

# Print Herbstprognose 2015

Erwartungen der deutschen Druckerei- und Verlagsmanager  
im Oktober 2014

Inhaltsverzeichnis

**Managementzusammenfassung ..... 3**

**I. Druckindustrie..... 6**

Rollen-Akzidenzdruck..... 7

Bogen-Akzidenzdruck ..... 8

Digitaldruck..... 9

Zeitungsdruck..... 10

Sonstige ..... 11

**II. Verpackungsdruck ..... 12**

Etiketten ..... 13

Faltschachteln ..... 14

Flexible Verpackung ..... 15

**III. Grafische Zulieferindustrie ..... 16**

Pre-Press ..... 17

Press ..... 18

Post-Press..... 19

Druckfarben..... 20

Papier ..... 21

Fachhändler ..... 22

**IV. Verlage ..... 23**

Zeitung ..... 24

Zeitschriften ..... 25

Fachzeitschriften ..... 26

Buch ..... 27

**Apenberg & Partner ..... 28**

Unternehmensdarstellung ..... 28

© Oktober 2014

Die Studie einschließlich all ihrer Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung von Apenberg & Partner unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Speicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Schutzgebühr 50,00 € (zzgl. 19 % MwSt.)

Apenberg & Partner GmbH  
 Print Business Consultants  
 Ulmenstraße 21  
 22299 Hamburg

Telefon: +49 (0) 40 450 121 0  
 Telefax: +49 (0) 40 450 121 20  
 E-Mail: welcome(at)apenberg.de

**www.apenberg.de**

## Managementzusammenfassung

Im Oktober vor 10 Jahren haben wir mit der jährlichen Managementbefragung gestartet. Viele von Ihnen, die heute die 10. Ausgabe lesen, waren von Anfang an mit dabei und haben uns geholfen, eine der bedeutendsten Topmanagementbefragungen für Druckereien und Verlage zu etablieren. Herzlichen Dank!

### Druckindustrie

Die Befragungsteilnehmer aus der Druckindustrie erwarten für 2015 einen weiter schrumpfenden Markt. Der Konsolidierungsprozess wird sich nach Meinung von 46 Prozent (Vorjahr: 35 Prozent) der Teilnehmer fortsetzen. Viele Unternehmen scheinen ihre Hausaufgaben gemacht zu haben und erwarten für das nächste Jahr eine gleichbleibende (40 Prozent) oder sich verbessernde (40 Prozent) Ergebnissituation. Nur noch jeder Fünfte rechnet mit weiteren Ergebnisrückgängen. Im Jahr vor der drupa ist eine zögerliche Investitionsbereitschaft zu spüren. Lediglich 25 Prozent wollen mehr als im Vorjahr investieren, was jedoch 42 Prozent der Befragten nicht davon abhält, die Wertschöpfungskette deutlich auszubauen.

Bei den Rollenoffsetdruckern prognostizieren nur noch 41 Prozent einen Rückgang ihrer Abnehmerpreise. Im letzten Jahr waren noch 80 Prozent der Meinung, dass die Preise weiter nachgeben. Auf der anderen Seite erwartet eine kleine Anzahl der Unternehmen eine stabile oder leicht verbesserte Marktentwicklung.

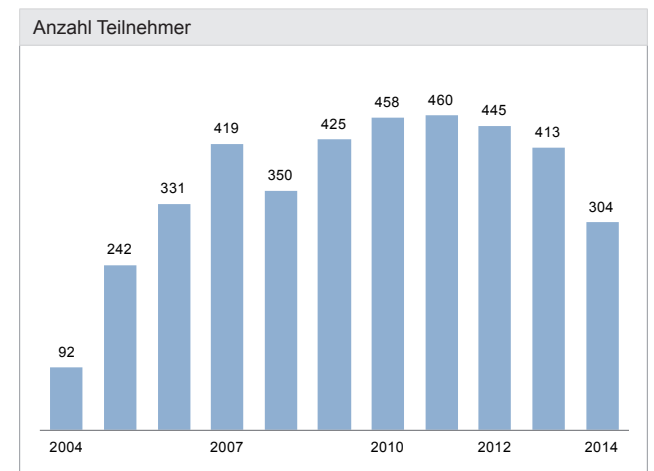
Die Ergebniserwartungen bei den Bogenoffsetdruckern fallen im Vergleich zum Vorjahr allerdings etwas verhaltener aus. Während im Vorjahr 47 Prozent der Manager ein höheres Unternehmensergebnis erwarteten, waren es in diesem Jahr nur noch 40 Prozent.

Personalabbau und ein rückläufiger Markt belasten hingegen die Zeitungsdruckereien im nächsten Jahr. Da wird es helfen, dass 46 Prozent mit niedrigen Lieferantenpreisen rechnen.

Die Optimisten in der Druckindustrie sind die Digitaldrucker. Hierbei handelt es sich um Unternehmen, die deutlich mehr als 50 Prozent ihres Umsatzes mit digitaler Drucktechnologie erwirtschaften. Bei sinkenden Abnehmerpreisen und stabilen Lieferantenpreisen erwarten 62 Prozent, dass sie ihr Unternehmensergebnis nochmals verbessern werden. Auffallend ist auch die hohe Investitionsbereitschaft dieser Gruppe. 62 Prozent wollen ihre Wertschöpfungskette ausbauen und 46 Prozent wollen ihr Investitionsbudget gegenüber dem Vorjahr nochmals steigern.



Michael Apenberg  
Geschäftsführer  
Apenberg & Partner



Quelle: Apenberg & Partner

## Managementzusammenfassung

### Personalbedarf steigt bei Digitaldruckern

Während in der Druckindustrie nur jedes fünfte Unternehmen einen steigenden Personalbedarf vermeldet, will jedes zweite Digitaldruckunternehmen mehr Personal in diesem Jahr einstellen.

### Verpackungsdruck

Erstmals wurden in der Herbstbefragung die Verpackungsdrucker in den Segmenten Etiketten- und Faltschachtel- druck sowie Unternehmen aus dem Bereich flexible Verpackung befragt. Mit 56 Unternehmen stellen sie nach der Druckindustrie die größte Gruppe dar.

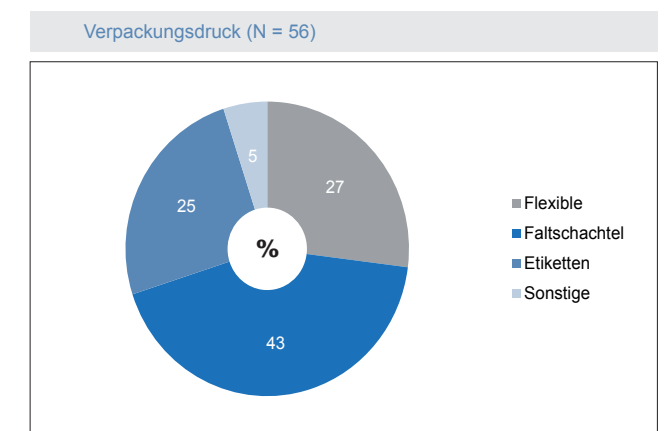
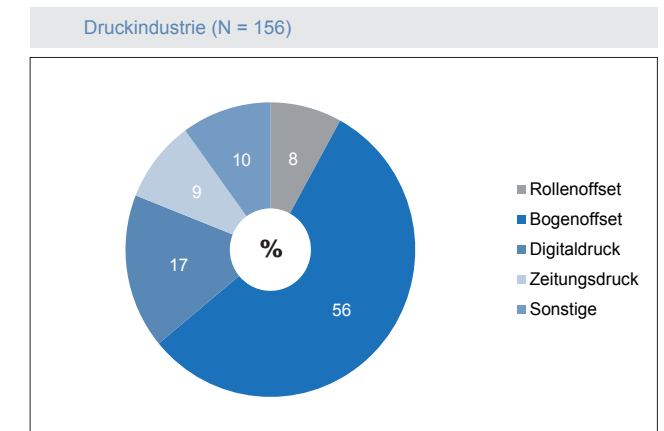
Jeder dritte Verpackungsdrucker erwartet für das nächste Jahr eine Verschlechterung der Marktentwicklung und zunehmenden Preisdruck für seine Produkte. Auf der anderen Seite erwarten nur 24 Prozent steigende Lieferantenpreise. Trotz einer hohen Investitionsbereitschaft erwartet jedes zweite Unternehmen eine Verbesserung seiner Ergebnissituation.

Die Optimisten repräsentieren die Etikettendrucker. Zum einen besteht hier eine hohe Investitionsbereitschaft (43 Prozent) und zum anderen möchte jedes dritte Unternehmen Personal einstellen. Dass darunter die Unternehmens- ergebnisse im nächsten Jahr nicht leiden werden, erwartet jedes zweite Unternehmen. Lediglich 7 Prozent rechnen mit einem Rückgang.

In dem traditionell wachstumsstarken Segment der flexiblen Verpackungen erwarten die Drucker für 2015 kein wei- teres Marktwachstum. 75 Prozent gehen von einer Stagnation aus und 25 Prozent erwarten sogar einen Rückgang. Dass dies die Profitabilität der Unternehmen nicht tangiert, bekunden immerhin 50 Prozent der Befragten, die eine weitere Verbesserung ihrer Ergebnisentwicklung voraussagen.

### Grafische Zulieferindustrie

Die Teilnehmer aus der grafischen Zulieferindustrie gehen für das kommende Jahr von einer rückläufigen Markt- entwicklung aus. Während nur 16 Prozent (Vorjahr: 27 Prozent) ein Marktwachstum erwarten, stellen sich 41 Prozent (Vorjahr: 36 Prozent) der Befragten auf einen schrumpfenden Markt ein. Die Lieferanten der grafischen Industrie erwarten eine Stagnation ihrer Preise. 38 Prozent glauben sogar, dass die Preise weiter nachgeben werden.



## Managementzusammenfassung

Die Druckmaschinenhersteller sind weiterhin unter Druck. 44 Prozent erwarten rückläufige Preise und einen abnehmenden Markt. Hinzu kommt, dass rund 33 Prozent mit steigenden Kosten auf der Lieferantenseite zu tun bekommen. Die Lieferantenpreise werden weiter steigen (nach Aussage von 33 Prozent der Befragten, 17 Prozent im Vorjahr). Einige Hersteller konnten Kosten und Produktivität wohl deutlich steigern. Nur so erklärt sich, dass 56 Prozent (Vorjahr: 67 Prozent) von einer Verbesserung der Unternehmensergebnisse ausgeht.

### Verlage

Die Zahl der Teilnehmer aus dem Bereich Verlage hat sich bei der diesjährigen Herbstprognose um mehr als die Hälfte reduziert (45; 113 im Vorjahr). Wahrscheinlich nimmt das Bedürfnis, die Zukunft vorauszusagen, weiter ab. Denn die Aussichten sind wahrlich nicht positiv. Rund 60 Prozent (Vorjahr: 38 Prozent) erwarten einen weiteren Marktrückgang. Damit einhergehend ist mit einem weniger risikofreudigen Investitionsverhalten zu rechnen. Lediglich 20 Prozent (Vorjahr: 36 Prozent) planen in den kommenden 12 Monaten eine Ausweitung ihrer Investitionen.

Der Preisdruck hinsichtlich der eigenen Produkte und Leistungen wird etwas stärker. Hier prognostizieren 22 Prozent (Vorjahr: 12 Prozent) der Befragten notwendige Preisadjustierungen.

### Teilnehmer

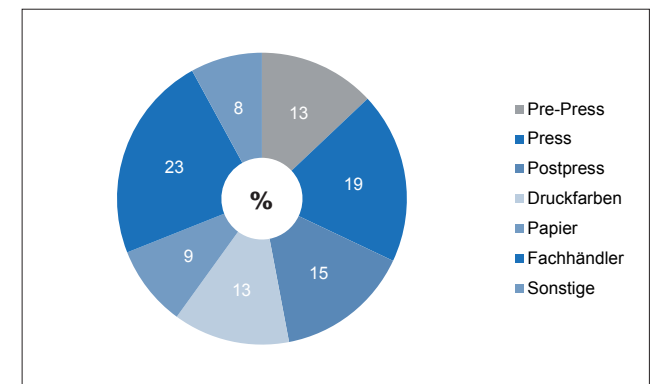
Auch in diesem Jahr folgten 304 (Vorjahr: 413) Unternehmen dem Aufruf, an unserer Befragung teilzunehmen. Es wurden 800 Druckereien, 200 Verpackungsdrucker, 400 Verlage und 150 Unternehmen der grafischen Zulieferindustrie angeschrieben.

96 Prozent aller zurückgesendeten Fragebogen wurden von Vorständen und Geschäftsführern beantwortet. 4 Prozent der Antworten stammten aus anderen Bereichen.

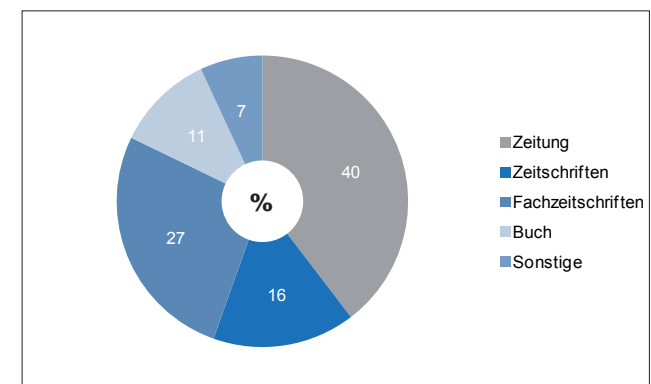
Mit 156 Unternehmen bildete die Druckindustrie die größte Teilnehmergruppe, gefolgt von den Verpackungsdruckereien mit 56 teilnehmenden Unternehmen. Erstmals wurden die Verpackungsdrucker als eigenständige Branche dargestellt und nach den Produktgruppen Etiketten, Faltschachteln und flexible Verpackung differenziert befragt.

Einen deutlichen Rückgang der Befragtenzahl mussten wir bei den Verlagen konstatieren. Während sich im Vorjahr noch 113 Verlagshäuser beteiligten, konnten wir dieses Jahr nur 45 Verlage gewinnen.

