

Branchenbericht Druck- und Medienindustrie

Struktur, konjunkturelle Lage
und Aussichten für 2022

Berichtszeitraum:
Gesamtjahr 2021 und 1. Quartal 2022

Redaktion: Maximilian Neumann
Telefon: 030.20 91 39 141
E-Mail: wirtschaft@bvdm-online.de

bvdm.

Zusammenfassung

Das Jahr 2021 war für die Druck- und Medienindustrie kein leichtes Jahr. Nach den bedeutenden coronabedingten Umsatz- und Produktionsrückgängen des Vorjahres waren die Hoffnungen auf eine schnelle und nachhaltige konjunkturelle Erholung groß. Diese konnten jedoch nur bedingt erfüllt werden. Steigende Auftragszahlen und eine wiedererstarrende Gesamtkonjunktur standen den zunehmenden Belastungen durch Lieferengpässe und gestiegenen Preisen für Vorleistungsgütern gegenüber. Nach den Verwerfungen der Coronakrise steht die Druck- und Medienindustrie somit vor neuen Herausforderungen. Kostenseitige Belastungen, strapazierte Lieferketten und eine unsichere geopolitische Lage verlangen von den Unternehmen mehr denn je unkonventionelle Lösungen und geschicktes unternehmerisches Handeln in schwierigen Zeiten.

Lieferengpässe und Kostensteigerungen bremsen die Erholung der Druck- und Medienbranche sichtlich aus

In den ersten Monaten 2021 befand sich die Druck- und Medienindustrie noch fest im Griff des zweiten harten Lockdowns. Auch wenn dessen Auswirkungen auf Produktion und Umsatz beutend geringer ausfielen als noch im ersten Lockdown, war an ein normales wirtschaftliches Handeln nicht zu denken. Die wichtigsten Konjunkturindikatoren, die saison- und kalenderbereinigten Produktions- und Umsatzindizes¹, lagen durchschnittlich rund -3,7 und -6,2 Prozent unter den Werten des Vorquartals.

Ab Ende des ersten Quartals setzte schließlich eine von coronabedingten Nachholeffekten getriebene Erholungsbewegung ein, die spätestens nach dem Ende der pandemischen Einschränkungen ab Mai sichtlich Fahrt aufnahm. So lagen die entsprechenden Produktions- und Umsatzkennzahlen des zweiten Quartals im Mittel 4,8 und 4,3 Prozent über den Werten des Vorquartals.

Während eine deutlich gesteigerte Nachfrage die Auftragslage und Kapazitätsauslastungen in der Druck- und Medienindustrie weiter steigen ließen, machten sich auch die ersten Lieferengpässe bemerkbar. Spätestens ab Juli 2021 belasteten insbesondere die Knappheit von grafischen Papieren die Fähigkeit der Unternehmen, Neuaufträge anzunehmen und bestehende Aufträge in Umsätze umzuwandeln. Der Anstieg der Umsatz- und Produktionszahlen flachte daher zusehends ab und die Werte begannen im Vormonatsvergleich zu sinken. Damit war die Erholungsbewegung vorerst beendet. Im Durchschnitt lagen die Umsatz- und Produktionsindizes jedoch noch 3,2 bzw. 2,4 Prozent über ihren Vorquartals- und 2,6 bzw. 5,5 Prozent über ihren Vorjahreswerten.

Im letzten Quartal waren die Produktionswerte aufgrund der anhaltenden Belastungen mit -2,2 Prozent im Vormonatsvergleich leicht rückläufig, während die Umsatzwerte ein leichtes preisbedingtes Wachstum² von 0,9 Prozent verbuchen konnten. Insgesamt liegen die Produktionswerte mit einem Plus von 1,4 Prozent über den Werten des Vorjahres, während der Umsatzindex nahezu gleichbleibend verläuft. So zeigt sich im Gesamtjahresvergleich, dass

¹ Dies bezieht sich auf den nominalen Umsatzindex.

² Vgl. Abschnitt II, reale und nominal Umsatzentwicklung.

insbesondere die Einschränkungen des ersten Quartals als auch die anhaltenden Lieferengpässe und Kostenbelastungen eine schnelle und nachhaltige Erholung der Branche im Jahr 2021 ausbremsten.

Bei der Betrachtung der Druck- und Mediensparten von Betrieben mit 50 oder mehr Beschäftigten verzeichnet besonders der Druck von Zeitungen mit einem Rückgang der kumulierten nominalen Jahresumsätze von 17,9 Prozent die größten Verluste. Die Umsätze der Druck- und Mediovorstufe stiegen um 7,5 Prozent an, während die Umsätze in der Druckweiterverarbeitung um 8 Prozent sanken und die wertmäßig bedeutendste Sparte mit einem Verlust von -0,8 Prozent im Vorjahresvergleich nahezu stagniert.

Werbedruck durch Verluste bei Katalogen und Prospekten leicht rückläufig

Bei den Produktionswerten der Werbedrucke spielte besonders das schwache erste Quartal eine Rolle. Während Plakate (1,7 Prozent), Geschäftsberichte (3,6 Prozent) und Andere Werbedrucke (3,9 Prozent) ein solides Wachstum verzeichnen konnten, schafften es die wertmäßig wichtigen Gruppen Kataloge (-5,9 Prozent) und Prospekte (-5,5 Prozent) nicht, die Verluste auszugleichen. Obwohl die Mailings sogar um 11,2 Prozent zulegen konnten, verlor die Kategorie der Werbedrucke/Kataloge insgesamt -2,2 im Vorjahresvergleich. Rückläufige Produktionswerte konnten auch bei Zeitungen/Anzeigenblätter, Zeitschriften und bedruckten Etiketten verzeichnet werden.

Problematisch waren im Jahr 2021 vor allem die verstärkte Nutzung der Onlinemedien während der pandemischen Einschränkung im ersten Quartal und die coronabedingt niedrigeren Werbeetats der Unternehmen sowie die schwächelnde Konjunktur zu Beginn des Jahres. Lieferengpässe schränkten im Laufe des Jahres die Umsetzung der Aufträge zusätzlich ein. Zusätzlich verteuerten die Preisanstiege bei Energieträgern und Vorprodukten den Verkaufspreis. Verlängerte Lieferzeiten und höhere Preise fördern so die Abwanderung in digitale Formate.

Buchdruck und Sonstige Druckerzeugnisse verzeichnen solides Wachstum

Positive Nachrichten gab es beim Buchdruck und den Sonstigen Druckerzeugnissen. Die Produktionswerte beim Druck von Büchern und kartografischen Erzeugnissen konnten nach dem Einbruch des Vorjahres im Jahr 2021 mit 6,2 Prozent kräftig zulegen. Gute Nachrichten gab es diesbezüglich aus den nachgelagerten Branchen. So bestätigt das Wachstum der Absatzzahlen (1,6 Prozent) im Buchhandel 2021 eine gestiegene Nachfrage.

Zulegen konnten auch die Produktionswerte der Sonstigen Druckerzeugnisse. So konnten alle Produktarten die produktionswertigen Verluste des Vorjahres ausgleichen und lagen damit über den Vorcoronawerten von 2019. Andere Drucke verzeichneten mit einem Plus von 13,6 Prozent den wertmäßig größten Zugewinn. Beim Bedrucken von Anderen Materialien als Papier stiegen die Produktionswerte um 5,0 Prozent an. Textildruck vergrößerte sich mit 51,1 um mehr als die Hälfte.

Überzeugen konnten auch die Druckdienstleister mit einem wertmäßigen Produktionszuwachs von 3,4 Prozent im Vorjahresvergleich. So konnte 2021 insgesamt ein leichter Zuwachs der Produktionswerte von +0,4 Prozent festgestellt werden³.

³ Werte beziehen sich auf Unternehmen von 20 oder mehr Beschäftigten

Anstieg der Druckpapier- und Energiepreise, Verkaufspreise für Druckereileistungen steigen an

Erschwerend kam für die Druckindustrie hinzu, dass die allgemein anziehende Konjunktur neben den Lieferengpässen auch die Preise für Energie und Vorleistungsgüter ansteigen ließ. Besonders die Energiepreise stiegen durch die aufkommende Nachfrage deutlich an und erreichten im Dezember ein neues Allzeithoch. Im Jahresdurchschnitt 2021 lag der Börsenstrompreis um 164 Prozent über dem Niveau von 2020. Zudem kamen einige Sondereffekte wie CO₂-Zertifikate, hohe Auslandsnachfrage nach Energieträgern und angebotsseitige Verknappungen hinzu. Der Anstieg der Energiepreise trifft die Druckunternehmen doppelt. Einerseits direkt durch eine durchschnittliche Energiekostenintensität von rund 7,4 Prozent und andererseits mittelbar durch die kostenseitigen Belastungen steigender Preise für Vorleistungsgüter.

Insbesondere betraf dies das mit Abstand wichtigste Vorleistungsgut, Papier. Die Papierindustrie ist mit ihrer hohen Energieintensität direkt betroffen und gibt diese Kosten über die Papierpreise an die Druckindustrie weiter. Hinzu kommen die seit Anfang des Jahres deutlich steigenden Zellstoffpreise. Die Preise für das ebenfalls benötigte Altpapier stiegen bedingt durch ein weiterhin niedriges Altpapieraufkommen in Verbindung mit einer gestiegenen Nachfrage ebenfalls an. Während die Druckunternehmen zu Beginn des Jahres noch von niedrigen Preisen im Vorjahresvergleich profitieren konnten, stiegen diese im Laufe des Jahres kontinuierlich an und verzeichneten einen eindeutigen Aufwärtstrend. Im Dezember 2021 notierten die Preise für grafische Papiere⁴ 13 Prozent über den Werten des Vorjahresmonats. Diese kostenseitigen Belastungen schmälern die ohnehin schon geringen Gewinnmargen der Druck- und Medienunternehmen weiter.

Als Reaktion auf die gestiegenen Kosten passte auch die Druckbranche die Preise an. Spätestens ab Oktober 2021 zeigt sich ein kontinuierlicher Aufwärtstrend. Im Dezember 2021 lagen die Preise für Druckereileistungen rund 3,3 Prozent über dem Wert des Vorjahresmonats. Obwohl bei vielen Unternehmen Preise erhöht wurden, konnten die Kosten nicht bei allen Kunden und auch nicht überall in vollem Umfang weitergegeben werden.

Insolvenzwelle bleibt 2021 aus, Fachkräftemangel nimmt zu

Trotz der coronabedingt niedrigen Produktions- und Umsatzwerte des Jahres 2020 und des ersten Quartals 2021 sowie der betrieblichen Nachwirkungen fiel eine befürchtete Insolvenzwelle auch im Jahr 2021 aus. Insgesamt wurden 2021 47 eröffnete Insolvenzverfahren verzeichnet. Das ist nicht nur absolut der niedrigste Wert seit Beginn der Zeitleiste, sondern auch ein historischer Tiefstand, gemessen an den Anteilswerten aller Druck- und Medienunternehmen. Die zahlreichen staatlichen Hilfsmaßnahmen sowie die Verbesserung der Auftragslage im Laufe des Jahres haben einen großen Anteil an den niedrigen Werten. Es ist jedoch zu beachten, dass sich sowohl Lieferengpässe und die zahlreichen zusätzlichen kostenseitigen Belastungen verzögert auswirken. So bleibt abzuwarten, ob sich dies in Verbindung mit dem Auslaufen der Hilfsprogramme in steigenden Insolvenzzahlen niederschlägt.

Leicht steigende Ausbildungszahlen bei den Auszubildenden im ersten Ausbildungsjahr (2,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr) stehen insgesamt einem Rückgang der Auszubildendenzahlen von rund -10,1 Prozent gegenüber. 2021 klagte die Druckbranche zunehmend über das Fehlen von ausreichend geschultem Personal. Neben den Ausbildungszahlen spielt auch die Abwanderung von Fachkräften eine Rolle. Das coronabedingte Phänomen ist nicht nur in der Druckindustrie

⁴ Ausgenommen Zeitungsdruckpapiere

bekannt. Fachkräfte, die während der Coronapandemie ihren Arbeitsplatz verloren haben, orientierten sich aufgrund der sinkenden Möglichkeiten auf Beschäftigung in andere Branchen um. Folglich trifft 2021 eine konjunkturell bedingt steigende Nachfrage nach Fachkräften auf einen verkleinerten Angebotspool. Zwar ist der Anstieg der Erstverträge positiv zu betrachten, jedoch ist dies insgesamt zu wenig, um Rückgänge der letzten Jahre zu kompensieren.

Ausblick auf das Jahr 2022

Im bisherigen Verlauf des Jahres 2022 erweist sich die deutsche Druck- und Medienindustrie als robust. Trotz anhaltender Lieferengpässe, Inflationssorgen und geopolitischer Unwägbarkeiten konnte der auf Grundlage der IFO-Konjunkturumfrage berechnete Geschäftslageindex von Februar bis Mai ein leichtes Wachstum verzeichnen. Insgesamt lagen die Werte im ersten Halbjahr des Jahres 2022 im Durchschnitt 14 Prozent über den Werten des Vorjahres. Jedoch deutet sich bei der Einschätzung der Geschäftslage im Juni mit einem Verlust von -3,2 Prozent ein Bruch des Trends an. Die diskutierten Belastungen spiegeln sich mit einiger zeitlicher Verzögerung damit auch in der aktuellen Geschäftslage wider. Die Geschäftserwartungen, die bereits im Februar aufgrund der Zuspitzung der Lieferengpässe und dem Ausbruch des Ukrainekrieges sichtlich getrübt wurden, ließen bereits eine Verschlechterung der Lage erwarten und deuten zudem auf eine angespannte Entwicklung im weiteren Verlauf des Jahres hin.

Lieferketten weiterhin angespannt

Die Lieferengpässe spitzen sich Anfang des Jahres 2022 weiter zu und erreichten laut dem vom bvdM auf Basis der IFO-Konjunkturumfrage berechneten Materialknappheitsindex im April ihren vorläufigen Höchststand. Da in der Sonderkonjunktur nach Corona einer der Hauptgründe für die Intensität der Lieferengpässe und -verzögerungen gesehen wurde, gab es zunächst Hoffnungen auf eine graduelle Verbesserung im Frühjahr 2022. Diese wurden jedoch spätestens mit Einsetzen des Ukrainekrieges und der damit verbundenen weiteren Belastung der Lieferketten vorerst zerschlagen. Zwar ist langfristig weiter mit einer Entspannung der Situation zu rechnen, jedoch bleibt die Lage derzeit aufgrund der aktuellen Ereignisse weiterhin angespannt.

Preisanstiege bei Druckpapieren setzen sich fort

Die Preise für Druckpapiere setzen ihren Aufwärtstrend auch im Jahr 2022 weiter fort. So betrug der Preisanstieg bei grafischen Papieren im ersten Quartal im Mittel 37,2 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal und durchschnittlich 22,1 Prozent gegenüber dem Vorquartal. Die steigenden Preise für Vorprodukte wie Zellstoff und Altpapier sowie die volatile Energie- und Gaspreisdynamik bilden die Grundlage für mittelfristig hohe Papierpreise. Mit einer schnellen Rückentwicklung zu den niedrigen Preisen Anfang des Jahres 2021 ist nicht zu rechnen. Die erhöhten kostenseitigen Belastungen durch hohe Papier- und Energiepreise werden daher auch für den Rest des Jahres weiter auf den Druck- und Medienunternehmen lasten. Die Gefahr, dass die kostenseitigen Anstiege nicht über die Verkaufspreise weitergegeben werden können und somit die ohnehin schon schmalen Gewinnmargen der Unternehmen weiter belasten, besteht zusehends.

Potenzielle Gas-Knappheit belastet Energiemärkte und -Preise

Während die Energiepreise im Vorjahr vor allem von der Sonderkonjunktur und strukturellen Effekten in die Höhe getrieben wurden, stehen die Energiemärkte seit Ende Februar 2022 im Schatten des Ukrainekrieges. Die Abkehr von russischem Erdgas und die Sanktionspolitik geht mit steigenden Preisen der zur Verstromung genutzten energetischen Rohstoffe einher. So steigen nicht nur die Preise für Gas, sondern auch die Preise für elektrischen Strom weiter an.

Durch die Politisierung der Lage seitens Russlands, das künstlich die Gas-Zuflüsse nach Deutschland und Europa verknappt, ist die Lage zudem sehr volatil und ändert sich z. T. unvorhersehbar. Der vorläufige Höhepunkt wurde im Juni 2022 mit der Ausrufung der Alarmstufe, des Notfallplans Gas erreicht. Die Versorgung der Industrie über die Wintermonate mit ausreichend Gas ist laut aktuellen Angaben des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz nicht uneingeschränkt zu garantieren. Im weiteren Verlauf des Jahres wird aufgrund der erwartbaren Maßnahmen daher mit steigenden Preisen, vor allem für Gas, zu rechnen sein. Für die konjunkturelle Entwicklung hängt ebenfalls viel von der Frage ab, ob die Versorgung weiterhin gewährleistet werden kann, da die Druckbranche einerseits in starker Abhängigkeit von der Gesamtkonjunktur steht und andererseits durch Vorprodukte wie Druckpapier beeinflusst wird, die einen Gas-/energieintensiven Herstellungsprozess haben.

Branchensituation bleibt angespannt

Alles in allem ist derzeit davon auszugehen, dass sich die makroökonomischen Effekte weiter negativ auf die Unternehmen der Druck- und Medienindustrie auswirken werden. In welchem Maße sich dies allerdings in den Produktions- und Umsatzzahlen niederschlägt, ist aufgrund der vielen politischen und wirtschaftlichen Unwägbarkeiten in der derzeitigen Situation nur bedingt zu bemessen. Es bleibt abzuwarten, wie sich insbesondere die Gasversorgungssicherheit und die Lieferkettenprobleme in den kommenden Quartalen und vor allem im Winter 2022 weiterentwickeln. Seit ihren Anfängen wurde die deutsche Druck- und Medienbranche immer wieder vor große Herausforderungen gestellt und konnte diese stets durch unkonventionelle Lösungen und unternehmerisches Geschick lösen. Auch wenn die Lage nach der Pandemie prekär und die Belastungen durch Lieferengpässe, Preisanstiege und geopolitische Risiken historisch sind, so hat sich die Branche auch 2022 als durchaus resilient erwiesen.

