

APENBERG & PARTNER

PRINT BUSINESS CONSULTANTS

11. Traditionelle Herbstbefragung



Print Herbstprognose für 2014

Erwartungen der Druckerei- und Verlagsmanager

Print Herbstprognose 2014

Erwartungen der Druckerei- und Verlagsmanager

© Oktober 2013

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 95,00 € (zzgl. 19 % Mehrwertsteuer)

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: zentrale@apenberg.de

www.apenberg.de

Inhaltsverzeichnis

Management Summary	3
Teilnehmer	
Druckereien, Verlage, Grafische Zulieferindustrie	5
Ergebnisse	
1. Druckindustrie	6
1.1 Vorstufe	7
1.2 Rollenoffsetdruck.....	8
1.3 Bogenoffsetdruck	9
1.4 Etikettendruck.....	10
1.5 Zeitungsdruck.....	11
1.6 Verpackungsdruck.....	12
1.7 Sonstige	13
2. Verlage	14
2.1 Zeitung	15
2.2 Zeitschriften.....	16
2.3 Fachzeitschriften	17
2.4 Buch	18
2.5 Corporate Publishing.....	19
3. Grafische Zulieferindustrie	20
3.1 Hersteller Pre-Press	21
3.2 Hersteller Press.....	22
3.3 Hersteller Post-Press	23
3.4 Grafischer Fachhandel	24
3.5 Hersteller Druckfarben	25
3.6 Hersteller Papier.....	26
3.7 Sonstige	27
Apenberg & Partner	28

Die Print Herbstprognose von Apenberg & Partner gehört in der Branche zu den bedeutendsten Top-Management-Befragungen für Verlage und Druckereien. 413 (Vorjahr: 445) Unternehmen folgten unserer Bitte, sich wieder an der Befragung zu beteiligen. Vielen Dank!

Es wurden Führungskräfte aus insgesamt 400 Verlagen, 600 Druckereien und 150 Unternehmen der grafischen Zulieferindustrie angeschrieben. Die Responsequote betrug 36 %. 95 % der Fragebogen wurden von Vorständen und Geschäftsführern beantwortet. Fünf Prozent der Antworten stammten aus anderen Bereichen.

Druckindustrie

244 Unternehmen der deutschen Druckindustrie nahmen an der Print Herbstprognose 2014 von Apenberg & Partner teil. Die Stimmung in der Branche bessert sich. Sagten im vergangenen Jahr noch 52 % der Umfrageteilnehmer eine rückläufige Marktentwicklung voraus, so ist der Anteil der Befragten, die einen Marktrückgang erwarten, in diesem Jahr auf 35 % zurückgegangen.

Weiterhin kritisch ist nach Angaben der befragten Manager der anhaltende Preisdruck zu sehen. Der Preisdruck äußert sich unter anderem in dem Umfrageergebnis, dass 39% (Vorjahr: 47%) der Teilnehmer für das nächste Jahr mit einem weiteren Rückgang der Verkaufspreise rechnen. Das Ergebnis zeigt, dass es trotz der fortschreitenden Marktkonsolidierung immer noch zu viele Druckereien gibt, die ihre Produkte und Dienstleistungen nicht zu kostendeckenden Preisen am Markt verkaufen können.

In Bezug auf die Ergebnisentwicklung zeigen sich die Betriebe der Druckindustrie ebenfalls optimistischer. 44% (Vorjahr: 34%) der Befragten rechnen für das kommende Jahr mit einer Steigerung des Unternehmensergebnisses. 17% (Vorjahr: 22%) der Unternehmen stellen sich jedoch auf einen weiteren Ergebnismrückgang ein. Unter allen befragten Unternehmenskategorien ist es die der Zeitungsdruckereien, die am negativsten in die Zukunft blickt. Hier prognostizieren 67% der Teilnehmer einen Ergebnismrückgang.

Ein wichtiger Wirtschaftsindikator für die Branche ist das Investitionsverhalten, wobei die Druckereimanager, wie im Vorjahr, ein unterschiedliches Bild vermitteln. Rund 29% (Vorjahr: 30%) planen gegenüber dem aktuellen Jahr höhere Investitionen für das Jahr 2014. 21% dagegen werden weniger investieren. Die Investitionszurückhaltung der Branche hält somit weiterhin an.

36% der befragten Betriebe sehen in der Erweiterung ihrer Wertschöpfungskette auch künftig ein wichtiges Instrument zur Steigerung der Ertragskraft. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einer leichten Steigerung von zwei Prozentpunkten. Den Unternehmen ist also offenbar bewusst, dass sie allein mit den traditionellen Produkten und Dienstleistungen im Wettbewerb nicht konkurrenzfähig sind.

In der Druckindustrie wird es nach Einschätzung der Unternehmen im Jahr 2014 insgesamt keinen weiteren Personalabbau geben. Der Anteil der Befragten (26%), die beabsichtigen, im kommenden Jahr neues Personal einzustellen, hat sich im Vergleich zum Vorjahr um drei Prozentpunkte erhöht und übersteigt damit den Wert (23%) derer, die planen im nächsten Jahr Personal abzubauen.

Verlage

113 Verlage aus Deutschland beteiligten sich an der Print Herbstprognose 2014. In diesem Jahr erwiesen sich erneut die Zeitungsverlage mit einem Anteil von 44% als größte Teilnehmergruppe, gefolgt von den Buch- und Zeitschriftenverlagen (21%).

Die pessimistische Marktstimmung der Verlage aus dem Vorjahr hat sich in der Prognose für 2014 abgeschwächt. Während im letzten Jahr noch 67% der Teilnehmer eine rückläufige Marktentwicklung vorhersagten, erwarten jetzt nur noch 38% einen Marktrückgang. Bei den Verlagen ist der Trend zur Erweiterung und zum Ausbau ihrer Wertschöpfungskette ungebrochen. 41% (Vorjahr: 46%) der Unternehmen gaben an, mit diesem Schritt das Umsatzpotenzial ihres Unternehmens vergrößern zu wollen. Hier kommen vor allem die vermehrten Aktivitäten im digitalen Geschäft der Verlage zum Ausdruck.

In Bezug auf die Ergebnisentwicklung im kommenden Jahr zeigen sich die Verlage wieder etwas optimistischer. Während im letzten Jahr nur 19% der Teilnehmer einen Ergebniszuwachs vorhersagten, ist der Anteil derer, die für 2014 einen Anstieg des Unternehmensergebnisses erwarten, auf 35% gewachsen. Abweichend hiervon äußern hier die Zeitungsverlage, als stärkste Teilnehmergruppe, weiterhin negative Erwartungen. Diesbezüglich rechnen 40% der Zeitungsverlage damit, dass sie im kommenden Jahr ein rückläufiges Unternehmensergebnis erzielen. Ursächlich hierfür sind die seit längerem rückläufigen Auflagen und schwindenden Anzeigenumsätze bei den Zeitungen infolge des digitalen Medienwandels.

Der Personalstand wird bei der Mehrheit der Verlage (54%) im kommenden Jahr konstant gehalten.

Grafische Zulieferindustrie

56 Unternehmen der grafischen Zulieferindustrie in Deutschland beteiligten sich in diesem Jahr. Die größte Gruppe unter den Umfrageteilnehmern bilden mit 21% die Hersteller „Press“. Als zweitstärkste Gruppe der Befragungsteilnehmer folgen die Papierhersteller mit einem Anteil von 18%.

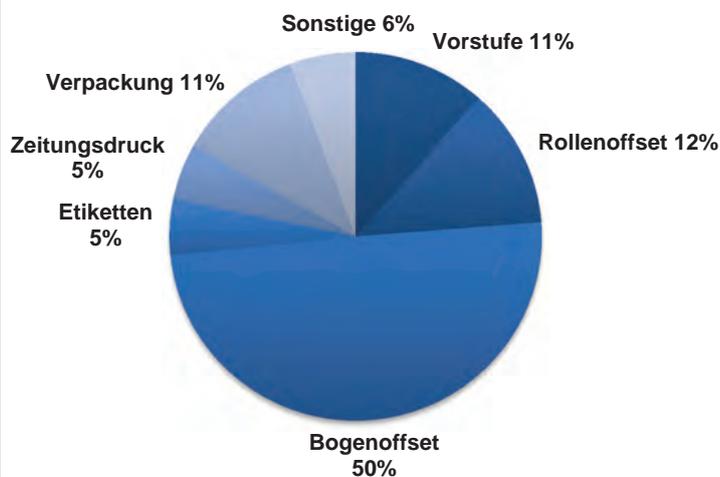
Die grafische Zulieferindustrie rechnet für das kommende Jahr weiterhin mit einem verhältnismäßig schwachen Marktumfeld. 36% (Vorjahr: 32%) der Manager prognostizieren eine rückläufige Marktentwicklung für nächstes Jahr.

Trotz der verhaltenen Marktaussichten zeigen sich die Unternehmen der grafischen Zulieferindustrie hinsichtlich der Entwicklung des eigenen Unternehmensergebnisses weiterhin optimistisch. Diese Einschätzung lässt sich durch eine erneute Verringerung der Kapazitäten erklären und zeigt, dass die Branche ihre Kostenstrukturen weiter optimiert und an die niedrigere Nachfrage angepasst hat. 39% der befragten Manager erwarten diesbezüglich für das kommende Jahr ein höheres Ergebnis als im Vorjahr. Zu den optimistischsten Teilnehmern zählen hier die Hersteller „Press“, die mit einem Anteil von 67% von einem Ergebniszuwachs ausgehen.

In der Branche wird der Preisdruck weiterhin deutlich zu spüren sein. Nur 4% (Vorjahr: 8%) der Teilnehmer rechnen damit, die steigenden Preise ihrer Lieferanten durch höhere Verkaufspreise an die eigenen Kunden weitergeben zu können.

Teilnehmer Deutschland

Druckindustrie

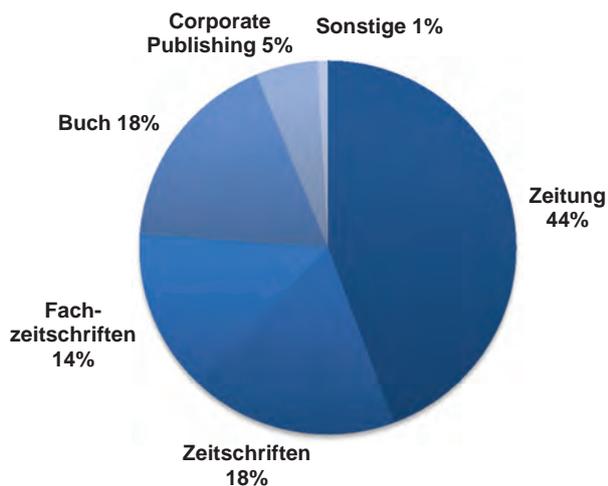


600 Druckereien in Deutschland wurden schriftlich befragt. 244 Unternehmen (40,7%) haben geantwortet.

Die Bogenoffsetdruckereien bilden mit 50% der Befragten die größte Gruppe, gefolgt von Rollenoffsetbetrieben mit 12% und den Verpackungsdruckereien und Vorstufenbetrieben mit einem Anteil von jeweils 11%.

N = 244 Druckereien

Verlage

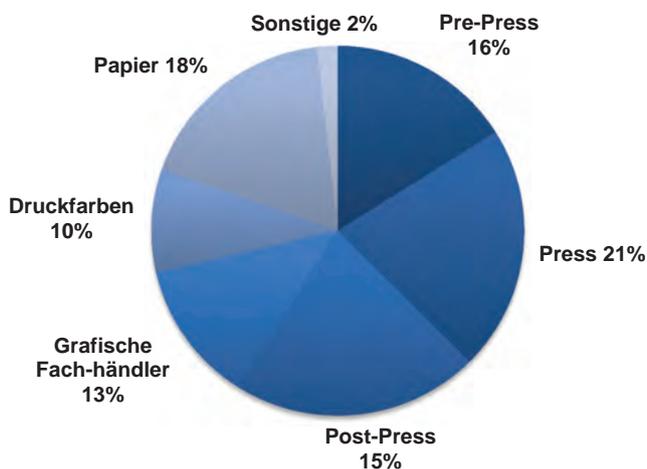


400 Verlage in Deutschland wurden schriftlich befragt. 113 Verlage (28,3%) haben geantwortet.

Die Zeitungsverlage bilden mit 44% der Befragten die größte Gruppe, gefolgt von den Buch- und Zeitschriftenverlagen mit einem Anteil von jeweils 18%.

N = 113 Verlage

Grafische Zulieferindustrie



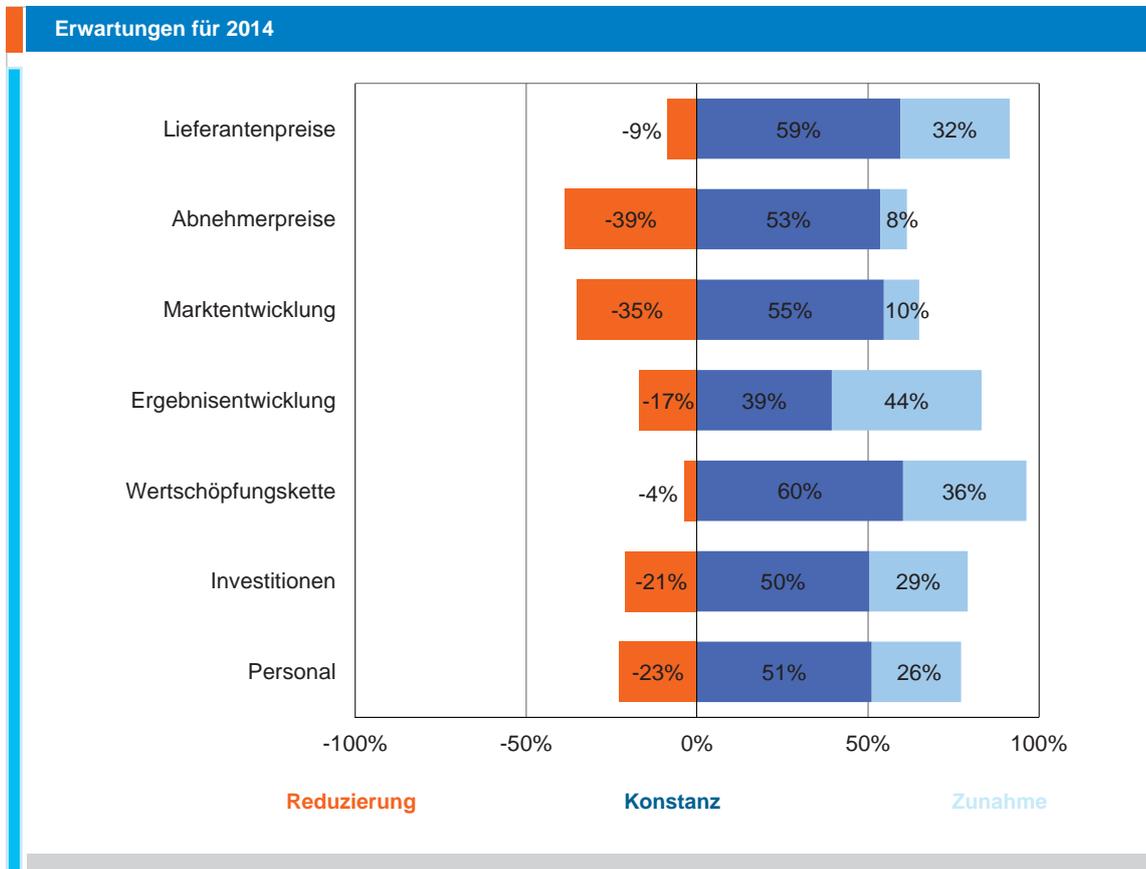
150 Unternehmen der grafischen Zulieferindustrie in Deutschland wurden schriftlich befragt. 56 Unternehmen (37,3%) haben geantwortet.

