absatz und Gewinnentwicklung 2024



Quelle: BVDM-Branchenbefragung zur wirtschaftlichen Lage der Druck- und Medienwirtschaft 2024; Datenstand: Mai 2024; Anmerkung: vorläufige Werte.

Laut der Fröhsommerumfrage 2024 des DIHK sehen die Unternehmen der Druck- und Medienbranche in Bezug auf die Risiken, denen sie im Jahr 2024 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. Etwas weniger als ein Drittel der Unternehmen gaben an, über die Entwicklung der Arbeitskosten und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen besorgt zu sein. So steht neben der Nachfrage insbesondere die weitere Kostenentwicklung im Fokus der Unternehmen.

Die wirtschaftliche Entwicklung der Unternehmen in der Druck- und Medienindustrie wurde im Jahr 2023 maßgeblich von den makroökonomischen Effekten beeinflusst, wie sie im Branchenbericht 2024/2023 dargelegt werden. Die dargestellte Situation lässt erkennen, dass der zukünftige Verlauf der konjunkturellen Entwicklung der Druckindustrie maßgeblich von einer Vielzahl von Einflussfaktoren abhängt. Dazu zählen insbesondere der weitere Verlauf der geopolitischen Lage, die Kostenentwicklung sowie das gesamtwirtschaftliche Wachstum.

IV Statistischer Anhang: Struktur der Druck- und Medienwirtschaft

Branchenumsatz 2022

Abbildung 33: Struktur des Branchenumsatzes 2022, Abgrenzung nach Sparten

Sparte	Unternehmen			Nominaler Umsatz		
	Anzahl	Anteil in %	gegenüber Vorjahr in %	Mio. Euro	Anteil in %	gegenüber Vorjahr in %
Drucken von Zeitungen	261	3,1	-2,2	1.277	6,7	8,7
Drucken sonstiger Erzeugnisse	5.402	63,8	-2,9	15.222	79,4	11,5
Druck- und Medienvorstufe	2.188	25,9	-2,6	2.087	10,9	8,3
Druckweiterverarbeitung	611	7,2	-3,5	581	3,0	3,9
Druckindustrie insgesamt	8.462	100,0	-2,8	19.166	100,0	10,7

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 2024; Berechnungen: BVDM

Abbildung 34: Struktur des Branchenumsatzes 2022, 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	77,3	-4,6	1.593	8,3	-1,4
1 bis unter 10 Mio. Euro	1.587	19,1	1,8	4.935	25,7	0,9
10 bis unter 50 Mio. Euro	228	3,1	15,4	5.370	28,0	18,4
50 bis unter 250 Mio. Euro	31	0,4	9,7	3.288	17,2	21,7
250 Mio. Euro und mehr	8	0,1	-	3.980	20,8	11,7
Druckindustrie insgesamt	8.462	100,0	-2,8	19.166	100,0	10,7

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 2024; Berechnungen: BVDM

Abbildung 35: Struktur des Branchenumsatzes 2022, Abgrenzung nach Rechtsform

Rechtsform	Unternehmen			Umsatz		
	Anzahl	Anteil in %	gegenüber Vorjahr in %	Mio. Euro	Anteil in %	gegenüber Vorjahr in %
Einzelunternehmen	3.973	47,0	-2,9	1.173	6,1	4,5
OHG, GbR u. a.	422	4,9	-1,6	269	1,4	9,0
Kommanditgesellschaften	898	10,6	-3,0	5.434	28,4	13,0
Aktiengesellschaften, KGaA u. a.	24	0,3	-	775	4,0	0,5
GmbH	3.089	36,5	-2,8	11.361	59,3	11,0
Sonstige	53	0,6	-3,6	153	0,8	23,1
Insgesamt	8.462	100,0	-2,8	19.166	100,0	10,7

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 2024; Berechnungen: BVDM

Abbildung 36: 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 %
2013	12.432	-4,0	20.706.553	-4,0	20.340.425	-3,7
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	2,6
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	0,3
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	-12,5
2021	8.709	-5,3	17.311.736	5,2	17.398.730	5,5
2022	8.462	-2,8	19.166.180	10,7	16.119.579	-7,3
2023*	-	-	17.609.753	-8,1	13.768.376	-14,4