Tabelle 1: Konjunkturindikatoren und Kennzahlen für das Jahr 2021, Vergleich zum Verarbeitenden Gewerbe

| Konjunkturindikator/Kennzahl | Druck- und Medienindustrie | | Verarbeitendes Gewerbe | |
|---------------------------------------------------------|----------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| | Absolut | Gegenüber Vorjahr in % | Absolut | Gegenüber Vorjahr in % |
| Ø Anzahl der Betriebe | 478 | -10,9 | 22.499 | -3,1 |
| Ø Anzahl der Beschäftigten | 59.583 | -9,2 | 5.462.827 | -1,5 |
| Umsatz (in Mio. Euro) | | | | |
| Nominal | 9.459 | -2,1 | 1.861.951 | 12,4 |
| Inlandsumsatz | 8.043 | -3,0 | 923.373 | 11,7 |
| Auslandsumsatz | 1.417 | 3,7 | 938.578 | 13,1 |
| Anteil Auslandsumsatz am gesamten nominalen Umsatz in % | 15,0 | 5,9 | 50,4 | 0,6 |
| je Beschäftigten (in Euro, kumuliert) | 158.759 | 7,8 | 340.840 | 14,1 |
| je geleistete Arbeitsstunde (in Euro/Std.) | 108,21 | 5,2 | 231,15 | 10,0 |
| Entgelte (in Mio. Euro, kumuliert) | 2.202 | -6,2 | 294.669 | 2,4 |
| Anteil am nominalen Umsatz in % (Lohnquote) | 23,3 | -4,2 | 15,8 | -8,9 |
| je Beschäftigten (Ø in Euro, kumuliert) | 36.951 | 3,2 | 53.941 | 4,0 |
| je geleistete Arbeitsstunde (Ø in Euro/Std.) | 25,19 | 0,7 | 36,6 | 0,2 |
| Geleistete Arbeitsstunden (in Tsd. Std.) | 87.413 | -6,9 | 8.055.127 | 2,2 |
| Ø Produktionsindex * | 79,0 | 1,5 | 94,8 | 4,1 |

Bemerkungen: * kalender- und saisonbereinigt, wobei für den Index 2015 = 100 gilt; Berichtskreis: Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten (Umsatzzahlen, Betriebs- und Beschäftigtenzahl, Entgelte, Arbeitsstunden), Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten (Produktionsindex); Datenstand: Mai 2022; Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen: bvdM

Inhaltsverzeichnis

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----|
| Zusammenfassung | 2 |
| I Wirtschaftliches Umfeld..... | 9 |
| 1 Zuliefererbranchen | 9 |
| 2 Abnehmerbranchen | 18 |
| II Konjunkturelle Lage der Druck- und Medienindustrie | 25 |
| 1 Umsatzentwicklung und Entwicklung weiterer wichtiger Konjunkturindikatoren..... | 25 |
| 2 Produktionsentwicklung | 31 |
| 3 Verkaufspreisentwicklung | 38 |
| 4 Arbeitsmarktentwicklung..... | 40 |
| 5 Insolvenzen | 45 |
| 6 Investitionen..... | 48 |
| III Ausblick auf das Gesamtjahr 2022..... | 51 |
| IV Statistischer Anhang: Struktur der Druck- und Medienindustrie..... | 54 |
| Kostenstruktur 2019..... | 54 |
| Branchenumsatz 2020 | 55 |
| Betriebe und Beschäftigte, September 2021..... | 56 |
| Außenhandel 2021 | 57 |
| Arbeitsmarkt 2021..... | 58 |

I Wirtschaftliches Umfeld

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

1 Zuliefererbranchen

Nachdem im Vorjahr die mengen- und wertmäßige Entwicklung der wichtigsten Vorleistungsgüter der Druck- und Medienindustrie coronabedingt rückläufig war, kehrte sich dieser Trend 2021 vor allem bei Druckpapieren sichtlich um. Während der inländische Druckfarbenabsatz in Wert stagnierte und in Menge (-8,2 Prozent) weiter fiel, stiegen sowohl Absatzmenge (+6,9 Prozent) als auch Absatzwert (+6,0 Prozent) bei den Druckpapieren deutlich an. Im gleichen Zeitraum nahmen auch die Einfuhren von Druck- und Verlagserzeugnissen nach Deutschland, sowohl mengenmäßig (+1,2 Prozent), als auch wertmäßig (+17,9 Prozent) gegenüber 2020 sichtlich zu (vgl. Tabelle 2).

Steigende Preisentwicklung bei Druckpapieren im Jahr 2021 und im 1. Quartal 2022

Nachdem die rund 25 Monate andauernde Phase rückläufiger Preise bei inländisch erzeugten grafischen Papieren (ohne Einbeziehung des Zeitungsdrukspapiers) im Juni 2021 zu Ende ging, kam es zu einer Trendwende, gefolgt von zunehmend steigenden Preisen. Trotz des starken Anstiegs der Preise gerade im 2. Halbjahr des Jahres 2021 lagen die Preise für grafische Papiere im Jahresmittel nur 0,2 Prozent über den Vorjahreswerten. Die initial rückläufige Preisentwicklung und die hohen Vergleichspreise⁵ zu Beginn des Jahres 2020 sorgen dafür, dass die positive Preisentwicklung in der Gesamtjahresbetrachtung deutlich geringer ausfällt, als die Entwicklung vermuten lässt. Im Zeitverlauf zeigt sich jedoch im 2. Halbjahr ein sichtbarer Aufwärtstrend, mit deutlichen Preisanstiegen. So liegt der in den amtlichen Statistiken geführte Preisindex für grafische Papiere und Pappen im Dezember des Jahres 2021 rund 13 Prozent über seinem Vorjahreswert (vgl. Grafik 1).

Ähnlich entwickelten sich die Preise für inländisch erzeugte Zeitungsdrukspapiere. Nachdem der seit Anfang 2020 beobachtete Preiserückgang im Juni 2021 beendet wurde, konnte auch bei den Zeitungsdrukspapieren eine Trendwende, gefolgt von steigenden Preisen verzeichnet werden. Die im Vergleich zu anderen grafischen Papieren höhere Intensität des Preisanstiegs führte dazu, dass die Gesamtjahresbetrachtung mit einem Anstieg von +4,0 Prozent gegenüber dem Vorjahr höher ausfiel. Den vorläufigen Höhepunkt dieses Anstiegs im Jahr 2021 verzeichnete der entsprechende Preisindex des Statistischen Bundesamtes im Dezember 2021, Tendenz steigend. So lag der Index im Dezember rund 32,5 Prozent über seinem Vorjahresmonatswert. Damit ist der beobachtete Anstieg über den entsprechenden Zeitraum mehr als doppelt so hoch, wie bei den anderen grafischen Papieren (vgl. Grafik 1).

⁵ Statistischer Basiseffekt

Dem Verband Die Papierindustrie (ehemals VDP) zufolge, nahm der Gesamtabsatz der grafischen Papiere 2021 um 6,9 Prozent zu. Von dieser Entwicklung waren sowohl Zeitungsdruckpapiere, LWC-Papiere als auch im Publikations- und Werbedruck verwendete Druckpapiere betroffen. Dabei verzeichnen Zeitungsdruckpapiere (+10,7 Prozent) und Andere Presse- und Katalogpapiere (+7,4 Prozent) den mengenmäßig größten Zuwachs gegenüber dem Vorjahr.

Bei den Einfuhrpreisen für Druckpapiere gab es im Jahr 2021 diverse Besonderheiten zu beachten. Insgesamt betrachtet, folgen die Preise der gleichen Entwicklung. Auf eine Phase von fallenden Preisen im 1. Halbjahr folgt ein deutlicher Aufwärtstrend im 2. Halbjahr. Allerdings sind diese Phasen von unterschiedlicher Intensität geprägt und es gilt die statistischen Effekte, die bereits bei den inländischen Preisen beschrieben wurden, zu beachten. So sinken die Einfuhrpreise für Zeitungsdruckpapier im Gesamtjahresvergleich zwar durchschnittlich um -5,2 Prozent, stehen im Dezember 2021 jedoch 5,9 Prozent über ihren Vorjahreswerten. Die Importpreise von Anderen grafischen Papieren stiegen, laut den amtlichen Statistiken, im Jahresmittel um 2,8 Prozent an, während die Preise im Dezember des Jahres 2021 rund 16,7 Prozent über den Werten des Vorjahresmonats lagen. Die Importpreise spielen hierbei eine relevante Rolle, da der aktuellen Input-Output-Statistik des Statistischen Bundesamtes (destatis) zu entnehmen ist, dass ein nicht unerheblicher Teil des von der Druck- und Medienindustrie genutzten Druckpapiers aus dem Ausland importiert wird.

Tabelle 2: Ausgewählte Konjunkturindikatoren der vorgelagerten Branchen für das Jahr 2021

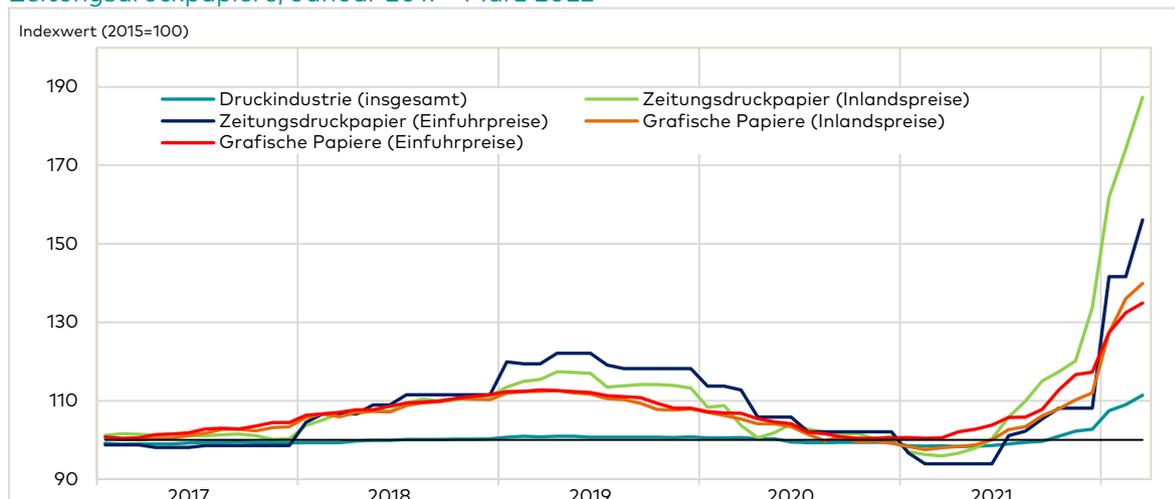
| Indikator | absolut | ggü. Vj. in % |
|-------------------------------------------------------------------------------|----------------|---------------|
| Druckpapiere | | |
| – Gesamtabsatz (Menge) ¹ | 6.557 Tsd. t | 6,9 |
| Davon: Zeitungsdruckpapier (Menge) ¹ | 1.049 Tsd. t | 10,7 |
| LWC-Papiere (Menge) ¹ | 1.138 Tsd. t | 5,2 |
| Andere Presse- und Katalogpapiere (Menge) ¹ | 1.821 Tsd. t | 7,4 |
| – Gesamtabsatz (Wert) ¹ | 3,97 Mrd. Euro | 6,0 |
| – Inländischer Absatz (Menge) ¹ | 3.476 Tsd. t | 3,1 |
| – Import (Menge) ² | 1.889 Tsd. t | -0,6 |
| – Import (Wert) ² | 1.20 Mrd. Euro | 0,6 |
| – Export (Menge) ² | 2.668 Tsd. T | 16,0 |
| – Export (Wert) ² | 1,94 Mrd. Euro | 15,3 |
| Altpapiere ¹ | | |
| – Altpapieraufkommen | 14.470 Tsd. t | 0,0 |
| – Altpapierverbrauch | 18.297 Tsd. t | 8,2 |
| Druckfarben für Publikationen und Verpackungen ³ | | |
| – Inländische Verkaufsmenge | 224 Tsd. t | -8,2 |
| – Inländischer Umsatz | 0,77 Mrd. Euro | 0,0 |
| Import von Druck- und Verlagserzeugnissen ² | | |
| – Menge | 486 Tsd. t | 1,2 |
| – Wert | 3.12 Mrd. Euro | 17,9 |
| Erzeugerpreisindex (Inlandspreise) Ø ² | | |
| – Zeitungsdruckpapier | 107,2 | 4,0 |
| – Andere grafische Papiere/Pappen | 102,8 | 0,2 |
| – Druckfarben | 100,8 | 0,5 |
| – Elektrischer Strom bei Abgabe an gewerblicher Anlage | 112,0 | 1,4 |
| Einfuhrpreisindex (Importpreise) Ø ² | | |
| – Zeitungsdruckpapier | 99,9 | -5,6 |
| – Andere grafische Papiere | 106,3 | 2,8 |
| – Anstrichmittel, Druckfarben und Kitte | 109,0 | 6,4 |
| Großhandelsverkaufspreisindex (inländ. Altpapierpreise) Ø ² | | |
| Gemischtes Altpapier | 170,7 | 254,3 |
| Papier- und Pappereststoffe für Papiererzeugung | 165,2 | 141,4 |
| Alte Zeitungen und Illustrierte, Deinkingware | 163,0 | 105,4 |
| Verpackungen aus Papier und Karton | 169,3 | 214,7 |
| Zellstoffpreise (in Europa) Ø ⁴ | | |
| Bleached Hardwood Kraft, Eucalyptus (BHKP) | 884 €/t | 48,2 |
| Northern Bleached Softwood Kraft (NBSKP) | 1.049 €/t | 40,6 |

Bemerkung: Für Indizes gilt 2015 = 100; Quellen: ¹Verband Die Papierindustrie, ²Statistisches Bundesamt, ³Verband der deutschen Lack- und Druckfarbenindustrie; ⁴Intergraf, RISI Fastmarkets; Datenstand: Juni 2022; Berechnungen: bvdm

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

Die Kosten für Vorleistungsgüter tragen aufgrund der Kostenstruktur in der Papierindustrie, maßgeblich zu der Bildung der Papierpreise und somit der Papierpreisentwicklung bei. Sowohl die Preise für Zellstoff als auch für Altpapier stiegen 2021 nachfragebedingt enorm an und übten damit zusätzlichen Aufwärtsdruck auf die Papierpreise aus. Zudem trieben die nachfragebedingt gestiegenen Energiepreise, durch die Energieintensität in der Papierherstellung, die Papierpreise weiter nach oben. Die Entwicklung der einzelnen Faktoren wird in zwei Kurzanalysen im folgenden Abschnitt genauer erläutert.

Grafik 1: Entwicklung der Erzeuger- und Importpreisindizes für grafische Papiere und Zeitungsdruckpapiere, Januar 2017 – März 2022



Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen und Darstellungen: bvdm

Auf der Angebotsseite führte der Abbau von Überkapazitäten in der Papierindustrie zu einer Verknappung. Dazu zählt u. a. die verstärkte Umrüstung der Produktion grafischer Papiere auf gewinnträchtigere Segmente, wie beispielsweise Verpackungspapiere. Darüber hinaus spielte der Faktor Zeit eine Rolle, da Produktionskapazitäten, die während der Coronakrise zurückgefahren wurden, erst reaktiviert werden mussten, um die wiedereinsetzende Nachfrage bedienen zu können. Die Kombination aus schnell steigender Nachfrage und einer gleichzeitigen Reduktion des Angebots sorgte für einen stetigen Aufwärtsdruck bei den Papierpreisen.

Hinzu kamen zahlreiche Einzelereignisse, die das Angebot von grafischen Papieren weiter verknappten. Dazu gehören logistische Störungen der Lieferketten, wie die Blockade des Suez Kanals aber auch Betriebsschließungen und streikbedingte Produktionsstillstände.

Insgesamt führte die Kombination der genannten Faktoren zu einer Lage, in der die Nachfrage der Druckindustrie kurzfristig kaum noch zu decken war. Lieferengpässe bei grafischen Papieren waren die Folge. Diese betrafen alle Sorten von grafischen Papieren und verschärften sich ab Juli 2021 zunehmend,⁶ was sich in längeren Lieferzeiten, geringeren Liefermengen und weiter steigenden Papierpreisen niederschlug.

Im ersten Quartal 2022 spitzte sich die Lage bei den Lieferengpässe weiter zu und auch die Papierpreise nahmen weiter zu. Der Preisanstieg bei grafischen Papieren betrug im ersten Quartal im Mittel 37,2 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal. Die Preise von

⁶ Die Auswirkungen auf die Produktion und die Darstellung im Materialknappheitsindex ist in Abschnitt II unter Produktionsentwicklung zu finden.

Zeitungsdruckpapier lagen sogar 81,0 Prozent über denen des Vorjahresquartals. Im März 2022 lag der vom Statistischen Bundesamt berechnete Erzeugerpreisindex für Zeitungsdruckpapier (+95,4 Prozent) nahezu doppelt so hoch wie im Vorjahresmonat, während der Index für grafische Papiere um 42,8 Prozent zulegte. Damit werden nicht nur die langjährigen Durchschnitte deutlich übertroffen, sondern auch neue historische Höchstwerte erreicht.

Zu Beginn des Jahres machte eine leichte Entspannung des Energiemarktes Hoffnung auf ein baldiges Ende der Preissteigerungen, jedoch wurden diese mit dem Ausbruch des Ukraine-Krieges vorerst zunichte gemacht, da sich die Preislage auf den Energiemärkten erneut zuspitzte und auch die Materialknappheit weiter verschärfte. Insgesamt ist nicht zu erwarten, dass sich die Lage kurzfristig verbessert. Obwohl die Lieferkettenproblematik in hohem Maße von der Sonderkonjunktur nach der Aufhebung der pandemischen Einschränkung bestimmt wurde, ist unter den derzeitigen Umständen mit einer graduellen Verbesserung der Situation frühestens gegen Ende des Jahres zu rechnen. Vorbedingung ist allerdings, dass es zu keinen größeren wirtschaftlichen Verwerfungen und einer Stabilisierung der Preise für Energie- und Vorleistungsgüter kommt.

Betroffen ist davon nicht nur die Papierindustrie. Auch die Hersteller von Druckfarben und Druckmaschinen sind mit gestiegenen Preisen für Vorleistungsgüter konfrontiert. So stieg Erzeugerpreisindex für Druckfarben und Druckmaschinen im ersten Quartal um 5,2 Prozent bzw. 3,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal.

Steigende Zellstoff- und Altpapierpreisentwicklung im Jahr 2021; fortgesetzter Preisanstieg im ersten Quartal 2022

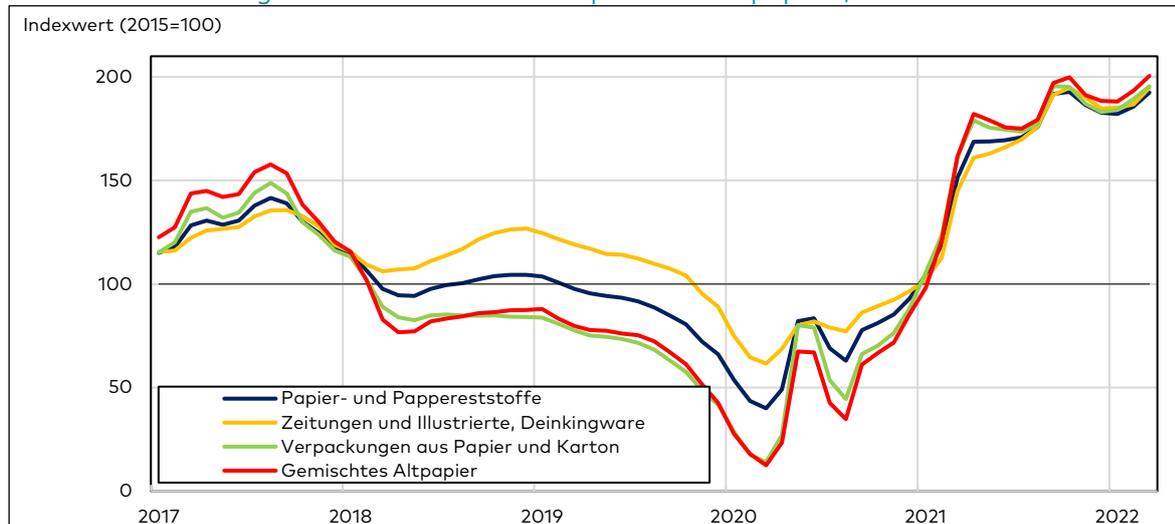
Auch beim Altpapier wurden 2021 sortenübergreifende Preisanstiege verzeichnet. Die entsprechenden Großhandelsverkaufspreisindizes für die unterschiedlichen von destatis aufgeführten Altpapiersorten bzw. -kategorien (gemischtes Altpapier, alte Zeitungen und andere Deinkingware, alte Verpackungen sowie Papier und Pappereststoffe für die Papiererzeugung) stiegen im Jahresdurchschnitt an und lagen damit deutlich über ihren Werten von 2020. Gemischtes Altpapier lag 2021 +254 Prozent über dem Wert von 2020 und damit +140 Prozent über dem Vorcoronaniveau von 2019. Ähnliches gilt für Deinkingware (+105 Prozent) und Verpackungen aus Karton und Papier (+215 Prozent) (vgl. Grafik 2).