Die Hersteller „Press“ bilden mit 21% der Befragten die größte Gruppe, gefolgt von den Papierherstellern mit einem Anteil von 18%.

N = 56 Grafische Zulieferunternehmen

1. Druckindustrie

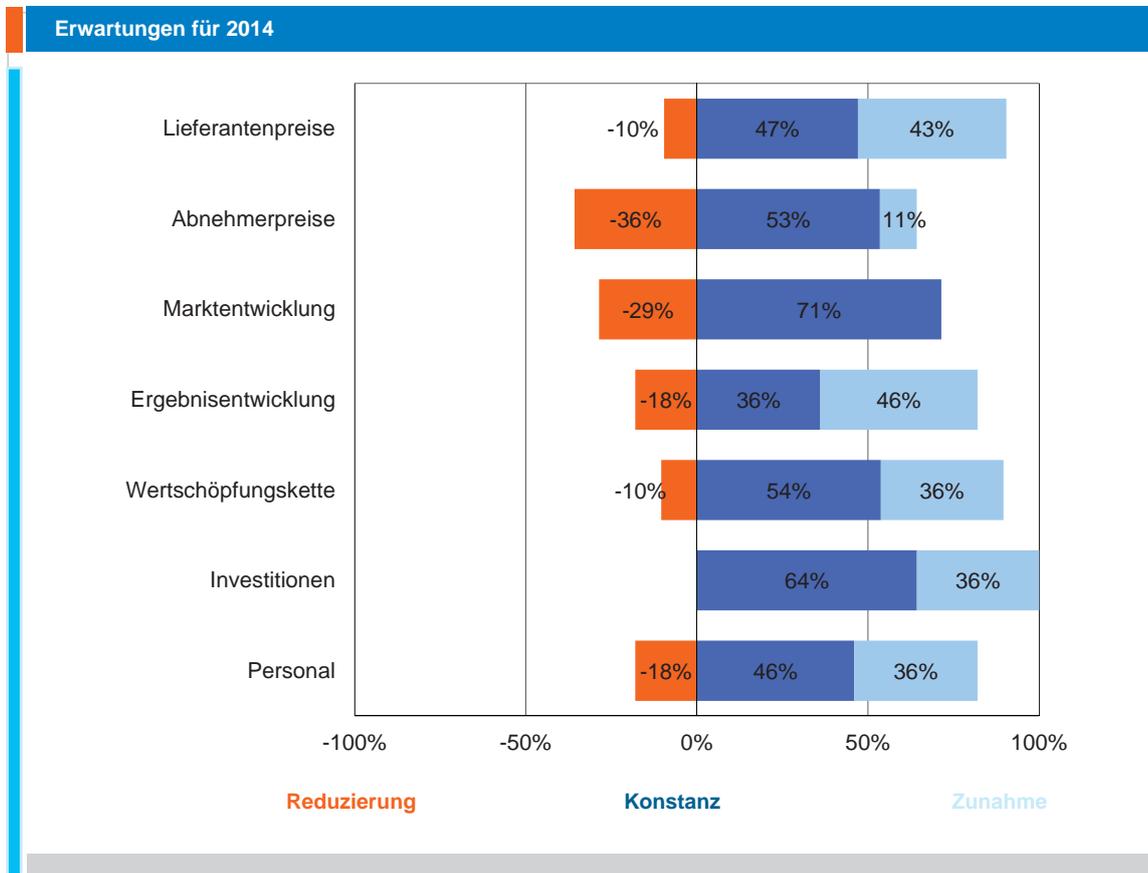
1.0 Druckindustrie (N = 244)



- Beschreibung der Erwartungen**
- 32% der Befragten rechnen mit steigenden Preisen bei Ihren Lieferanten.
 - Der Anteil der Manager, der von einem Preisrückgang bei den eigenen Produkten und Leistungen ausgeht, ist gegenüber dem Vorjahr von 47% auf 39% zurückgegangen. 8% (Vorjahr: 5%) glauben an steigende Abnehmerpreise. Der Preisdruck auf die Unternehmen wird somit etwas abnehmen.
 - Die Marktentwicklung wird im Vergleich zum Vorjahr positiver eingeschätzt. Mit einer rückläufigen Marktentwicklung rechnen 35% (Vorjahr: 52%) der Befragten.
 - Der Anteil der Unternehmen, die eine Verbesserung ihres Unternehmensergebnisses erwarten, steigt auf 44% (Vorjahr: 34%). Gleichzeitig sinkt der Anteil der Befragten, der von einem Ergebnisrückgang ausgeht, von 22% im Vorjahr auf jetzt 17%.
 - 36% der Manager planen, die Fertigungstiefe in der Wertschöpfungskette zu erweitern.
 - Die Investitionsbereitschaft der Unternehmen bleibt in etwa auf Vorjahresniveau. 29% (Vorjahr: 30%) der Unternehmen planen mit höheren Investitionen für das nächste Jahr.
 - Die Personalstärke in den Unternehmen wird sich leicht erhöhen. 26% (Vorjahr: 23%) der Teilnehmer beabsichtigen einen Personalaufbau und 23% einen Personalabbau.

1. Druckindustrie

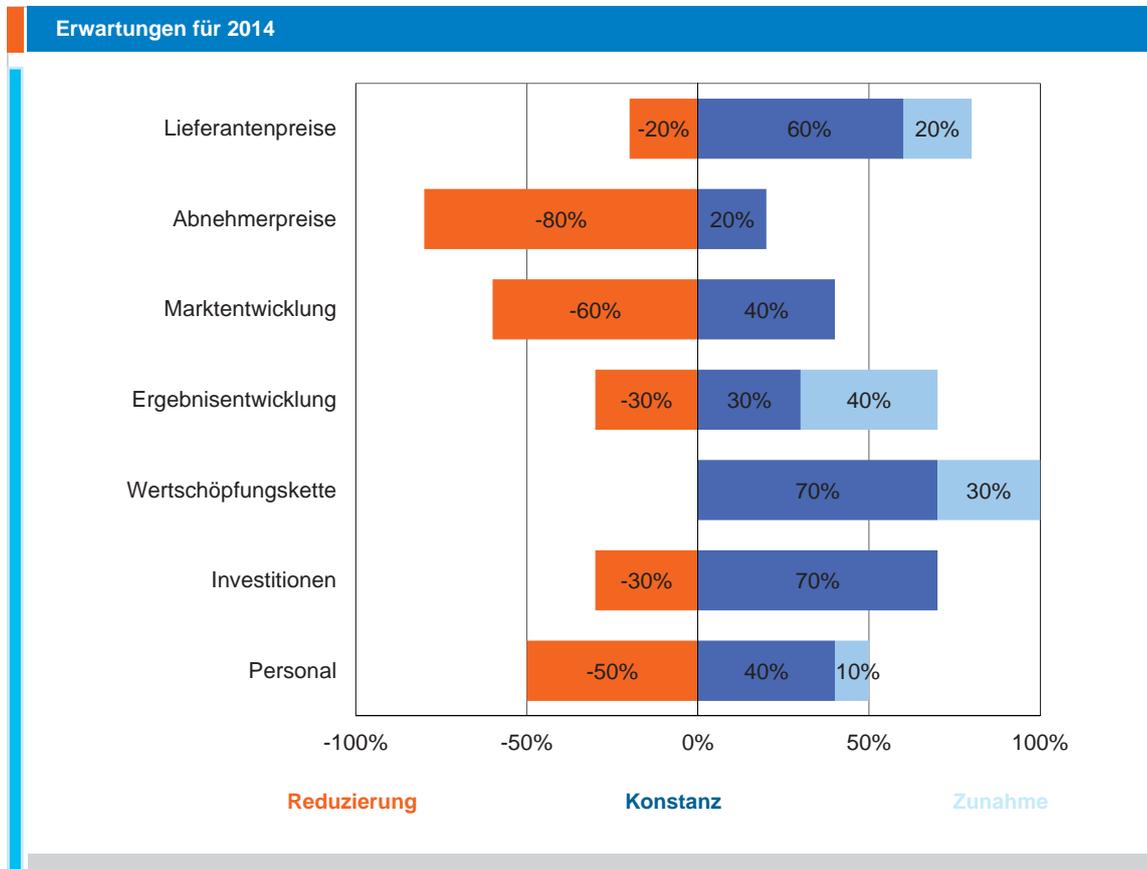
1.1 Vorstufe (N = 28)



- Beschreibung der Erwartungen**
- 43% (Vorjahr: 69%) der Befragten rechnen mit Preiserhöhungen ihrer Lieferanten.
 - Der Preisdruck für die Vorstufenbetriebe nimmt ab. 36% (Vorjahr: 56%) erwarten sinkende Preise für die eigenen Produkte und Leistungen.
 - Die Einschätzung der Marktentwicklung fällt im Vergleich zum Vorjahr etwas positiver aus. 29% (Vorjahr: 56%) der befragten Manager gehen von einem Marktrückgang aus. Gleichzeitig rechnet keiner der Teilnehmer mit einem Marktwachstum im nächsten Jahr.
 - Die Entwicklung des eigenen Ergebnisses wird von den Unternehmen deutlich positiver vorhergesagt als im Vorjahr. Ein besseres Unternehmensergebnis für nächstes Jahr erwarten demnach 46% (Vorjahr: 27%) der Teilnehmer.
 - 36% der Manager planen, die Fertigungstiefe in der Wertschöpfungskette zu erweitern.
 - Die Investitionsbereitschaft der Vorstufenbetriebe hat sich etwas verbessert. Keines der befragten Unternehmen (Vorjahr: 19%) plant im kommenden Jahr mit niedrigeren Investitionen als im Vorjahr.
 - Im nächsten Jahr wird in den Vorstufenbetrieben wieder Personal eingestellt. 36% (Vorjahr: 25%) der Manager beabsichtigen im nächsten Jahr ihre Personalstärke zu erhöhen.

1. Druckindustrie

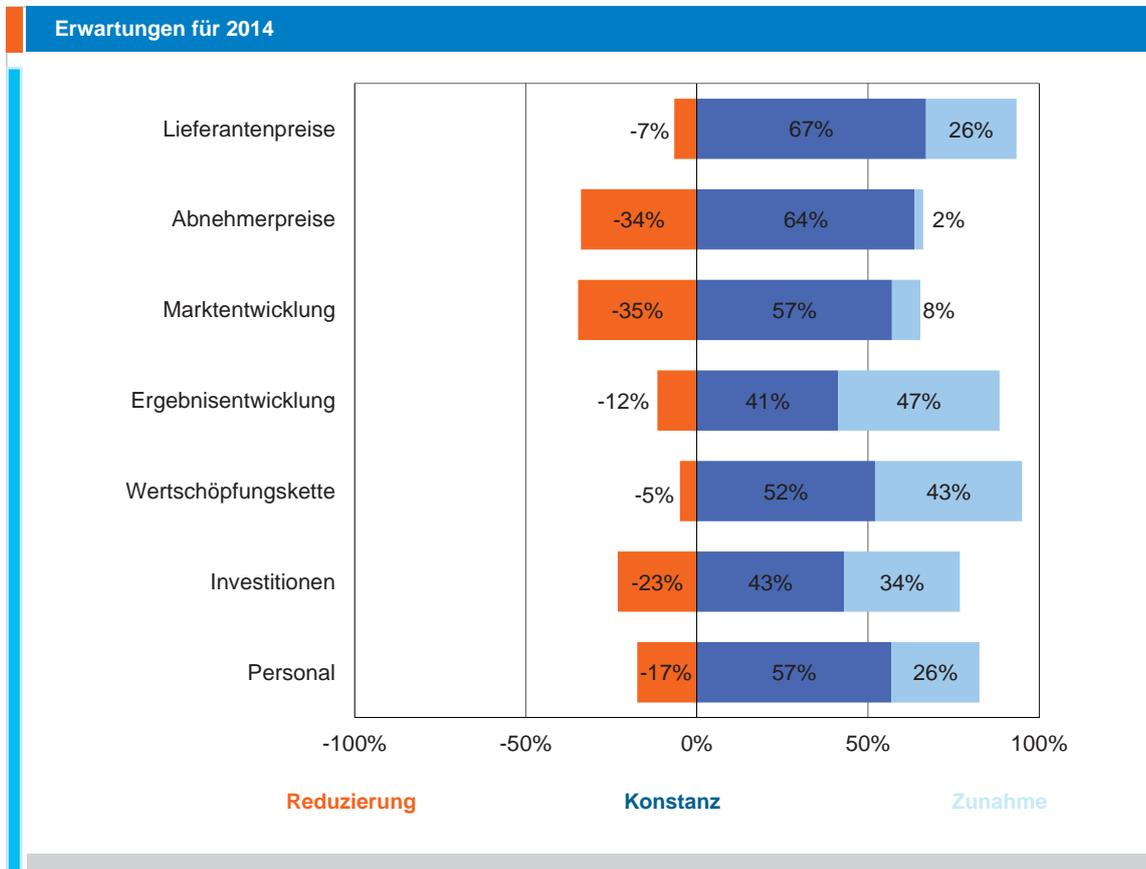
1.2 Rollenoffsetdruck (N = 30)



- Beschreibung der Erwartungen**
- 20% der Befragten rechnen für nächstes Jahr mit Preiserhöhungen ihrer Lieferanten.
 - Der Preisdruck für die Unternehmen ist weiterhin hoch. 80% (Vorjahr: 56%) der Manager erwarten für nächstes Jahr sinkende Abnehmerpreise.
 - Die Erwartungen hinsichtlich der Marktentwicklung haben sich verschlechtert. Während 60% (Vorjahr: 56%) von einer rückläufigen Marktentwicklung ausgehen, erwartet keiner (Vorjahr: 13%) der Befragten für nächstes Jahr eine bessere Marktsituation.
 - Die Entwicklung des Unternehmensergebnisses wird dennoch positiver eingeschätzt als im Vorjahr. 40% (Vorjahr: 25%) der Befragten rechnen für das nächste Jahr mit einem besseren Ergebnis. Hingegen erwarten 30% (Vorjahr: 31%), dass eine Ergebnisverschlechterung eintritt.
 - Mit 30% (Vorjahr: 25%) steigt der Anteil der Manager, die ihre Fertigungstiefe ausbauen wollen.
 - Die Investitionsbereitschaft der Unternehmen geht zurück. 30% (Vorjahr: 19%) der Manager planen mit geringeren Investitionen für das nächste Jahr.
 - In den Rollenoffsetdruckereien steigt der Anteil der Unternehmen, die Personal abbauen wollen, gegenüber dem Vorjahr um 44 Prozentpunkte auf 50%.