Grafische Zulieferindustrie (N = 47)

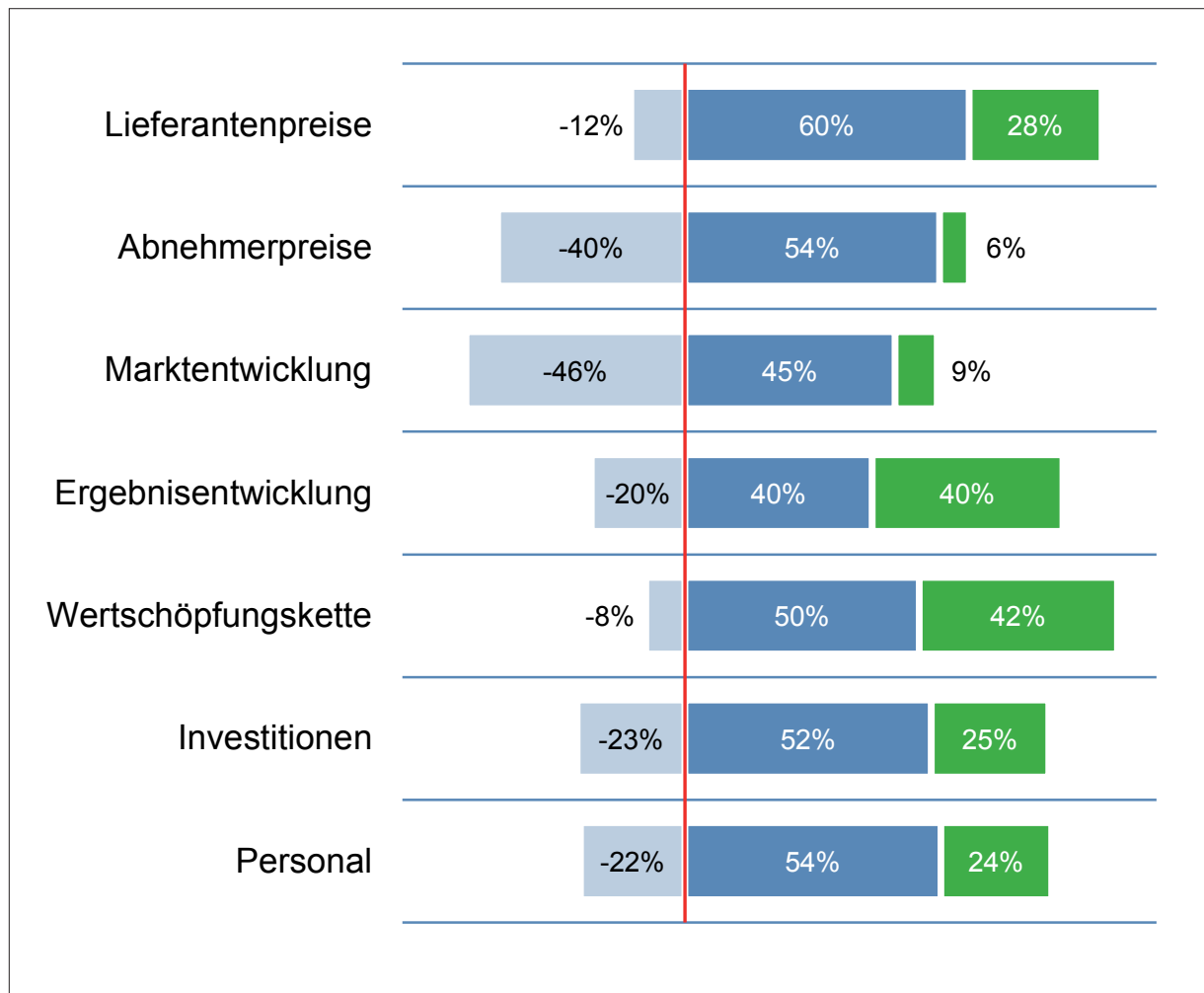


Verlage (N = 45)



I. Druckindustrie  
Zusammenfassung

N = 156

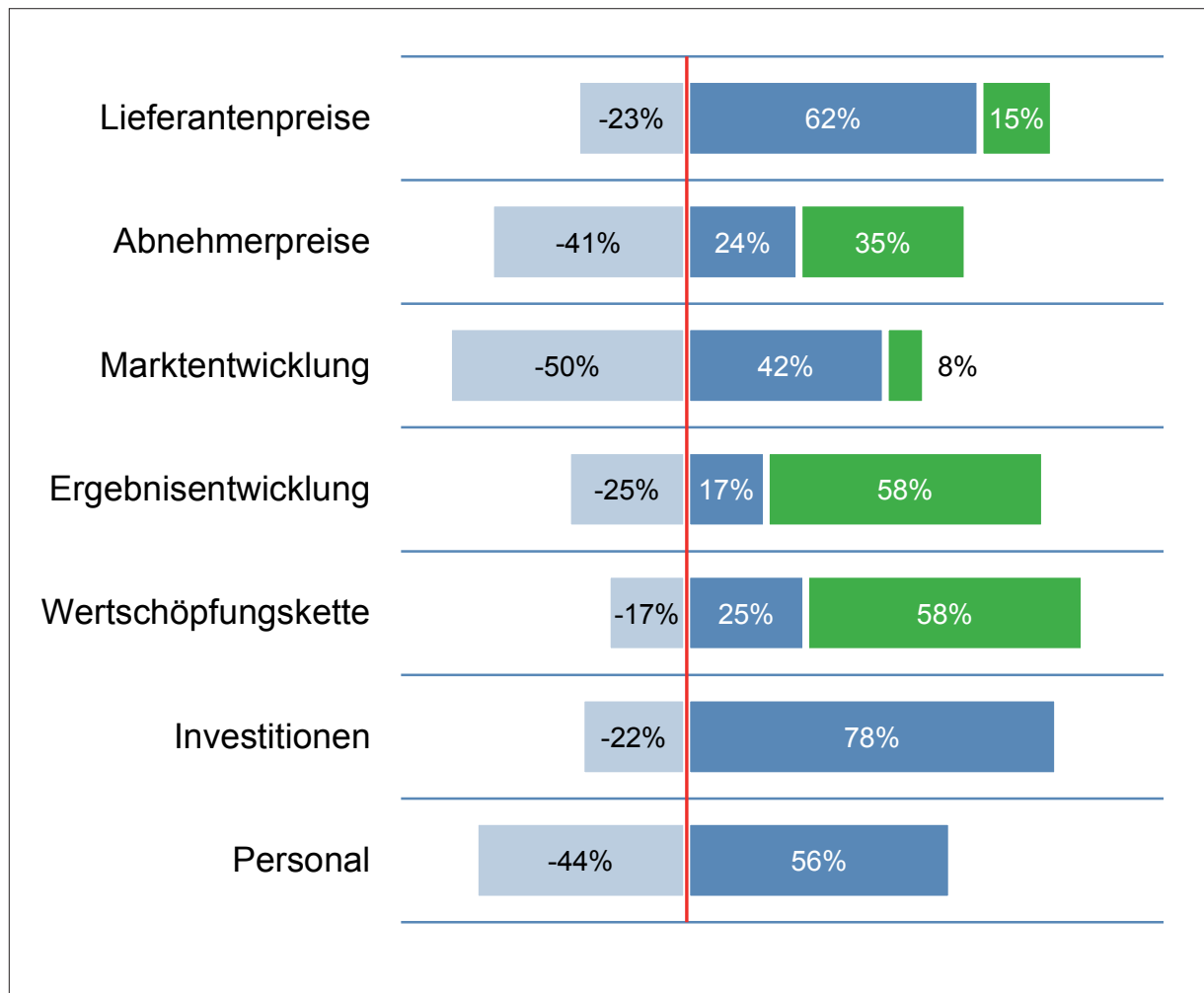


- ▶ Das Teilnehmerfeld aus der Druckindustrie betrug in diesem Jahr 156 Unternehmen (Vorjahr: 244).
- ▶ Die Marktentwicklung wird im Vergleich zum Vorjahr negativer eingeschätzt. 46% der Befragten (Vorjahr: 35%) rechnen mit einer rückläufigen Entwicklung.
- ▶ Der Anteil der Unternehmen, die eine Verbesserung ihres Unternehmensergebnisses erwarten, sinkt auf 40% (Vorjahr: 44%). Gleichzeitig steigt der Anteil der Teilnehmer, die von einem Ergebnismrückgang ausgehen, von 17% im Vorjahr auf 20%.
- ▶ Die Investitionsbereitschaft ist zögerlicher als im Vorjahr. Nur noch 25% der Unternehmen (Vorjahr: 29%) planen höhere Investitionen für das nächste Jahr. 23% (Vorjahr: 21%) gehen von geringeren Investitionen aus.
- ▶ Die Personalstärke bleibt in etwa gleich zum Vorjahr. Während noch 24% der Befragten (Vorjahr: 26%) einen Personalaufbau beabsichtigen, hat sich der Anteil der Unternehmen, die mit einem Stellenabbau rechnen, geringfügig von 23% auf 22% reduziert. Der überwiegende Teil geht von einer gleichbleibenden Personalstärke aus (54% im Vergleich zu 51% im Vorjahr).

■ minus ■ gleich ■ plus

I. Druckindustrie  
Rollen-Akzidenzdruck

N = 12

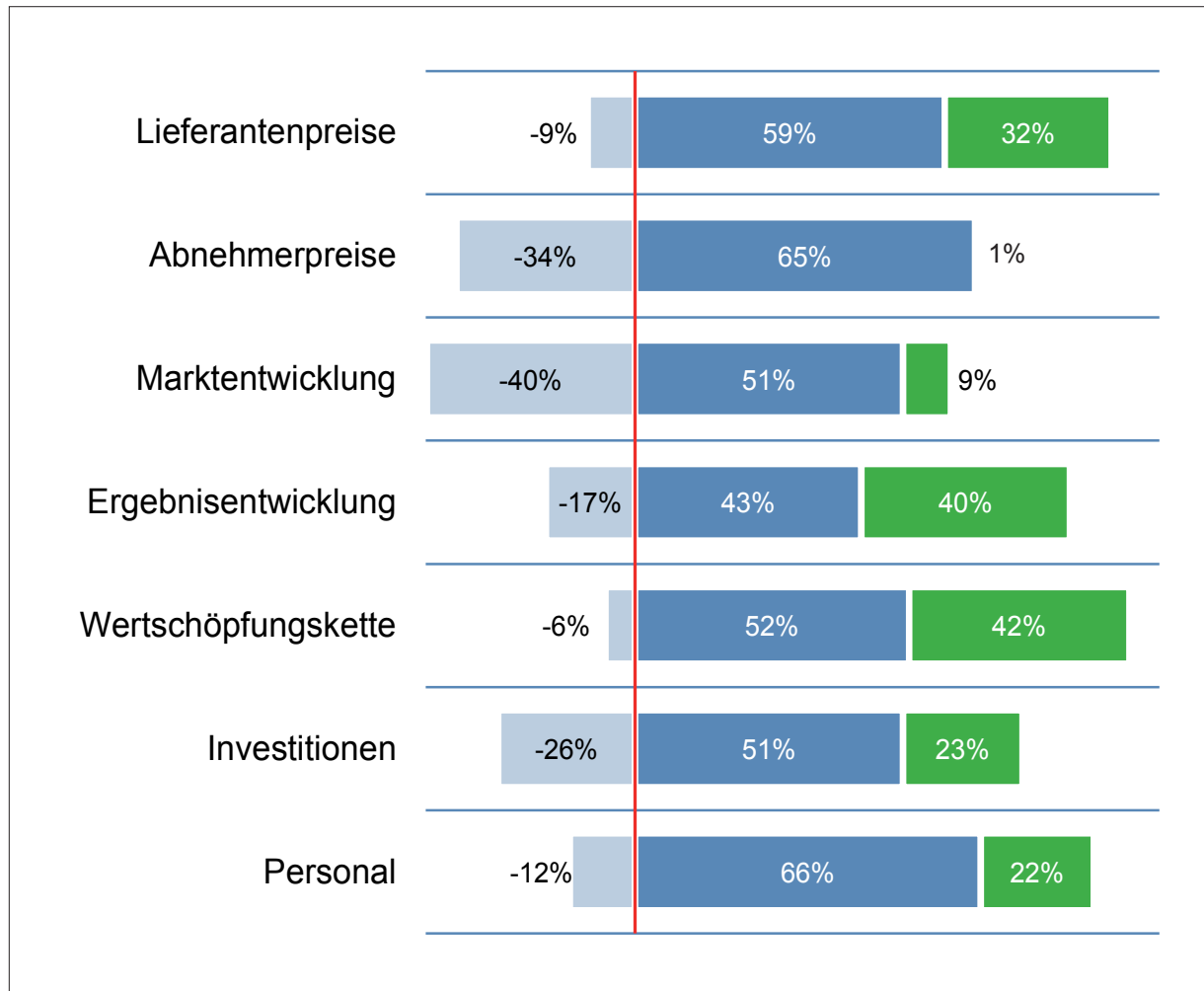


- ▶ Der Preisdruck im Rollenoffset wird im Vergleich zum Vorjahr deutlich geringer ausfallen. Während noch 41% (Vorjahr: 80%) der Manager mit sinkenden Abnehmerpreisen für das kommende Jahr rechnen, gehen 35% (Vorjahr: 0%) sogar davon aus, dass sich ihre Produkte und Dienstleistungen zu besseren Preisen verkaufen lassen.
- ▶ Die Erwartungen hinsichtlich der Marktentwicklung haben sich etwas verbessert. Während noch 50% (Vorjahr: 60%) von einer rückläufigen Marktentwicklung ausgehen, rechnen 42% (Vorjahr: 40%) mit einer gleichbleibenden und 8% (Vorjahr: 0%) mit einer verbesserten Marktsituation in den nächsten 12 Monaten.
- ▶ Die Entwicklung des Unternehmensergebnisses wird ebenfalls positiver eingeschätzt als im Vorjahr. So gehen nur noch 25% (Vorjahr: 30%) von einer Ergebnisverschlechterung aus, hingegen erwarten 58% (Vorjahr 40%) der Teilnehmer ein verbessertes Unternehmensergebnis.
- ▶ Hinsichtlich der Lieferantenpreise, der Investitionsbereitschaft sowie der Veränderungen im Personalbestand und der Wertschöpfungskette der Unternehmen sind die Erwartungen auf Vorjahresniveau geblieben.