2021 stand die Altpapierversorgung vor einem Dilemma. Durch den Ausbruch der Coronakrise war das Sammelvolumen aufgrund der Umfangreduzierung bei Zeitungen, Zeitschriften, Anzeigenblättern, Werbebeilagen, etc. abgesunken. Dieser Effekt wirkte durch den zweiten Lockdown zu Beginn des Jahres 2021 weiter nach. Im Jahresmittel blieb das Altpapieraufkommen 2021 in etwa auf den Werten des Vorjahres (vgl. Tabelle 2). Zu einem Zeitpunkt niedrigen Sammelauftommens begann, bedingt durch die sukzessive Erholung der Konjunktur, die Nachfrage nach Papierprodukten und damit nach Altpapier zu steigen. So steht 2021 ein gleichbleibendes Altpapieraufkommen einem gestiegenen Altpapierverbrauch (+8,2 Prozent gegenüber 2020) gegenüber. Die erhöhte Nachfrage in Verbindung mit dem knappen Angebot sorgte für den starken Anstieg der Preise.

Hinzu kommt eine Besonderheit, die sich in dieser speziellen Situation weiter preistreibend auswirkt. Papierfabriken bestellen ihr Altpapier weit im Voraus, um mit einer vorsorglichen Erhöhung der eigenen Lagerbestände ihre Versorgungslage mit Altpapier abzusichern. Die Praktik beschränkt sich nicht nur auf die Papierindustrie, sondern ist auch in anderen Branchen wie der Chipindustrie durchaus Standardvorgehen. Durch die höhere Bestellmenge können so kurzfristige Lieferengpässe bis zu einem bestimmten Maß ausgeglichen werden.

Die Folge davon kann in einem rasanten Preisanstieg, ohne nennenswerte Erhöhung der Liefermenge resultieren, da alle Marktteilnehmende diese Strategie verfolgen dürften. Die Nachfrage wird so weiter erhöht und die Preise steigen.

Grafik 2: Entwicklung der Großhandelsverkaufspreise für Altpapiere, Januar 2017 – März 2022



Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen und Darstellungen: bvd/m

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

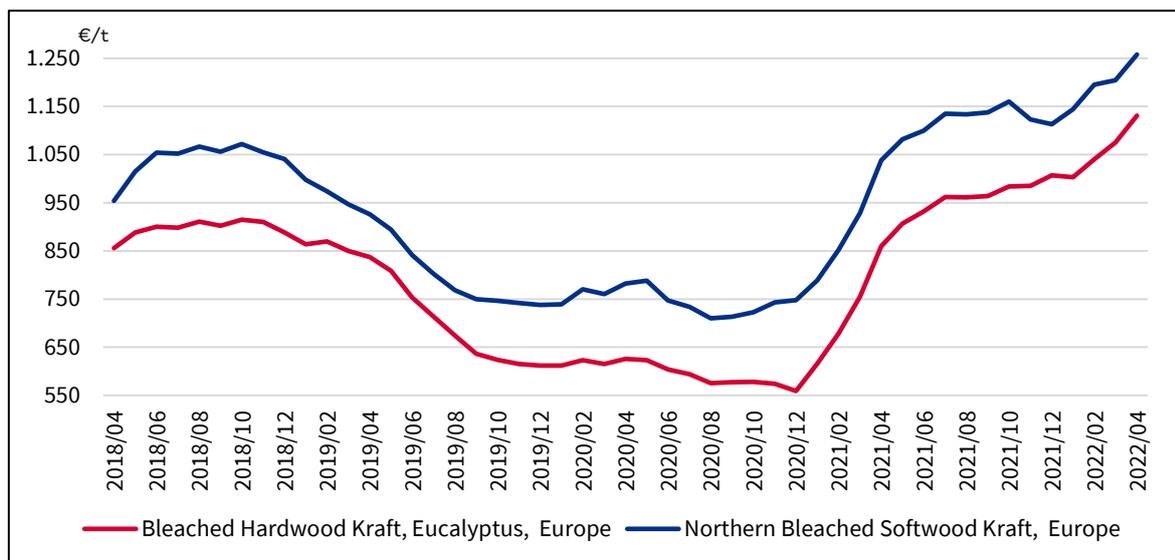
Die allgemein vorherrschenden logistischen Engpässe im Jahr 2021 verschärften die Preislage zusätzlich. Dazu gehörten im internationalen Handel, vor allem ein Mangel an Containern, Hafen- und Schiffskapazitäten sowie diverse Einzelereignisse. Folge waren überfüllte Häfen, hohe Umladezeiten und gestiegene Containerpreise.⁷

Diese beeinträchtigten auch die Preise weiterer Vorleistungsgüter wie Zellstoff. Die hier aufgetragenen Sorten sind Bleached Hardwood Kraft Eucalyptus (BHKP) und Northern Bleached Softwood Kraft (NBSKP). BHKP wird für 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), holzfreie Spezialpapiere verwendet wird. Im Jahresmittel lagen die Preise für BHKP und NBSKP rund 48,2 Prozent bzw. 40,6 Prozent über den Werten des Vorjahres und damit 26,1 Prozent bzw. 22,6 Prozent über ihren langjährigen Durchschnitt. Über das Gesamtjahr betrachtet ist die Tendenz, mit Ausnahme kleinerer stabilisierender Phasen, weiter steigend (vgl. Grafik 3).

⁷ Vgl. Drewry Container-Preis-Index (www.drewry.co.uk)

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

Grafik 3: Entwicklung der Zellstoffpreise, (April 2018 – April 2022)



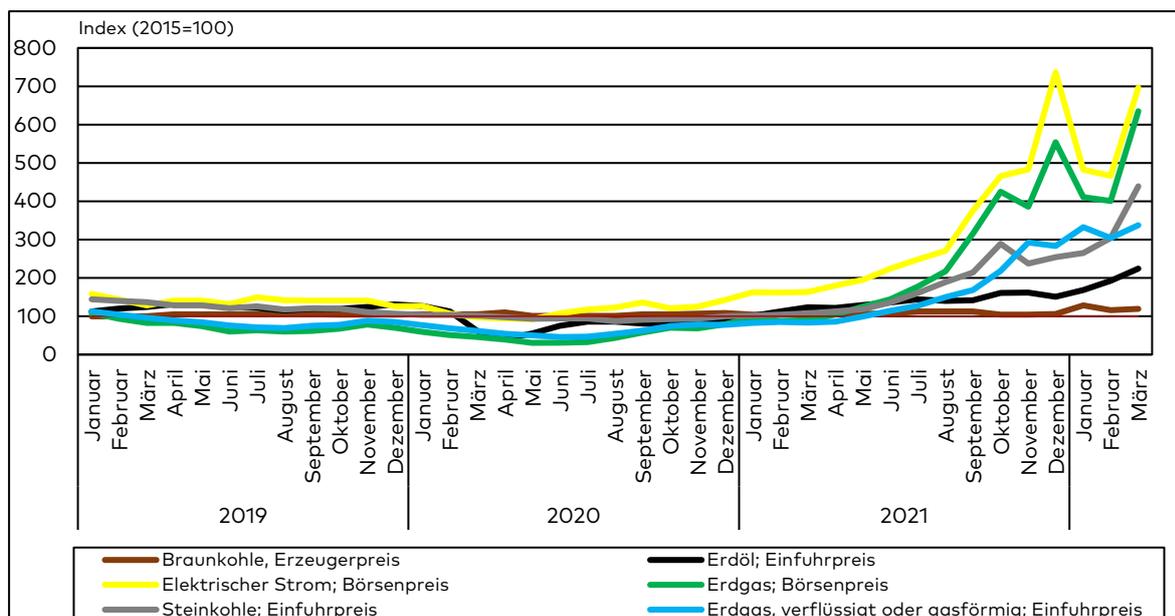
Quelle: RISI Fastmarkets, Intergraf; Berechnung und Darstellung: bvdm

Im ersten Quartal 2022 setzten sowohl die Preise für Altpapiere als auch für Zellstoff ihren Aufwärtstrend nach einer kurzen stabilisierenden Phase zum Ende des Jahres 2021 wieder fort. So lagen die Preise für BHKP und NBSKP durchschnittlich rund 4,7 Prozent bzw. 4,3 Prozent über den Werten des letzten Quartals. Im April erreichten sie mit 1.131 €/t und 1.258 €/t ein neues historisches Allzeithoch seit Beginn der Zeitleiste. Die Großhandelsverkaufspreise für Altpapiere blieben jedoch im Durchschnitt nahezu auf dem Niveau des Vorquartals. Im April 2022 erreichten allerdings auch sie einen neuen historischen Höchststand (vgl. Tabelle 2).

Steigende Energiepreise im Jahr 2021; dynamische Entwicklung im ersten Quartal 2022

Eine stabile und bezahlbare Energieversorgung ist essenziell für jede Branche im Verarbeitenden Gewerbe. Die Druck- und Medienbranche stellt da keine Ausnahme dar. Im Gegenteil, die Energiepreisentwicklung belastet die Druck- und Medienunternehmen, die eine durchschnittliche Energiekostenintensität von 7,4 % aufweisen, zweifach. Einerseits auf einem unmittelbaren Weg aufgrund der eigenen Nachfrage nach Strom und Erdgas, andererseits mittelbar über die Papierpreisentwicklung, da die energieintensive Papierindustrie die energiekostenseitige Belastung an die Druckunternehmen weitergibt.

Grafik 4 Entwicklung der Preise für energetische Rohstoffe und elektrischen Strom (Januar 2019 – März 2022)



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

Durch die gestiegenen Beschaffungskosten und die rasante Entwicklung der Gas- und Kohlepreise legte auch der Börsenpreis für elektrischen Strom im Jahr 2021 drastisch zu. Die vom Statistischen Bundesamt ausgewiesenen Börsenpreise für elektrischen Strom lagen im Jahresmittel rund 164,1 Prozent über den Werten von 2020 und rund 109,6 Prozent über den Werten des langjährigen Durchschnitts (vgl. Grafik 4). Eine Hauptursache des Anstiegs der energetischen Rohstoffpreise sind die bereits ausgeführten konjunkturellen und logistischen Gründe.

Ein weiterer treibender Faktor der Energiepreisentwicklung 2021 war der Preisanstieg für das CO₂, das die Betreiber von fossil befeuerten Kraftwerken für deren Einsatz bezahlen müssen. Die CO₂-Zertifikate sind teurer geworden, weil die Märkte erwarten, dass die Reform des europäischen Emissionshandels (ETS) die CO₂-Zertifikate verknappt und damit verteuern werden. Sowohl der hohe Gaspreis als auch die Verminderung der Abhängigkeit von russischem Erdgas kann zu einem vermehrten Einsatz von Kohlekraftwerken führen. Kohle aber hat höhere CO₂-Emissionen als Gas. Die zusätzliche Nachfrage treibt den Preis am CO₂-Markt ebenfalls. Derzeit beträgt dieser Zertifikatepreis rund 82 Euro/Tonne und stabilisiert den Börsenstrompreis damit auf einem hohen Niveau.

Wesentliche preistreibende Effekte waren 2021 zudem die coronabedingten Nachholeffekte in Asien (insbesondere in China). Dort waren die Gaspreise z. T. höher als in Europa. Asien wurde daher teilweise vorrangig beliefert. In Europa (Niederlande) kam es angebotsseitig zudem zu einer kontinuierlich sinkenden europäischen Eigenproduktion sowie zu temporären Produktionseinschränkungen durch nachgeholte Wartungen in Norwegen.

In Deutschland gab es darüber hinaus eine erhöhte Nachfrage nach Kohle und Erdgas zur Stromerzeugung. Dies hängt u. a. mit dem relativ geringen Windaufkommen in 2021 und dem nahezu abgeschlossenen Kernenergieausstieg zusammen. Zudem waren in Deutschland am 1. Januar 2022 laut dem Branchenverband Gas Infrastructure Europe nur rund 54 Prozent der

Gasspeicher gefüllt. Am 1. Januar des Vorjahres lag der Wert bei 73 Prozent. Diese Lagerbestände sind auch deshalb unterdurchschnittlich gefüllt, da der kalte und lange Winter 2020/2021 dazu geführt hat, dass relativ spät mit dem Auffüllprozess begonnen werden konnte.

Im **ersten Quartal 2022 entspannte** sich die Situation in den Monaten Januar und Februar zunächst etwas. Zwar gab es aus den bereits genannten Gründen keine Rückkehr zu den Ausgangsniveaus des Jahres 2021 jedoch lagen die Werte der Preisindizes deutlich unter denen der Höchststände vom Dezember 2021. Der einsetzende Ukrainekrieg zwischen Russland und der Ukraine beendete diese Entwicklung und lässt die Preise insbesondere für Erdgas in die Höhe schnellen. Über den Anstieg der energetischen Rohstoffe stieg auch der Börsenpreis für elektrischen Strom wieder an. Damit lag der vom Statistischen Bundesamt ausgegebene Strompreisbörsenindex im ersten Quartal 2022 durchschnittlich 238 Prozent über dem Wert seines Vorjahresquartals.

Ausblick auf die Energiemarktentwicklung in den kommenden Jahren

Die Verwundbarkeit der deutschen Wirtschaft gegenüber einer kurzfristigen Abschaltung der russischen Erdgaszufüsse ist allgegenwärtig und wird sich in den kommenden Monaten besonders in der Volatilität der Energie- und Gaspreise widerspiegeln. Zudem belasten die bereits erlassenen und geplanten Sanktionen die Preise für die mittelbar und unmittelbar betroffenen Energieträger zusätzlich, da der russische Anteil an den Importen nicht mehr nachgefragt werden kann und anderweitig auf dem Weltmarkt beschafft werden muss. Derzeit treibt die von Russland hervorgerufene bewusste Verknappung des Erdgasangebots am Spotmarkt die Preise immer wieder in die Höhe. Hierbei bewirkt Russland die Verknappung, indem es – entgegen zuvor gemachter Ankündigungen und geltender Verträge – die Erdgasausfuhren kurzfristig aus primär politischen Gründen drosselt.

Trotz der Senkung der EEG-Umlage⁸ dürften sich die Strompreise im Jahr 2022 nicht rückläufig entwickeln. Der zentrale Grund für diesen Umstand ist die derzeitige rohstoffpreisliche Entwicklung auf den Strombeschaffungsmärkten. Grundsätzlich ist zu erwarten, dass der Kernenergieausstieg bis zum Ende des Jahres 2022 sowie der im Koalitionsvertrag der Ampelkoalition angestrebte Kohlestromausstieg bis zum Jahr 2030 eine Phase höherer Energiepreise einleiten werden. Um in diesem Zusammenhang eine hinreichend große Menge an regelbarer Kraftwerksleistung zu garantieren, die die Grundlast decken kann, stand ursprünglich der Ausbau von Gaskraftwerken zur Debatte. Durch die Substitution von russischem Erdgas durch LNG-Gas wäre dies zwar theoretisch weiter möglich, jedoch geht die Stromerzeugung aus LNG-Gas im Mittel mit wesentlich höheren Stromentstehungskosten einher, sodass auch die inländischen Industriestrompreise ein entsprechend hohes Niveau halten bzw. steigen werden.

Zudem wird der CO₂-Emissionszertifikatepreis insbesondere aufgrund regulatorischer Entwicklungen im Bereich der europäischen Klimapolitik im Durchschnitt des Jahres 2022 mindestens auf dem hohen Niveau des aktuellen Standes verweilen und auch in naher Zukunft aufgrund klimapolitischer Zielsetzungen und der damit einhergehenden Verknappung der am Markt verfügbaren Zertifikatmenge steigen. Unwägbar bleibt hier auch, dass Zertifikate z. T. als Spekulationsobjekt genutzt werden könnten.

⁸ Die EEG-Umlage sinkt am 1. Juli 2022 auf 0 ab. Zu betonen ist hier, dass sie gesetzlich nicht wegfällt, sondern in Zukunft bei Bedarf wieder erhöht werden kann.

Angesichts der energie- und klimapolitischen Entwicklungen auf nationaler und europäischer Ebene, insbesondere der nationalen Umstellung des Energiemixes und der Substitution von russischem Erdgas, wird daher eine Rückkehr zu den relativ niedrigen Energiepreisen, die vor der Krise vorzufinden waren, sehr unwahrscheinlich. Die Entwicklung der geopolitischen Lage wird dabei ebenfalls eine elementare Rolle spielen und kann somit die Preisentwicklung maßgeblich verändern.

2 Abnehmerbranchen

Nachdem im Vorjahr eine coronabedingt deutlich rückläufige Entwicklung bei den wichtigen Konjunkturindikatoren der Abnehmerbranchen beobachtet werden konnte, gingen die Entwicklungen im Jahr 2021 auseinander (siehe Tabelle 3).

Bruttowerbeausgaben: Genereller Anstieg der Werbeausgaben, Stagnation bei Printmedien

Im Jahr 2021 stiegen der monatlich erhobenen Bruttowerbeausgabenstatistik⁹ des Daten- und Marktforschungsunternehmens *Nielsen* und den Berechnungen des bvdM zufolge die Bruttowerbeausgaben um 6,6 Prozent auf rund 38 Mrd. Euro. Davon wurden für gedruckte Werbeträger rund 12,4 Mrd. Euro ausgegeben. Die Aufhebung des Lockdowns und die einsetzenden konjunkturellen Nachholeffekte sorgten dafür, dass die Nachfrage nach Werbeanzeigen anstieg und deutlich mehr für Werbung ausgegeben wurde als im Jahr 2020.

Printmedien konnten davon im Jahresvergleich jedoch nur bedingt profitieren. Die Ausgaben für gedruckte Werbeträger stagnierten auf den Werten des Vorjahres. Vor allem im ersten Quartal 2021 wirkten sich die coronabedingten Reduktionen der Werbebudgets noch auf die Branche aus und machten besonders den Printmedien schwer zu schaffen. Die aus der Druckbranche bekannten Belastungen durch energiepreisbedingte Inflation und Lieferkettenprobleme kamen bremsend hinzu.

Den größten Zuwachs im Jahr 2021 konnte die Außenwerbung verzeichnen. Diese wuchs vor allem durch die Zunahme des gesellschaftlichen Lebens nach der Aufhebung der Coronabeschränkungen um 8,1 Prozent im Vorjahresvergleich auf rund 2,3 Mrd. Euro an. Dabei ist zu beachten, dass die Datengrundlage nicht zwischen digitalen und gedruckten Formaten differenziert. Die wertmäßig größte Printkategorie, die Ausgaben für Zeitungswerbung, stiegen um 2,6 Prozent auf 5,3 Mrd. Euro an. Die Ausgaben für Werbung in Publikumszeitschriften sanken dagegen um -0,7 Prozent ab und betrugen 2,9 Mrd. Euro im Jahr 2021. Den größten Rückgang verzeichneten die Direct Mailings. Diese sanken um -9,3 Prozent auf rund 2,7 Mrd. Euro ab. Die digitalen Online-Formate hingegen legten im Jahresmittel um rund 6,5 Prozent zu.