1. Druckindustrie

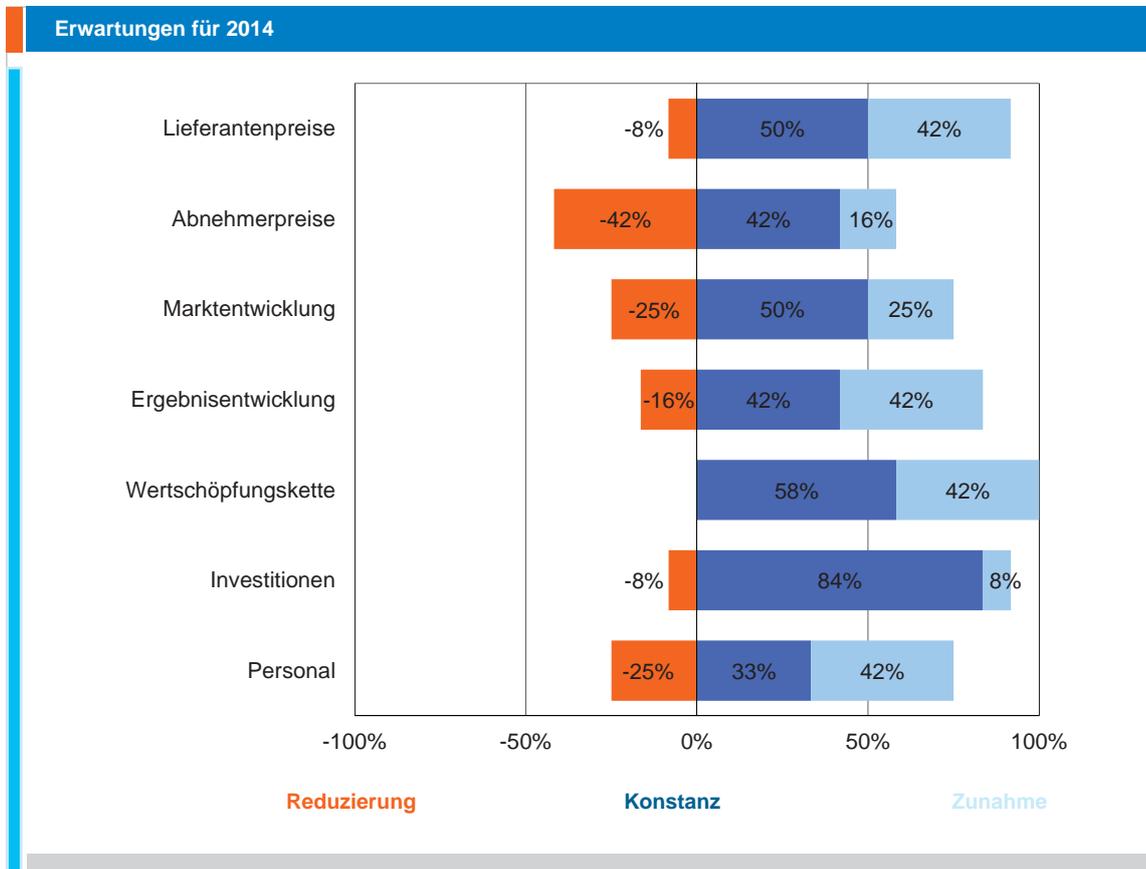
1.3 Bogenoffsetdruck (N = 121)



- Beschreibung der Erwartungen**
- 26% (Vorjahr: 49%) der Befragten gehen für das kommende Jahr von steigenden Lieferantenpreisen aus.
 - Der Preisdruck auf die Bogenoffsetdruckereien nimmt ab. 34% (Vorjahr: 49%) rechnen für das nächste Jahr mit einem Rückgang ihrer Abnehmerpreise.
 - Die Marktentwicklung wird etwas positiver eingeschätzt als im Vorjahr. 35% (Vorjahr: 50%) der Manager erwarten für nächstes Jahr eine rückläufige Marktentwicklung.
 - Die Entwicklung des eigenen Unternehmensergebnisses wird ebenfalls etwas positiver eingeschätzt. 47% (Vorjahr: 35%) rechnen für nächstes Jahr mit einem höheren und 12% (Vorjahr 16%) mit einem niedrigeren Unternehmensergebnis.
 - 43% (Vorjahr: 36%) der Befragten planen nächstes Jahr die Fertigungstiefe zu erweitern.
 - Im nächsten Jahr ist von etwas höheren Investitionen auszugehen. Der Anteil der Unternehmen die mehr investieren wollen als im Vorjahr, steigt auf 34% (Vorjahr: 30%).
 - Der Personalstand wird sich leicht erhöhen. 17% der Betriebe wollen ihr Personal verringern, während 26% (Vorjahr: 25%) der Betriebe planen, im nächsten Jahr mehr Personal einzustellen.

1. Druckindustrie

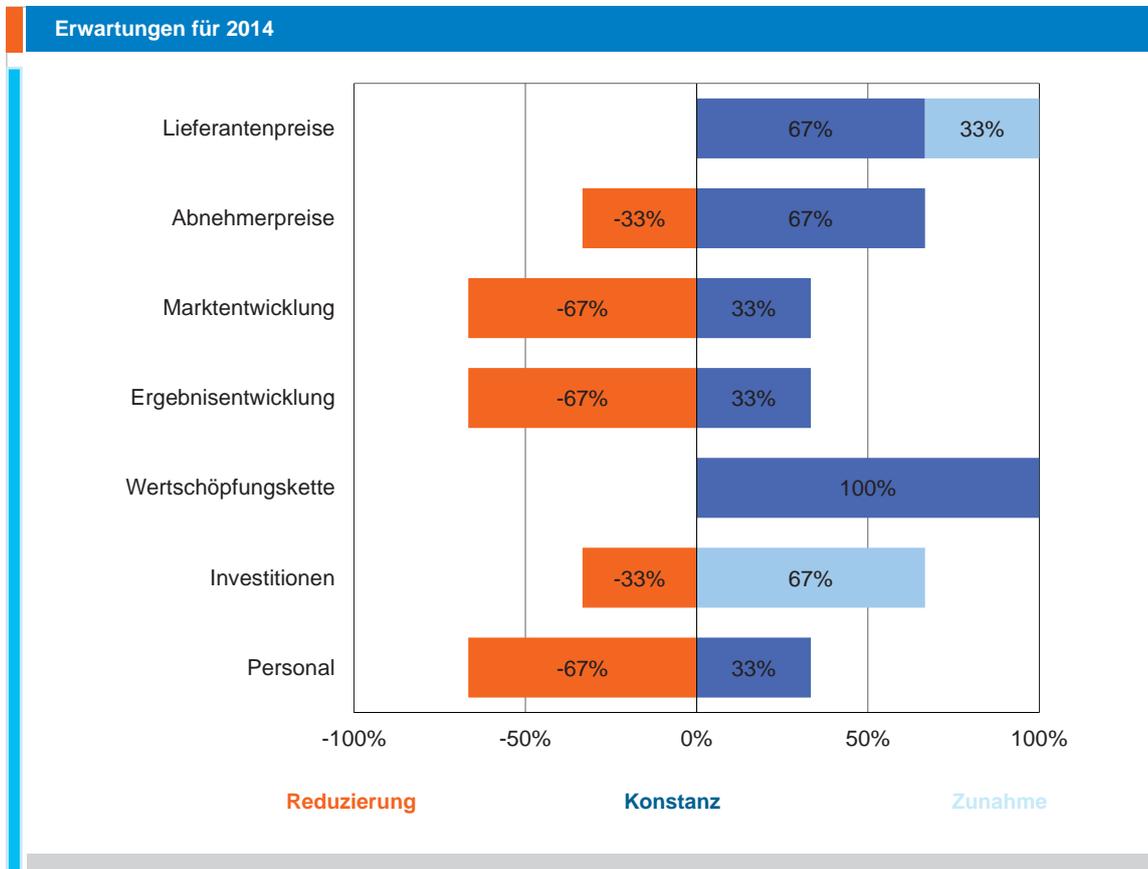
1.4 Etikettendruck (N = 12)



- Beschreibung der Erwartungen**
- 42% der Unternehmen erwarten für nächstes Jahr steigende Lieferantenpreise.
 - Die Entwicklung der Abnehmerpreise wird sich im Vergleich zum Vorjahr etwas verschlechtern. 42% (Vorjahr: 32%) der Manager erwarten für das nächste Jahr sinkende Preise bei den eigenen Produkten und Leistungen. Mit steigenden Preisen rechnen nur 16% der Teilnehmer.
 - Die Marktaussichten der Etikettendrucker sind etwas positiver. Für nächstes Jahr prognostizieren 75% (Vorjahr 53%) der befragten Manager eine bessere bzw. eine gleichbleibende Marktsituation.
 - Die Ergebnisentwicklung für das nächste Jahr wird von den Etikettendruckern nicht mehr so euphorisch eingeschätzt wie im Vorjahr. 42% (Vorjahr: 58%) erwarten für das kommende Jahr eine Ergebnisverbesserung.
 - 58% der Manager lassen die Fertigungstiefe ihres Unternehmens unverändert.
 - Die Investitionsbereitschaft ist gesunken. Nur noch 8% (Vorjahr: 32%) der Unternehmen planen mit höheren Investitionen als im Vorjahr.
 - In den Etikettendruckereien wird mit 42% (Vorjahr: 26%) weiterhin mehr Personal eingestellt. Einen Personalabbau beabsichtigen 25%.

1. Druckindustrie

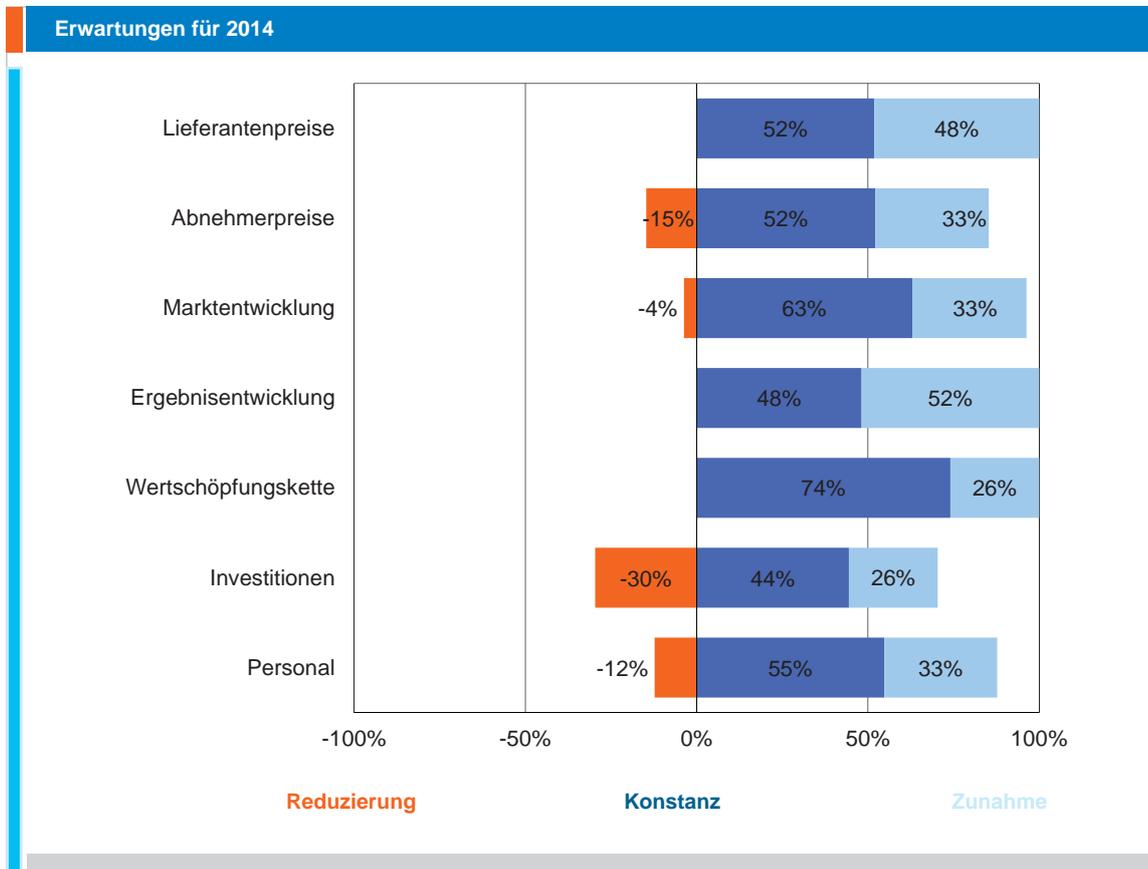
1.5 Zeitungsdruck (N = 12)



- Beschreibung der Erwartungen**
- Mit unveränderten Preisen ihrer Lieferanten rechnen 87% der Befragten.
 - Der Anteil der Manager, der für nächstes Jahr rückläufige Abnehmerpreise erwartet, steigt auf 33% (Vorjahr: 20%). Folglich wird sich im nächsten Jahr bei den Zeitungsdruckereien der Preisdruck erhöhen.
 - Die Einschätzungen hinsichtlich der Marktentwicklung haben sich verschlechtert. 67% (Vorjahr: 60%) der Beteiligten gehen von einer rückläufigen Marktentwicklung aus.
 - Die Entwicklung des Unternehmensergebnisses wird wesentlich negativer gesehen als im Vorjahr. Keiner der Manager (Vorjahr: 40%) geht von einer Ergebnisverbesserung aus, während 67% (Vorjahr: 20%) eine Ergebnisverschlechterung für nächstes Jahr erwarten.
 - 100% der Manager wollen die Wertschöpfungstiefe ihres Unternehmens beibehalten.
 - Die Investitionsbereitschaft für das kommende Jahr ist gestiegen. 67% der Teilnehmer (Vorjahr: 40%) wollen mehr investieren als im Vorjahr.
 - Der rückläufigen Ergebnisentwicklung beabsichtigen 67% (Vorjahr: 60%) mit einem Personalabbau zu entgegnen. Nur noch 33% (Vorjahr: 40%) der Zeitungsdruckereien planen mit der gleichen Personalstärke wie im Vorjahr.