■ minus ■ gleich ■ plus

I. Druckindustrie  
Bogen-Akzidenzdruck

N = 88



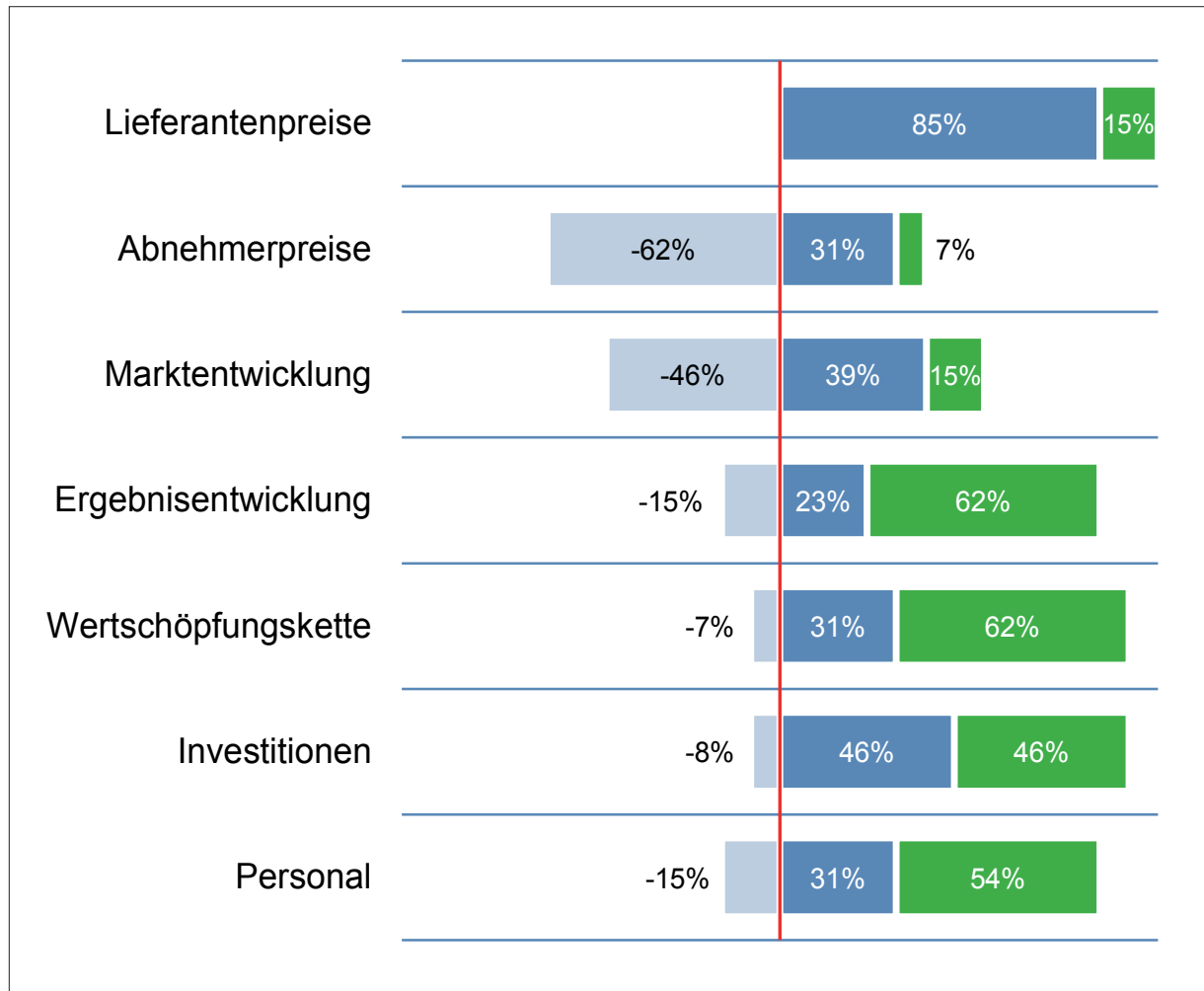
- ▶ Die Ergebniserwartungen im Bogenoffset/Akzidenz-Bereich fallen etwas negativer aus als im Vorjahr. Nur noch 40% (Vorjahr: 47%) der Manager rechnen mit einem höheren, hingegen gehen 17% (Vorjahr: 12%) von einem niedrigeren Unternehmensergebnis in 2015 aus.
- ▶ Hinsichtlich der Lieferantenpreise rechnen 32% (Vorjahr: 26%) der Teilnehmer mit einer Preiserhöhung, 9% (Vorjahr: 7%) erwarten niedrigere Preise.
- ▶ Die Investitionsbereitschaft hat sich zum Vorjahr verschlechtert. 23% (Vorjahr: 34%) der Unternehmen planen höhere Investitionen im kommenden Jahr, 26% (Vorjahr: 23%) gehen eher davon aus, dass sie weniger investieren werden.
- ▶ Die Veränderungen hinsichtlich des erwarteten Personalbestandes entsprechen in etwa dem Vorjahresniveau. Von einem Stellenabbau gehen noch 12% (Vorjahr: 17%) der Befragten aus. Dass die Anzahl ihrer Mitarbeiter wächst, das erwarten jedoch nur 22% (Vorjahr: 26%).
- ▶ Die Prognosen hinsichtlich der Abnehmerpreise, der Marktentwicklung und der Wertschöpfungsketten sind auf Vorjahresniveau geblieben.

■ minus ■ gleich ■ plus



I. Druckindustrie  
Digitaldruck

N = 26

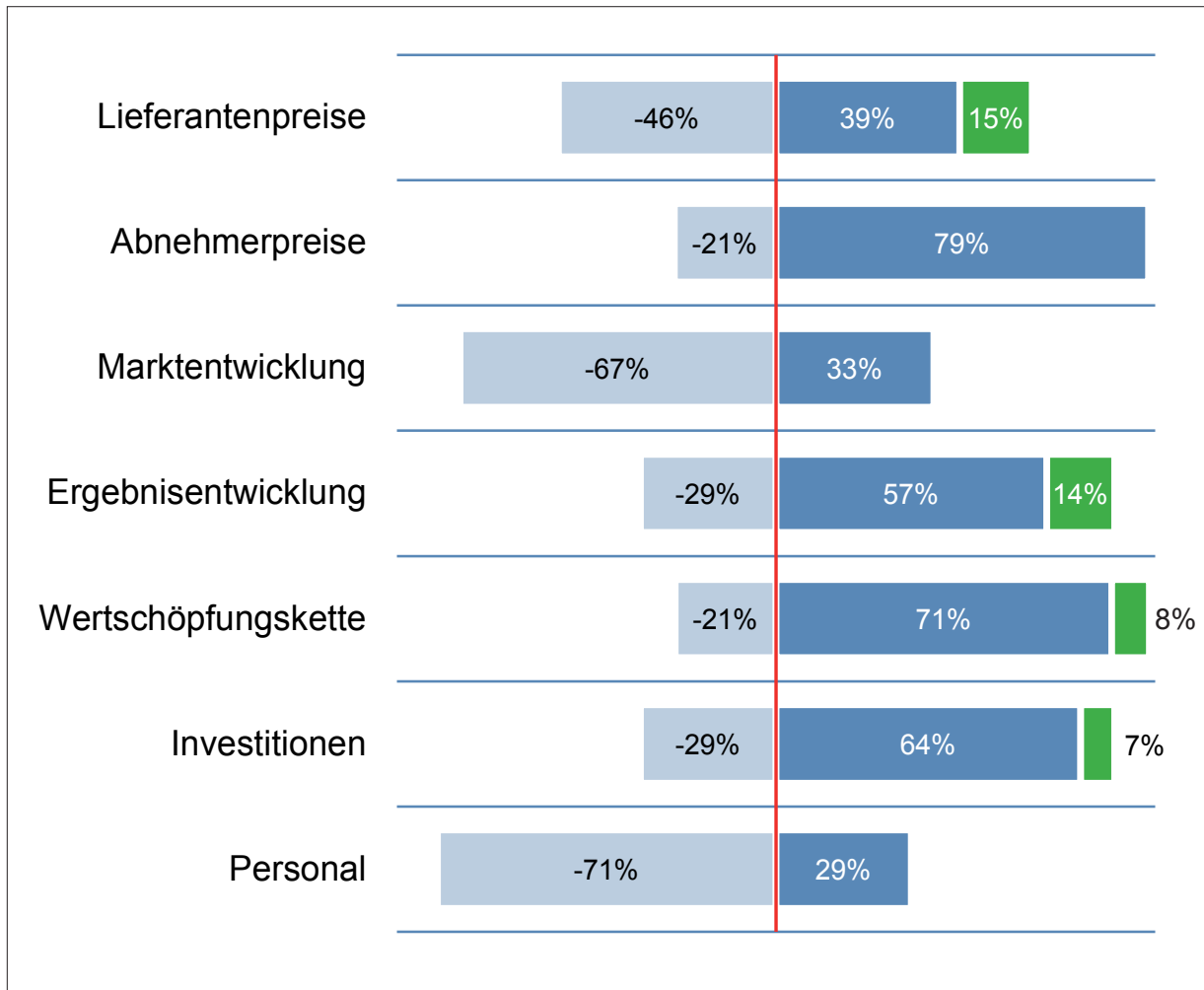


- ▶ Erstmals sind die Unternehmen, die ihren Schwerpunkt im Digitaldruck haben, als eigenständige Kategorie aufgeführt und mit einer Beteiligung von 26 Unternehmen die zweitgrößte Drucksparte der Herbstprognose nach den Unternehmen aus dem Bogenoffset/Akzidenz-Bereich (88 Teilnehmer).
- ▶ Die Digitaldrucker sehen die Marktveränderungen zweigeteilt. 15% der Unternehmen rechnen mit einer positiven Marktentwicklung, hingegen erwarten 46% eine Verschlechterung für die Digitaldruck-Branche.
- ▶ Hinsichtlich der Preispolitik wird eher eine leichte Zunahme der Lieferantenpreise erwartet.
- ▶ Die Digitaldrucker sind hinsichtlich ihres Unternehmensergebnisses in 2015 sehr positiv eingestellt. 62% erwarten eine Ergebnisverbesserung.
- ▶ Die Investitionsbereitschaft ist hoch. 46% der Unternehmen gehen von höheren Investitionen im kommenden Jahr aus.
- ▶ Der Personalbedarf für 2015 ist hoch. Jedes zweite Unternehmen (54%) will mehr Mitarbeiter einstellen als im Jahre 2014.

■ minus ■ gleich ■ plus

I. Druckindustrie  
Zeitungsdruck

N = 14

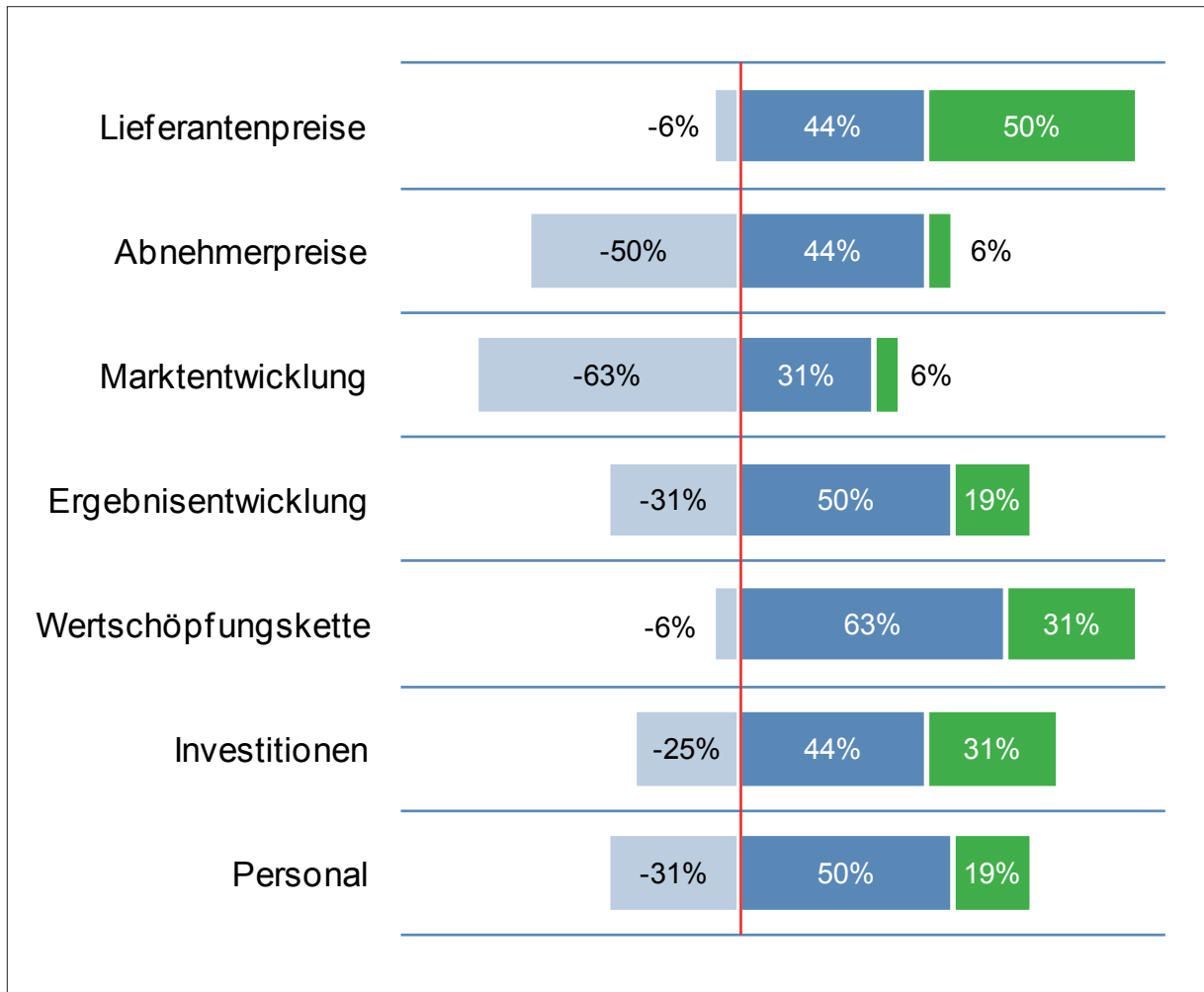


- ▶ Personalabbau und ein rückläufiger Markt belasten die Zeitungsdruckereien im nächsten Jahr. Da wird es helfen, dass 46% mit niedrigeren Lieferantenpreisen rechnen.
- ▶ Eine kleine Gruppe von 14% der Befragten erwartet für das nächste Jahr eine Ergebnisverbesserung. Das wäre nicht weiter von Bedeutung, wenn nicht im letzten Jahr der Anteil noch bei 0% gelegen hätte.
- ▶ Die Investitionsbereitschaft ist im Vergleich zum Vorjahr deutlich gesunken. Nur 7% (Vorjahr: 67%) der Unternehmen wollen mehr investieren als im Vorjahr, der Großteil rechnet mit einem gleichbleibenden Investitionsverhalten (64% im Vergleich zu 0% im Vorjahr).
- ▶ Die Erwartungen hinsichtlich der Wertschöpfungskette sind im Vergleich zum Vorjahr divergent. Während noch 64% (Vorjahr: 100%) der Unternehmen die bisherige Wertschöpfungstiefe beibehalten wollen, planen 29% (Vorjahr: 0%) eine Reduzierung, hingegen 7% (Vorjahr: 0%) einen Ausbau.