Im **ersten Quartal 2022** zeichnete sich ein positiveres Bild ab. Vorläufigen Daten von Nielsen und Berechnungen des bvdM zufolge stiegen die Bruttowerbeausgaben für Print um 7,3 Prozent im Vorjahresvergleich. Diese positive Entwicklung ist für sämtliche Printmedien zu beobachten. Die Ausgaben für Zeitungswerbung stieg um 5,1 Prozent, Publikumszeitungen um 4,9 Prozent, Direct Mailings um 6,4 Prozent und Außenwerbung um 22,6 Prozent. Allerdings ist zu beachten, dass die Wachstumszahlen aufgrund des Statistischen Basiseffektes besonders hoch ausfallen, da der Vergleich mit dem durch Einschränkungen betroffenen ersten Quartal 2021 erfolgt. Daher bleibt abzuwarten, wie sich die Zahlen im Jahresverlauf weiterentwickeln.

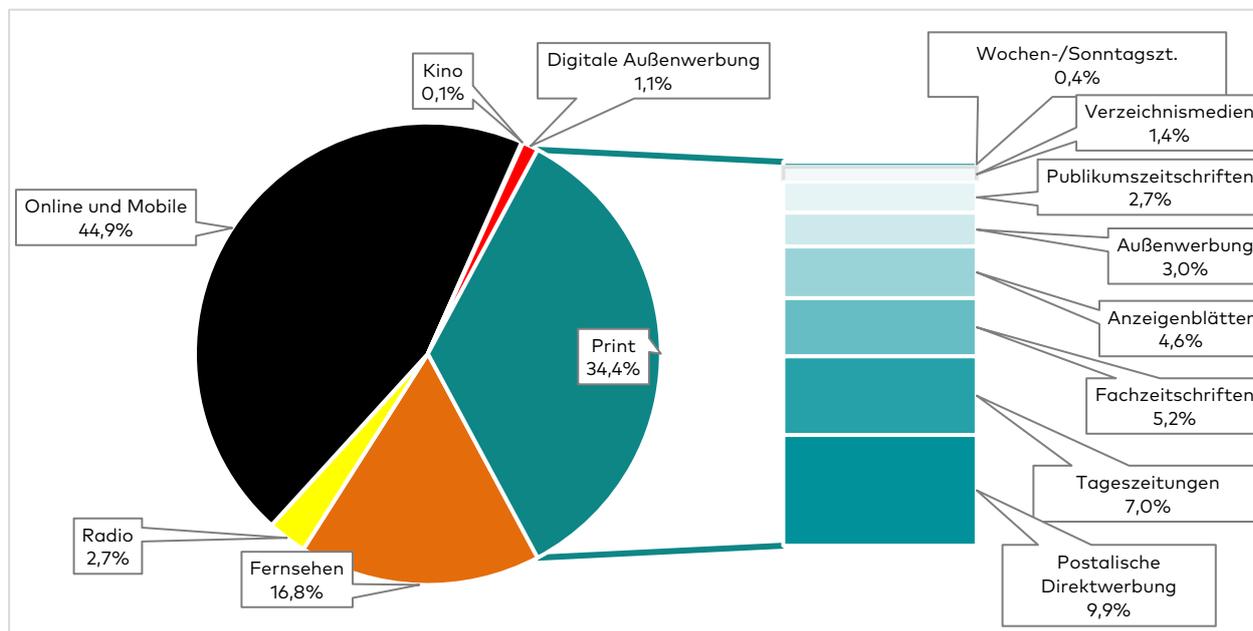
⁹ Die Berechnung der Bruttowerbeausgaben erfolgt auf Grundlage der ausgewiesenen Bruttowerbepreise und ist somit nicht um die Steuern, gewährten Kundenrabatte, Mittlerprovisionen, Agenturvergütungen oder ähnliche Faktoren bereinigt.

Für den weiteren Verlauf des Jahres gibt es für die Werbepost sowohl positive als auch negative Voraussetzungen. So bestätigte das Bundesjustizministerium, dass das kontrovers diskutierte Opt-in System laut dem derzeitigen Stand keine Anwendung finden wird. Ein positiver Nebeneffekt der hohen Inflation, insbesondere bei Lebensmitteln und anderen Gebrauchsgütern ist, dass der Bedarf an Preisinformationen für Endverbraucher zunehmend an Bedeutung gewinnt und somit auch die Nachfrage nach Informationsmedien steigt. Allerdings ist auch hier ein steigendes Angebot digitaler Formate zu beobachten. Dabei ist jedoch zu bezweifeln, dass es zu einer endgültigen Verdrängung von Printprodukten kommt. Wahrscheinlicher ist, dass sich nach einem gewissen Angleichungsprozess ein zielgruppenorientierter Zweiklang der beiden etablierten Medienformate bildet, um so gewinnbringend die Vorteile beider Formate auszuspielen zu können.

Nettowerbeeinnahmen 2021: Anteil der Internetwerbung an Nettowerbeeinnahmen steigt zulasten von Print

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.

Grafik 5: Nettowerbeeinnahmen 2021



Quelle: Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft (ZAW); Berechnungen und Darstellung: bvdM

Der Nettowerbestatistik des ZAW ist zu entnehmen, dass die Printeinnahmen im vergangenen Jahr um 0,8 Prozent gewachsen sind. Hierbei ging ein überwiegender Anteil dieses Anstiegs auf die positive Entwicklung der Nettowerbeeinnahmen der Werbeträger Tageszeitungen¹⁰

¹⁰ 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.

(+6,4 Prozent gegenüber 2020), Außenwerbung (+3,0 Prozent gegenüber 2020), Anzeigenblätter (+1,1 Prozent), Wochen-/Sonntagszeitungen (+3,4 Prozent) und postalische Direktwerbung (-10,2 Prozent gegenüber 2019) zurück. Dabei machte der Werbeträger Tageszeitungen (rund 73 Prozent) wertmäßig den größten Anteil des Anstiegs aus. Auf der negativen Seite standen die Rückgänge bei Publikumszeitschriften (-1,4 Prozent), Postalischer Direktwerbung (-0,6 Prozent), Fachzeitschriften (-0,5 Prozent) und Verzeichnismedien (-12,3 Prozent).

Auch insgesamt profitierten die Nettowerbeeinnahmen von den coronabedingten konjunkturellen Nachholeffekten, die nach Ende des Lockdowns die gesamte Wirtschaft erfassten. Die in Zeiten des Stillstands des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Lebens heruntergefahrenen Werbebudgets der Unternehmen wurden im Laufe des Jahres wieder zunehmend aufgestockt. So wuchsen die Nettowerbeeinnahmen im Jahr 2021 insgesamt um 8,8 Prozent. Den größten Zuwachs gab es in der Sparte Online und Mobile (+16,4 Prozent), die damit mittlerweile 44,9 Prozent der Gesamteinnahmen repräsentiert. Durch das mit 0,8 Prozent geringere Wachstum, sank der Anteil von Print an den Gesamteinnahmen um 2,7 Prozentpunkte ab und bildet mit 34,4 Prozent den zweitwichtigsten Posten bei den Nettowerbeeinnahmen (vgl. Grafik 5).

Als Grund für den geringeren Zuwachs kann u. a. die schon seit einigen Jahren beobachtete Abwanderungsbewegung in digitale Formate betrachtet werden. Dies zeigt sich darin, dass die Auflagenzahlen der relevanten Printmedien weiter rückläufig sind. Dieser Trend wurde insbesondere durch die Corona Pandemie verstärkt, da durch die verstärkte Nutzung des Internets Aufträge abwanderten und Werbegelder dorthin umgelenkt wurden. In Zeiten von gestiegenen Verkaufspreisen und Lieferengpässen bei der Produkterstellung besteht so die Gefahr, dass kurzfristig abgewanderte Aufträge auch langfristig in digitalen Formaten bleiben.

Nichtsdestotrotz bleibt die Relevanz von Print für den Werbemarkt sehr hoch. Für die Wirkung und den Erfolg einer Werbestrategie ist eine Kombination aus hoher Reichweite, Aufmerksamkeit und Glaubwürdigkeit erforderlich. Printwerbung deckt einen großen Teil dieser Anforderungen ab. Auch wenn Printaufträge weiter abwandern, so wird sich eine ausgewogene Werbestrategie zielgruppenorientiert beider bzw. mehrerer Medienformate bedienen. Damit ist und bleibt Print ein essenzieller Bestandteil des Werbemixes eines jeden Unternehmens.

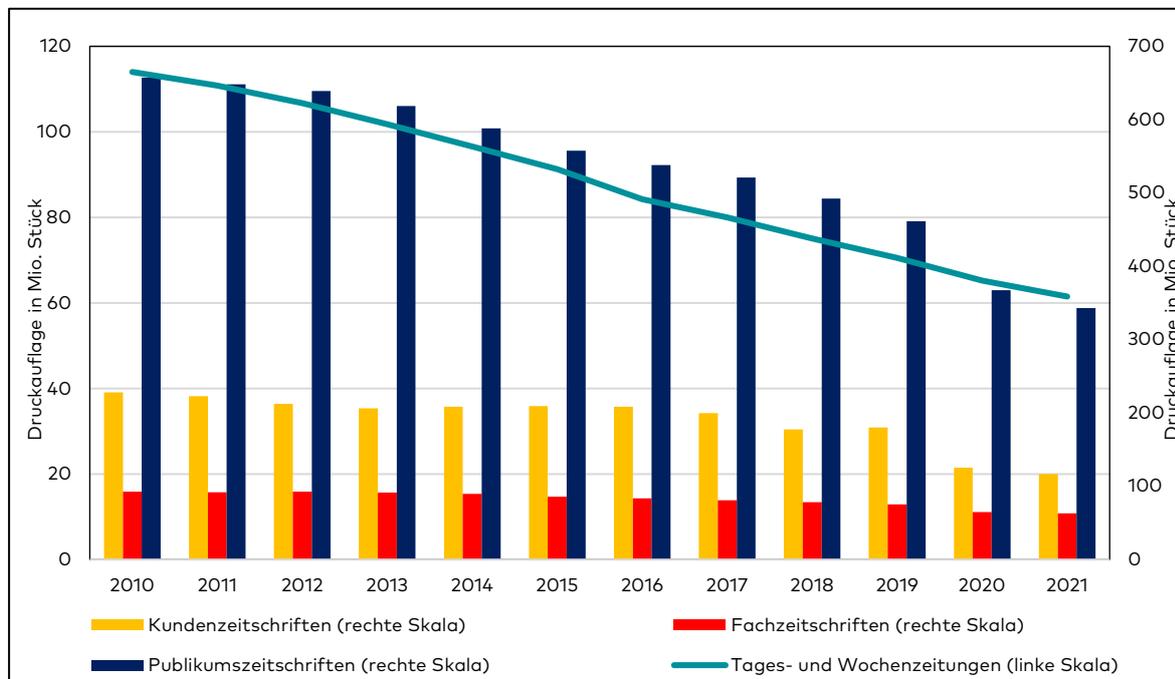
Verlagswesen und Einzelhandel: Druckauflage von Zeitungen und Zeitschriften sinken; Online- und Versandhandel wächst weiter

Der quartalsweise veröffentlichten Auflagenstatistik der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) zufolge sind die Druckauflagen von Zeitungen und Zeitschriften im Jahr 2021 um -6,2 Prozent gefallen. Die Printmedien, die hiervon am stärksten betroffen waren, sind die Kundenzeitschriften und Wochenzeitungen, dicht gefolgt von Publikumszeitschriften. Die gedruckten Auflagen, sowohl von Kundenzeitschriften als auch von Wochenzeitungen verzeichneten im Vorjahresvergleich einen Rückgang von -6,8 Prozent, während die vergleichsweise auflagenstarken Publikumszeitschriften um -6,6 Prozent zurückgingen. Den geringsten Rückgang verzeichneten Fachzeitschriften. Diese gingen gegenüber 2020 um etwa -2,6 Prozent zurück. Die Tageszeitungen gingen um -5,6 Prozent im Vorjahresvergleich zurück (siehe Grafik 6).

Trotz dieser Rückgänge genießt Print auch weiterhin eine hohe Relevanz. Seriosität und Richtigkeit von tagesaktuellen Nachrichten hat gerade in Krisenzeiten eine große Bedeutung für die Bevölkerung. Die Ergebnisse einer im zweiten Quartal 2021 vom Institut der Deutschen Wirtschaft veröffentlichten Studie, Selektiver Medienkonsum und sozioökonomisches Unwissen,

demonstrieren u. a., dass insbesondere Leser von überregionalen Zeitungen seltener zu Fehleinschätzungen hinsichtlich von sozioökonomischen und (tagesaktuellen) politischen Tatsachen neigen. Auch Zeitschriften werden weiterhin nachgefragt. Laut dem Medienverband der freien Presse lesen rund 89 Prozent aller Deutschen ab 14 Jahre regelmäßig Zeitschriften.

Grafik 6: Entwicklung der Druckauflagen von Zeitschriften und Zeitungen 2010 bis 2021



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

Nach den coronabedingten Einsparungen und den Rückgängen der Auflagen während der Coronakrise, die sich noch deutlich bis zum Ende des ersten Quartals 2021 erstreckte, führten besonders die kostenseitigen Belastungen zu weiteren Rückgängen bei den Print-Auflagen. Laut den Ergebnissen der jüngsten BDZV/Schickler-Trendumfrage¹¹ sehen Unternehmen die größten Risiken in den steigenden Kosten, in der Zustellung, der Verschärfung der Auftragslage und in einem weiteren Rückgang des Werbemarktes. Während das Print-Werbeanzeigen-geschäft nach seinem coronabedingten Einbruch 2021 vergleichsweise konstant blieb, trieben die steigenden Preise für Papier sowie eine Zunahme der Kosten für Energie und Zustellung die Kosten für Printmedien in die Höhe. Dies zeigt, dass die Print-Anteile besonders von den Preisanstiegen des letzten Jahres unter Druck gesetzt wurden und damit die Gefahr einer weiteren Verlagerung in die Bereiche Paid-Content und E-Paper birgt. Diese dürften aufgrund der geringeren Kosten zusätzlich an Attraktivität gewinnen. Der strukturelle Wandlungsprozess in den Verlagsmedien setzt sich somit weiter fort. Allerdings ist und bleibt Print der wichtigste Bestandteil und wird auch in Zukunft nicht wegzudenken sein.

Auch wenn die Coronakrise im vergangenen Jahr noch im ersten Quartal sichtbare Spuren auf dem Buchmarkt im stationären Einzelhandel hinterließ, konnte der Buchmarkt 2021 insgesamt, laut dem Branchen-Monitor-Buch¹² des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels einen

11 Februar 2022

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

Umsatzzuwachs von +3,2 Prozent vermelden. Sowohl die gemeldeten Absätze als auch die durchschnittlichen Absatzpreise stiegen um 1,6 Prozent. So konnten nicht nur die Rückgänge des Coronajahres 2020 ausgeglichen werden, sondern auch im Vergleich zu dem Vorcoronajahr 2019 insgesamt ein leichtes Umsatzplus von 0,9 Prozent erzielt werden. Da allerdings die Absatzzahlen 3,8 Prozent geringer sind als noch im Jahr 2019, wurden die gestiegenen Umsätze jedoch durch die gestiegenen Preise generiert. Bei den Editionsformen zeichnet sich ein zwiespaltiges Bild ab. Während der Umsatz im Jahr 2021 mit einem Zuwachs bei Hardcover/Softcover und Kalendern mit 5,3 Prozent und 4,0 Prozent gut ausfiel, gingen die Umsätze bei Taschenbüchern (-1,8 Prozent) und Karten/Globen (-9,2 Prozent) zurück. Die stärksten Umsatzeinbußen verzeichneten Hörbücher/Audiobooks mit -3,8 Prozent. Damit konnten lediglich Hardcover/Softcover ihre Vorcoronawerte (+5,1 Prozent) überschreiten.

Tabelle 3: Indikatoren der nachgelagerten Branchen für das Jahr 2021

| Indikator | absolut | ggü. Vj. in % |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------------|
| Bruttowerbeausgaben¹ | | |
| – Insgesamt | 38,0 Mrd. Euro | +6,6 |
| – Print (gedruckte Werbeträger) | 12,4 Mrd. Euro | -0,1 |
| Nettowerbeeinnahmen² | | |
| – Insgesamt | 25,9 Mrd. Euro | +8,8 |
| – Print (gedruckte Werbeträger) | 8,9 Mrd. Euro | +0,8 |
| Verlagswesen | | |
| – Druckauflage Zeitungen und Zeitschriften ³ | 584 Mio. Stück | -6,2 |
| Davon: Publikumszeitschriften ³ | 343 Mio. Stück | -6,6 |
| Fachzeitschriften ³ | 63 Mio. Stück | -2,6 |
| Kundenzeitschriften ³ | 117 Mio. Stück | -6,8 |
| Tages- und Wochenzeitungen ³ | 62 Mio. Stück | -5,7 |
| – Umsatz Buchhandel ⁴ | 9,60 Mrd. Euro* | +3,2 |
| – Umsatzindex insgesamt (saison- und kalenderbereinigt) Ø ⁵ | 101,3 | 5,5 |
| Einzelhandel (saison- und kalenderbereinigte nominale Umsatzindizes)⁵ | | |
| – Einzelhandel insgesamt (ohne Kraftfahrzeuge) Ø | 124,0 | +3,1 |
| – Versand- und Interneteinzelhandel Ø | 200,5 | +12,2 |
| – Bücher Ø | 82,6 | -3,4 |
| – Zeitungen und Zeitschriften Ø | 89,2 | +0,5 |
| Export von Druck- und Verlagserzeugnissen⁵ | | |
| – Menge | 809 Tsd. t | +3,0 |
| – Wert | 4,20 Mrd. Euro | 10,2 |

*Bemerkung: Für die Indizes gilt 2015 = 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; Datenstand: Mai 2021; Berechnungen: bvdM*

Der vom Statistischen Bundesamt veröffentlichte nominale Einzelhandelsumsatz mit Büchern fiel 2021 gegenüber 2020 jedoch um saison- und kalenderbereinigt -3,4 Prozent. Dies resultiert vor allem daraus, dass der angeführte Index sich auf den Umsatz des klassischen Einzelhandels in Verkaufsräumen beschränkt. Dieser litt besonders unter den pandemiebedingten Einschränkungen im ersten Quartal des Jahres 2021, während andere Vertriebswege, wie der Online- und Versandhandel deutlich bessere Werte vorweisen konnten. Der saison- und kalenderbereinigte nominale Umsatzindex des Verlagswesens erholte sich nach anfänglichen coronabedingten Einbußen im ersten Quartal 2021 und stieg im Jahresdurchschnitt 5,5 Prozent im Vergleich zu 2020.

Im gleichen Zeitraum verzeichnete der Versand- und Interneteinzelhandel nach den Rekordumsätzen des Jahres 2020 erneut hohe Wachstumsraten (+12,2 Prozent gegenüber 2020). Hierbei fiel das Umsatzwachstum insbesondere im vom Lockdown gekennzeichneten ersten Quartal 2021 (+40 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum) besonders hoch aus. Mit Fortschreiten des Jahres sanken die Wachstumsraten jedoch und so war der Umsatz im Internet- und Versandhandel im 4. Quartal 2021 mit -1,0 Prozent im Vorjahresvergleich sogar leicht rückläufig. Hierbei demonstriert die Entwicklung im Online- und Versandeinzelhandel die bereits im Jahr 2020 beobachtete Zweiteilung des als Abnehmers von Druckerzeugnissen so wichtigen Einzelhandels. Insgesamt profitierte der Einzelhandel von dem Abflauen der Coronakrise und konnte seinen Umsatz 2021 um rund 3,1 Prozent steigern (siehe Tabelle 3).