1. Druckindustrie

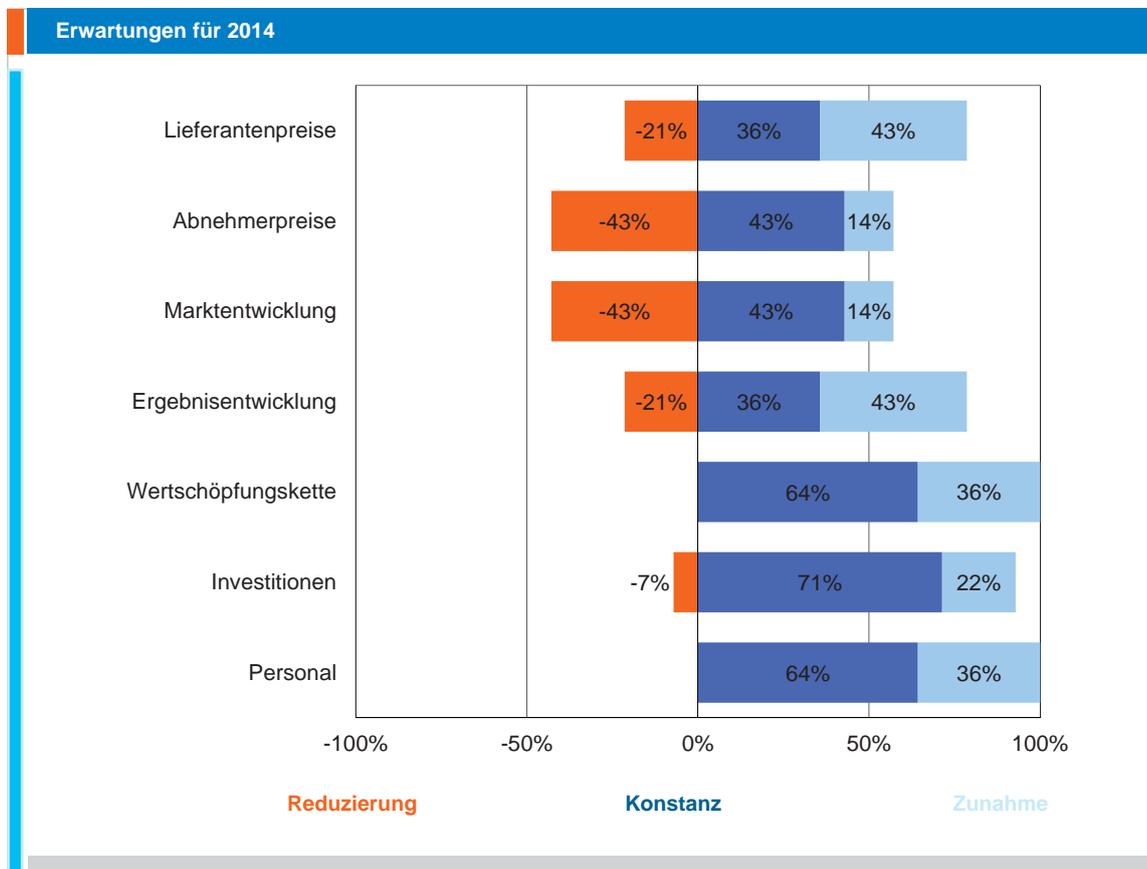
1.6 Verpackungsdruck (N = 27)



- Beschreibung der Erwartungen**
- Für das nächste Jahr rechnen 48% der Befragten mit steigenden Lieferantenpreisen.
 - 15% (Vorjahr: 26%) der Manager erwarten, dass die Abnehmerpreise sinken werden. 33% der Teilnehmer (Vorjahr: 4%) rechnen für nächstes Jahr mit steigenden Abnehmerpreisen. Der Preisdruck für die Unternehmen wird sich somit abschwächen.
 - Die Marktaussichten für das kommende Jahr haben sich deutlich verbessert. Nur noch 4% (Vorjahr: 43%) der Manager rechnen mit einer rückläufigen Marktentwicklung. 33% (Vorjahr: 14%) gehen von einem Marktwachstum im nächsten Jahr aus.
 - Die Entwicklung des Unternehmensergebnisses wird ebenfalls positiver eingeschätzt. 52% (Vorjahr: 48%) der befragten Unternehmen erwarten für das nächste Jahr eine Ergebnisverbesserung. Einen Ergebnisrückgang prognostiziert keines (Vorjahr: 9%) der Unternehmen.
 - 74% der Manager beabsichtigen ihre Fertigungstiefe unverändert zu lassen.
 - Die Investitionsbereitschaft der Verpackungsdrucker hat etwas abgenommen. 26% (Vorjahr: 30%) der Unternehmen wollen mehr investieren als im Vorjahr.
 - Im nächsten Jahr beabsichtigen 33% (Vorjahr: 26%) der Unternehmen Personal einzustellen.

1. Druckindustrie

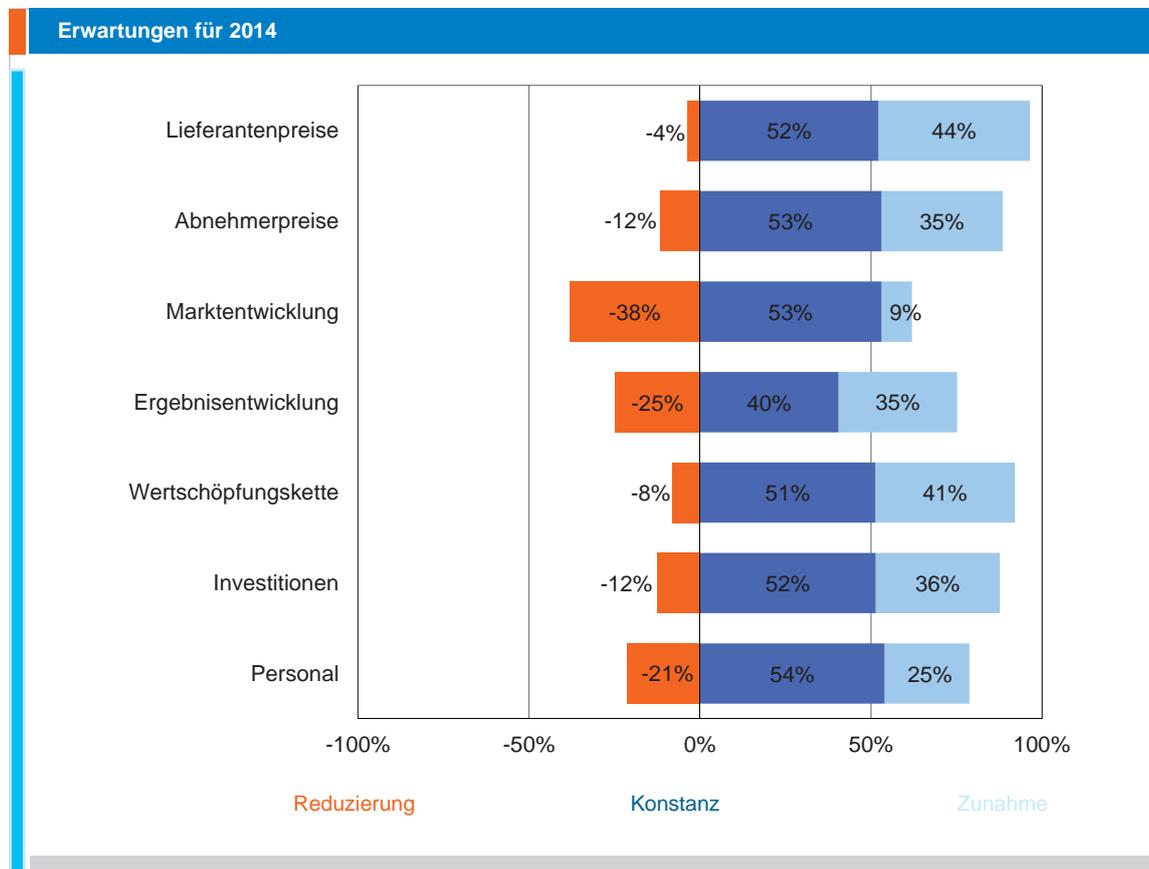
1.7 Sonstige (N = 14)*



- Beschreibung der Erwartungen**
- 43% der Befragten rechnen mit steigenden Preisen ihrer Lieferanten.
 - Der Preisdruck der Unternehmen nimmt ab. 43% (Vorjahr: 64%) der Manager rechnen mit sinkenden Preisen bei den eigenen Produkten und Leistungen. 14% (Vorjahr: 0%) der Beteiligten glauben daran, Preiserhöhungen durchsetzen zu können.
 - Die zukünftige Marktentwicklung wird etwas positiver eingeschätzt. 14% (Vorjahr: 0%) der Befragten erwarten für nächstes Jahr ein Marktwachstum. Hingegen gehen 43% (Vorjahr: 55%) von einer Verschlechterung des Marktumfeldes aus.
 - Für kommendes Jahr erwarten 43% (Vorjahr: 18%) der befragten Unternehmen ein besseres Unternehmensergebnis. Die Mehrheit der Teilnehmer rechnet somit mit einer besseren Ergebnisentwicklung als im Vorjahr.
 - 64% der Manager wollen die Fertigungstiefe in ihrem Unternehmen unverändert lassen.
 - Die Investitionsbereitschaft verbessert sich. 22% (Vorjahr: 0%) der Unternehmen beabsichtigen im kommenden Jahr mehr zu investieren als im Vorjahr.
 - Nächstes Jahr planen 36% (Vorjahr: 0%) der Befragten neues Personal einzustellen.
- * Spezialdruckereien

2. Verlage

2.0 Verlage (N = 113)

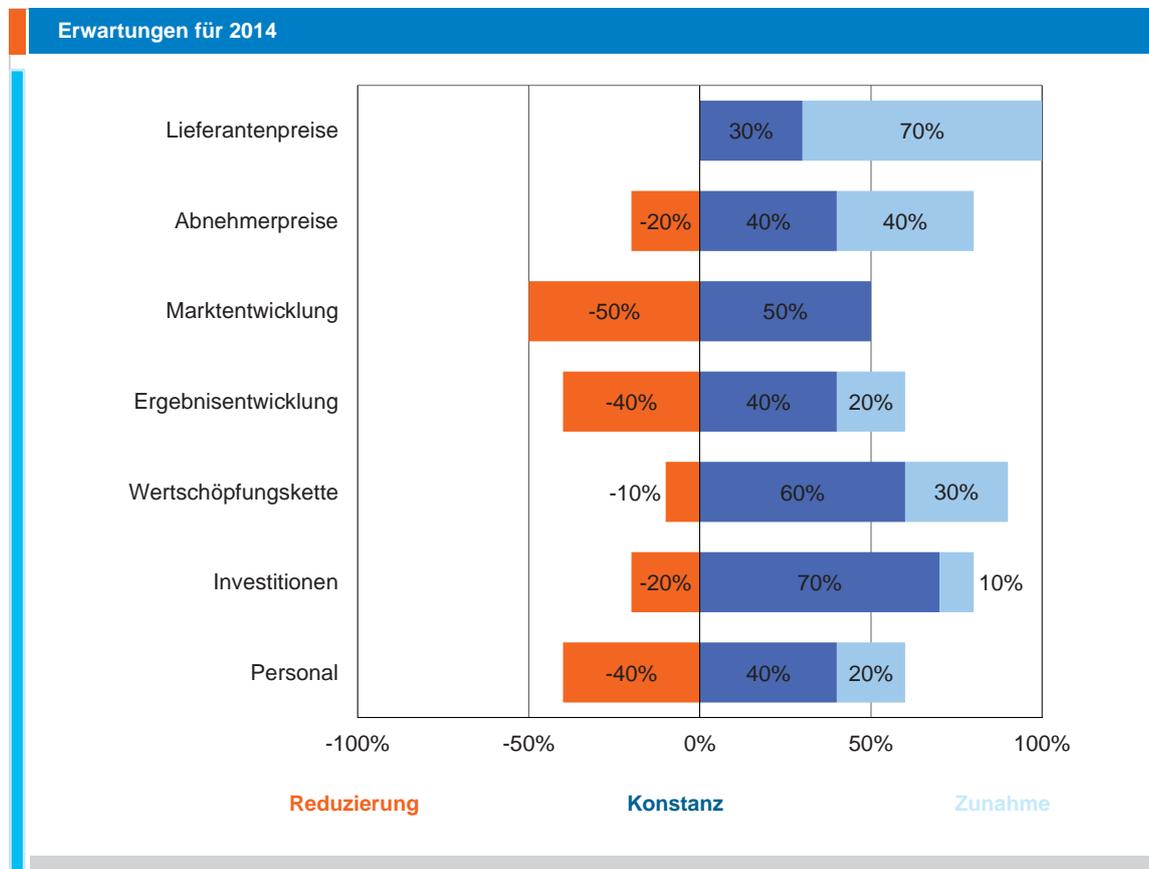


Beschreibung der Erwartungen

- 44% der Befragten rechnen mit steigenden Preisen ihrer Lieferanten.
- Der Preisdruck bei den Verlagen nimmt leicht zu. 35% (Vorjahr: 44%) der Verlagsmanager glauben, die gestiegenen Kosten durch höhere Preise an ihre Abnehmer weitergeben zu können. Mit fallenden Abnehmerpreisen rechnen 12% (Vorjahr: 14%)
- Die Einschätzungen der Verlage über die Marktentwicklung im kommenden Jahr haben sich verbessert. 38% (Vorjahr: 67%) der Manager erwarten für nächstes Jahr einen Marktrückgang.
- In Bezug auf die Entwicklung des eigenen Unternehmensergebnisses sind die Verlage für das nächste Jahr positiver gestimmt. 35% (Vorjahr: 19%) rechnen mit einem ansteigenden Unternehmensergebnis im kommenden Jahr.
- 41% der Manager wollen die Wertschöpfungskette ihres Verlages ausbauen.
- Die Investitionsbereitschaft der Verlage ist im Vergleich zum Vorjahr etwas gestiegen. 36% (Vorjahr: 28%) der Befragten planen mit höheren Investitionen.
- Der Personalstand wird bei der Mehrheit (54%) der Verlage im kommenden Jahr konstant gehalten.