■ minus ■ gleich ■ plus

I. Druckindustrie  
Sonstige

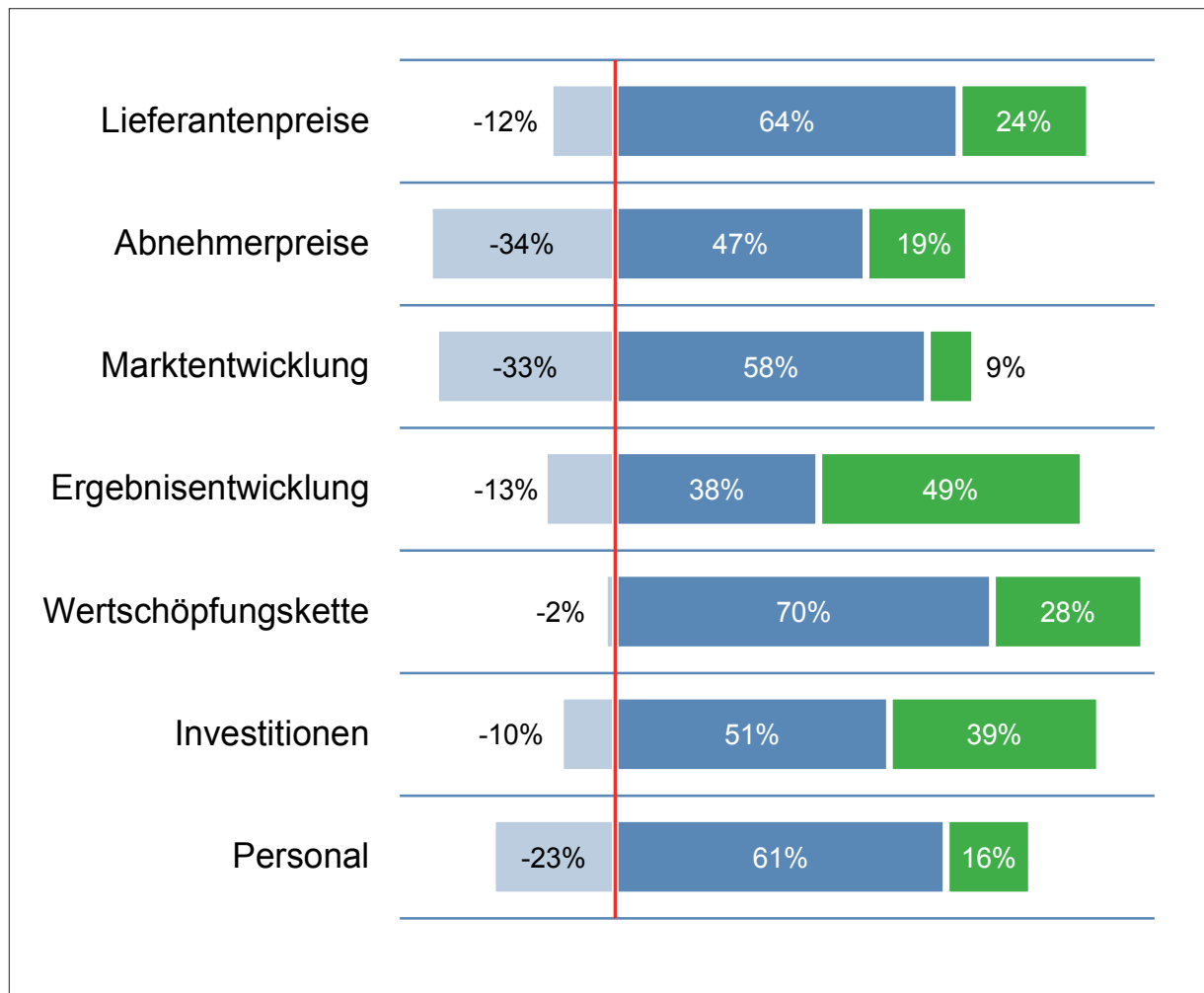
N = 16



- ▶ Die Branchenaussichten der übrigen Teilnehmer sind im Vergleich zum Vorjahr negativer. 63% (Vorjahr: 43%) der Befragten rechnen mit einer Reduzierung des Marktes.
- ▶ Hinsichtlich des Unternehmensergebnisses im kommenden Jahr gehen 31% (Vorjahr: 21%) von einer Verschlechterung, und nur 19% (Vorjahr: 43%) von einer Verbesserung aus.
- ▶ Mit einem Stellenabbau rechnen für 2015 31% (Vorjahr: 0%) der Teilnehmer, Mitarbeiterzuwachs wird hingegen nur von 19% (Vorjahr: 36%) erwartet.
- ▶ Steigende Lieferantenpreise (50% im Vergleich zu 43% im Vorjahr) bei gleichzeitiger Verschlechterung der Abnehmerpreise (50% im Vergleich zu 43% im Vorjahr) werden von den Managern prognostiziert.
- ▶ Die Investitionsbereitschaft ist entsprechend polarisiert: Zwar sind 31% (Vorjahr: 22%) bereit, im kommenden Jahr stärker zu investieren, 25% (Vorjahr: 7%) werden ihre Investitionen redoch reduzieren.

II. Verpackungsdruck  
Zusammenfassung

N = 56

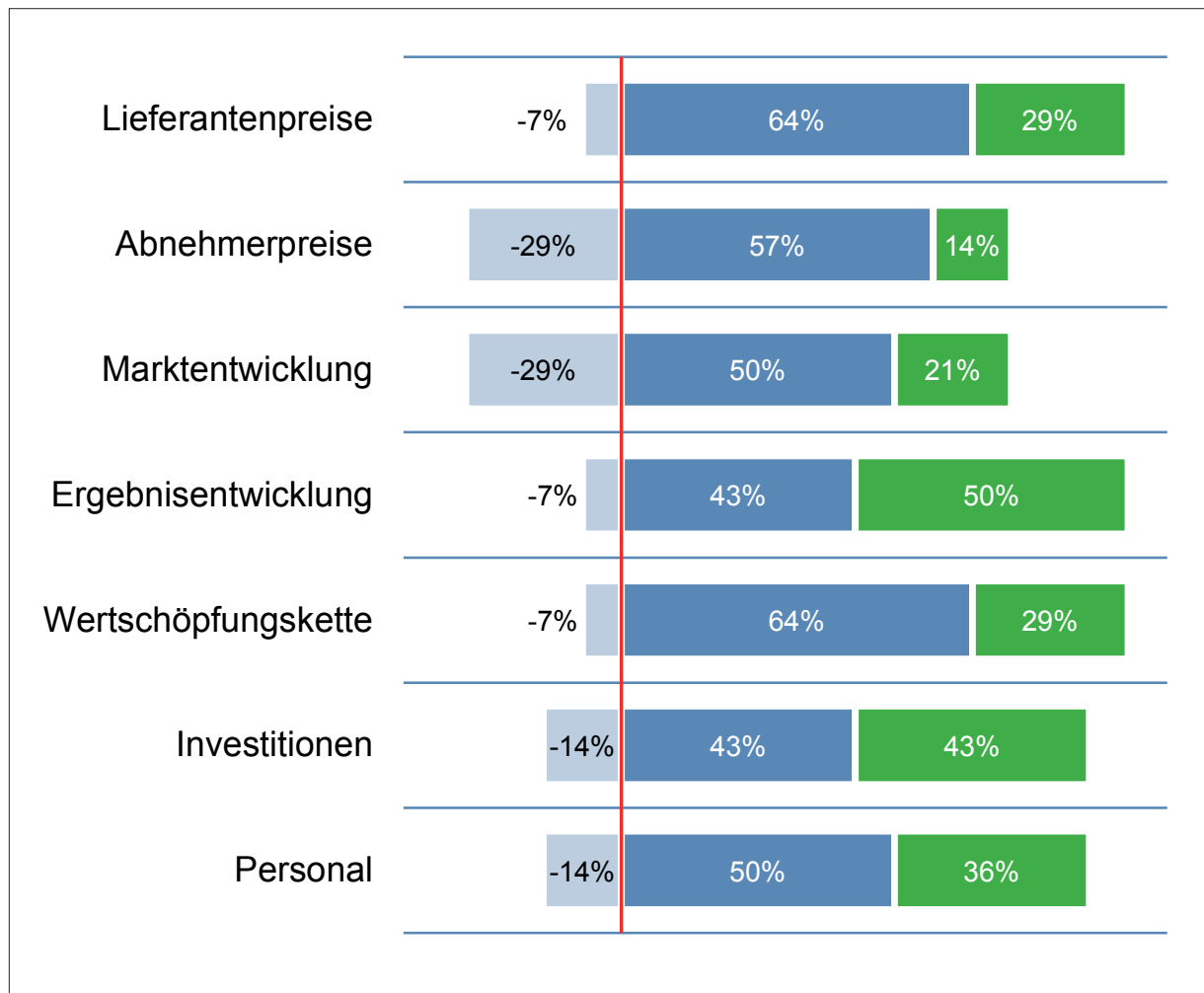


- ▶ Erstmals wurden Unternehmen des Verpackungsdrucks detaillierter ausgewertet. Mit 56 Teilnehmern (Vorjahr: 27) liegt dieses Branchensegment an zweiter Stelle nach den klassischen Druckunternehmen (156 Teilnehmer).
- ▶ Die Verpackungsdrucker erwarten in 2015 eher eine Verschlechterung der Marktentwicklung und Preispolitik: 33% (Vorjahr: 4%) der Teilnehmer rechnen mit einer negativen Marktentwicklung. Obwohl nur noch 24% (Vorjahr: 48%) von einem Anstieg der Lieferantenpreise ausgehen, befürchten 34% (Vorjahr: 15%) eine Verschlechterung der Abnehmerpreise.
- ▶ Wie im Vorjahr sind die Erwartungen hinsichtlich eines besseren Unternehmensergebnisses weiterhin sehr hoch (49% im Vergleich zu 52% im Vorjahr).
- ▶ Die Investitionsbereitschaft ist hoch. 39% (Vorjahr: 26%) der Befragten planen eine vermehrte Investitionen, nur 10% (Vorjahr: 30%) wollen weniger investieren.
- ▶ Hinzu kommt eine Erweiterung der Wertschöpfungstiefe bei 28% der Teilnehmer im Vergleich zu 2%, die eher von einer Reduzierung ausgehen.

■ minus ■ gleich ■ plus

II. Verpackungsdruck  
Etiketten

N = 14

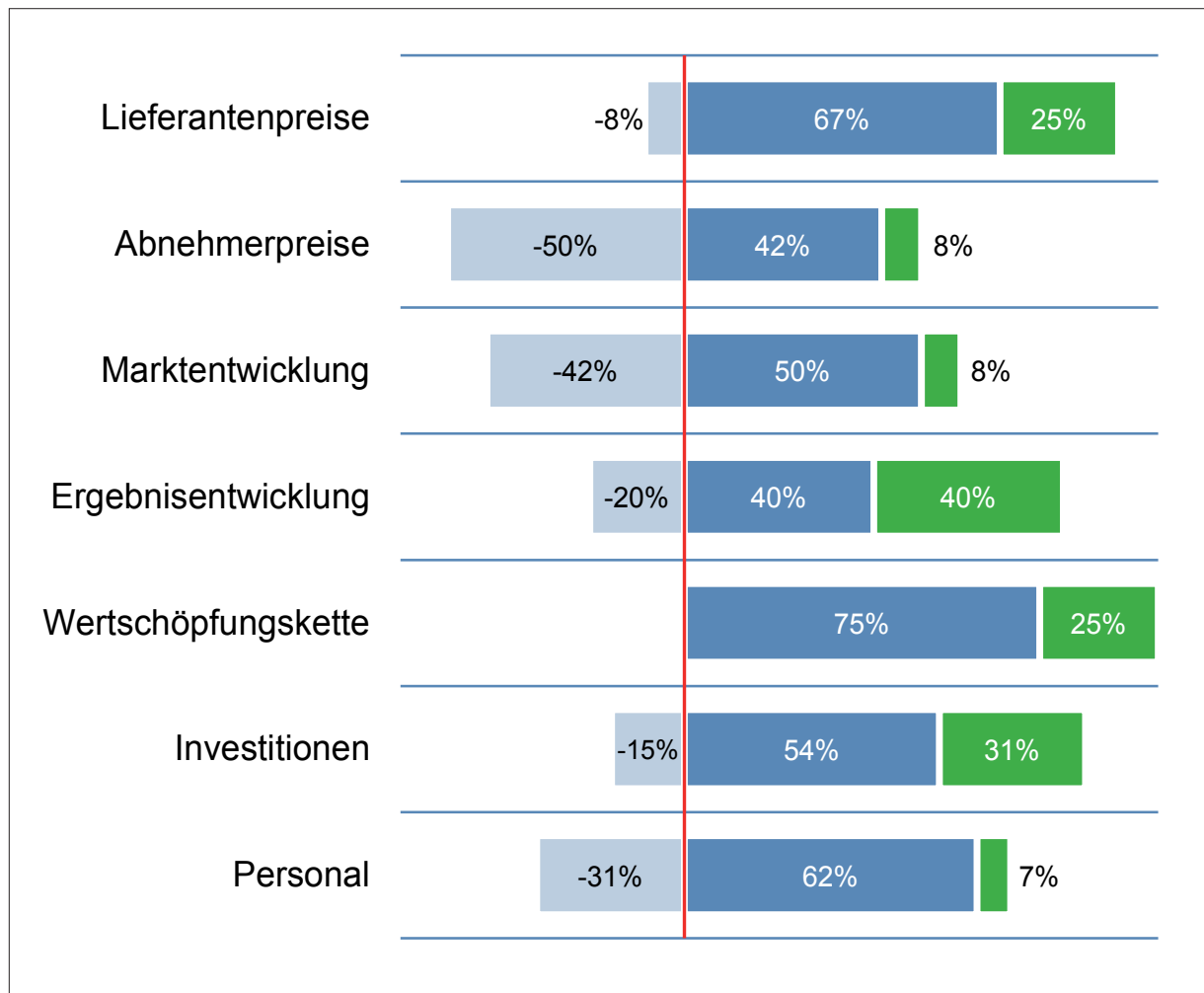


- ▶ Im Etikettendruck wird von den Teilnehmern eine Verbesserung der Preispolitik bei gleichbleibenden Marktverhältnissen vorhergesagt. 29% (Vorjahr: 42%) erwarten jeweils sowohl Steigerungen bei den Lieferantenpreisen, als auch Preissenkungen bei den eigenen Produkten und Leistungen.
- ▶ Die Ergebnisentwicklung wird positiv gesehen. 50% (Vorjahr: 42%) der Unternehmen erwarten eine Steigerung des Unternehmensergebnisses, 7% (Vorjahr: 16%) eine Verschlechterung.
- ▶ Die Unternehmen sind investitionsbereit (43% im Vergleich zu 8% im Vorjahr), aber etwas zurückhaltener, was den Ausbau ihrer Wertschöpfungskette betrifft (29% im Vergleich zu 42% im Vorjahr).
- ▶ Hinsichtlich des Personalstandes sind geringe Schwankungen zu erwarten. Es wird mit weniger Personaleinstellungen gerechnet (36% im Vergleich zu 42% im Vorjahr), gleichzeitig scheint jedoch auch ein Stellenabbau seltener geplant zu sein (14% im Vergleich zu 25% im Vorjahr).