Angesichts der neuerlichen Belastungen setzte sich auch **im ersten Quartal 2022** der Aufschwund bei den oben genannten Printmedien weiter fort. Während die Druckauflagen von Fachzeitschriften um -4,5 Prozent sanken, fielen die Auflagen von Publikumszeitschriften und Tageszeitungen um rund -6 Prozent gegenüber den Vorjahreswerten. Das Minus bei Kundenzeitschriften (rund -3 Prozent) fiel am geringsten aus. Zwar ist auch der Buchmarkt von den beschriebenen kostenseitigen Belastungen betroffen. Allerdings zeigt der Branchen-Monitor des Börsenvereins, dass im ersten Quartal der Absatz von Büchern um 1,7 Prozent über dem Vorjahreswert lag. Die Preise waren mit -1,1 Prozent leicht rückläufig. Dennoch konnte ein leichtes Umsatzplus von 0,6 Prozent im Vorjahresvergleich verzeichnet werden.

Entwicklung der Exporte von Druck- und Verlagserzeugnissen: Exporte erholen sich, Ausfuhren nach Großbritannien sinken weiter

Die deutsche Druck- und Medienwirtschaft exportierte 2021 Druck- und Verlagserzeugnisse im Wert von 4,2 Mrd. Euro und somit durchschnittlich 10,2 Prozent mehr als 2020. Unter den zehn wichtigsten Exportzielländern verzeichneten die Länder Polen (rund +31 Prozent), Frankreich (rund +19 Prozent), Italien (rund +14 Prozent) und Österreich (rund +13 Prozent) die stärksten Zuwächse (vgl. Tabelle 14). Die Tschechische Republik als auch die Niederlande verzeichneten einen leichten Rückgang von rund 4 Prozent. Die Exporte nach Großbritannien sind weiter rückläufig und stellen 2021 mit rund -18 Prozent den stärksten Abfall von Exporten dar (vgl. Tabelle 14).

Der allgemeine Anstieg der Exporte erklärt sich durch die konjunkturelle Erholungsbewegung im Nachgang des Wegfallens pandemiebedingter Beschränkungen in ganz Europa. Dabei ist zu beachten, dass sowohl der Zeitpunkt des Wegfalls der Einschränkungen des wirtschaftlichen und öffentlichen Lebens als auch die konjunkturellen Nachholeffekte in unterschiedlichen Ländern variieren. Dadurch sind für das Jahr 2021 Aussagen über langfristig gesteigerte Nachfragen der Exportländer nur bedingt zu treffen.

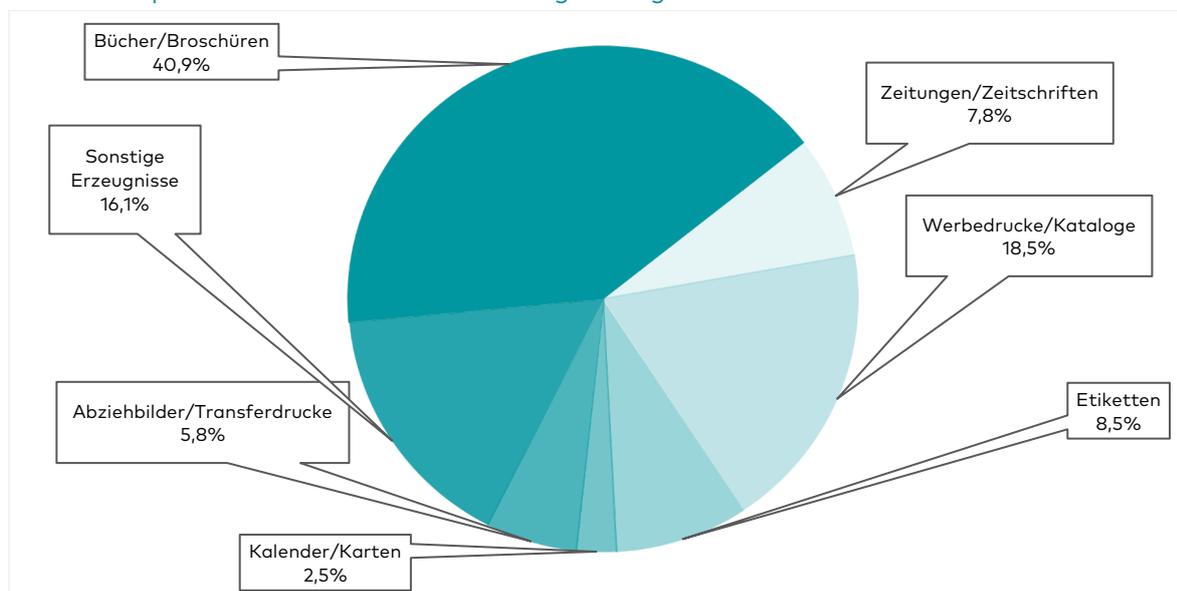
Der Rückgang der Exporte nach Großbritannien ist neben dem Wirken der Coronakrise bis in das Jahr 2021 vor allem auf brexitbedingte Anpassungen von Druckunternehmen zurückzuführen. Die zwischen der EU und Großbritannien ausgehandelte Austrittsübergangsphase endete Ende des Jahres 2020. Daher wird im Jahr 2021 das volle Ausmaß des Brexits für die Exporte der deutschen Druck- und Medienwirtschaft nach Großbritannien auch jenseits der Coronakrise deutlich.

Besonders profitieren von der Zunahme der Exporte konnte die Warengruppe der Sonstigen Druckerzeugnisse (673 Mio. Euro) sowie Abziehbilder/Transferdrucke (243 Mio. Euro) und Karten/Kalender (105 Mio. Euro). Die Sonstigen Druckerzeugnisse verzeichneten mit rund 27 Prozent den stärksten Anstieg bei den Druckerzeugnissen. Abziehbilder/Transferdrucke und

Kalender/Karten stiegen rund 21 Prozent bzw. rund 14 Prozent an. Bei Selbstklebenden und anderen bedruckten Etiketten (355 Mio. Euro) fiel der Anstieg mit rund 7 Prozent zwar etwas geringer aber dennoch deutlich positiv aus. Der größte Posten innerhalb der Druckerzeugnisse Werbedrucke/Kataloge (775 Mio. Euro) verzeichnete mit rund 1 Prozent einen vergleichsweise geringen Exportzuwachs. So betrug die Summe der exportierten Druckerzeugnisse 2021 rund 2,15 Mrd. Euro. Dies entspricht einem Wachstum von 11,7 Prozent im Vergleich zum Jahr 2020 (vgl. Tabelle 13/Grafik 7).

Der Export für Verlagserzeugnisse (2,04 Mrd. Euro) stieg 2021 um 8,7 Prozent. Hier konnten besonders Bücher/Broschüren (1,7 Mrd. Euro) mit einem Wachstum von rund 10 Prozent einen Anstieg der Exporte verzeichnen. Zeitungen/Zeitschriften (328 Mio. Euro) lagen mit einem Plus von rund 5 Prozent etwas unter dem durchschnittlichen Wachstum zurück (vgl. Tabelle 13).

Grafik 7: Exportanteile von Druck- und Verlagserzeugnissen im Jahr 2021



Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen und Darstellung: bvdM

II Konjunkturelle Lage der Druck- und Medienindustrie

1 Umsatzentwicklung und Entwicklung weiterer wichtiger Konjunkturindikatoren

Anhand der Monatsberichte des Statistischen Bundesamtes, welche für die Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten zeitnah veröffentlicht werden, ist es möglich, die Umsatzentwicklung der Druck- und Medienbranche frühzeitig nachzuvollziehen.¹³ Dadurch kann man vor der Veröffentlichung der mit einem erheblichen Zeitverzug publizierten Umsatzsteuerstatistik die letztjährige Umsatzentwicklung der Branche nachvollziehen. Zudem enthalten die Monatsberichte weitere wichtige konjunkturelle Kennzahlen – wie die Betriebs- und Beschäftigtenzahl, die Zahl der geleisteten Arbeitsstunden und die Bruttolohn- und -gehaltssumme – auf deren Grundlage der bvdM Indizes berechnet, die die Vergleichbarkeit der Entwicklung weiterer branchenrelevanter Kennzahlen gewährleisten.

Umsatzentwicklung der Druck- und Medienindustrie: leichter Umsatzrückgang 2021

2021 meldeten die 478 Betriebe (-10,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr) der Druck- und Medienindustrie einen kumulierten Umsatz von rund 9,46 Mrd. Euro. Im Vergleich zum Coronajahr 2020 ging der nominale Umsatz der Betriebe mit mindestens 50 Mitarbeitern um 2,1 Prozent zurück. Dies stellt nach dem größten Rückgang der Zeitreihe im Jahr 2020 einen Ansatz von Normalisierung dar. Der Rückgang der Umsatzwerte befindet sich in etwa auf dem Niveau der Umsatzrückgänge der Jahre 2019/2018 (vgl. Grafik 8).

Der verglichen mit dem Beschäftigungsrückgang in Höhe von 9,2 Prozent wesentlich schwächere Umsatzeinbruch führte im Gegensatz zum Jahr 2020 zu einer Zunahme der jährlichen Umsatzproduktivität. Der kumulierte nominale Umsatz je Beschäftigten stieg 2021 um 7,8 Prozent (Vorjahr: -8,5) gegenüber 2020 auf 158.759 Euro pro Mitarbeiter und Jahr. Somit gibt es seit dem Jahr 2015 erstmals wieder eine Steigerung der jährlichen Umsatzproduktivität im Jahr 2021. Auch auf stündlicher Basis stieg die Umsatzproduktivität und lag im Durchschnitt bei 108,21 Euro pro Stunde, was einem Zuwachs von 5,2 Prozent gegenüber dem Vorjahresniveau entspricht.

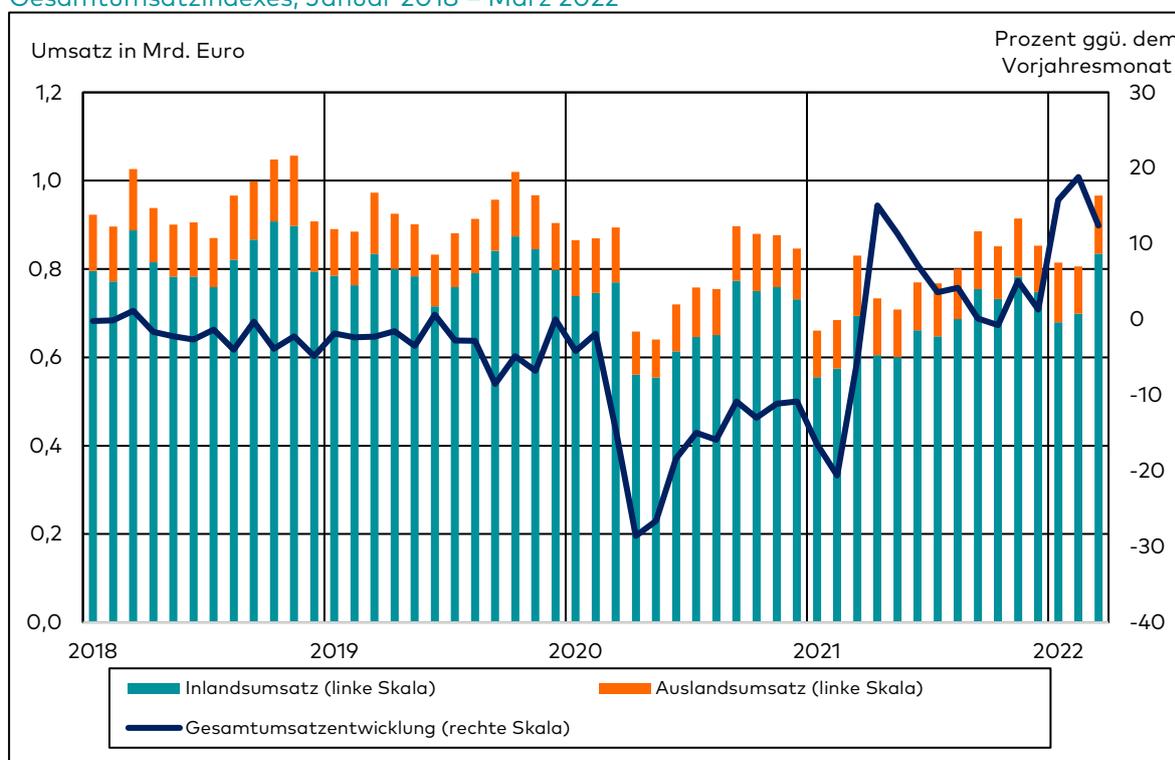
Die direkten Auswirkungen der Coronakrise zeigten sich noch bis in den März 2021 bei den vom Statistischen Bundesamt berechneten kalender- und saisonbereinigten nominalen und realen Umsatzindizes. Während der nominale Umsatzindex im Vorjahresvergleich leicht um durchschnittlich 0,5 Prozent sank, blieb der reale bzw. preisbereinigte Umsatzindex mit einer durchschnittlichen Veränderung von -0,1 Prozent nahezu unverändert. Damit ging der im Vorjahr beobachtete nominale Umsatzrückgang von durchschnittlich 14,2 Prozent deutlich zurück.

Im ersten Quartal 2021 sank der nominale Umsatzindex noch durchschnittlich um 14,2 Prozent im Vorjahresvergleich. Der stärkste nominale Umsatzrückgang im Vorjahresvergleich konnte im Jahr 2021 im Februar mit -20,6 Prozent beobachtet werden. Dieser reichte jedoch nicht an die Tiefstwerte vom April (-28,6 Prozent) und März (-26,6 Prozent) des Jahres 2020 heran. Somit wirkten sich die coronabedingten Auswirkungen der Einschränkungen im ersten Quartal zwar

¹³ Hierbei entspricht der kumulierte Umsatz der Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten im langjährigen Durchschnitt einem Anteil von rund 56 Prozent am Gesamtumsatz der Druck- und Medienindustrie.

gravierend aber etwas schwächer als bei den coronainduzierten Einschränkungen im Jahr 2020 aus. Mit den Lockerungen der infektionspolitischen Einschränkungsmaßnahmen ab April setzte spürbar eine Erholungsbewegung ein. Der nominale Umsatzindex stieg im April um 15,1 Prozent im Vorjahresvergleich an und notierte bis Ende Juni (+7,16 Prozent) deutlich über seinen Vorjahreswerten. Ab Juli setzten durch die coronabedingten Nachholeffekte angetriebenen und durch logistische Engpässe u. a. in China weiter verschärften Lieferengpässe der Branchenerholung deutlich zu. Eine stetige Zunahme der Preise für Energie und andere relevante Vorleistungsgüter, wie grafisches Papier, schwächten die Branchenerholung merklich ab. Da dessen Auswirkungen mit Fortschreiten des Jahres sukzessive an Stärke zunahm, reduzierte sich das Wachstum stetig. Im Dezember stiegen sowohl die Papier- als auch die börslichen Energiepreise auf ein neues Allzeithoch. Dennoch blieb der Umsatzindex im zweiten Halbjahr 2021, bis auf einen leichten Rücksetzer im Oktober (-0,75 Prozent) durchschnittlich 2,3 Prozent über den Vorjahreswerten.

Grafik 8: Entwicklung des nominalen Inlands- und Auslandsumsatzes sowie des nominalen Gesamtumsatzindexes, Januar 2018 – März 2022



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

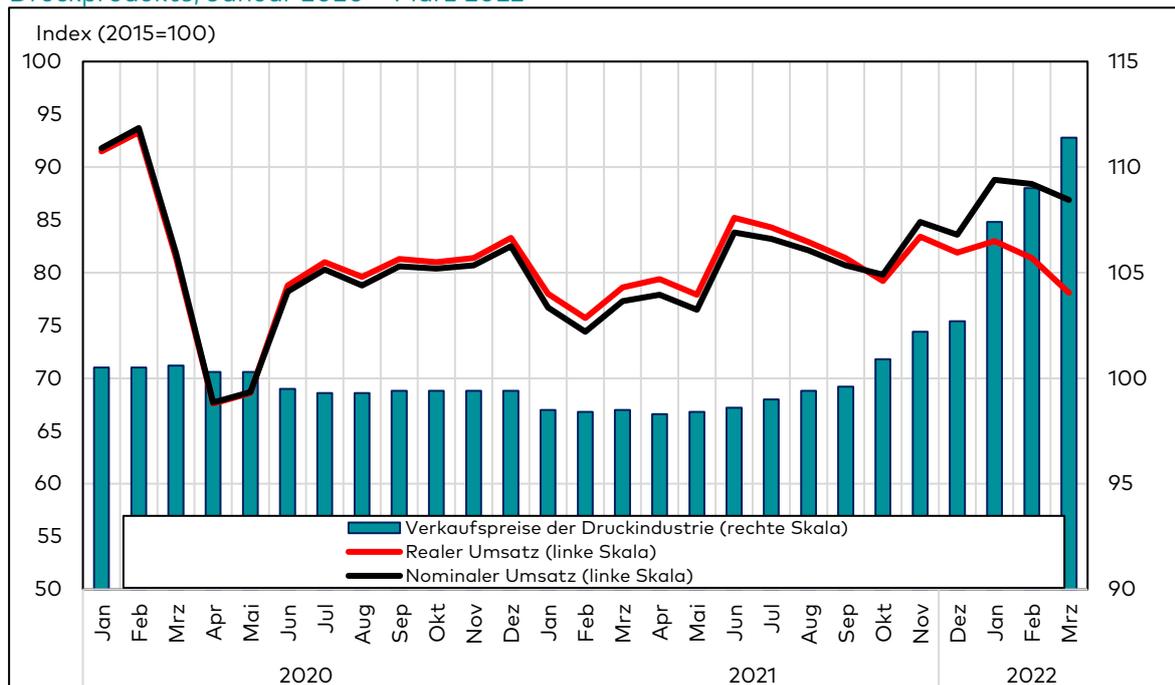
Im ersten Quartal 2022 bewegte sich der Umsatzindex mit +15,7 Prozent deutlich über den Werten des Vorjahresquartals (in Spitze bis zu +18,7 Prozent im Februar 2022). Angesichts der vergleichsweise deutlichen Erholungsbewegung im März 2021 verkleinerte sich das Wachstum zum Vorjahresmonat im März 2022 auf +12,4 Prozent (siehe Grafik 6). Während der absolute monatliche Umsatz im Vormonatsvergleich im Januar um 4,5 Prozent und im Februar um 1,0 Prozent sank, stieg er im März um rund 20,0 Prozent an.

Ähnlich wie der Gesamtumsatz entwickelte sich der Inlandsumsatz, der aufgrund der 2021 auf 15,0 Prozent gestiegenen aber nach wie vor niedrigen Exportquote der Druck- und Medienindustrie wesentlich relevantere Umsatzkennzahlen darstellt (siehe Tabelle 1).