2. Verlage

2.1 Zeitung (N = 50)

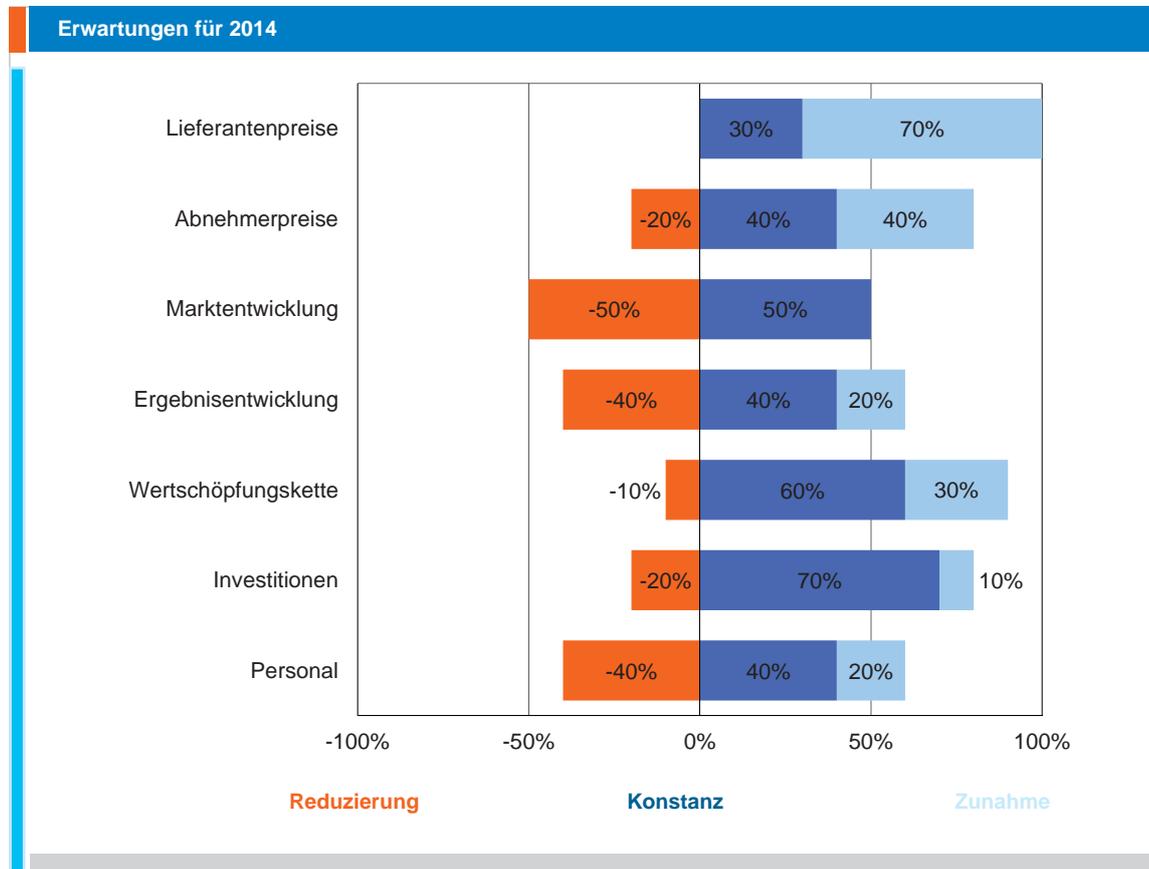


Beschreibung der Erwartungen

- 70% der Befragten erwarten für nächstes Jahr steigende Lieferantenpreise.
- Bei den Preisen für die eigenen Produkte und Leistungen rechnen 20% (Vorjahr: 18%) der Verlagsmanager mit einem Rückgang. Weiterhin planen 40% (Vorjahr: 43%) der Beteiligten im nächsten Jahr Preiserhöhungen durchzusetzen.
- Die Marktaussichten für das kommende Jahr haben sich etwas verbessert. Gingen im Vorjahr noch 75% von einem Marktrückgang aus, so ist der Anteil, der für nächstes Jahr eine rückläufige Marktentwicklung erwartet, auf 50% gesunken.
- Die Entwicklung des Unternehmensergebnisses wird von den Zeitungsverlagen ebenfalls etwas positiver eingeschätzt. Mit einer Ergebnisverschlechterung rechnen 40% (Vorjahr: 71%), während der Anteil, der eine Ergebnisverbesserung vorhersagt, auf 20% (Vorjahr: 11%) ansteigt.
- 60% der Befragten beabsichtigt ihre Wertschöpfungskette nicht zu verändern.
- Die Investitionsbereitschaft für kommendes Jahr hat abgenommen. Nur noch 10% (Vorjahr: 21%) der Manager planen höhere Investitionen als im Vorjahr.
- Im kommenden Jahr wird der Personalrückgang in den Zeitungsverlagen anhalten. 40% (Vorjahr: 43%) der Befragten beabsichtigen einen Personalabbau.

2. Verlage

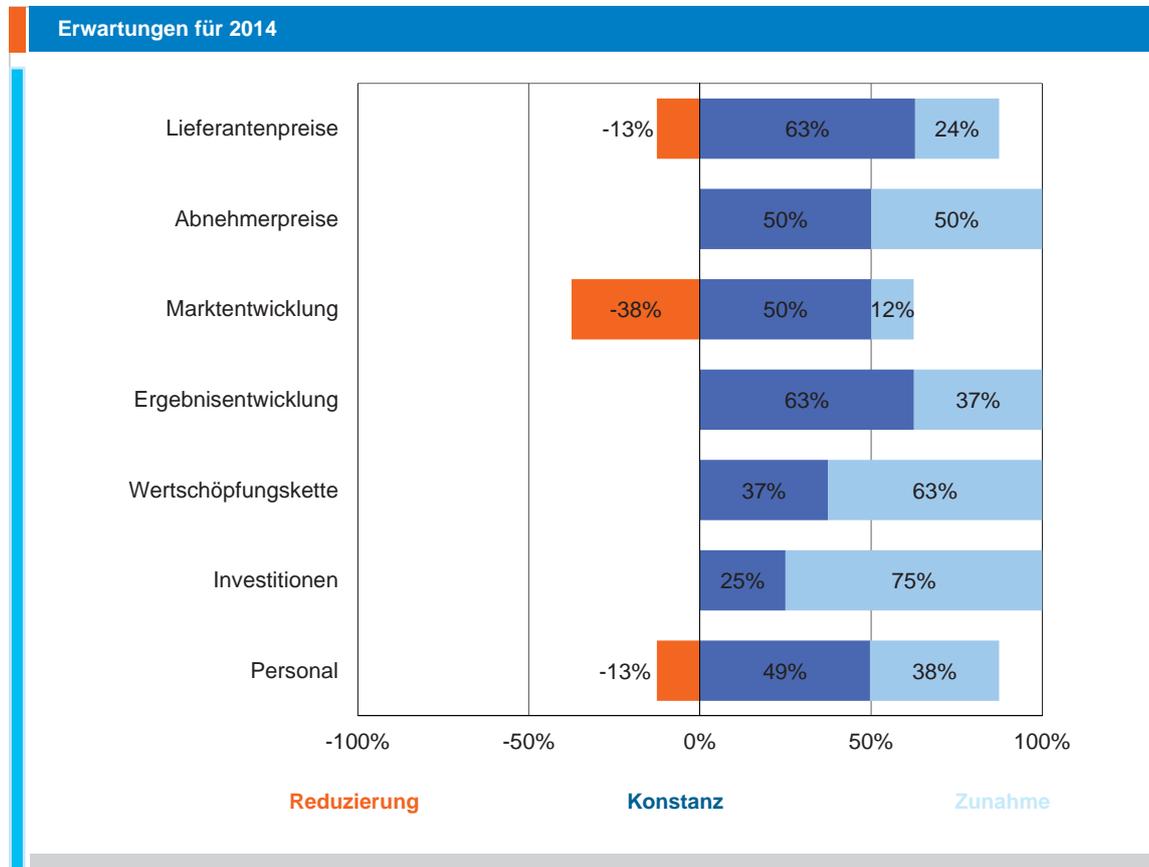
2.2 Zeitschriften (N = 20)



- Beschreibung der Erwartungen**
- Der Anteil der Befragten, die für das kommende Jahr mit steigenden Lieferantenpreisen rechnet, wächst auf 70% (Vorjahr: 50%).
 - Gleichzeitig erwarten nur noch 40% (Vorjahr: 74%) der Verlagsmanager, die gestiegenen Lieferantenpreise durch Preiserhöhungen an die Abnehmer weitergeben zu können. Der Preisdruck auf die Unternehmen erhöht sich somit ein wenig.
 - Genau wie im Vorjahr geht die Hälfte der Teilnehmer für das kommende Jahr von einem stagnierenden oder einem rückläufigen Marktumfeld aus.
 - Die Entwicklung des Unternehmensergebnisses wird von den Managern für das nächste Jahr wesentlich schlechter eingeschätzt. 40% (Vorjahr: 0%) gehen für kommendes Jahr von einem Ergebnisrückgang aus.
 - 50% der Unternehmen wollen ihre Wertschöpfungstiefe konstant halten.
 - Die Investitionsbereitschaft der Zeitschriftenverlage nimmt deutlich ab. Nur noch 10% (Vorjahr: 50%) gaben an, für das nächste Jahr höhere Investitionen zu planen.
 - Der Personalabbau in den Zeitschriftenverlagen setzt sich fort. 40% (Vorjahr: 38%) der Unternehmen beabsichtigen ihre Personalstärke weiter zu verringern.

2. Verlage

2.3 Fachzeitschriften (N = 16)

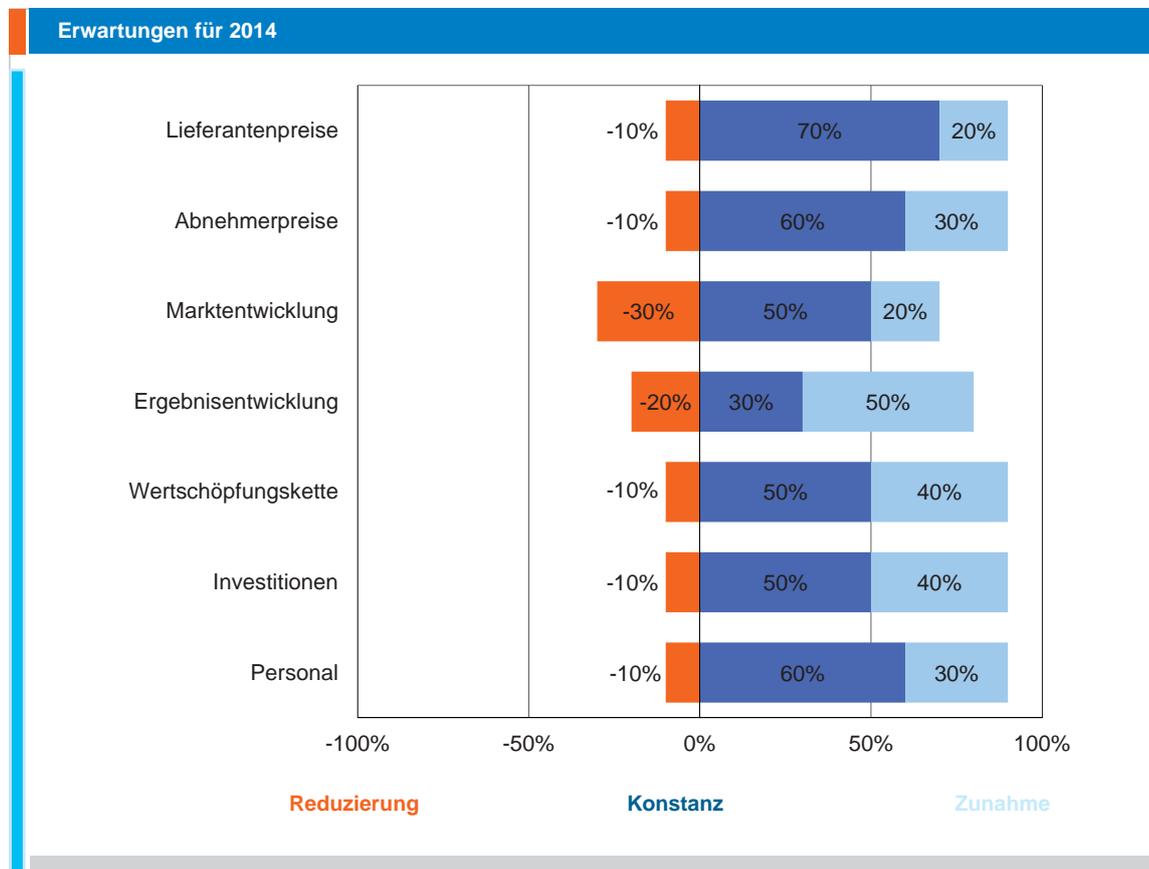


Beschreibung der Erwartungen

- 63% der Befragten erwarten für nächstes Jahr konstante Preise bei ihren Lieferanten.
- Im Hinblick auf die eigenen Produkte und Leistungen rechnen 50% der Manager (Vorjahr: 40%) damit im nächsten Jahr Preiserhöhungen durchsetzen zu können. Für die Fachzeitschriftenverlage existiert weiterhin kein spürbarer Preisdruck.
- Die Marktaussichten für das kommende Jahr haben sich im Vergleich zum Vorjahr etwas verbessert. 38% (Vorjahr: 45%) der Verlage prognostizieren für das nächste Jahr einen Marktrückgang. Mit einem Marktwachstum rechnen 12% (Vorjahr: 10%) der Beteiligten.
- Die Ergebnisentwicklung für das kommende Jahr wird von den Beteiligten weiterhin positiv eingeschätzt. 37% (Vorjahr: 30%) der Manager rechnen mit einer Verbesserung ihres Unternehmensergebnisses im nächsten Jahr.
- 63% der Befragten beabsichtigen ihre Wertschöpfungskette zu erweitern.
- Die Investitionsbereitschaft für das nächste Jahr ist deutlich gestiegen. 75% (Vorjahr: 25%) der Manager planen mehr zu investieren als im Vorjahr.
- Im kommenden Jahr wird bei 38% (Vorjahr: 30%) der Fachzeitschriftenverlage neues Personal eingestellt.