■ minus ■ gleich ■ plus

II. Verpackungsdruck  
Faltschachteln

N = 24

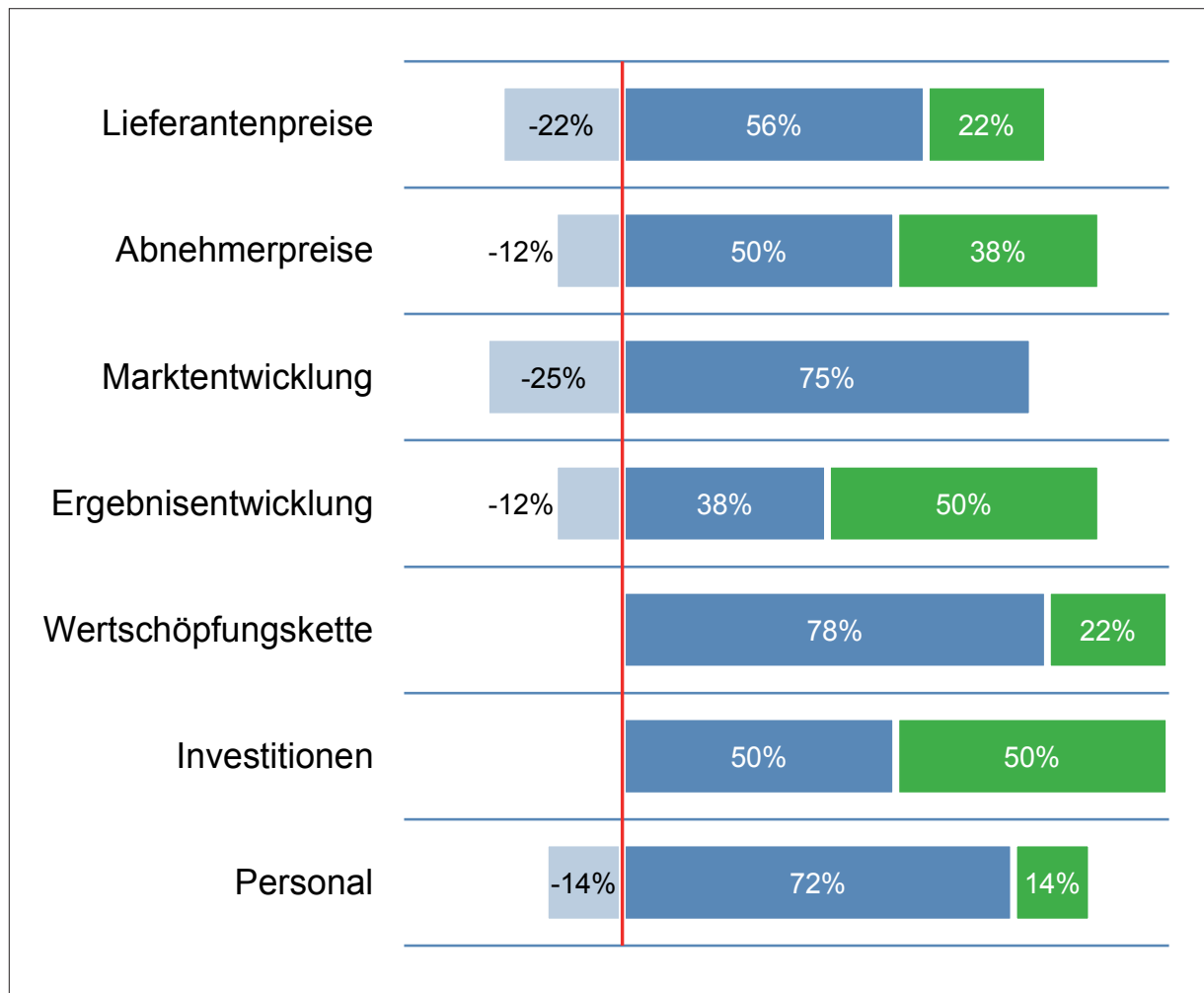


- ▶ Im Faltschachtel-Bereich wird für 2015 eine negative Marktentwicklung (42%) erwartet.
- ▶ Gleichzeitig befürchten die Unternehmen einen erhöhten Preisdruck. 50% gehen von sinkenden Preisen bei den eigenen Produkten und Leistungen aus. Nur 8% glauben daran, Preiserhöhungen durchsetzen zu können.
- ▶ Bei den Lieferanten wird eher mit Preiserhöhungen (25%) als einer Reduzierung der Preise (8%) gerechnet.
- ▶ Die Unternehmen planen für 2015 eher eine Investitionssteigerung (31% im Vergleich zur Investitionsreduktion von 15%).
- ▶ 25% der Manager wollen die Fertigungstiefe in ihrem Unternehmen ausbauen.
- ▶ Hinsichtlich der Personalbestände werden nur geringe Schwankungen angenommen, jedoch eher in Richtung Personalabbau. Der Großteil (62%) der Befragten geht von einem gleichbleibenden Mitarbeiterstamm aus. 31% glauben, dass sie eher Personal entlassen müssen, 7%, dass neue Mitarbeiter eingestellt werden.

■ minus ■ gleich ■ plus

II. Verpackungsdruck  
Flexible Verpackung

N = 15



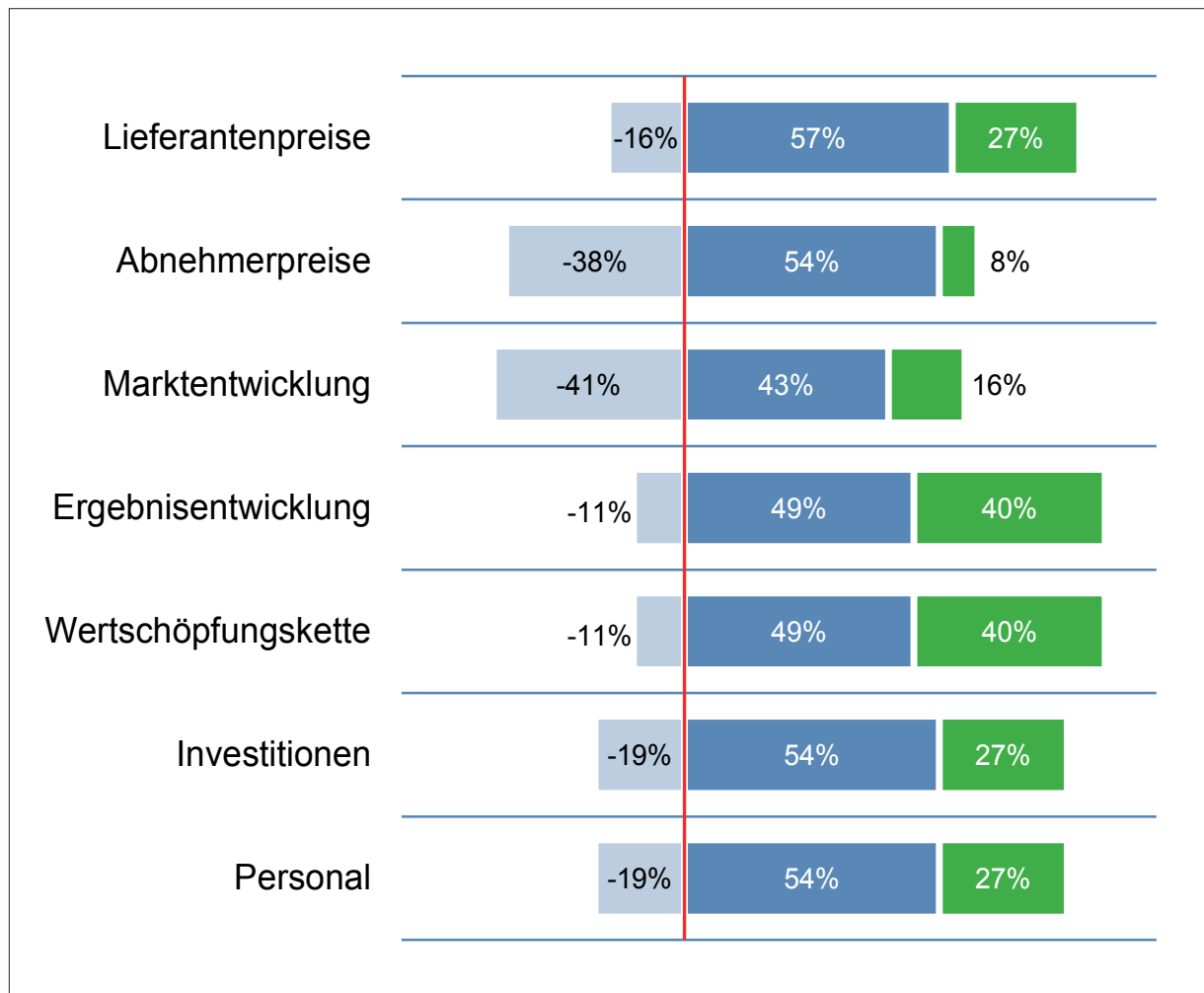
- ▶ Den Erwartungen der Druckunternehmen aus dem flexiblen Verpackungsmarkt zufolge wird in den nächsten 12 Monaten eher eine Marktreduktion erfolgen (25%), keiner rechnet mit einem Marktwachstum.
- ▶ Positive Erwartungen gibt es hinsichtlich der Unternehmensergebnisse im kommenden Jahr. 50% der Teilnehmer rechnen mit einem Ergebniswachstum.
- ▶ Ebenso hoch (50%) ist die Investitionsbereitschaft der Unternehmer.

■ minus ■ gleich ■ plus

### III. Grafische Zulieferindustrie

#### Zusammenfassung

N = 47



- ▶ Die Teilnehmer der grafischen Zulieferindustrie gehen für das kommende Jahr von einer rückläufigen Marktentwicklung aus. Während nur 16% (Vorjahr: 27%) ein Marktwachstum erwarten, stellen sich hingegen 41% (Vorjahr: 36%) der Befragten auf einen schrumpfenden Markt ein.
- ▶ Die Lieferanten der grafischen Industrie erwarten eine Stagnation ihrer Preise. 38 % glauben sogar, dass die Preise weiter nachgeben werden.
- ▶ Die Investitionsbereitschaft hat sich gegenüber dem Vorjahr kaum verändert.
- ▶ Die Erwartungen hinsichtlich der Ergebnisentwicklung sind ebenfalls auf Vorjahresniveau.

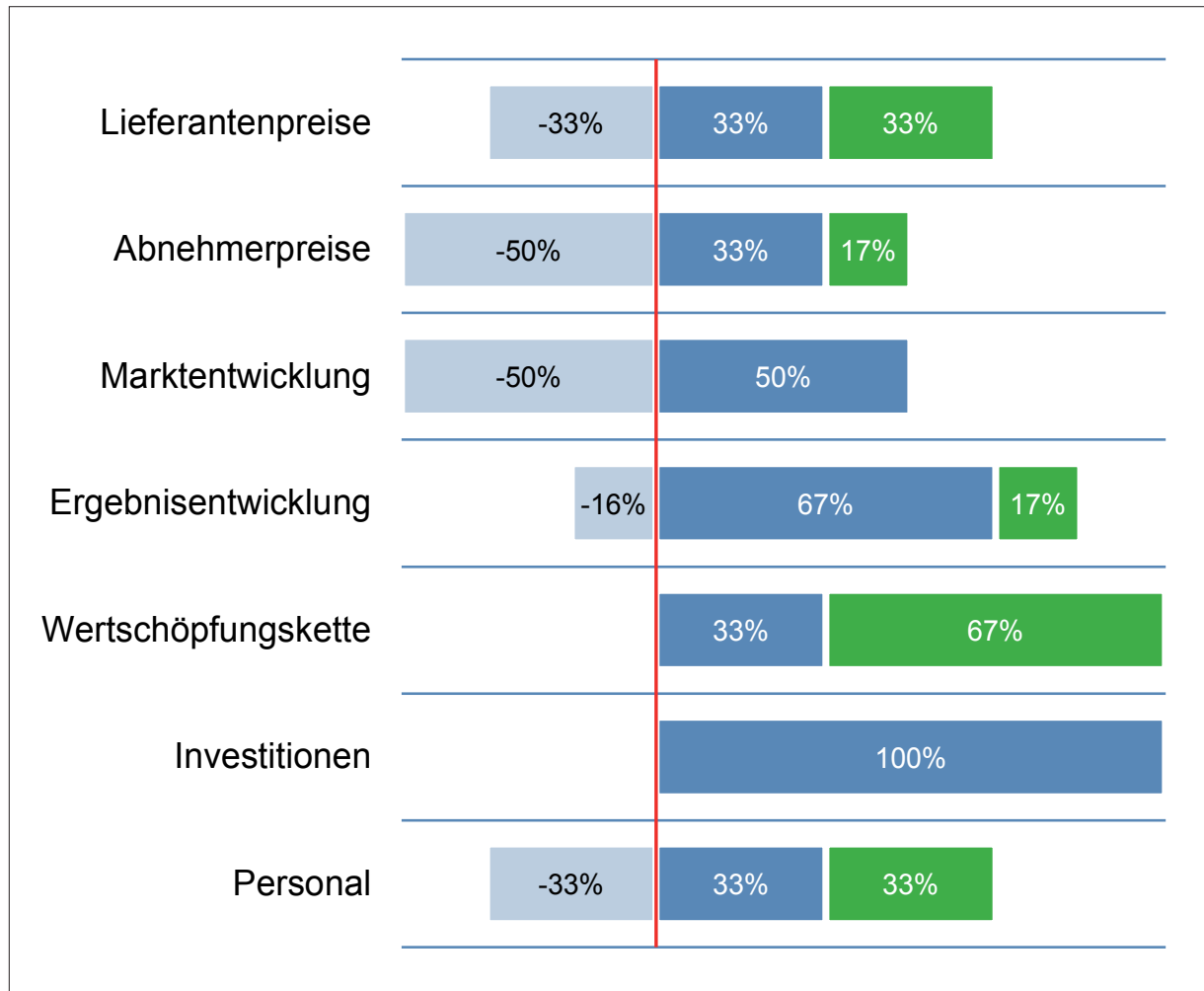
■ minus ■ gleich ■ plus



III. Grafische Zulieferindustrie

Pre-Press

N = 6



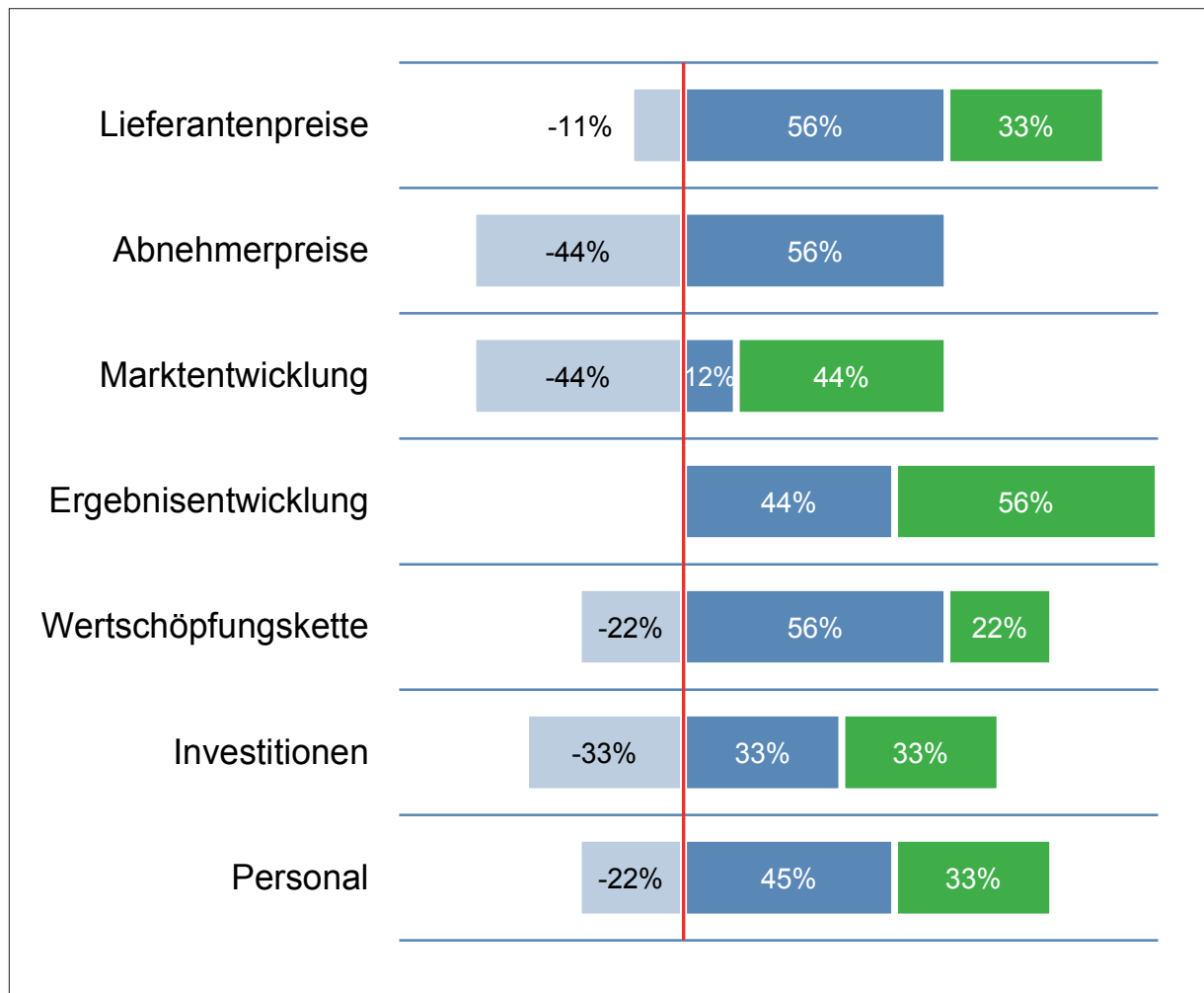
► 50% der Hersteller von Pre-Press-Lösungen erwarten einen Rückgang ihrer Verkaufspreise. Das erklärt auch, warum 67% ihre Produktpalette (Wertschöpfungskette) ausbauen werden und verstärkt Beratung anbieten.