Der entsprechende inländische nominale Umsatz sank 2021 im Mittel -3,0 Prozent ab, lag im ersten Quartal 2022 jedoch im Mittel 21,5 Prozent über den entsprechenden Vorjahreswerten. Zwar entwickelte sich der Auslandumsatz nach den Rückläufen im ersten Quartal 2021 überwiegend positiv und notierte im Jahresmittel rund 4,9 Prozent über den Vorjahreswerten aus 2020, jedoch reichte dies nicht aus, um den leichten Rückgang des Inlandsumsatzes zu kompensieren. Auf das Gesamtjahr gesehen waren vor allem die coronabedingten Auswirkungen im ersten Quartal des Jahres 2021 relevant. Dies wirkte sich negativ sowohl auf den Inlands- (im Mittel -19,2 Prozent zum Vorjahresquartal) als auch den Auslandumsatz (im Mittel -5,9 Prozent zum Vorjahresquartal) aus.

Durch die besonders im ersten Quartal 2022 gestiegenen Verkaufspreise für Druckereileistungen, (vgl. Grafik 9) ist der reale Umsatzindex relevanter als in den vergangenen Jahren. Dieser ist durch die Erzeugerpreise deflationiert und vermindert somit eine mögliche preisbedingte Verzerrung im Vorjahresvergleich. Im ersten Quartal 2022 notierte der reale Umsatzindex im Mittel um 4,4 Prozent über dem entsprechenden Vorjahreswert. Der Unterschied, im Vergleich zu den Werten des nominalen Indexes, lässt darauf schließen, dass zwar eine reale Erhöhung des Umsatzes stattfand, jedoch ein Teil der nominalen Erhöhung auf gestiegene Verkaufspreise für Druckereileistungen zurückzuführen sind und nicht auf eine hohe Zunahme der Produktion.

Grafik 9: Entwicklung des nominalen und realen Umsatzindizes sowie der Verkaufspreise für Druckprodukte, Januar 2020 – März 2022



Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen: bvdm

Entwicklung des Umsatzes in den einzelnen Drucksparten:

Anhand der destatis-Monatsberichte lassen sich zudem auch Entwicklungen der unterschiedlichen Wirtschaftsklassen der Wirtschaftszweigklassifikation (der sogenannten 4-Steller) nachvollziehen. Bei der Entwicklung der konjunkturellen Indikatoren der vier Sparten der Druck- und Medienbranche finden sich 2021 Unterschiede sowohl bei der Stärke als auch bei der Richtung der Entwicklung. So zeigen die amtlichen Daten, dass die Sparte *Drucken von Zeitungen* deutliche Umsatzrückgänge hinnehmen musste, während die Sparten *Drucken Sonstiger Erzeugnisse* und *Druckweiterverarbeitung* geringere Umsatzrückgänge verbuchten als im Jahr 2020. In der *Druck- und Medienvorstufe* wurde 2021 sogar ein deutliches Umsatzwachstum

erzielt. Bei dem überwiegenden Teil der anderen Konjunkturindikatoren konnte eine einheitlich rückläufige Bewegung, in variierender Intensität, beobachtet werden (vgl. Tabelle 4).

Die Besonderheit des Jahres 2021 bei der Entwicklung der kumulierten Umsätze der Druckindustrie besteht in den unterschiedlichen Phasen der Intensität wirtschaftlicher Aktivitäten. So starteten sämtliche Sparten, bedingt durch die Einschränkungen der pandemischen Lage im ersten Quartal 2021 mit deutlichen Umsatzdefiziten im Vorjahresvergleich (Branchendurchschnitt rund -17 Prozent). Zu beachten ist hier ebenfalls, dass der Vergleich mit den Vorjahreswerten vor den wirtschaftlichen Auswirkungen der Corona Pandemie stattfindet und daher besonders hoch ausfällt. Ebenfalls gilt zu beachten, dass eine längerfristige Reduktion der Beschäftigten unter den Grenzwert des Berichtskreises zu einer Exklusion aus der Statistik führen und somit sowohl die Entwicklung der Umsätze als auch die anderen Konjunkturindikatoren beeinflussen kann. Gleiches gilt für einen Zuwachs an Mitarbeitern über den Schwellenwert. Bei der Bewertung der Gesamtjahresbetrachtung sollte dies entsprechend berücksichtigt werden.

Nachdem die Sparte *Druck- und Medienstufwerk* im vergangenen Jahr, bedingt durch die Coronakrise einen verstärkten Umsatzrückgang (-18,7 Prozent) hinnehmen musste, nahm der nominale Spartenumsatz 2021 mit +7,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr deutlich zu. Bei den übrigen Konjunkturindikatoren wurden zwar weiterhin rückläufige Werte gemessen, jedoch sind diese bedeutend niedriger als im Vorjahr. Die Anzahl der Beschäftigten lag 2,4 Prozent unter dem Niveau des Vorjahres. Die Anzahl der meldepflichtigen Betriebe ging um 2,6 Prozent zurück und die Entgeltsumme sank um 0,8 Prozent. Bei den geleisteten Arbeitsstunden wurde ein Rückgang von 1 Prozent verzeichnet.

Der Umsatz bei der Sparte *Druckweiterverarbeitung* ist auch im Jahr 2021 weiterhin rückläufig, fiel jedoch im Vorjahresvergleich deutlich geringer aus als im Jahr 2020. Mit einem Umsatzrückgang von -8 Prozent notieren die relativen Umsatzrückgänge 2021 rund 1 Prozentpunkt unter den Rückgängen des Jahres 2019 und 11 Prozentpunkte unter den Rückgängen von 2020. Die Zahl der Beschäftigten sank zwar weniger stark ab als im Vorjahr, notierte mit -9,3 Prozent jedoch deutlich im Minus. Die geleisteten Arbeitsstunden als auch die Entgelte nahmen 2021 mit -9,5 Prozent bzw. -10,9 Prozent deutlich ab.

Die Drucksparten, die rund 90 Prozent des in diesem Berichtskreis dargestellten Branchenumsatzes repräsentieren, zeigten Unterschiede in der Umsatzentwicklung 2021. Beide Sparten wurden von den pandemiebedingten Einschränkungen im ersten Quartal 2021 negativ beeinträchtigt. Jedoch konnte sich die Sparte Drucken sonstiger Erzeugnisse von diesen initialen Einbußen etwas erholen, während der Umsatz beim Drucken von Zeitungen weitgehend einbrach.

Der nominale Umsatz der Sparte Drucken von Zeitungen sank 2021 um -17,9 Prozent gegenüber 2020. Damit fiel die Umsatzabnahme 2021 noch stärker aus als 2020. Bei den weiteren konjunkturellen Indikatoren lässt sich ein deutlicher Rückgang feststellen. Die Anzahl der Unternehmen mit mindestens 50 Mitarbeitern ging um 14,0 Prozent zurück und die Beschäftigtenzahl sank 2021 um 8,6 Prozent. Sowohl die Entgelte als auch die geleisteten Arbeitsstunden gingen um 11,2 bzw. 11,3 Prozent zurück und übertrafen damit den Rückgang des Vorjahres.

Tabelle 4: Konjunkturindikatoren und Kennzahlen nach Sparten, 2019–2021

| | Betriebe | Beschäftigte | Geleistete Arbeitsstunden | | Entgelte | | Kumulierter Umsatz (nominal) | |
|--------------------------------------|------------------------------|--------------|---------------------------|---------------|-----------|---------------|------------------------------|---------------|
| | Anzahl im Jahresdurchschnitt | | Tsd. Std. | ggü. Vj. in % | Mio. Euro | ggü. Vj. in % | Mio. Euro | ggü. Vj. in % |
| Drucken von Zeitungen | | | | | | | | |
| 2019 | 39 | 5.217 | 6.829 | -8,2 | 243 | -6,3 | 880 | -8,0 |
| 2020 | 41 | 5.357 | 6.373 | -6,7 | 227 | -6,8 | 776 | -11,9 |
| 2021 | 37 | 4.608 | 5.653 | -11,3 | 202 | -11,2 | 637 | -17,9 |
| Drucken sonstiger Erzeugnisse | | | | | | | | |
| 2019 | 392 | 50.441 | 75.879 | -1,5 | 1.816 | 0,7 | 8.997 | -2,1 |
| 2020 | 392 | 48.633 | 70.626 | -6,9 | 1.726 | -4,9 | 7.933 | -11,8 |
| 2021 | 344 | 44.017 | 65.659 | -7,0 | 1.624 | -5,9 | 7.861 | -0,8 |
| Druck- und Mediovorstufe | | | | | | | | |
| 2019 | 62 | 6.728 | 10.778 | -4,3 | 266 | -2,2 | 688 | -8,9 |
| 2020 | 58 | 6.293 | 9.774 | -9,3 | 246 | -7,7 | 559 | -18,7 |
| 2021 | 56 | 6.140 | 9.681 | -1,0 | 244 | -0,8 | 601 | 7,5 |
| Druckweiterverarbeitung | | | | | | | | |
| 2019 | 51 | 6.243 | 8.780 | -10,9 | 177 | -7,7 | 485 | -9,2 |
| 2020 | 46 | 5.313 | 7.094 | -19,2 | 149 | -16,0 | 392 | -19,1 |
| 2022 | 40 | 4.817 | 6.421 | -9,5 | 133 | -10,9 | 392 | -8,0 |
| Druckindustrie insgesamt | | | | | | | | |
| 2019 | 545 | 68.629 | 102.271 | -3,2 | 2.503 | -2,0 | 11.050 | -3,4 |
| 2020 | 537 | 65.595 | 93.870 | -8,2 | 2.348 | -6,2 | 9.660 | -12,6 |
| 2021 | 478 | 59.583 | 87.414 | -6,9 | 2.202 | -6,2 | 9.459 | -2,1 |

Anmerkungen: Rundungsdifferenzen sind möglich; Berichtskreis: Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten;
Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: Mai 2021; Berechnungen: bvdm

Den geringsten Umsatzrückgang indes erlitt die wirtschaftlich wichtigste Sparte *Drucken sonstiger Erzeugnisse*. Ihr nominaler Umsatz fiel im Vorjahresvergleich um -0,8 Prozent. Damit wird der Rückgang des Vorjahres zwar fortgesetzt, verringert sich jedoch deutlich. Die 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: Dynamische Entwicklung bei den geleisteten Arbeitsstunden und der Bruttolohnsumme

Über das Gesamtjahr 2021 hinweg beschäftigten die 478 Druckbetriebe mit mindestens 50 Mitarbeitern durchschnittlich 59.583 Personen. Somit sank sowohl die Zahl der Beschäftigten als auch die Anzahl der Betriebe um 9,2 bzw. 10,9 Prozent. Zwar ist dies wesentlich höher als der langjährige Trend, jedoch ist ein erheblicher Anteil der Rückgänge vor allem auf die pandemiebedingten Einschränkungen des Jahreswechsels 2020/2021 und des ersten Quartals 2021 zurückzuführen. In den Quartalen 2–4 des Jahres 2021 blieb sowohl die Anzahl der Betriebe mit mindestens 50 Beschäftigten als auch die Anzahl der Beschäftigten vergleichsweise konstant (vgl. Grafik 10).

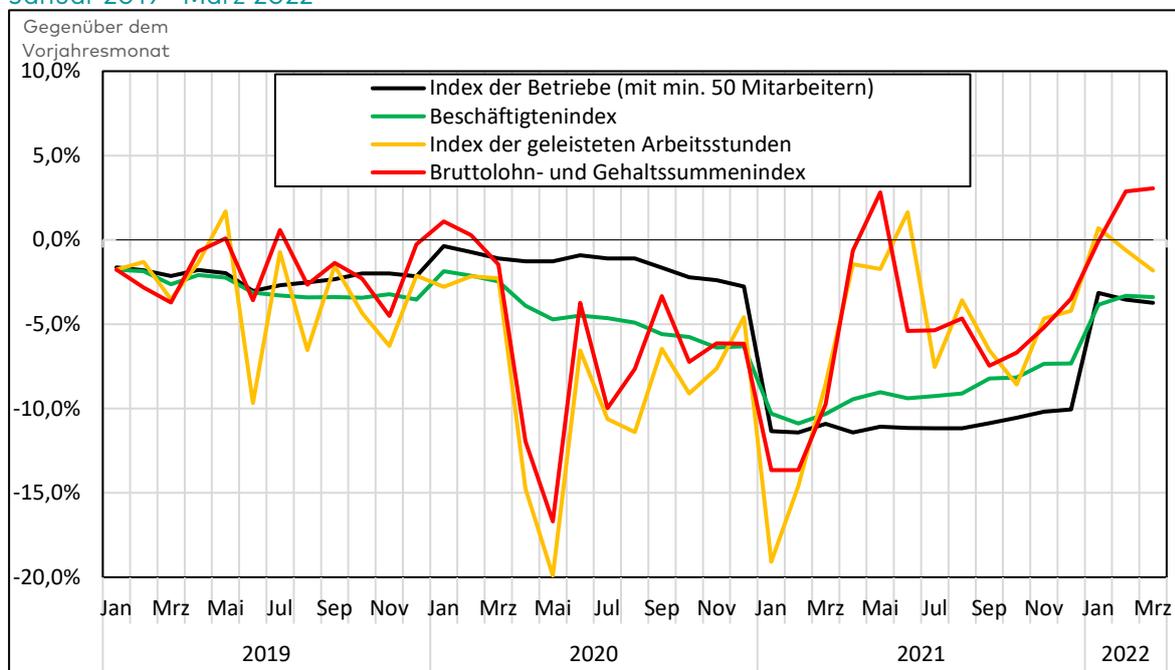
Bei der Interpretation dieser Werte sollte allerdings darauf geachtet werden, dass die Monate Januar und Februar 2021 mit den Monaten vor dem Ausbruch der Krise verglichen werden, sodass der Vorjahresvergleich besonders hoch ausfällt und daher ein statistischer Basiseffekt die Entwicklung verzerrt. Nichtsdestotrotz deutet die Entwicklung im ersten Quartal darauf

hin, dass die Auswirkungen der Krise trotz der bis Ende April 2021 aufrechterhaltenen Insolvenzsonderregelungen und weiterhin fließender staatlicher Wirtschaftshilfen in einem bestimmten Umfang auch den Arbeitsmarkt erreichen.

Um trotz der Auftragslage einen starken Personalabbau zu vermeiden, wurde in den Betrieben erneut vermehrt Kurzarbeit angeordnet. Da das Kurzarbeitergeld allerdings keine vollkommene Lohnkompensation¹⁴ gewährt und zudem auch krisenbedingt insgesamt weniger Arbeitsstunden geleistet wurden, wirkte sich dies entsprechend auf die kumulierte Bruttolohn- und Gehaltssumme aus. Die erneut verstärkte Inanspruchnahme der Kurzarbeit ab Januar 2021 konnte diesmal jedoch nicht verhindern, dass sich die Auswirkungen auf dem Arbeitsmarkt manifestieren, schwächte sie allerdings ab.

Auch der Index der geleisteten Arbeitsstunden sowie der Bruttolohn- und Gehaltssummenindex fielen im Januar deutlich und notierten 19,1 Prozent bzw. 13,7 Prozent unter ihrem Vorjahresniveau. Hier muss ebenfalls berücksichtigt werden, dass der Vergleich mit den Monaten vor der Krise erfolgt. Allerdings gingen ab März 2021, zusammen mit dem Einsetzen der produktionsbezogenen Erholungsentwicklung, die Rückgänge im Vorjahresvergleich sichtlich zurück und bewegten sich im Mai/Juni zeitweise über ihren Vorjahreswerten. Mit Einsetzen der zunehmenden Produktionsbehinderungen durch Lieferengpässe gingen die Indizes im Vorjahresvergleich zurück. Ab Oktober setzte bei dem Bruttolohn- und Gehaltssummenindex eine kontinuierliche Verbesserung ein, sodass die indizierten Werte im ersten Quartal des Jahres 2022 durchschnittlich rund 2 Prozent über denen des Vorjahres lagen. Bei den geleisteten Arbeitsstunden brach die positive Entwicklung im Januar 2022 jedoch ab und war im ersten Quartal 2022 mit durchschnittlich -0,6 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal leicht rückläufig (vgl. Grafik 10).

Grafik 10: Entwicklung weiterer Konjunkturindikatoren der Druck- und Medienindustrie, Januar 2019 – März 2022



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

14 Beschäftigte erhalten in der Regel grundsätzlich 60 Prozent des ausgefallenen Nettoentgelts als Kurzarbeitergeld. Beschäftigte mit mindestens einem Kind erhalten grundsätzlich 67 Prozent des ausgefallenen Nettoentgelts.

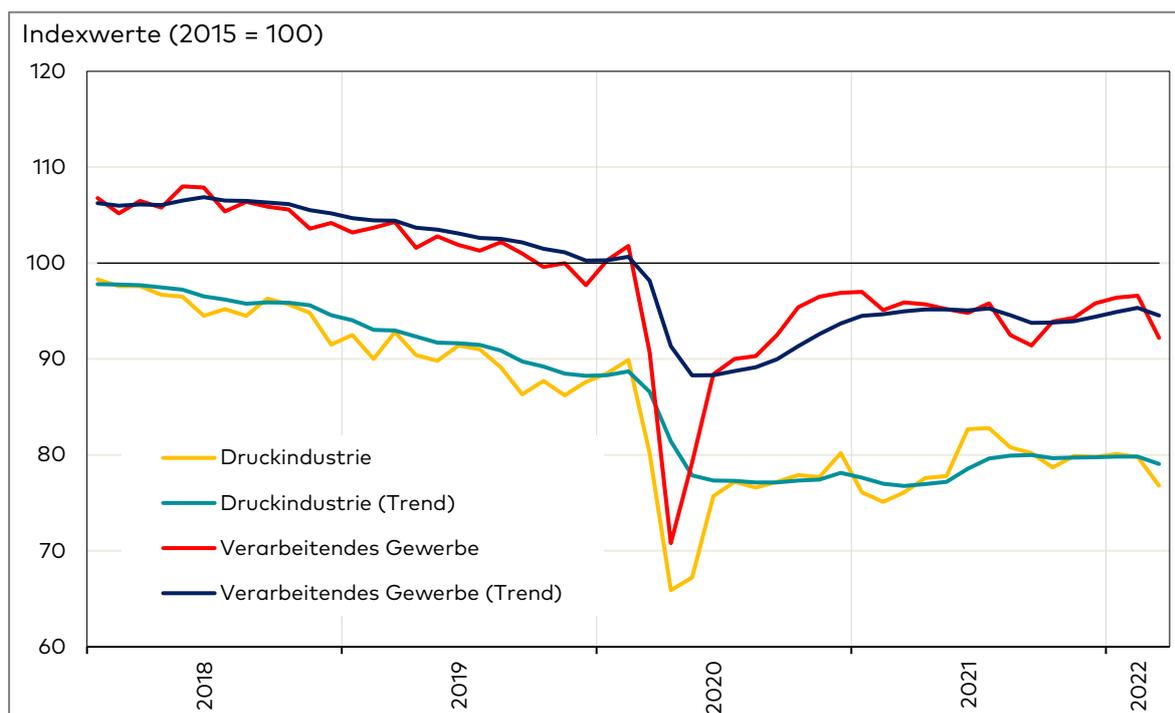
2 Produktionsentwicklung

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 dar, auch wenn er nicht die gesamte Branche abbildet.

Produktionsentwicklung in der Druck- und Medienindustrie: Produktionsdrosselung Anfang des Jahres; Produktionserholung ab März; erneuter Rückgang ab August

Nachdem es im Jahr 2020 aufgrund der Coronakrise zu einem gravierenden Einbruch der Produktion gekommen war, führte das Abflauen der pandemischen Lage im Frühjahr 2021 und die damit verbundene Verbesserung der konjunkturellen Lage zu einem Anstieg des kalender- und saisonbereinigten Produktionsindex der Druck- und Medienbranche im Jahr 2021. Im Jahresdurchschnitt konnte der Produktionsindex um 1,4 Prozent zulegen. Damit liegt er im Mittel jedoch rund 24 Prozent unter seinem langjährigen Durchschnittswert (vgl. Grafik 11).