2. Verlage

2.4 Buch (N = 20)

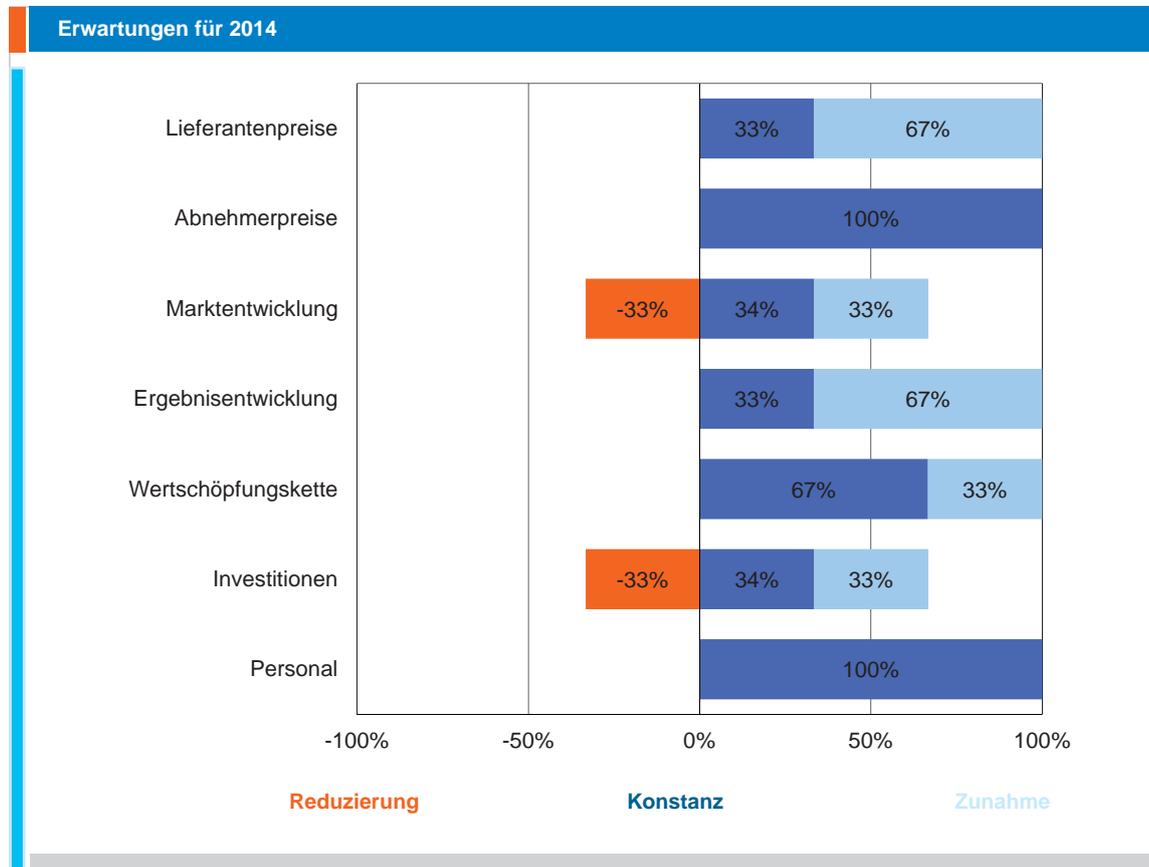


Beschreibung der Erwartungen

- 70 % der Befragten rechnen für nächstes Jahr mit konstanten Preisen ihrer Lieferanten.
- Der Preisdruck wird bei den Buchverlagen im kommenden Jahr etwas abnehmen, da gleichzeitig 30% der Befragten damit rechnen, die Preise für die eigenen Produkte und Leistungen anheben zu können.
- Die Marktaussichten der Buchverlage sind im Vergleich zum Vorjahr deutlich positiver. Nur noch 30% (Vorjahr: 63%) der Beteiligten erwarten für nächstes Jahr einen Marktrückgang.
- Die Erwartungen bezüglich der Ergebnisentwicklung im kommenden Jahr haben sich wesentlich verbessert. 50% (Vorjahr: 12%) der Manager rechnen im nächsten Jahr mit einem Ergebniswachstum.
- 50% der Befragten wollen im nächsten Jahr ihre Wertschöpfungskette unverändert lassen.
- Die Investitionsbereitschaft für nächstes Jahr ist weiterhin gut. Eine Erhöhung der Investitionen im nächsten Jahr planen 40% (Vorjahr: 37%) der Verlage.
- Der Personalstand in den Buchverlagen wird sich im kommenden Jahr etwas erhöhen. 30% (Vorjahr: 0%) planen neues Personal einzustellen.

2. Verlage

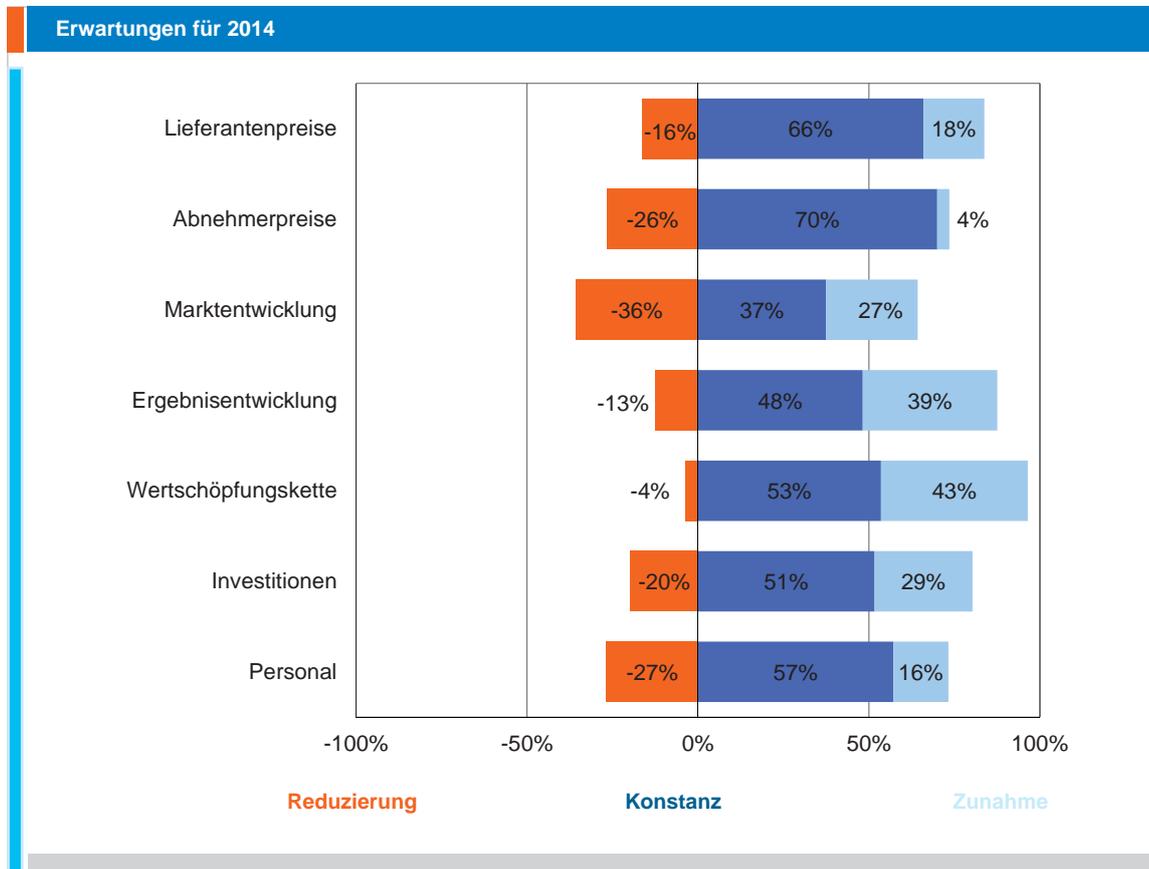
2.5 Corporate Publishing (N = 6)*



- Beschreibung der Erwartungen**
- 67% der Befragten erwarten für nächstes Jahr höhere Preise bei ihren Lieferanten.
 - Gleichzeitig, rechnen 100% der Manager mit konstanten Preisen für die eigenen Produkte und Leistungen. Der Preisdruck für die Unternehmen wird sich somit im kommenden Jahr etwas erhöhen.
 - Sowohl ein Drittel der Teilnehmer sagen ein Marktwachstum als auch ein Marktrückgang für kommendes Jahr voraus.
 - Die Entwicklung des eigenen Unternehmensergebnisses wird sehr positiv gesehen. 67% der Beteiligten rechnen damit, im nächsten Jahr eine Ergebnisverbesserung erzielen zu können.
 - 67% der Manager wollen nächstes Jahr ihre Wertschöpfungskette konstant halten.
 - Hinsichtlich der Investitionsbereitschaft sind die Corporate Publishing Verlage unentschlossen. Jeweils ein Drittel plant mit höheren oder niedrigeren Investitionen als im Vorjahr.
 - 100% der Unternehmen lassen im nächsten Jahr ihren Personalstand unverändert.
- * Diese Kategorie wurde erstmals einzeln ausgewertet. Daher gibt es hier keine Vorjahreswerte.

3. Grafische Zulieferindustrie

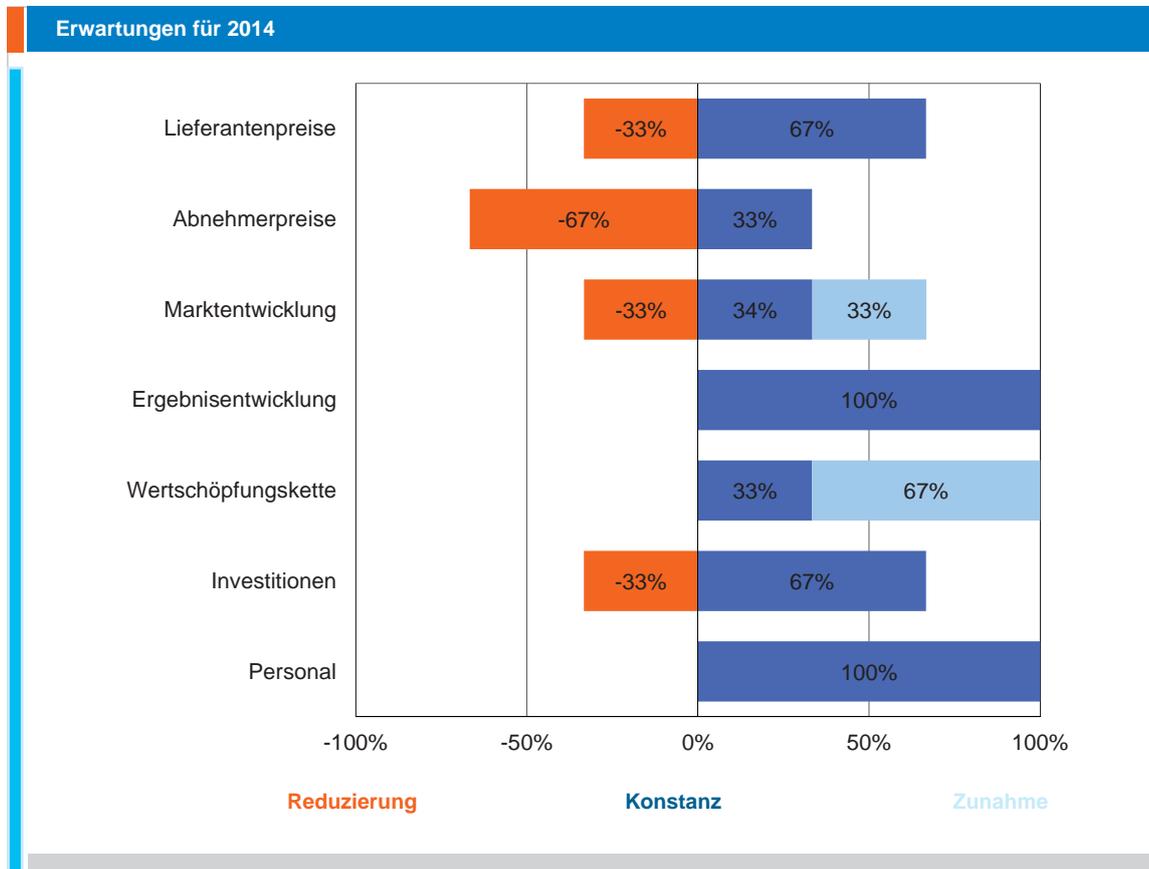
3.0 Grafische Zulieferindustrie (N = 56)



- Beschreibung der Erwartungen**
- Nur noch 18% (Vorjahr: 43%) der Befragten gehen von steigenden Lieferantenpreisen im nächsten Jahr aus.
 - Der Preisdruck auf die Unternehmen im kommenden Jahr nimmt etwas ab. 26% (Vorjahr: 29%) der Manager rechnen für das nächste Jahr mit einem Preisrückgang bei den eigenen Produkten und Leistungen.
 - Die Einschätzungen hinsichtlich der Marktentwicklung haben sich leicht verschlechtert. 36% (Vorjahr: 32%) der Unternehmen rechnen im kommenden Jahr mit einem rückläufigen Marktumfeld.
 - Die Entwicklung des Unternehmensergebnisses wird weiterhin größtenteils positiv eingeschätzt. 39% (Vorjahr: 45%) der Beteiligten erwarten einen Ergebniszuwachs im nächsten Jahr.
 - 51% der Manager wollen nächstes Jahr die Wertschöpfungskette konstant halten.
 - Die Investitionsbereitschaft für kommendes Jahr hat zugenommen. 29% (Vorjahr: 12%) der Unternehmen planen höhere Investitionen als im Vorjahr.
 - In der grafischen Zulieferindustrie beabsichtigen 27% (Vorjahr: 37%) der Verantwortlichen Personal abzubauen.