■ minus ■ gleich ■ plus

### III. Grafische Zulieferindustrie

Press

N = 9



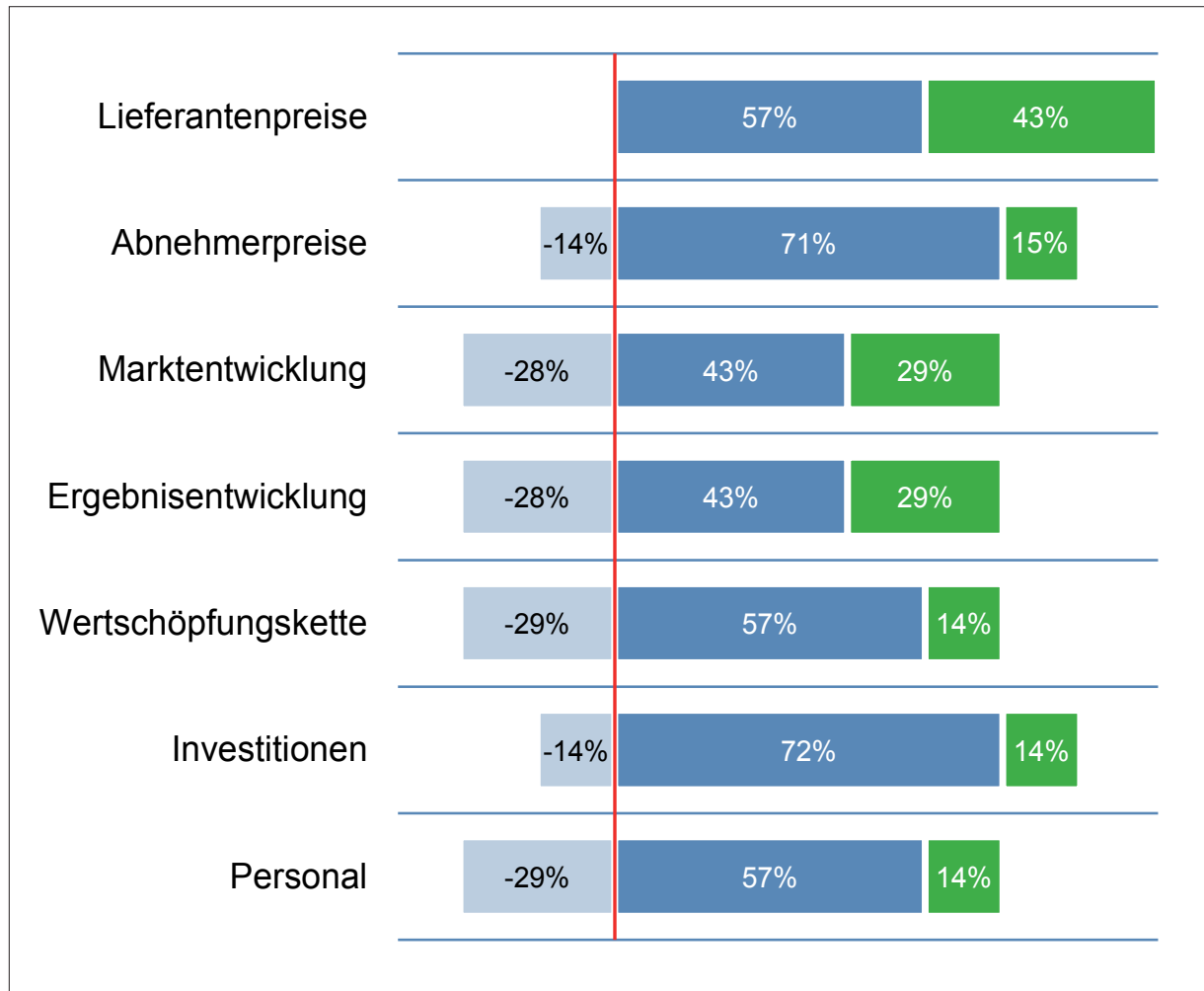
- ▶ Die Druckmaschinenhersteller sind weiter unter Druck. 44% erwarten rückläufige Preise und einen abnehmenden Markt. Erschwerend kommt hinzu, dass rund 33% (Vorjahr: 17%) mit steigenden Kosten auf der Lieferantenseite zu tun bekommen.
- ▶ Einige Hersteller konnten Kosten und Produktivität wohl deutlich steigern. Nur so erklärt sich, warum 56% (Vorjahr: 67%) von einer Verbesserung der Unternehmensergebnisse ausgeht.

■ minus ■ gleich ■ plus

III. Grafische Zulieferindustrie

Post-Press

N = 7



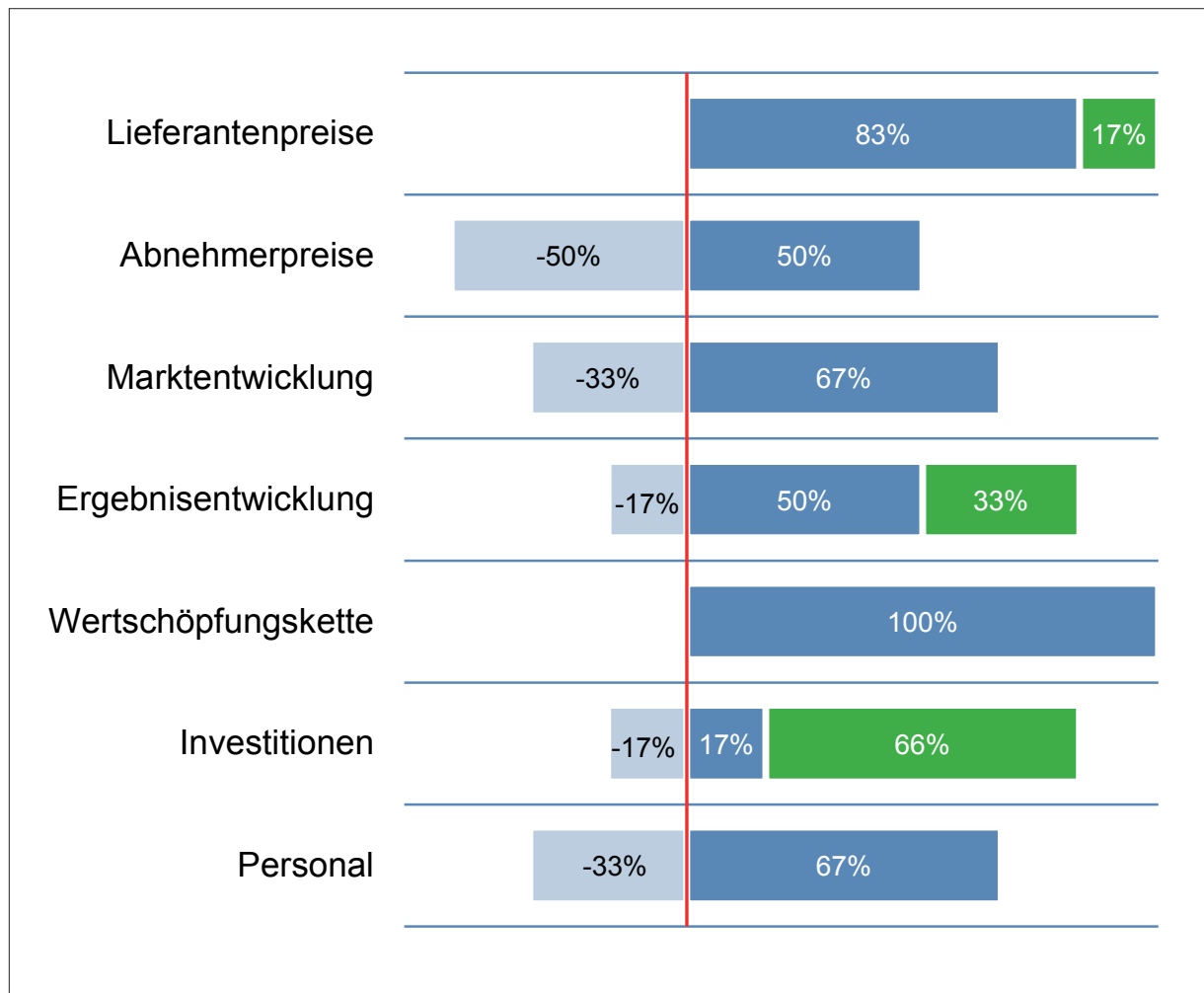
- ▶ Die Zulieferer im Post-Press Segment sind im Vergleich zum Vorjahr pessimistischer hinsichtlich der Entwicklung ihres Unternehmensbereiches.
- ▶ 28% (Vorjahr: 8%) rechnen in 2015 mit einer Marktverkleinerung.
- ▶ Während ein geringerer Preisdruck erwartet wird und 15% (Vorjahr: 0%) der Befragten mit einer Preissteigerung bei ihren Produkten und Leistungen rechnen, vermuten sie gleichzeitig eine Erhöhung der Lieferantenpreise (43% im Vergleich zu 33% im Vorjahr).

■ minus ■ gleich ■ plus

III. Grafische Zulieferindustrie

Druckfarben

N = 6



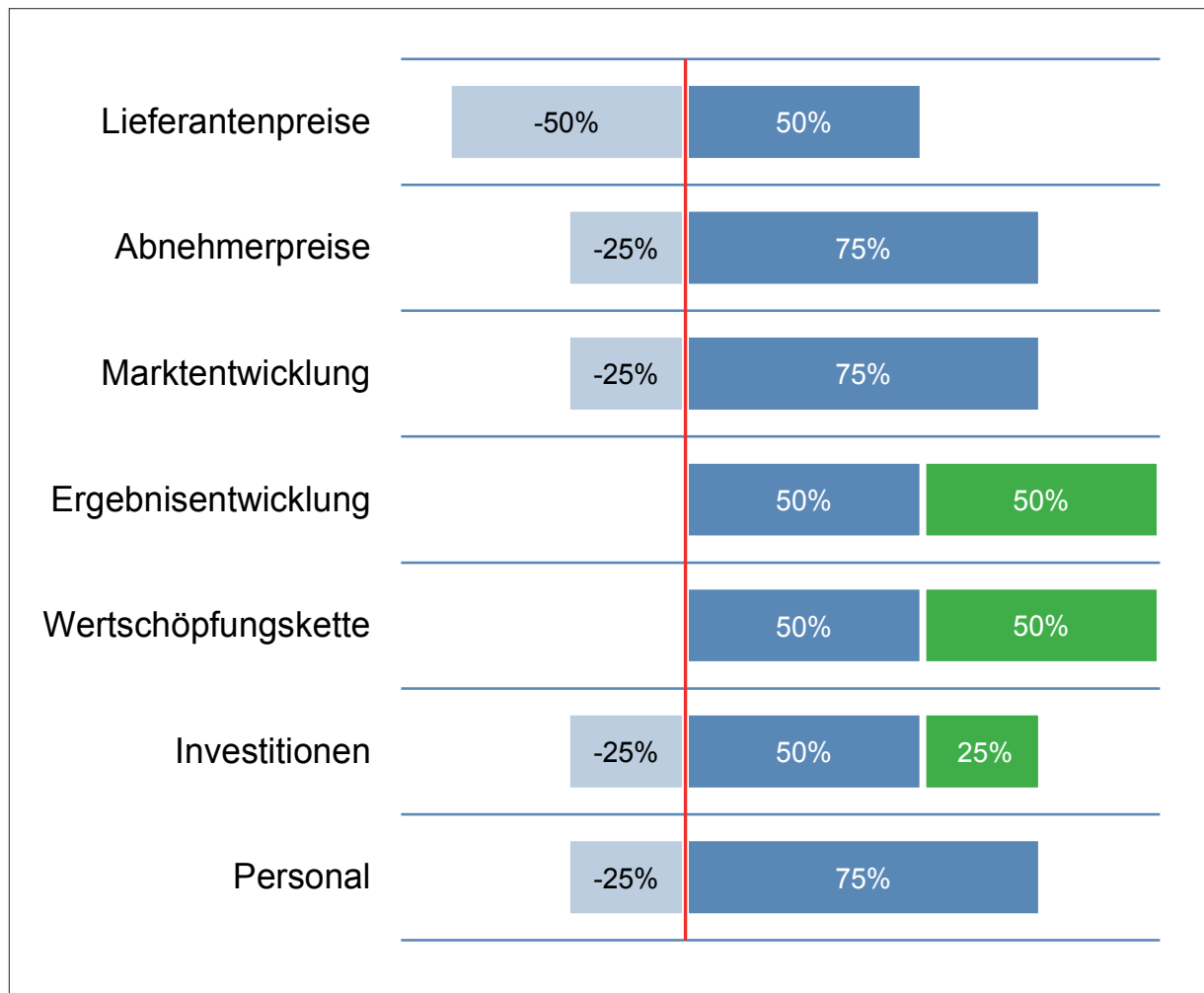
- ▶ Jeder zweite Druckfarbenhersteller rechnet mit rückläufigen Abnehmerpreisen.
- ▶ Die Investitionsbereitschaft ist im Vergleich zum Vorjahr etwas zurückhaltener, aber dennoch sehr hoch. 66% (Vorjahr: 80%) der Unternehmen planen ihre Investitionen zu verstärken.
- ▶ 33% (Vorjahr: 60%) der Manager erwarten zudem ein besseres Unternehmensergebnis in 2015.