Grafik 11: Trend der Produktionsindizes, Vergleich zum Verarbeitenden Gewerbe, Januar 2017 – März 2022



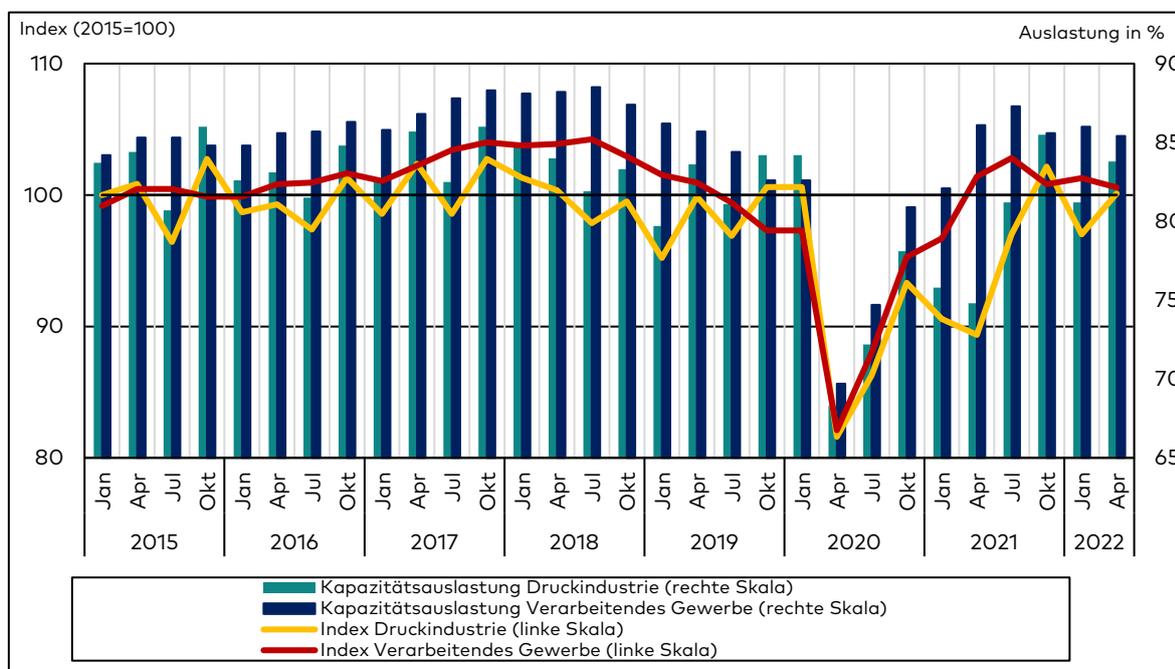
Bemerkungen: Die Werte sind kalender- und saisonbereinigt, für Ursprungsindizes gilt 2015 = 100, Trendbestimmung erfolgte mit Hilfe des exponentiell gewichteten gleitenden Durchschnitts (Glättungsparameter $\alpha = 0,25$).
 Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten; Quelle: Statistisches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

Das Jahr 2021 wurde von mehreren Phasen mit unterschiedlichen Dynamiken geprägt. Zu Beginn des Jahres 2021 war der saison- und kalenderbereinigte Produktionsindex noch größtenteils rückläufig. Die erste Phase wurde durch Produktionseinbußen bestimmt. Im Januar verlor der Index 5,1 Prozent und im Februar 1,3 Prozent im Vormonatsvergleich. Dies ist hauptsächlich auf die Einschränkungen des zweiten harten Coronalockdowns zurückzuführen. Die Zunahme der Dynamik der Infektionslage und der Ausbruch der dritten Coronawelle über den Jahreswechsel verhinderten eine nachhaltige und schnelle Besserung der Auftragslage. Insgesamt fielen die Auswirkungen jedoch deutlich geringer aus, als noch während des ersten Lockdowns.

Das lag u. a. daran, dass sich Wirtschaft und Gesellschaft, nach den Erfahrungen des ersten Lockdowns, besser auf die Lage einstellen konnten und die Produktion nicht vollständig eingestellt werden musste.

Die zweite Phase ist geprägt von der konjunkturellen Erholung der Branche und der Gesamtwirtschaft. Diese reicht etwa von März bis in den Juni/Juli. Die Produktionswerte beginnen ab März zu steigen, um im Juni ihren größten Produktionszuwachs im Vormonatsvergleich (+6,3 Prozent) zu verzeichnen. Im Mittel liegen die Produktionswerte damit rund 9 Prozent über den entsprechenden Werten des Vorjahres. Trotz des anhaltenden Lockdowns und der dritten Coronawelle begannen die coronabedingten Nachholeffekte schon ab März 2021. Die Lockerungen der Einschränkungsmaßnahmen ab Mai 2021 ließen die Anzahl der Neuaufträge und den Auftragsbestand schließlich deutlich steigen. Die Kapazitätsauslastung stieg sichtlich an und notierte im Juli deutlich über den Werten des Vorjahres. Der vom bvdm auf Basis der IFO-Konjunkturumfrage entwickelte Index der Kapazitätsauslastung notierte 12,5 Prozent über dem Stand von Juli 2020 (vgl. Grafik 11/12).

Grafik 12 Entwicklung der Kapazitätsauslastung (Januar 2015 – April 2022)



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

Ab Juli 2021 (+0,1 Prozent im Vormonatsvergleich) begannen die Produktionswerte zu stagnieren, um ab August (-2,4 Prozent im Vormonatsvergleich) wieder zu sinken. Damit war die Phase der konjunkturellen Erholung in der Druck- und Medienindustrie beendet. Bis zum Ende des Jahres 2021 gingen die Produktionswerte im Vormonatsvergleich, mit Ausnahme des Novembers, zurück. Insgesamt lagen die Werte in diesem Zeitraum jedoch durchschnittlich 3,3 Prozent über den entsprechenden Werten des Jahres 2020 (vgl. Grafik 11).

Die Rückgänge sind zu einem erheblichen Anteil auf die aufkommenden logistischen Probleme und Lieferengpässe zurückzuführen. Ab Juli 2021 begannen die Lieferengpässe, vor allem bei grafischen Papieren, den Druckunternehmen sichtlich zuzusetzen. Infolgedessen sank die

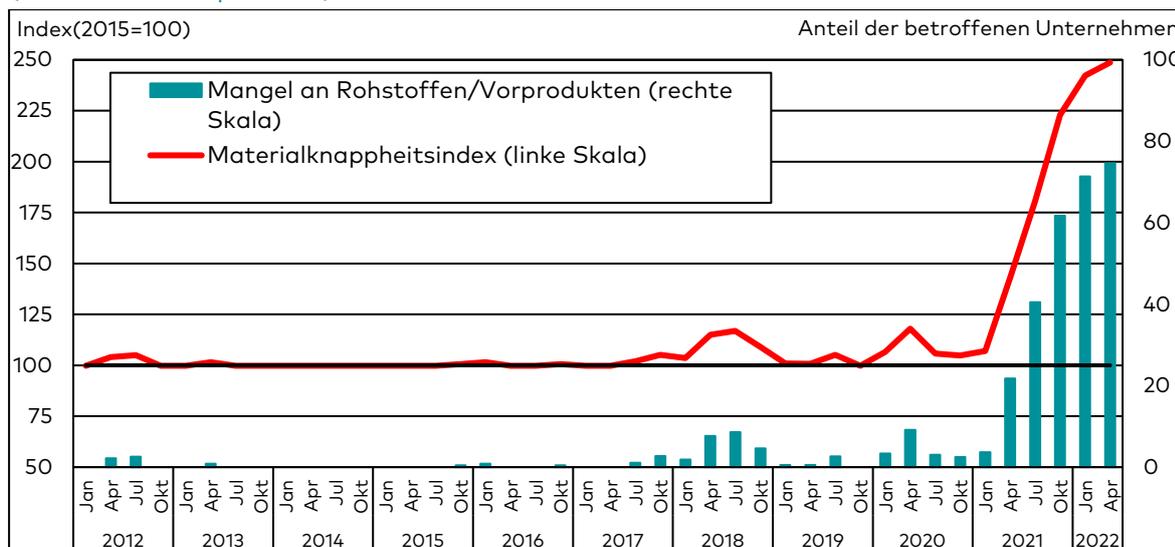
Planungssicherheit der Unternehmen drastisch und beeinträchtigt damit die Möglichkeit, Neuaufträge anzunehmen. Die Knappheit für Papier war und ist nach wie vor papiersortenübergreifend zu beobachten und betrifft daher gestrichene sowie ungestrichene Papiere unterschiedlicher Grammaturen und Formate. Obwohl dies grundsätzlich für alle Sorten gilt, sind einige Papiersorten wie LWC- und SC-Papiere stärker betroffen als andere. Dies resultierte zunehmend in drastisch erhöhten Lieferzeiten und einer noch stärkeren Beeinträchtigung der Planungssicherheit bei den betroffenen Unternehmen. Zudem sind zusehends auch andere Vorleistungsgüter und Betriebsmittel wie Druckplatten, Druckfarben und Toner von den Material- und Rohstoffengpässen betroffen. Aufträge können daher nur noch bedingt abgearbeitet und in Umsätze umgewandelt werden. Zwar lag die Kapazitätsauslastung im Oktober 2021 mit rund 85,5 Prozent sogar über dem Vorkrisenniveau, jedoch war dies aufgrund der coronabedingten konjunkturellen Nachholeffekte zu erwarten. Aufgrund der anhaltenden Lieferengpässe bei grafischen Papieren und anderen Vorleistungsgütern war dieses Niveau jedoch nicht haltbar.

Hinzu kommen die stark gestiegenen Energiepreise, sowie logistische Engpässe im inländischen und internationalen Transport- und Logistiksektor¹⁵, die die Auftragsfertigungsmöglichkeiten der Druckunternehmen und die ohnehin schon niedrigen operativen Gewinnmargen zusätzlich belasten.

Der vom bvdM auf Basis der IFO-Konjunkturumfrage erstellte Branchenindikator für Materialmangel verdeutlicht den zeitlichen Anstieg des Mangels an Rohstoffen/Betriebsmitteln und ist daher ein adäquates Maß, um die materialbedingten Produktionsbehinderungen in der Druck- und Medienbranche abzubilden. Aufgrund der Datenbasis kann die Berechnung jedoch nur quartalsweise erfolgen. Für das Gesamtjahr 2021 notiert der Materialknappheitsindex im Mittel 50,3 Prozent über seinen Vorjahreswerten. Jedoch ist auch hier ein deutlicher Trend, jenseits von Saison- und Kalendereffekten zu beobachten. Im April bzw. Juli lag der Index rund 21 Prozent bzw. rund 71 Prozent über den Werten des Jahres 2021. Damit legte der Index von Oktober 2020 bis Oktober 2021 um rund 117 Prozent zu (vgl. Grafik 13).

¹⁵ Z. B. die Nachwirkungen der Blockade des Suezkanals/pandemiebedingte Einschränkungen von Transportkapazitäten in China/Mangel von Lastkraftwagenfahrern in Europa

Grafik 13 Branchenindikator für Materialmangel (Januar 2012 – April 2022)



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 2022; Berichtskreis: Teilnehmer der monatlichen ifo-Konjunkturumfrage; Entwicklung und Berechnung des Index: bvdm

Dies verdeutlicht das Ausmaß der Produktionsbehinderung, die besonders im 2. Halbjahr die Abarbeitung von Aufträgen und deren Neuaufnahme erschwerten.

Im ersten Quartal 2022 setzten sich die Entwicklungen des Jahres 2021 weitestgehend fort. Der saison- und kalenderbereinigte Produktionsindex stagnierte nahezu in den ersten beiden Monaten (+0,4 Prozent bzw. -0,4 Prozent im Vormonatsvergleich) des Jahres 2022, um im März um -2,4 Prozent im Vormonatsvergleich nachzugeben. Insgesamt notiert der Index durchschnittlich 5,9 Prozent über den Werten des Vorjahresquartals. Die Situation an den Papiermärkten bleibt weiterhin angespannt, der Materialknappheitsindex steigt weiter und erreichte im April 2022 einen neuen historischen Höchststand seit Beginn der Zeitleiste. Daher steht die Produktion in der Druck- und Medienindustrie im ersten Quartal 2022 weiter unter dem Einfluss von Lieferengpässen und Produktionsbehinderungen. Gegen Ende des Quartals sorgt auch das Einsetzen des Ukrainekrieges Ende Februar für eine zusätzliche Verschärfung, insbesondere durch den erneuten Anstieg der Energiepreise (vgl. Grafik 13).

Produktionswerte einzelner Produkt- und Dienstleistungsarten im Jahr 2021

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. Derzeit liegen die Produktionswerte für das erste Quartal 2022 allerdings noch nicht vor, sodass sich die Analyse ausschließlich auf das Jahr 2021 bezieht.

Positive Produktionsentwicklung von Büchern, Kalendern und Sonstigen Druckerzeugnissen

Der Produktionsstatistik ist zu entnehmen, dass der Wert der zum Absatz bestimmten Produktion von Druckerzeugnissen und Druckdienstleistungen 2021 gegenüber dem Vorjahr um insgesamt 0,4 Prozent gestiegen ist. Der Gesamtwert der Produktion aller gemäß destatis dem Wirtschaftszweig zugeordneten Druckerzeugnisse und Druckdienstleistungen konnte nach den Verlusten der vergangenen Jahre leicht zulegen und betrug 2021 insgesamt rund 12,2 Mrd. Euro. Während die **Druckerzeugnisse** (+0,0 Prozent) stagnierten, wurde das leichte Gesamtwachstum 2021 von der Sparte der **Druckdienstleistung** (+3,4 Prozent) getrieben (vgl. Tabelle 5).

Für die meisten Produktgruppen, die der Sparte der Druckerzeugnisse zuzuordnen sind, waren unterschiedliche Dynamiken auszumachen. Bei einzelnen Produktgruppen und Produktarten konnten teils gegenläufige Veränderungen festgestellt werden. Bei den Produktgruppen wurde der größte Zuwachs bei den **Sonstigen Druckerzeugnissen** beobachtet. Dort stieg der Gesamtwert der Druckerzeugnisse im Jahr 2021 um 10,8 Prozent an und übertraf damit seine Verluste aus dem Vorjahr. Mit 1.830 Mio. Euro liegt der Wert der 2021 produzierten Sonstigen Druckerzeugnisse sogar rund 5,6 Prozent höher als im Jahr 2019 vor der Corona Pandemie. **Andere Drucke**, die innerhalb der Gruppe die wertmäßig größte Produktart darstellt, stieg im Vorjahresvergleich um 13,6 Prozent an. Beim **Bedrucken von anderen Materialien als Papier** konnte ebenfalls ein Anstieg festgestellt werden. Der Produktionswert stieg um 5,0 Prozent auf 683 Mio. Euro an. Die kleinste Produktart, der **Textildruck**, legte sogar um 51,1 Prozent zu und erreichte im Jahr 2021 einen Wert von 40 Mio. Euro. Beide liegen über ihren Vorcoronawerten aus dem Jahr 2019. Dies zeigt, dass alle aufgeführten Produktarten im Jahr 2021 deutlich zulegen konnten und auch in Zukunft einen relevanten Part unter den Produktionsgütern der Druckindustrie darstellen werden. Ihr Anteil an dem Wert der Gesamtproduktion stieg im Jahr um 1,6 Prozentpunkte auf 16,9 Prozent an.

Größere Zugewinne konnten auch in der Produktgruppe der **Bücher und kartografische Erzeugnisse** erzielt werden. Hier wurde im Jahr 2021 ein Anstieg von 6,2 Prozent auf 883 Mio. Euro verzeichnet. Während **Kartografische Erzeugnisse**, die mit einem Anteil von 0,2 Prozent einen geringen Anteil an der Produktgruppe bilden, mit -8,6 Prozent zurückgingen, konnten fast alle Bucharten im Jahr 2021 einen Anstieg der Produktionswerte verzeichnen. Lediglich die **Adress- und Telefonbücher** gingen zurück. Allerdings ist dies dem strukturellen Wandel geschuldet und liegt erwartungsgemäß im Trend der letzten Jahre. Bei den **Bilder- und Malbüchern für Kinder** setzte sich der positive Trend auch 2021 weiter fort. Unterschiede konnten auch bei den **Druckverfahren Andere Bücher** festgestellt werden. So verzeichneten Andere Bücher im Offsetdruck (378 Mio. Euro im Jahr 2021) zwar mit +11,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr wertmäßig den größten Zuwachs, verfehlten jedoch ihr Vorcoronaniveau (395. Mio. Euro im Jahr 2019). Im Digitaldruck, der im Jahr 2020 stagnierte, konnten 2021 Zugewinne von 7,7 Prozent verzeichnet werden und damit das Vorcoronaniveau übertroffen werden. Bücher, Broschüren u. ä. Druckerzeugnisse in losen Bogen oder Blättern verbuchten dagegen mit +1 Prozent einen geringeren Anstieg und konnten ihre Verluste aus dem Jahr 2020 nicht aufholen.

Die Produktgruppe **Kalender und Karten** verzeichnete einen Produktionszuwachs von 5,7 Prozent. Während bedruckte Karten und Kalender aller Art einen Zugewinn erzielen konnten, jedoch unter ihren Werten aus dem Jahr 2019 zurückblieben, stieg der Druck von illustrierten Postkarten mit einem Zuwachs von 35,3 Prozent über den Produktionswert vor der Corona Pandemie.

Produktionsrückgang bei der wichtigsten Produktparte, dem Werbedruck

Auch wenn es überwiegend positive Entwicklungen bei bestimmten Druckprodukten gab, ging die wertmäßige Produktion in einigen Produktgruppen und Produktarten 2021 weiter zurück. Hiervon war der **Werbedruckbereich** insgesamt ebenfalls betroffen. Der **Werbedruckbereich** ist der für die Druck- und Medienindustrie wertmäßig relevanteste Bereich, da Werbedrucksachen rund 37 Prozent aller Druckerzeugnisse ausmachen.

Die coronabedingte niedrige Nachfrage und die damit einhergegangene Stornierung von Werbeanzeigen des Vorjahres, wirkten sich im ersten Quartal des Jahres 2021 erwartungsgemäß auf die Produktion von **Verkaufskatalogen, Plakaten, Prospekten, Mailings, Geschäftsberichten und anderen Werbedrucksachen** aus. Besonders stark wirkte sich dabei aus, dass

der infektionsbedingt verhängte harte Lockdown Anfang des Jahres 2021 viele der für den Werbedruck besonders wichtigen Branchen sehr hart trafen. Zu diesen gehören der stationäre Einzelhandel, die Hotellerie, die Tourismusbranche, die Kulturbranche, die Gastronomiebranche sowie die Veranstaltungs- und Messebranche. Nachdem der festgestellte Rückgang im ersten Quartal 2021 mit -21,8 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal daher noch an die starken Rückgänge des Vorjahres erinnerte, besserten sich mit der konjunkturellen Lage auch die Produktionswerte. Im zweiten Quartal konnte so ein Wachstum der wertmäßigen Produktion von 10,9 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal festgestellt werden. Zwar blieben die Werte der zum Absatz bestimmten Produktion in den folgenden Quartalen mit +2,1 im dritten Quartal und +4,8 im vierten über den entsprechenden Werten des Vorjahres, jedoch reichte dies nicht aus, um insgesamt die anfänglichen Verluste vollständig zu kompensieren. Hinzu kam, dass die Unternehmen im Laufe des Jahres wie beschrieben zunehmend mit Produktionsbehinderungen zu kämpfen hatten und damit die Erholung der Produktionszahlen ausbremsten. Insgesamt gingen die Produktionswerte des Werbedruckbereichs 2021 damit um -2,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr zurück.