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 2024; Berechnungen: BVDM

Betriebe und Beschäftigte, 2023

Abbildung 37: 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	4.601	70,3	-4,6	13.819	13,0	-5,3
10 bis 19	805	12,3	-4,1	11.106	10,5	-3,8
20 bis 49	656	10,0	-5,5	20.148	19,0	-4,8
50 bis 99	284	4,3	-3,4	19.490	18,3	-4,1
100 bis 499	193	2,9	0,0	35.081	33,0	0,3
500 und mehr	6	0,1	-33,3	6.632	6,2	-16,4
Drucken von Zeitungen	157	2,4	-5,4	6.178	5,8	-8,0
Drucken sonstiger Erzeugnisse	4.899	74,9	-4,2	79.843	75,1	-3,2
Druck- und Medienstufe	1.117	17,1	-4,1	15.352	14,4	-5,0
Druckweiterverarbeitung	372	5,7	-8,4	4.903	4,6	-5,9
Druckindustrie insgesamt	6.545	100,0	-4,5	107.585	100,0	-3,8

Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich Berichtskreis: Betriebe ab einem sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten;
Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Datenstand: Juni 2024; Stichtag: 30.06.2023; Berechnungen: BVDM

Außenhandel 2023

Abbildung 38: Außenhandel 2023, Aufschlüsselung nach Warengruppen

Warengruppe	Export			Import		
	Tsd. Euro	gegenüber Vorjahr in %	Anteil in %	Tsd. Euro	gegenüber Vorjahr in %	Anteil in %
Werbedrucke/Kataloge	630.790	-17,5	16,4	319.794	-19,1	10,6
Etiketten	354.300	-8,8	9,2	224.355	-5,1	7,4
Kalender/Karten	109.172	-5,8	2,8	118.133	-16,4	3,9
Abziehbilder/Transferdrucke	227.616	1,6	5,9	33.457	-18,6	1,1
Sonstige Erzeugnisse	811.710	9,0	21,2	729.512	17,1	24,1
Summe Druckerzeugnisse	2.133.588	-4,6	55,6	1.425.251	-0,8	47,1
Bücher/Broschüren	1.445.367	-8,9	37,7	1.344.474	-16,7	44,4
Zeitungen/Zeitschriften	257.852	-10,9	6,7	255.716	-5,7	8,5
Summe Verlagszeugnisse	1.703.219	-9,2	44,4	1.600.190	-15,2	52,9
Summe Druck- und Verlagszeugnisse	3.836.807	-6,7	100,0	3.025.441	-9,0	100,0

Bemerkung: Vorläufige Werte; Verlags- und Druckerzeugnisse; Berichtskreis: EU-Handel: Von der Auskunftspflicht befreit sind Unternehmen, deren innerschäftliche 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 2024; Berechnungen: BVDM

Abbildung 39: Außenhandel 2023, 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	629.325	-5,6	16,4	Polen	732.089	-17,7	24,2
Österreich	542.998	-0,1	14,2	Tschechische Republik	283.664	-4,0	9,4
Frankreich	386.780	-9,3	10,1	USA	277.118	-9,1	9,2
Polen	328.967	-28,1	8,6	China	232.418	-17,6	7,7
Niederlande	213.266	-13,3	5,6	Niederlande	200.196	-5,1	6,6
Tschechische Republik	183.142	-7,3	4,8	Großbritannien	198.534	-4,2	6,6
USA	180.292	-10,2	4,7	Italien	177.749	-12,4	5,9
Großbritannien	178.669	-0,7	4,7	Belgien	135.108	29,7	4,5
Italien	157.594	-2,1	4,1	Frankreich	126.631	-9,7	4,2
Belgien	115.662	-12,0	3,0	Österreich	125.836	-13,5	4,2
Summe der 10 wichtigsten Länder	2.916.695	-9,2	76,0	Summe der 10 wichtigsten Länder	2.489.343	-10,6	82,3
Summe Gesamt	3.836.807	-6,7	100,0	Summe Gesamt	3.025.441	-9,0	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 2024; Berechnungen: BVDM

Investitionen 2022

Abbildung 40: Bruttoinvestitionen von Druck- und Medienbetrieben, 2017 – 2022

Indikator	2022	2021	2020	2019	2018	2017
Bruttoinvestitionen in Mio. Euro	437	386	400	450	485	556
Veränderung gegenüber Vorjahr in %	13,2	-3,6	-11,2	-7,2	-12,7	-16,4
Investitionsquote (Investitionen in % des Umsatzes)	3,3	3,3	3,4	3,4	3,5	4,0
Investitionsintensität (Investitionen je Beschäftigten) in Euro	5.679	4.897	4.769	5.059	5.240	5.980

Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten; Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: Juni 2024; Berechnungen: BVDM

Impressum

Autor:

Maximilian Neumann, BVDM

Branchenbericht Druck- und Medienindustrie

Struktur, konjunkturelle Lage und Aussichten für 2024

Mitarbeit:

Constanze Schmidt Das Neves, BVDM

Herausgeber:

Bundesverband Druck und Medien e. V. (BVDM)

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

© 2024, 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.