■ minus ■ gleich ■ plus

### III. Grafische Zulieferindustrie

#### Papier

N = 4



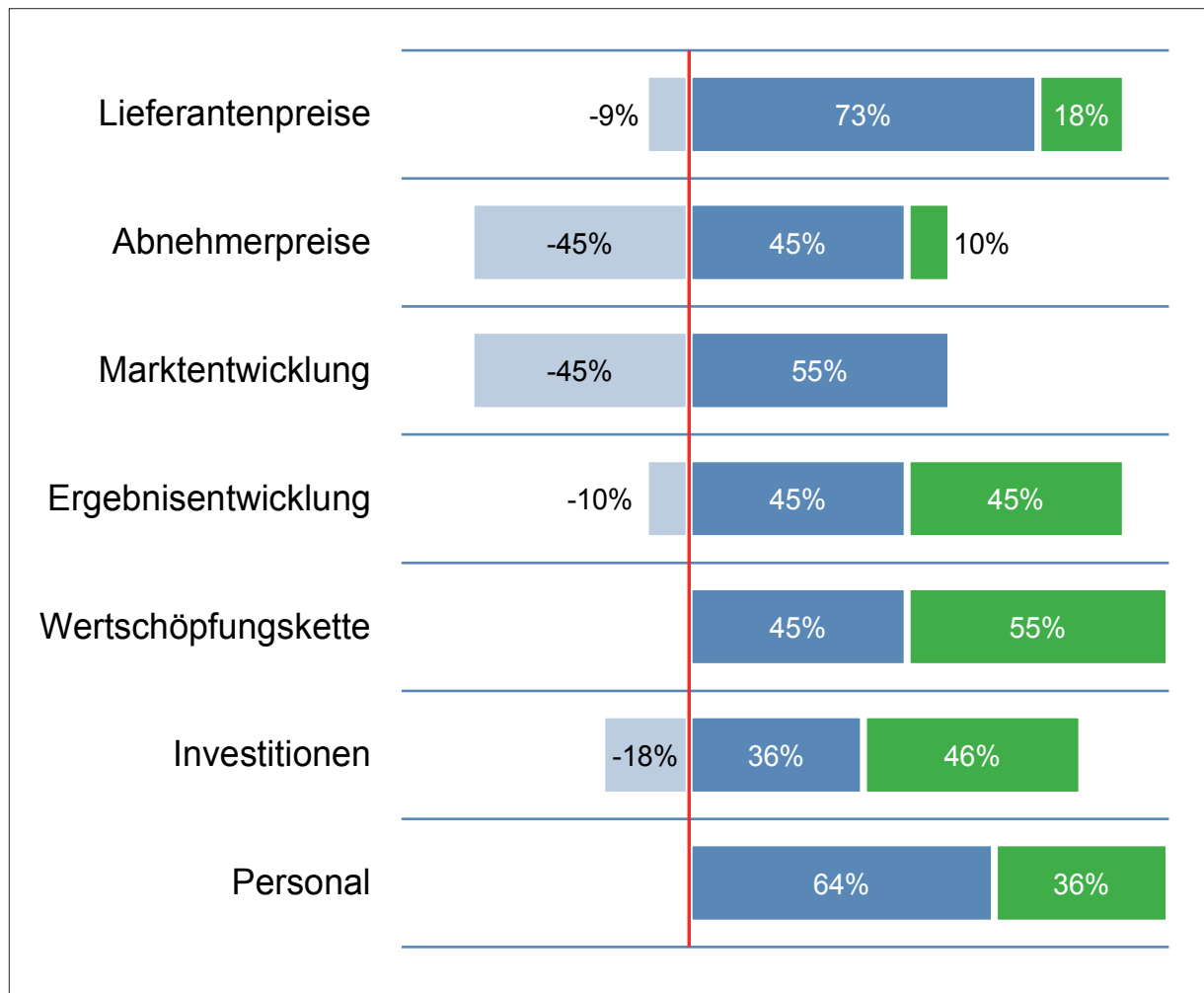
- ▶ Im Papier-Markt wird 2015 mit einer Stabilisierung auf Vorjahrsniveau gerechnet.
- ▶ Während noch 25% (Vorjahr: 80%) eine weitere Marktverkleinerung prognostizieren, gehen 75% (Vorjahr: 0%) von gleichbleibenden Marktverhältnissen aus.

■ minus ■ gleich ■ plus

### III. Grafische Zulieferindustrie

Fachhändler

N = 11

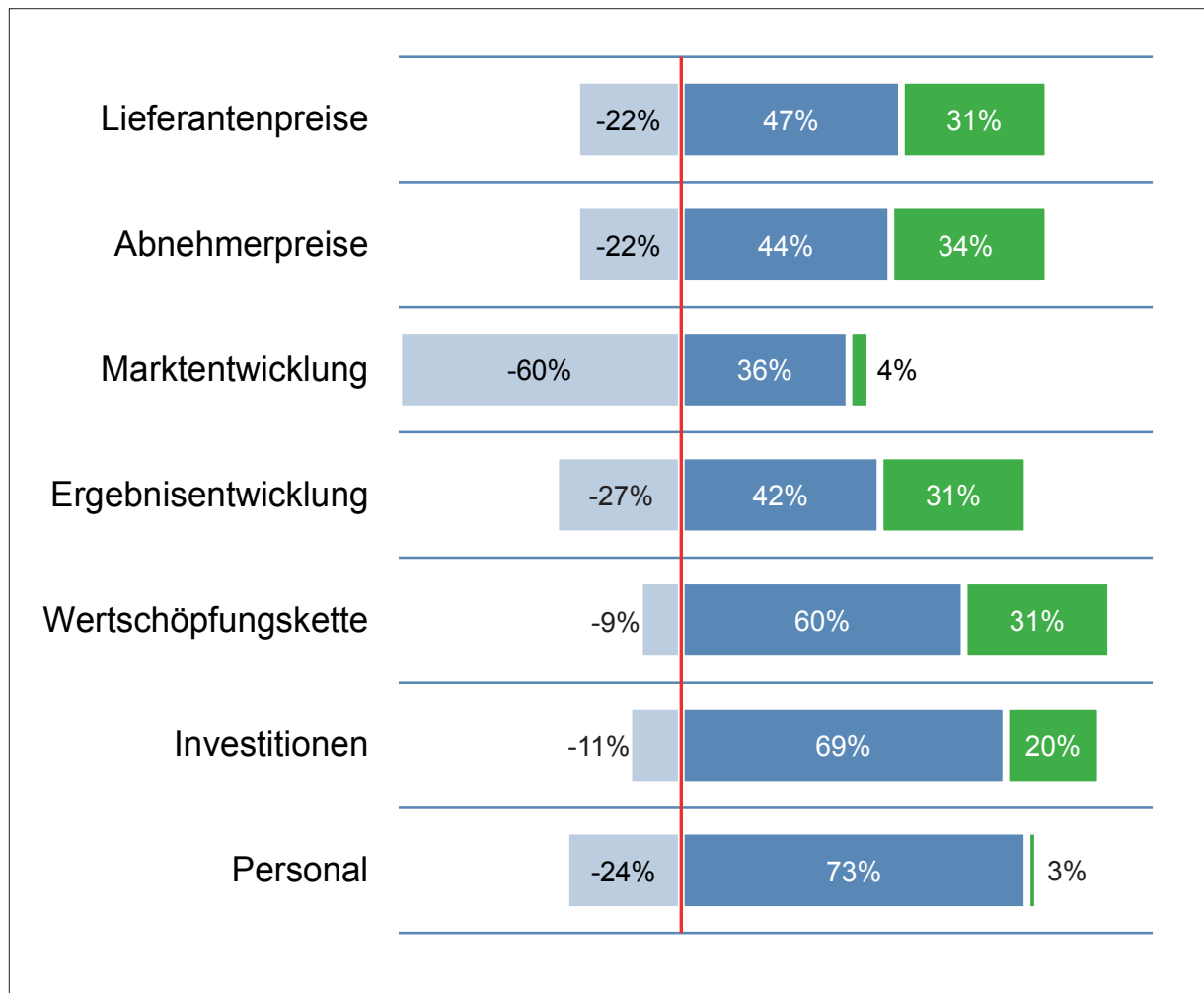


- ▶ Im Bereich des Fachhandels erwartet der Großteil der Befragten (45 % im Vergleich zu 42% im Vorjahr) weiterhin eine Marktverkleinerung. 10% (Vorjahr: 29%) rechnen mit einem Marktzuwachs.
- ▶ Die Ergebniserwartungen sind positiver als im Vorjahr. 45% (Vorjahr: 29%) halten eine Ergebnissteigerung für wahrscheinlich, nur 10% (Vorjahr: 29%) glauben, dass ihr Jahresabschluss schlechter ausfallen wird.
- ▶ Die Aussichten hinsichtlich der Wertschöpfungstiefe, der machbaren Investitionen sowie der Personalbestände sind weiterhin positiv, wenn auch etwas zurückhaltener als im Vorjahr.

■ minus ■ gleich ■ plus

IV. Verlage  
Zusammenfassung

N = 45

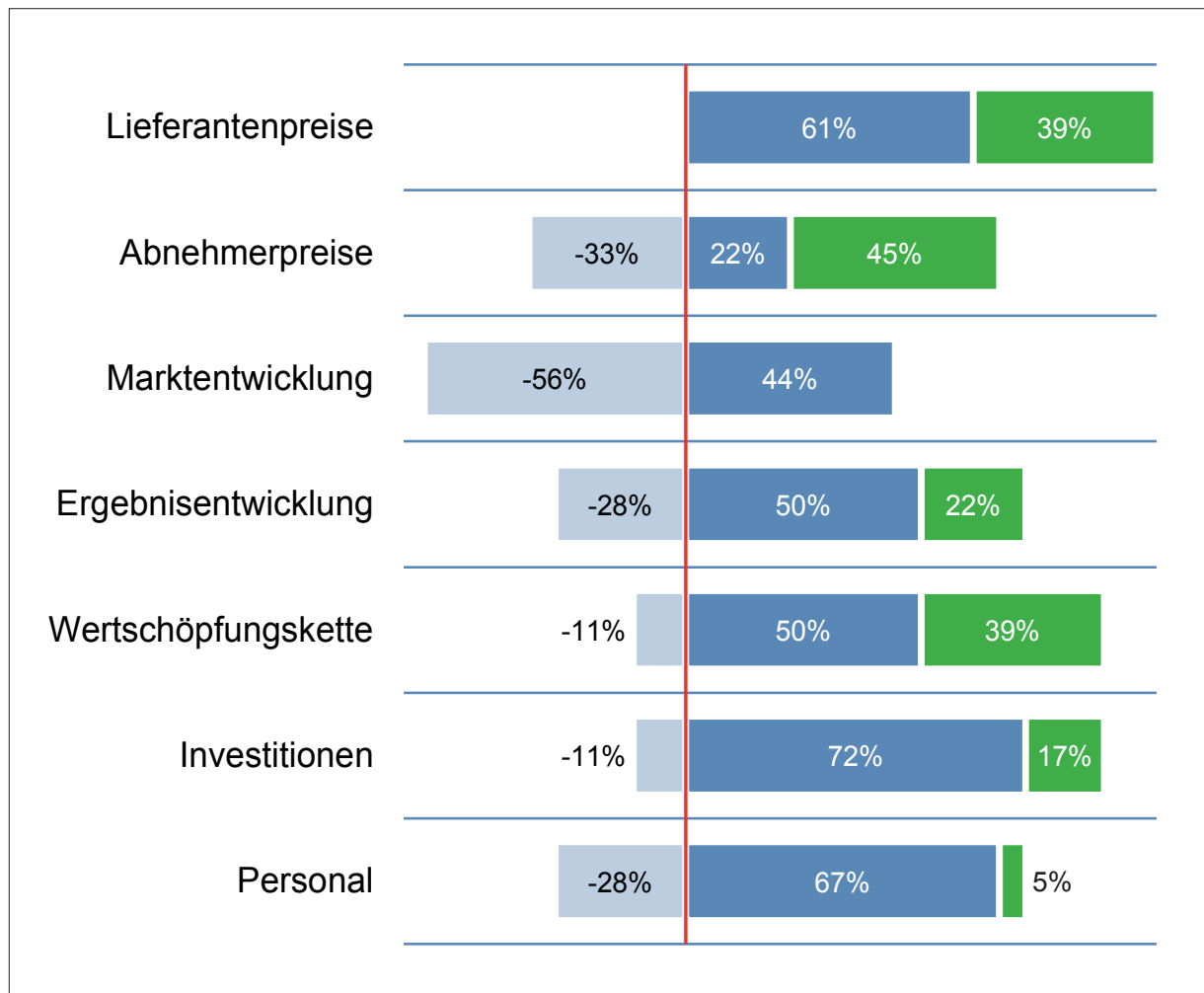


- ▶ Das Teilnehmerfeld im Bereich Verlage hat sich bei der diesjährigen Herbstprognose um mehr als die Hälfte reduziert (45 im Vergleich zu 113 im Vorjahr).
- ▶ Insgesamt wird von den Verlagsverantwortlichen eine Marktverkleinerung (60% im Vergleich zu 38% im Vorjahr) erwartet.
- ▶ Damit einhergehend ist mit einem weniger risikofreudigen Investitionsverhalten zu rechnen. Lediglich 20% (Vorjahr: 36%) planen in den kommenden 12 Monaten eine Investitionssteigerung.
- ▶ Bei Lieferantenpreisen wird eine leichte Entspannung erwartet. 22% (Vorjahr 4%) der Unternehmen rechnen mit Preissenkungen.
- ▶ Der Preisdruck hinsichtlich der eigenen Produkte und Leistungen wird etwas stärker. Hier prognostizieren 22% (Vorjahr: 12%) der Befragten notwendige Preissenkungen.
- ▶ Die erwarteten Personalreduzierungen sind etwa auf Vorjahresniveau (24% im Vergleich zu 21% im Vorjahr). Ein großer Mitarbeiterzuwachs ist nicht wahrscheinlich (3% im Vergleich zu 25% im Vorjahr).