3. Grafische Zulieferindustrie

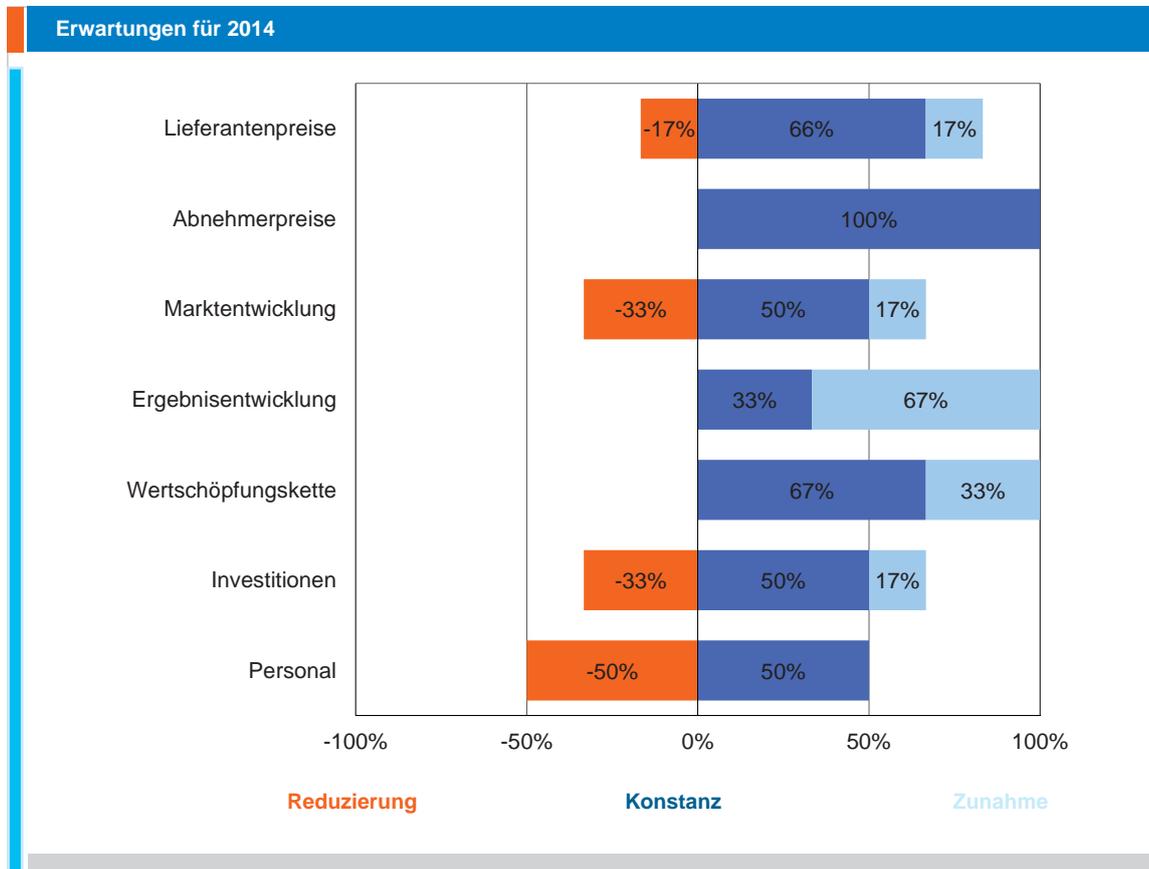
3.1 Hersteller Pre-Press (N = 9)



- Beschreibung der Erwartungen**
- 67% der Befragten rechnen für nächstes Jahr mit konstanten Preisen ihrer Lieferanten.
 - Der Preisdruck auf die Pre-Press Hersteller nimmt zu. 67% (Vorjahr: 33%) der Manager erwarten, dass die Preise für die eigenen Produkte und Leistungen im nächsten Jahr weiter sinken werden.
 - Die Marktaussichten haben sich verbessert. 33% (Vorjahr: 0%) der Manager sagen ein Marktwachstum für kommendes Jahr voraus.
 - Alle Befragungsteilnehmer gehen davon aus, dass ihr Unternehmensergebnis im nächsten Jahr konstant bleiben wird.
 - 67% der Manager beabsichtigen im kommenden Jahr die Ertragskraft des Unternehmens mithilfe eines Ausbaus der Wertschöpfungskette zu stärken.
 - Die Investitionsbereitschaft für kommendes Jahr ist gesunken. Keines der Unternehmen (Vorjahr: 42%) hat angegeben, für das nächste Jahr mit höheren Investitionen zu planen.
 - Alle befragten Unternehmen beabsichtigen im nächsten Jahr ihre Personalstärke konstant zu halten.

3. Grafische Zulieferindustrie

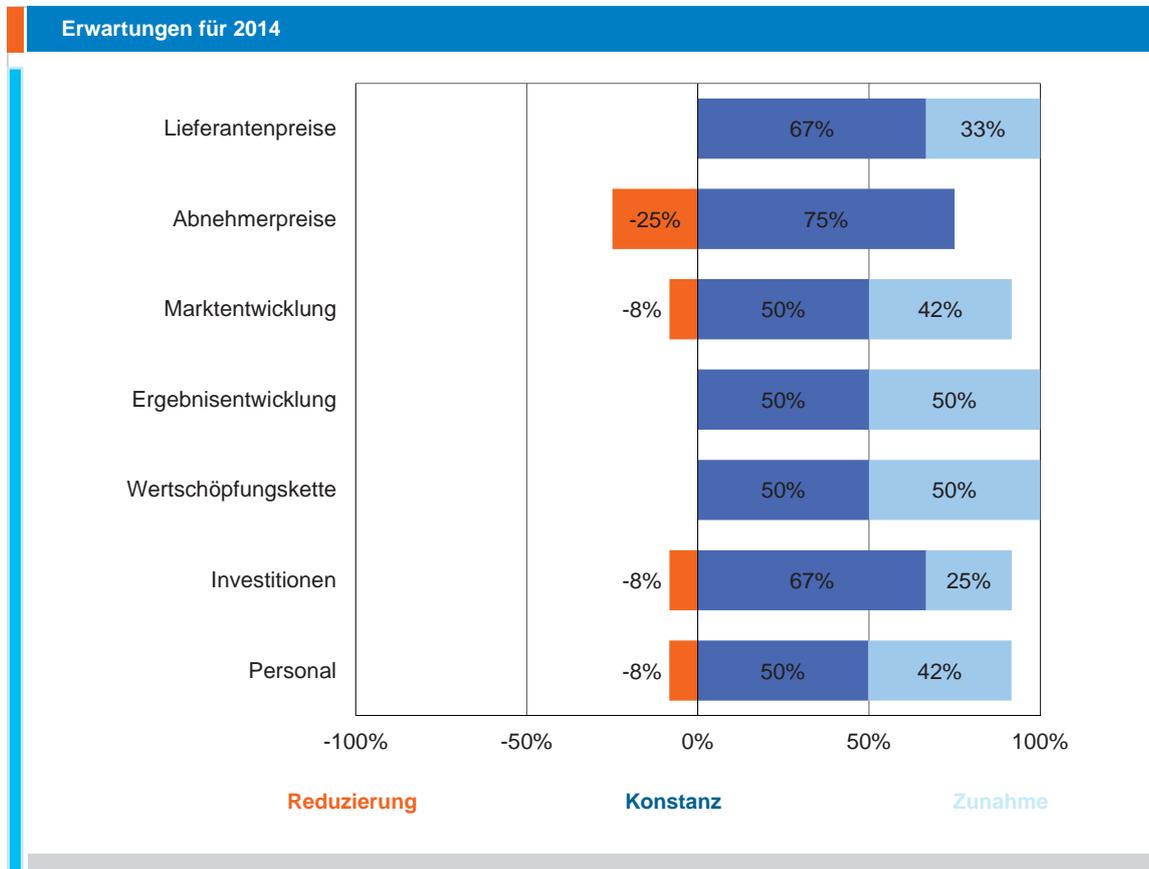
3.2 Hersteller Press (N = 12)



- Beschreibung der Erwartungen**
- 17% (Vorjahr: 40%) der Befragten gehen von steigenden Lieferantenpreisen im nächsten Jahr aus.
 - Der Preisdruck auf die Unternehmen nimmt ab. Alle Manager rechnen damit, im nächsten Jahr die Abnehmerpreise konstant halten zu können.
 - Die Markteinschätzungen für das kommende Jahr sind weiterhin uneinheitlich. Während 17% (Vorjahr: 20%) der Unternehmen von einem Marktwachstum ausgehen, sagen hingegen 33% (Vorjahr: 30%) eine rückläufige Marktentwicklung voraus.
 - Die Ergebnisentwicklung für das nächste Jahr wird zum wiederholten Mal positiv gesehen. 67% (Vorjahr: 50%) der Befragten erwarten ihr Unternehmensergebnis im kommenden Jahr steigern zu können.
 - 67% der Manager planen die Fertigungstiefe ihres Unternehmens konstant zu halten.
 - Die Investitionsbereitschaft für das kommende Jahr ist leicht gestiegen. 17% (Vorjahr: 10%) der Beteiligten beabsichtigen, mehr zu investieren als im Vorjahr.
 - In der Hälfte der befragten Unternehmen wird es im nächsten Jahr einen Stellenabbau geben.

3. Grafische Zulieferindustrie

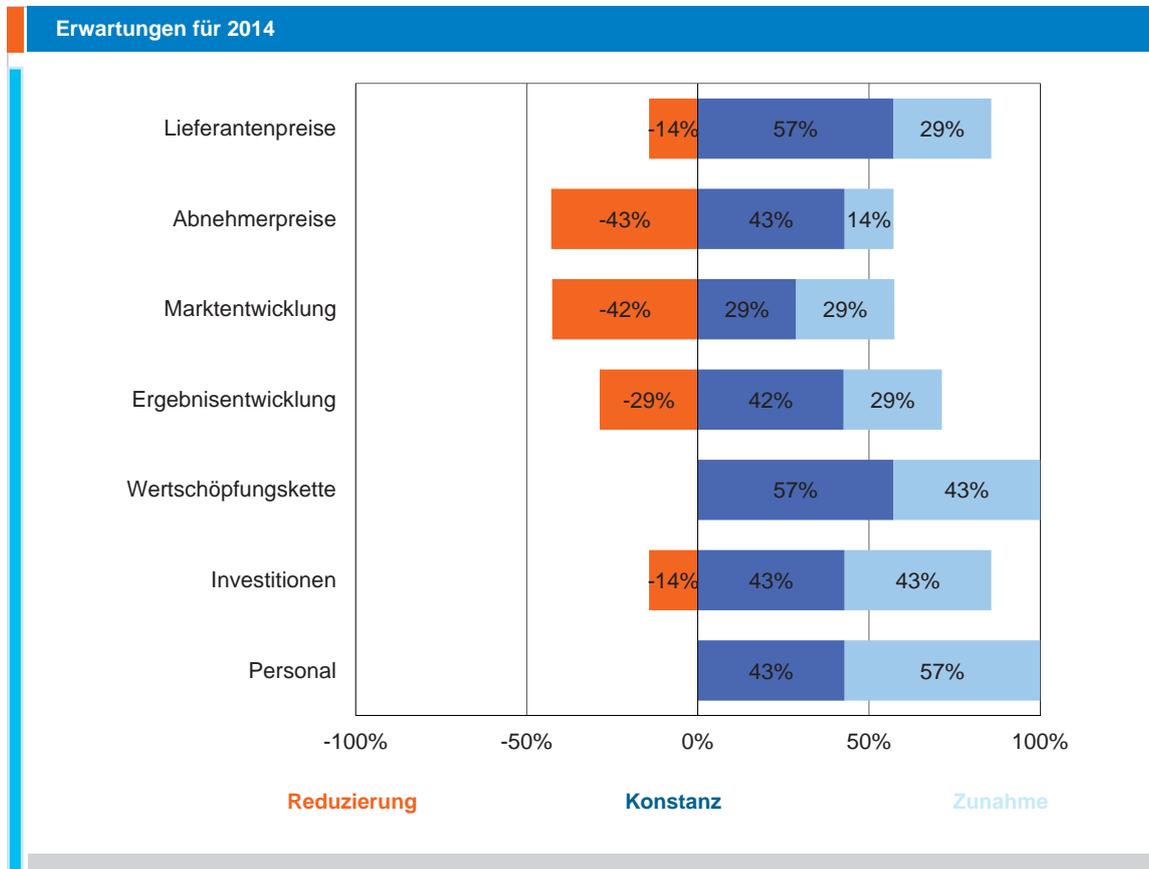
3.3 Hersteller Post-Press (N = 12)



- Beschreibung der Erwartungen**
- 33% der Befragten erwarten Preiserhöhungen ihrer Lieferanten im nächsten Jahr.
 - Der Preisdruck auf die Unternehmen hält an. 25% (Vorjahr: 0%) der Manager rechnen damit, dass ihre Abnehmerpreise nächstes Jahr sinken werden.
 - Die Marktaussichten für das kommende Jahr haben sich im Vergleich zum Vorjahr verbessert. 42% (Vorjahr: 25%) der Befragten gaben an, für das nächste Jahr mit einem Marktwachstum zu rechnen.
 - Die Entwicklung des Unternehmensergebnisses wird für das nächste Jahr ebenfalls deutlich besser eingeschätzt. Mit 50% ist der Anteil der Unternehmen, die für kommendes Jahr einen Ergebnisanstieg erwarten, im Vergleich zum Vorjahr, um 25 Prozentpunkte angestiegen.
 - 50% (Vorjahr: 25%) der Manager beabsichtigen die Wertschöpfungskette ihres Unternehmens im kommenden Jahr zu erweitern.
 - Die Investitionsbereitschaft der Post-Press Hersteller steigt. 25% (Vorjahr: 0%) der Unternehmen gaben an, im nächsten Jahr mehr investieren zu wollen.
 - 42% (Vorjahr: 0%) der Unternehmen beabsichtigt im kommenden Jahr neues Personal einzustellen.

3. Grafische Zulieferindustrie

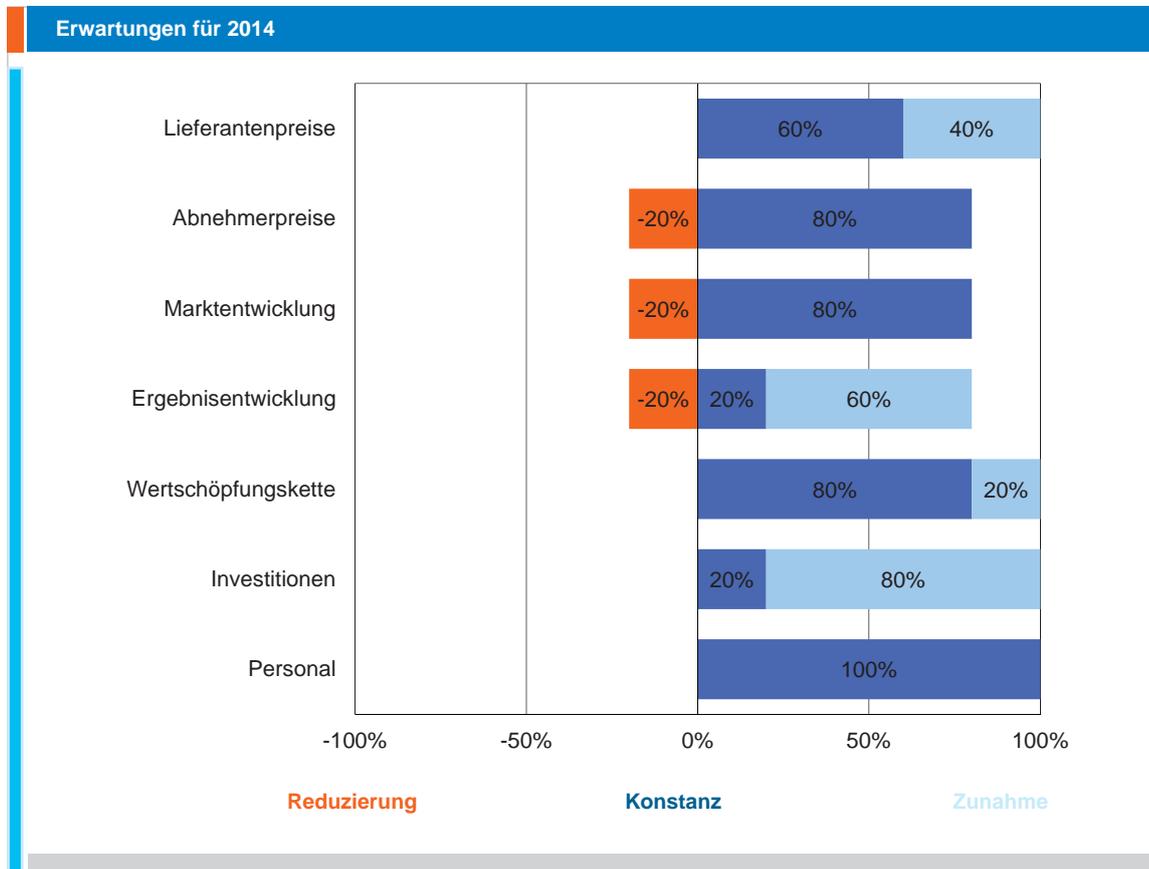
3.4 Grafischer Fachhandel (N = 7)



- Beschreibung der Erwartungen**
- 29% der Befragten gehen von steigenden Lieferantenpreisen im nächsten Jahr aus.
 - Da gleichzeitig 43% (Vorjahr: 50%) der Beteiligten von sinkenden Preisen für die eigenen Produkte und Leistungen ausgehen, wird der Preisdruck auf die Unternehmen im nächsten Jahr weiterhin hoch sein.
 - Die Marktaussichten für nächstes Jahr sind nach Einschätzung der Manager etwas positiver als im Vorjahr. 29% (Vorjahr: 0%) der Beteiligten rechnen für das kommende Jahr mit einem Marktwachstum.
 - Die Erwartungen hinsichtlich der Ergebnisentwicklung im nächsten Jahr haben sich ebenfalls leicht verbessert. 29% (Vorjahr: 25%) der befragten Manager erwarten für kommendes Jahr eine Ergebnisverbesserung.
 - 43% der Manager werden im nächsten Jahr die Wertschöpfungskette ihres Unternehmens weiter ausbauen.
 - Im Vergleich zum Vorjahr wird im kommenden Jahr mehr investiert. 43% (Vorjahr: 0%) der Unternehmen planen für das nächste Jahr höhere Investitionen.
 - Der Personalstand der Unternehmen wird sich nächstes Jahr insgesamt erhöhen. 57% (Vorjahr: 25%) der befragten Manager planen neues Personal einzustellen.

3. Grafische Zulieferindustrie

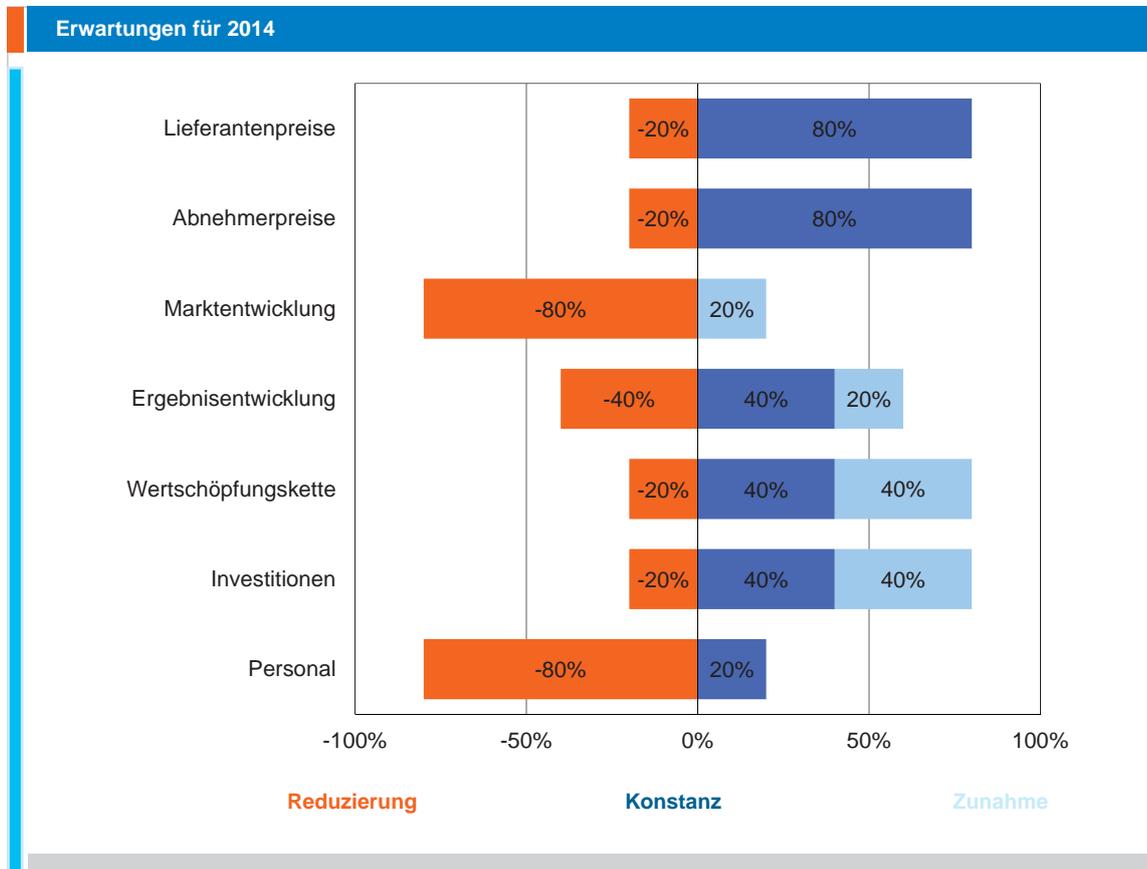
3.5 Hersteller Druckfarben (N = 5)



- Beschreibung der Erwartungen**
- 40% der Befragten erwarten für nächstes Jahr steigende Lieferantenpreise.
 - Der Preisdruck auf die Druckfarbenhersteller wird im nächsten Jahr anhalten. Keiner der Manager (20%) erwartet die gestiegenen Lieferantenpreise, durch höhere Preise für die eigenen Produkte und Leistungen, an die Kunden weitergeben zu können.
 - Die Mehrheit der Teilnehmer (80%) geht für das kommende Jahr von einem stagnierenden Marktumfeld aus.
 - Die Entwicklung der eigenen Ergebnissituation wird für das kommende Jahr positiver eingeschätzt als im Vorjahr. 60% (Vorjahr: 40%) der Unternehmen rechnen im nächsten Jahr mit einem Ergebniszuwachs.
 - 80% der befragten Manager beabsichtigen im nächsten Jahr die Wertschöpfungskette ihres Unternehmens konstant zu halten.
 - Für kommendes Jahr planen 80% (Vorjahr: 40%) der Befragungsteilnehmer höhere Investitionen als im Vorjahr.
 - Der Personalstand wird nach Angabe von allen Unternehmen im kommenden Jahr gleich bleiben.

3. Grafische Zulieferindustrie

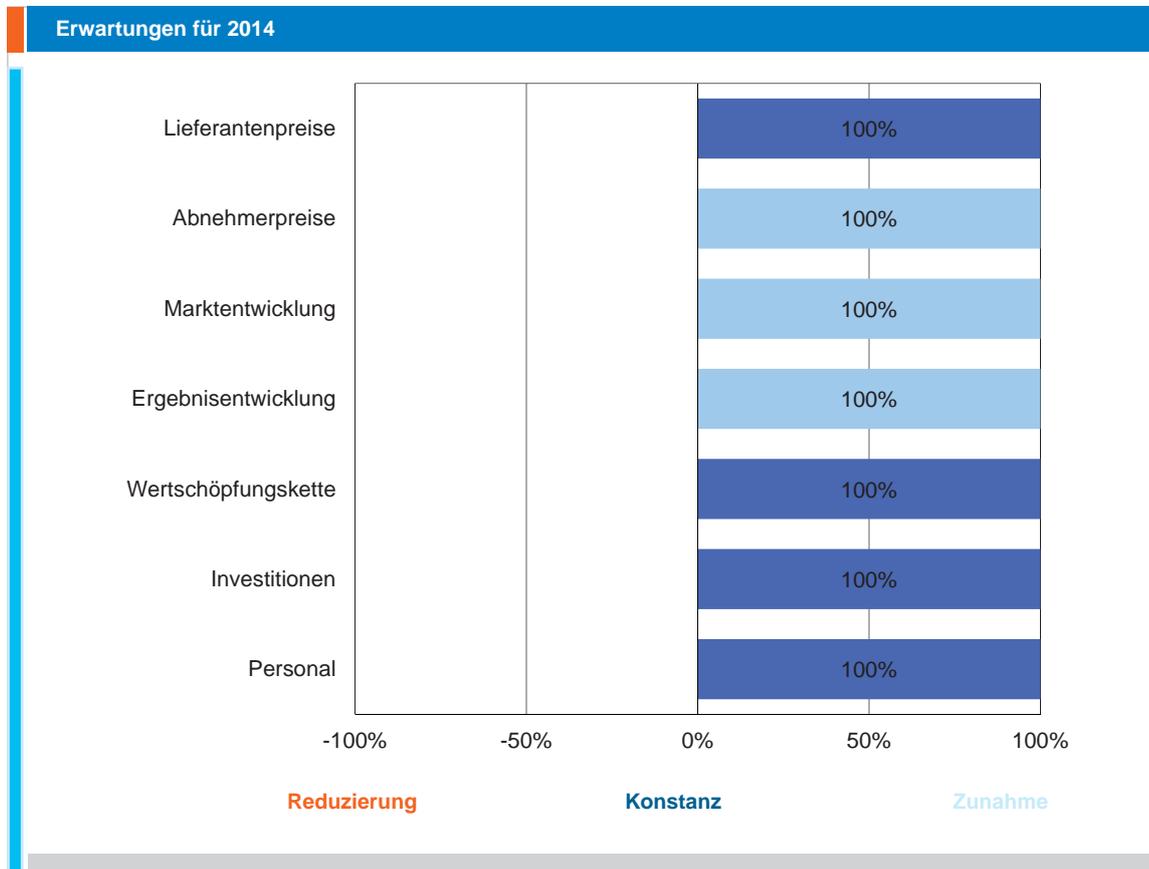
3.6 Hersteller Papier (N = 10)



- Beschreibung der Erwartungen**
- 80% der Befragten gehen von konstanten Lieferantenpreisen im nächsten Jahr aus.
 - Der Preisdruck auf die Hersteller wird sich im nächsten Jahr insgesamt etwas verringern. Der Anteil, der von rückläufigen Preisen für die eigenen Produkte und Dienstleistungen ausgeht, sinkt auf 20% (Vorjahr: 30%).
 - Die Marktentwicklung wird im Vergleich zum Vorjahr weiterhin negativ eingeschätzt. 80% (Vorjahr: 50%) der Manager rechnen für das nächste Jahr mit einer rückläufigen Marktentwicklung.
 - Die Erwartungen hinsichtlich der Entwicklung des Unternehmensergebnisses im nächsten Jahr sind ebenfalls schlechter als im Vorjahr. 40% (Vorjahr: 0%) der Befragten rechnen mit einem Ergebnisrückgang im kommenden Jahr.
 - 40% der Manager beabsichtigen im kommenden Jahr die Fertigungstiefe ihres Unternehmens nicht zu verändern.
 - Die Investitionsbereitschaft ist gesunken. 20% (Vorjahr: 0%) der Unternehmen planen im nächsten Jahr mit niedrigeren Investitionen als im Vorjahr.
 - Gemäß 80% (Vorjahr: 50%) der Befragten wird es im kommenden Jahr einen Personalabbau geben.

3. Grafische Zulieferindustrie

3.7 Sonstige (N = 1)



- Beschreibung der Erwartungen**
- Alle Befragten erwarten für nächstes Jahr konstante Preise bei ihren Lieferanten.
 - Der Preisdruck auf die Unternehmen im kommenden Jahr nimmt ab. 100% (Vorjahr: 0%) der Manager erwarten höhere Preise für die eigenen Produkte und Leistungen im nächsten Jahr.
 - Die Marktaussichten für das kommende Jahr fallen im Vorjahresvergleich weiterhin positiv aus. 100% (Vorjahr: 50%) der Befragten gehen von einem Marktwachstum im nächsten Jahr aus.
 - Auch die Entwicklung der Unternehmensergebnisse wird von den befragten Managern weiterhin sehr optimistisch eingeschätzt. Wie im Vorjahr rechnen alle Teilnehmer mit einem Ergebniszuwachs für das kommende Jahr.
 - Alle Manager werden im nächsten Jahr die Wertschöpfungskette ihres Unternehmens konstant halten.
 - Die Investitionsbereitschaft der Unternehmen liegt auf Vorjahresniveau. Alle befragten Unternehmen beabsichtigen genau so viel zu investieren wie im Vorjahr.
 - Der Personalstand in den Unternehmen wird im kommenden Jahr konstant gehalten.

Seit 1987 | Partner für Veränderungen

Apenberg & Partner ist eine unabhängige und branchenorientierte Topmanagement-Beratung. Unsere Klienten sind Unternehmen der Druckindustrie, Verlage und die Marketingorganisationen internationaler Konzerne. Mit der Beratungserfahrung aus mehr als 900 Projekten und 250 Klienten gehören wir zu den führenden Beratern in der Branche.

Wir denken und handeln konsequent unternehmerisch. Unser Ziel ist es, die Fähigkeiten unserer Klienten nachhaltig zu verbessern und ihre Wettbewerbsfähigkeit langfristig zu erhöhen. Dabei sind herausragende finanzielle Ergebnisse für unsere Klienten das oberste Ziel unseres Handelns. Deshalb geben wir uns nicht alleine mit Konzepten zufrieden. Unsere Stärke liegt in der Verbindung von Strategieentwicklung und Umsetzung.

Wir betrachten die Unternehmen aus der ganzheitlichen Perspektive des Topmanagements. Wir helfen den Unternehmen herauszufinden:

- in welchen Geschäftsfeldern sie ihre Stärken voll entfalten und in nachhaltiges profitables Wachstum umzusetzen können;
- wie sie durch neue strategische und technologische Weichenstellungen bestehende Marktpotenziale besser nutzen und neue erschließen;
- wie sie durch organisatorische und operative Verbesserungen Wettbewerbsvorteile erlangen und höhere Gewinne erzielen.

Apenberg & Partner ist für seine Klienten seit 1987 ein verlässlicher Gesprächspartner in der Branche. Unsere Klienten schätzen unsere offene und hanseatische Vorgehensweise.

www.apenberg.de