■ minus ■ gleich ■ plus

IV. Verlage  
Zeitung

N = 18



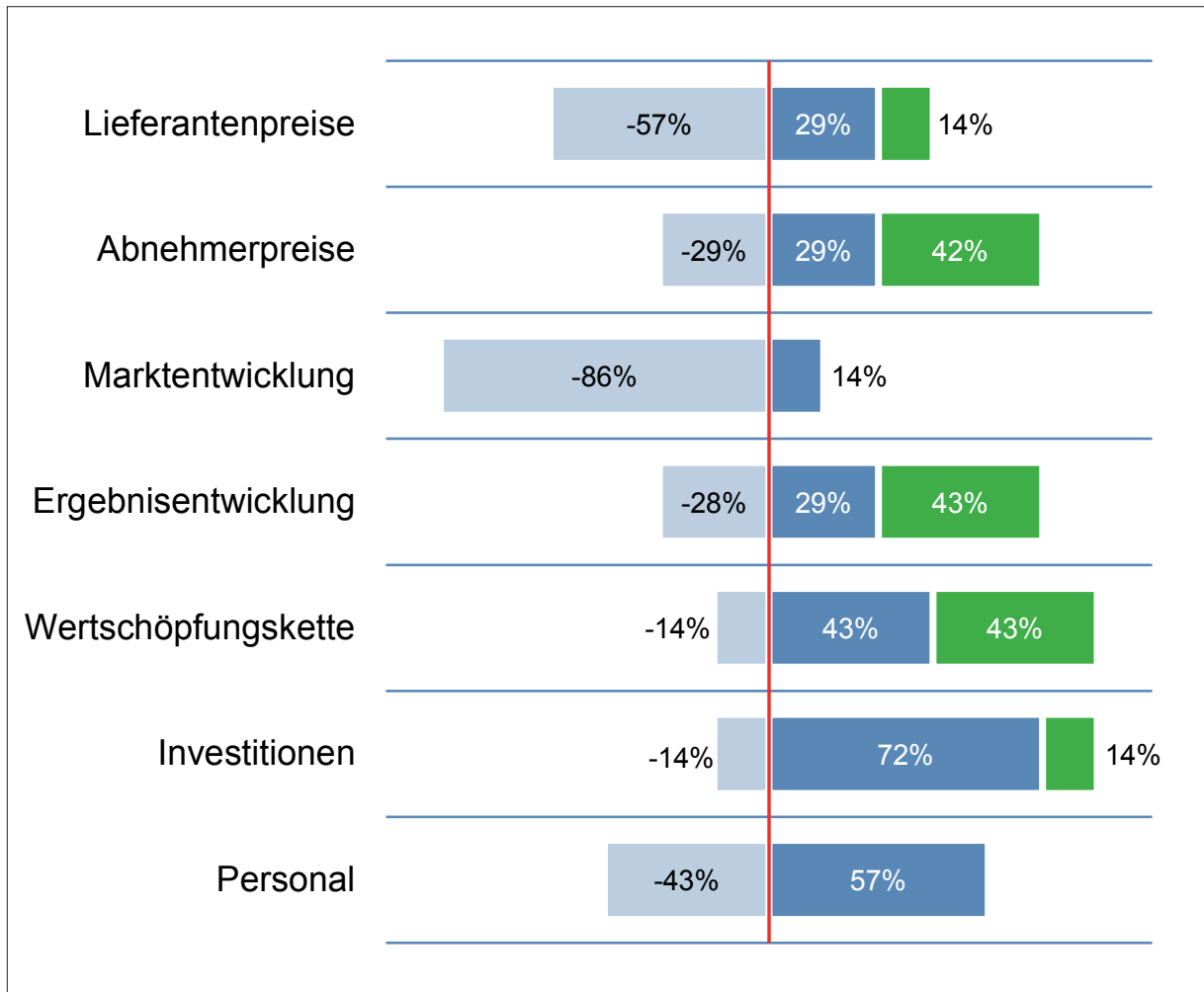
- ▶ Im Zeitungssegment wird insgesamt eine Stabilisierung des Marktes und der wirtschaftlichen Faktoren erwartet.
- ▶ 39% (Vorjahr: 70%) der Unternehmen rechnen mit weiteren Preissteigerungen bei Lieferanten.
- ▶ Die Prognosen hinsichtlich der eigenen Preispolitik bewegen sich auf Vorjahresniveau. 33% (Vorjahr: 20%) rechnen mit Preissenkungen der eigenen Produkte und Leistungen, 45% (Vorjahr: 40%) glauben jedoch, ihre Preise erhöhen zu können.
- ▶ Die Ergebnisermwartung der Teilnehmer ist etwas positiver. So rechnen 28% (Vorjahr: 40%) mit einem schlechteren Ergebnis in 2015, 22% (Vorjahr: 20%) halten eine Steigerung für wahrscheinlich.
- ▶ Die Investitionsbereitschaft ist ebenfalls etwas höher als im Vorjahr. 17% (Vorjahr: 10%) planen höhere Investitionen.
- ▶ Eine Stabilisierung wird auch hinsichtlich des Personalbestandes (67% im Vergleich zu 40% im Vorjahr) erwartet. 28% (Vorjahr: 40%) der Manager rechnen mit einem weiteren Stellenabbau.

■ minus ■ gleich ■ plus



IV. Verlage  
Zeitschriften

N = 7

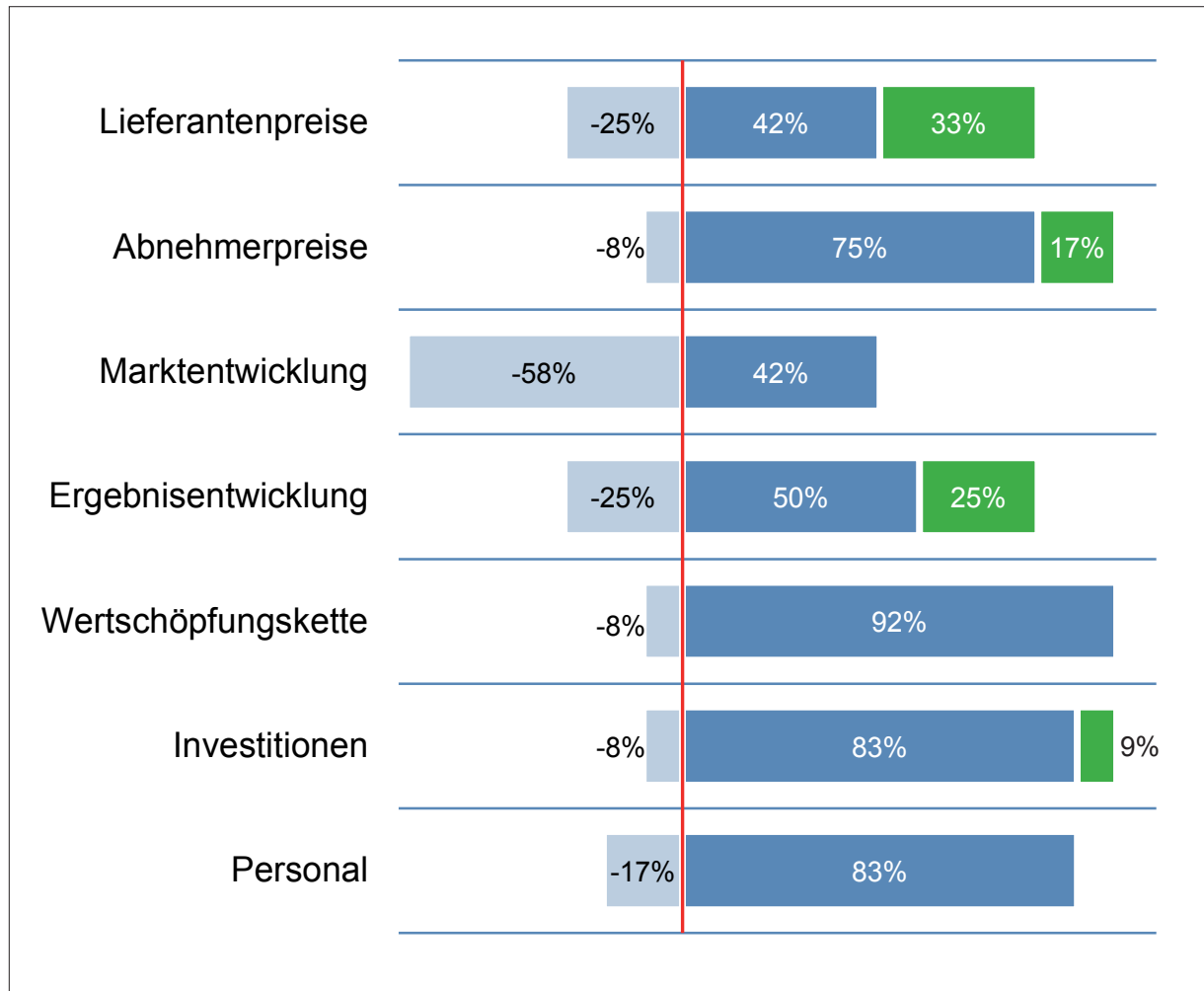


- ▶ Im Zeitschriften-Bereich prognostizieren die Unternehmen eine Marktschrumpfung (86% im Vergleich zu 50% im Vorjahr).
- ▶ Ein Drittel der Teilnehmer rechnet mit Preisverlusten für ihre Produkte (29% im Vergleich zu 20% im Vorjahr). Dennoch vermuten 42% (Vorjahr: 40%), ihre Preise steigern zu können.
- ▶ Hinsichtlich der Lieferantenpreise wird eine Reduzierung erwartet (57% im Vergleich zu 0% im Vorjahr).
- ▶ Die Teilnehmer sind positiv eingestellt, was die Ergebniserwartung in 2015 betrifft. 43% (Vorjahr: 20%) rechnen mit einer Steigerung.
- ▶ 43% (Vorjahr: 30%) denken zudem darüber nach, ihre Wertschöpfungsketten zu erweitern.

■ minus ■ gleich ■ plus

IV. Verlage  
Fachzeitschriften

N = 12

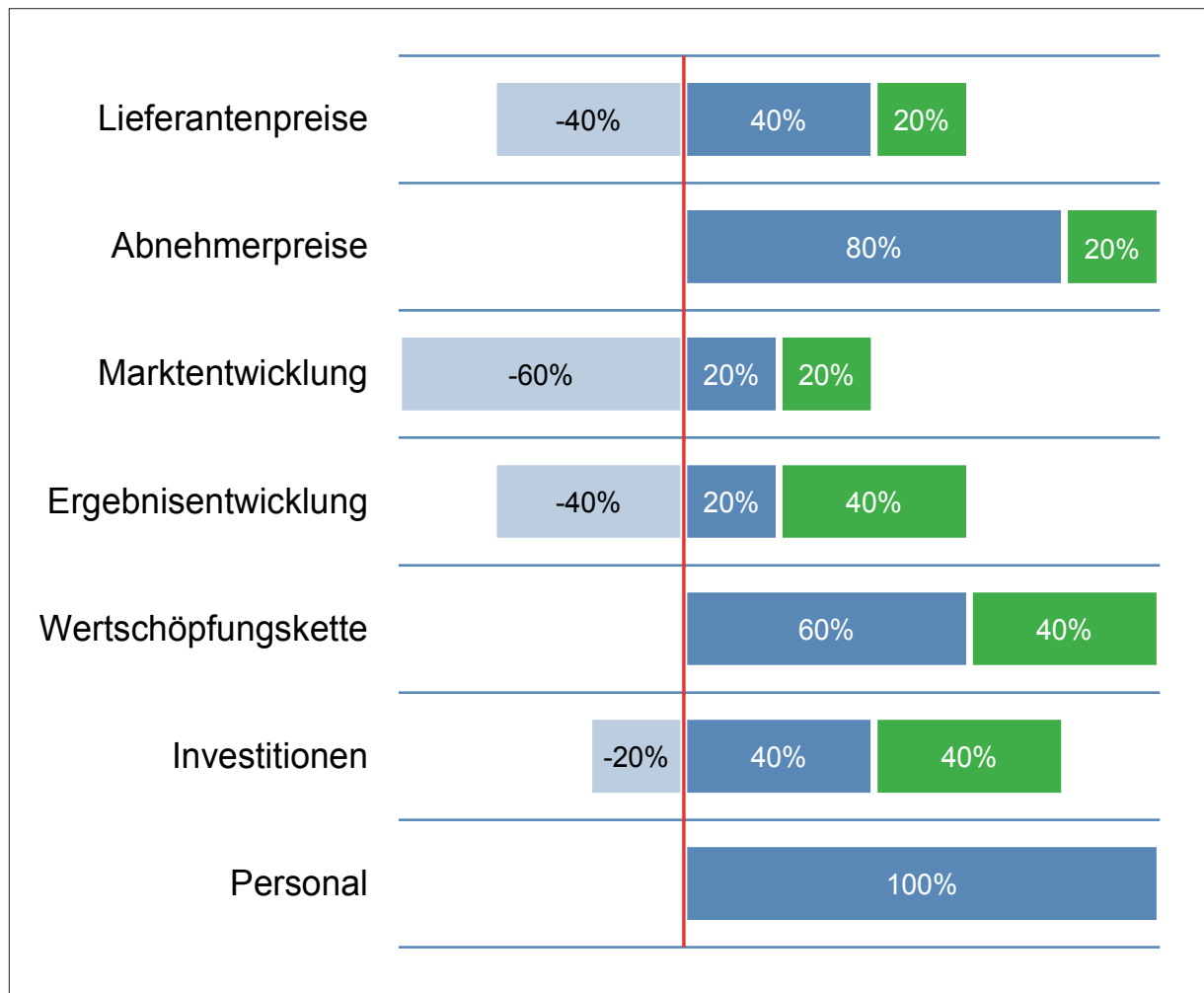


- ▶ Für den Fachzeitschriftenmarkt wird eine Marktschrumpfung prognostiziert. 58% (Vorjahr: 38%) erwarten im kommenden Jahr eine negative Marktentwicklung.
- ▶ Ein Großteil der Verlage (75% im Vergleich zu 50% im Vorjahr) glaubt, seine Preise halten zu können, 17% (Vorjahr: 50%) rechnen auch mit einer Preissteigerung, 8% (Vorjahr: 0%) glauben an einen Preisverlust.
- ▶ Die Erwartungen hinsichtlich der Jahresergebnisse für 2015 sind durchwachsen. 25% (Vorjahr: 0%) der Teilnehmer rechnen mit einer Ergebnisverschlechterung, 25% (Vorjahr: 37%) glauben, dass sie ihre Abschlüsse steigern können.
- ▶ Das Investitionsverhalten ist entsprechend passiv. 9% (Vorjahr: 75%) der Befragten wollen im kommenden Jahr verstärkt investieren, 8% (Vorjahr: 0%) wollen ihre bisherigen Investitionsmaßnahmen eher reduzieren.

■ minus ■ gleich ■ plus

IV. Verlage  
Buch

N = 5



- ▶ Die Verlage des Buchsegments rechnen im kommenden Jahr mit einer Marktschrumpfung (60% im Vergleich zu 30% im Vorjahr).
- ▶ Entsprechend verhaltener sind die Ergebniserwartungen. 40% (Vorjahr: 20%) rechnen mit einem schlechteren Jahresabschluss, 40% (Vorjahr: 50%) mit einer Ergebnissteigerung.
- ▶ Die Investitionsbereitschaft ist auf Vorjahresniveau. 20% (Vorjahr: 10%) der Verlage planen Investitionskürzungen, 40% (Vorjahr: 40%) wollen verstärkt investieren.
- ▶ Hinsichtlich der Personalbestände wird von den Teilnehmern eine Stabilisierung prognostiziert (100% im Vergleich zu 60% im Vorjahr).

■ minus ■ gleich ■ plus

## Apenberg & Partner

*Unternehmensdarstellung*

Apenberg & Partner gehört zu den führenden Managementberatern in den Märkten Druckindustrie, Verlage, Verpackungsdruck und Industriedruck. Seit unserer Gründung im Jahre 1987 in Hamburg, haben wir mehr als 250 mittelständische Unternehmen und Konzerne beraten. Der Erfolg unserer Kunden ist unser wichtigstes Ziel. Wir überzeugen durch Branchen- und Methodenkompetenz.

Die Arbeit mit unseren Kunden hat uns geprägt. Wir lieben die Branche, die Produkte und ihre Macher. Mit einem Team von Print Business Consultants unterstützen wir bei der strategischen Neuausrichtung, der Sanierung und Restrukturierung, dem Unternehmenskauf und -verkauf sowie bei der Direktsuche von Führungskräften und Spezialisten.

Wir verstehen uns als „Partner für Veränderungen“. Wir verdienen uns das Vertrauen unserer Kunden immer wieder aufs Neue, indem wir Ihnen zuverlässig mit innovativen, zeitgemäßen Beratungsleistungen zur Seite stehen.

83 Prozent aller Beratungsaufträge erhalten wir als Folgeaufträge aus bestehenden Kundenbeziehungen oder Empfehlungen. Dieses messbare Vertrauen ist gleichzeitig unsere wichtigste Verpflichtung.

### **„Beste Berater 2014“**

Apenberg & Partner gehört zu den besten Unternehmensberatungen in Deutschland. Dies ergibt der erstmals durchgeführte Branchenreport von brand eins Wissen und Statista. Im Beratungsfeld Internet & Medien teilt sich Apenberg & Partner gemeinsam mit weiteren Branchengrößen eine führende Positionierung. Weitere Informationen erhalten Sie auf unseren Internetseiten.

Apenberg & Partner GmbH  
Print Business Consultants  
Ulmenstraße 21  
22299 Hamburg

Telefon: +49 (0) 40 450 121 0  
Telefax: +49 (0) 40 450 121 20  
E-Mail: [welcome\(at\)apenberg.de](mailto:welcome(at)apenberg.de)

**[www.apenberg.de](http://www.apenberg.de)**