Allerdings deuten die Produktionswerte darauf hin, dass einige Produkte davon weniger schwerwiegend betroffen waren als andere. So konnte der Wert der zum Absatz bestimmten Produktion bei **Mailings** im Vorjahresvergleich um 11,2 Prozent zulegen. **Andere Werbedrucke und -schriften** konnten mit einem Plus von 3,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr ebenfalls Zugewinne verbuchen. Auch **Geschäftsberichte** legten mit 3,6 Prozent zu. Bei den **Plakaten**, die 1,7 Prozent zulegten, konnte ein Unterschied bei den einzelnen Druckverfahren festgestellt werden. Während der Offset- und Digitaldruck zulegte (+4,5 Prozent bzw. +0,5 Prozent), brach der Tiefdruck mit einem Verlust von -14,2 Prozent weiter ein. Die wertanteilmäßig größten Produktarten¹⁶ im Werbedruckbereich, **Kataloge** und **Prospekte**, waren jedoch auch im Jahr 2021 weiter rückläufig. Kataloge gingen im Vorjahresvergleich um -5,9 Prozent zurück. Ausgenommen im Digitaldruck, dort konnte ein Plus von 5,2 Prozent verzeichnet werden. Bei den Prospekten waren Produktionswerte aller Druckverfahren rückläufig und gingen insgesamt um -5,5 Prozent zurück.

Den deutlichsten Rückgang verbuchten im Jahr 2021 allerdings **Zeitschriften** und **Zeitungen/Anzeigenblätter** mit einem Rückgang von -6,8 Prozent und -6,5 Prozent. Der seit Jahren vorherrschende Trend von rückläufigen Auflagen sorgte auch im Jahr 2021 dafür, dass die Produktionswerte zurückgingen. Neben den bereits beschriebenen Belastungen fielen die kostenseitigen Belastungen bei Zeitungsdruckpapier besonders schwer aus und wirken sich mittelbar über die Verkaufspreise auf die Nachfrage aus und begünstigen so eine Abwanderung in digitale Formate. Der Wert der zum Absatz bestimmten Produktion reduzierte sich in der Gruppe Zeitungen/Anzeigenblätter um -6,5 Prozent. Davon war die Reduktion bei Tageszeitungen mit -8,3 Prozent am gravierendsten, während Wochenzeitungen und Anzeigenblätter um -2,0 Prozent bzw. -4,0 Prozent sanken.

Bei den **bedruckten Etiketten** konnten nach dem Wachstum des letzten Jahres rückläufige Werte beobachtet werden. So sank der Produktionswert der Sparte um -2,1 Prozent ab. Trotz eines weiterhin florierenden Online- und Versandhandels machte gerade das erste Quartal 2021, mit einem Rückgang von -6,8 Prozent, den Etikettendruckern zu schaffen.

¹⁶ Bezug auf die Werte im Jahr 2020

Tabelle 5: Produktionswerte nach Produkt-/Dienstleistungsgruppen 2021

| Produkt/Dienstleistung | 2021 | | | 2020 | | |
|-----------------------------------------------------|---------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | Mio. Euro | ggü. Vj. | Anteil | Mio. Euro | ggü. Vj. | Anteil |
| Werbedrucke | 3.955 | -2,2% | 36,6% | 4.043 | -16,7% | 37,4% |
| davon: Kataloge | 717 | -5,9% | 6,6% | 763 | -22,3% | 7,1% |
| Plakate | 440 | 1,7% | 4,1% | 433 | -16,7% | 4,0% |
| Geschäftsberichte | 33 | 3,6% | 0,3% | 32 | -15,1% | 0,3% |
| Prospekte | 1.781 | -5,5% | 16,5% | 1.885 | -13,9% | 17,4% |
| Mailings | 242 | 11,2% | 2,2% | 218 | -9,5% | 2,0% |
| andere Werbedrucke und -schriften | 740 | 3,9% | 6,8% | 713 | -19,3% | 6,6% |
| Geschäftsdrucksachen | 1.008 | -0,1% | 9,3% | 1.009 | -12,1% | 9,3% |
| Zeitschriften | 698 | -6,8% | 6,5% | 748 | -18,2% | 6,9% |
| Zeitungen/Anzeigenblätter | 944 | -6,5% | 8,7% | 1.010 | -10,5% | 9,3% |
| davon: Tageszeitungen | 596 | -8,3% | 5,5% | 650 | -11,2% | 6,0% |
| Wochen-, Sonntagszeitungen | 131 | -2,0% | 1,2% | 134 | -18,3% | 1,2% |
| Anzeigenblätter, Annoncenzeitungen | 217 | -4,0% | 2,0% | 226 | -2,9% | 2,1% |
| Bücher/kartografische Erzeugnisse | 883 | 6,2% | 8,2% | 832 | -8,6% | 7,7% |
| Bedruckte Etiketten | 1.364 | -2,1% | 12,6% | 1.394 | 1,1% | 12,9% |
| Kalender/Karten | 127 | 5,7% | 1,2% | 121 | -12,3% | 1,1% |
| Sonstige Druckerzeugnisse | 1.830 | 10,8% | 16,9% | 1.652 | -4,7% | 15,3% |
| davon: Textildruck (bedrucken von Bekleidung) | 40 | 51,1% | 0,4% | 26 | -14,7% | 0,2% |
| Bedrucken v. anderen Materialien als Papier | 683 | 5,0% | 6,3% | 651 | -3,4% | 6,0% |
| Andere Drucke | 1.108 | 13,6% | 10,2% | 975 | -5,2% | 9,0% |
| Summe Druckerzeugnisse | 10.810 | 0,0% | 100,0% | 10.809 | -11,4% | 100,0% |
| Druck- und Mediovorstufe | 837 | 3,6% | 60,7% | 807 | -9,0% | 60,6% |
| Druckweiterverarbeitung | 541 | 3,1% | 39,3% | 525 | -17,2% | 39,4% |
| Summe Druckdienstleistungen | 1.378 | 3,4% | 100,0% | 1.333 | -12,4% | 100,0% |
| Summe Druckerzeugnisse und -dienstleistungen | 12.188 | 0,4% | | 12.140 | -11,5% | |

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 2022; Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen: bvdm

Produktionszuwachs in den beiden Druckdienstleistungssparten, starker Anstieg bei Mediendienstleistungen wie Web-To-Print

2021 nahm der Produktionswert der Sparte **Druck- und Mediovorstufe** im Vergleich zum Vorjahr 3,6 Prozent auf 888 Mio. Euro zu. Innerhalb der Sparte zeichnet sich ein zwiegespaltenes Bild ab. Während die Gestaltung von Erzeugnissen des Druckgewerbes und Druckformen mit -6,6 Prozent bzw. -7,1 Prozent rückläufig sind, so verzeichnen vor allem Mediendienstleistungen wie Datenbankmanagementtätigkeiten und **Web-To-Print-Anwendungen** mit einem Plus von 28,9 Prozent den stärksten Zuwachs. Diese sind nach wie vor sehr gefragt und spiegeln die gesteigerte Nachfrage über die Onlineshops der Druck- und Medienunternehmen wider.

Mit 3,1 Prozent gegenüber 2019 fiel der wertmäßige Produktionszuwachs in der **Druckweiterverarbeitungssparte** etwas geringer aus als bei der Druck- und Mediovorstufe. Hierbei entfiel

ein überwiegender Anteil des Produktionszuwachses auf die Druckweiterverarbeitung von Büchern durch Falzen (+5,5 Prozent gegenüber 2020) und die Druckweiterverarbeitung von anderen Drucksachen (+6,2 Prozent gegenüber 2020). Der entsprechende Produktionswert stieg von 92 Mio. Euro auf 97 Mio. Euro bzw. von 179 Mio. Euro auf 191 Mio. Euro. Die Druckweiterverarbeitung von Zeitschriften und Broschüren stagnierte mit 253 Mio. Euro nahezu.

3 Verkaufspreisentwicklung

Im Vergleich zum Vorjahr stagnierten die Verkaufspreise für Druckereileistungen 2021 im Jahresmittel nahezu. Im ersten Quartal 2021 setzte sich der coronabedingte Rückgang der Preise zunächst fort, um dann in zunehmend steigende Preise überzugehen. Im ersten Quartal 2022 intensivierte sich vor allem der Anstieg der Verkaufspreise für Druckerzeugnisse (vgl. Grafik 14).

Verkaufspreise für Druckereileistungen: dynamische Entwicklung im Jahr 2021

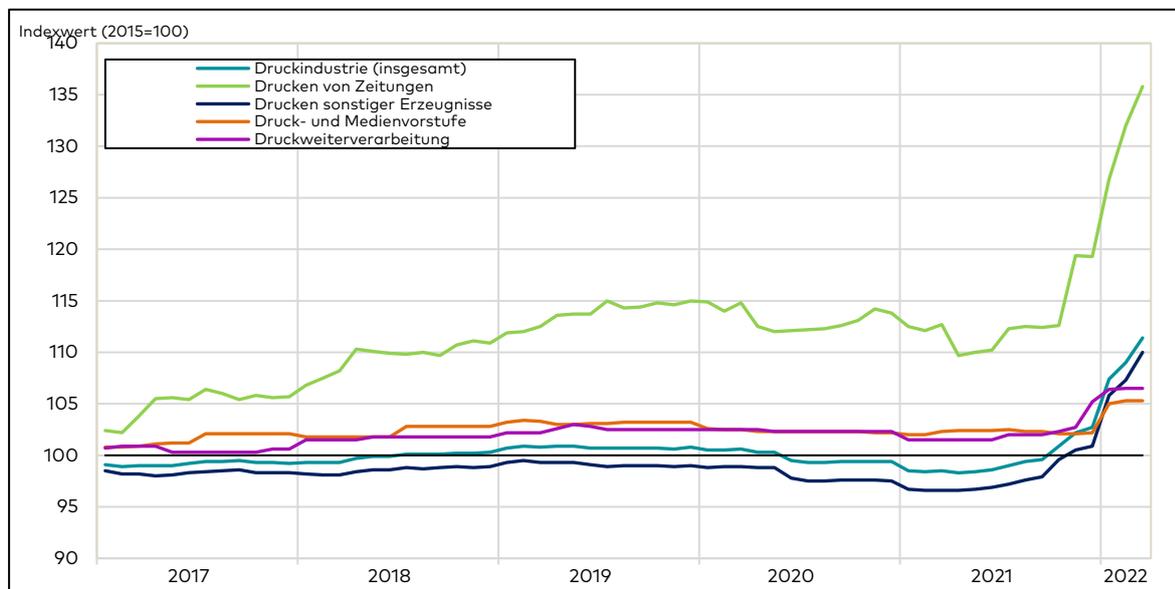
Der vom Statistischen Bundesamt veröffentlichte Preisindex für Druckereileistungen sank 2021 um durchschnittlich -0,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr und blieb damit ungefähr auf dem Niveau des Vorjahres. Damit fiel der Rückgang des Preisindex nicht nur schwächer aus als nach dem ersten Halbjahr 2021 zu erwarten war, sondern vollzog mit Beginn des 2. Halbjahres eine Trendumkehr. Seit Januar 2020 waren die Preise über einen Zeitraum von 19 Monaten im Vorjahresvergleich kontinuierlich gefallen. Bereits ab April konnte eine Veränderung in der Dynamik der Verkaufspreise festgestellt werden. Der im Vorjahresvergleich gemessene Rückgang verringerte sich graduell. Ab August 2021 wurden zum ersten Mal seit Anfang 2020 steigende Preise für Druckereileistungen im Vorjahresvergleich verzeichnet. Während die Preise in der 2. Jahreshälfte 2021 im Vorjahresvergleich durchschnittlich um 1,3 Prozent anstiegen, lagen sie im Dezember 2021, mit + 3,3 Prozent deutlich über dem entsprechenden Wert für 2020. Dies beschreibt einen klaren Aufwärtstrend, den fast alle Druckprodukte und Druckleistungen in unterschiedlicher Intensität mitgehen (vgl. Grafik 14).

Seit 2017 war die *Zeitungsdrucksparte* die Drucksparte mit dem stärksten Preisanstieg im Vorjahresvergleich. Dieser kostengetriebene Anstieg setzte sich nach coronabedingt rückläufigen Werten 2021 fort. Zwar fielen die Preise im Jahresmittel um -0,2 Prozent und notierten im ersten Halbjahr noch unter ihren Vorjahreswerten. Jedoch konnte ab dem 2. Halbjahr ein gradueller Anstieg beobachtet werden. Am Ende des Jahres notierten die Preise für Zeitungsdrucke rund 4,8 Prozent über ihren Vorjahreswerten. Ein Grund dafür ist die seit Jahren rückläufige Auflagenzahl und der damit verbundene Stückkostenanstieg. Viel schwerer wirken im Jahr 2021 jedoch die starken Preisanstiege bei Zeitungsdruckpapier (vgl. Abschnitt 1). Hinzu kommen steigende Energiekosten, die zusätzliche direkte und mittelbare Kostenbelastungen für die Unternehmen bedeuten. Durch die Weitergabe zumindest eines Teils dieser Kosten, treibt dies die Preise für den Zeitungsdruck weiter nach oben.

Die wertmäßig bedeutendste Sparte, *Drucken sonstiger Erzeugnisse* beschrieb den von Januar bis Dezember 2021 zweithöchsten Preiszuwachs. Die Preise notierten zwar im Jahresmittel um -0,3 Prozent leicht unter dem Wert von 2020, jedoch lagen sie im Dezember mit rund +3,5 Prozent deutlich über ihrem Vorjahreswert. Dies zeigt, dass vor allem die Druckerzeugnisse und nicht die Druckdienstleistungen als die stärksten Treiber hinter dem Gesamtpreistrend des 2. Halbjahres fungieren. Innerhalb der Sparte zogen insbesondere die Preise für Werbendrucke, Werbeschriften und Verkaufskataloge sowie für den Druck von Plakaten und ähnlichen Drucken besonders an. Deren Verkaufspreise lagen Ende des Jahres 2021 mit 4,8 bzw. 7,7 Prozent weit über ihren Vorjahreswerten. Damit lagen die Preise der Sparte am Ende des Jahres 2021 rund 2 Prozent über ihrem langjährigen

Durchschnitt. Auch wenn der Preisanstieg hauptsächlich, wie schon beim Zeitungdruck, durch den Anstieg der Preise für Vorleistungsgüter und Energie bestimmt wird, so wirkt sich auch die verbesserte konjunkturelle Situation und die damit verbundene gestiegene Nachfrage durch Nachholeffekte weiter preistreibend aus.

Grafik 14: Entwicklung der Verkaufspreise für Druckereileistungen (insgesamt und nach Sparten), Januar 2017 – März 2022



Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen: bvd/m

Bei den Preisen in den Dienstleistungssparten der Branche konnte zwar ein ähnlicher Trend beobachtet werden, allerdings fiel dieser weit geringer aus als in den Druckerzeugnissparten. In der Sparte *Druck- und Mediovorstufe* sanken die Preise im ersten Quartal des Jahres 2021 im Mittel -0,4 Prozent im Vorjahresvergleich ab, um dann ihre Werte aus dem Vorjahr im 2. Halbjahr im Mittel zu halten. Ende des Jahres 2021 lagen sie ebenfalls auf dem Niveau des Vorjahres.

In der Sparte *Druckweiterverarbeitung* setzte der Aufwärtstrend für die Verkaufspreise mit zeitlicher Verzögerung ein. So konnte nach dem Rückgang des ersten Quartals der Stand des Vorjahres erst im Oktober erreicht werden. Ab November stiegen jedoch auch in der Druckweiterverarbeitung die Verkaufspreise und notierten im Dezember 2021 rund 2,8 Prozent über dem entsprechenden Vorjahreswert. Damit lagen die Preise am Ende des Jahres rund 4 Prozent über ihrem langjährigen Durchschnitt.

Grundsätzlich ist die Preisentwicklung in den unterschiedlichen Drucksparten vor dem Hintergrund der Entwicklung der Druckpapierpreise zu beurteilen (vgl. Abschnitt 1). Da diese besonders im 4. Quartal 2021 aus den bereits beschriebenen Gründen anstiegen, ist auch hier der größte Anstieg der Verkaufspreise der Druckunternehmen zu beobachten. Hinzu kommen die mittelbaren und unmittelbaren kostenseitigen Belastungen durch gestiegene Energiepreise aber auch Anstiege der Kosten für Druckfarben (+1,9 Prozent), Druckmaschinen (+1,7 Prozent) und anderer Vorleistungsgüter und Betriebsmittel.¹⁷ Während es grundsätzlich als positiv zu bewerten ist, dass Kosten anscheinend weitergegeben werden können. So ist auch zu beobach-

¹⁷ Veränderung im Zeitraum Dezember 2020 bis Dezember 2021

ten, dass die Anstiege der beobachteten Kosten, in Relation zu deren Anteil an den Gesamtkosten höher ausfallen als die Anstiege der Verkaufspreise. Das dürfte darauf hindeuten, dass die Druck- und Medienunternehmen zumindest einen Teil der zusätzlichen kostenseitigen Belastungen selber tragen müssen, was zusätzlichen Druck auf die Gewinnmargen ausüben dürfte. Vor diesem Hintergrund kann die Frage gestellt werden, ob die Preiselastizitäten für Druckprodukte wirklich so elastisch sind wie angenommen oder ob man Preissteigerungen auch in den vergangenen Jahren hätte durchsetzen können. Jedoch ist anzunehmen, dass hohe Energie- und Papierkosten auf mehr Verständnis bei den Kunden treffen als gewinnbasierte Gründe.

Im ersten Quartal 2022 intensivierte sich die steigende Tendenz bei den Verkaufspreisen der Druckindustrie. So stiegen in den ersten drei Monaten des Jahres 2022 die Preise für Druckereileistungen im Durchschnitt um 11 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal. Während der Preisanstieg in der *Zeitungsdrucksparte* +17 Prozent betrug, stiegen die Preise in der relevantesten Sparte *Drucken sonstiger Erzeugnisse* im Mittel um 11,5 Prozent. Auch in den beiden Druckdienstleistungssparten wurden Anstiege festgestellt. Im ersten Viertel des aktuellen Jahres nahmen die Preise der Sparte *Druck- und Medienvorstufe* im Durchschnitt um +3,0 Prozent zu. In der Sparte *Druckweiterverarbeitung* stiegen die Preise im Mittel um 4,9 Prozent (vgl. Grafik 14).

Dass sich diese Entwicklung auch im weiteren Verlauf des Jahres 2022 fortsetzt, ist nicht uneingeschränkt zu bestimmen und wird primär von der Preisentwicklung auf dem Papiermarkt und Energiemarkt abhängig sein. Bei den Papierpreisen scheint es derzeit zwar noch eine ungebrochene Aufwärtstendenz zu geben, jedoch sind auch die Anstiege bei den Papierpreisen nicht uneingeschränkt zu rechtfertigen. Die bisherige nachfragebedingte Entwicklung der Zellstoff- und Altpapierpreise sowie die logistischen Engpässe und internationalen Transportkapazitäten belasten die Situation weiter. Hinzu kommen geopolitische Ereignisse, wie die Auswirkungen des Ukrainekriegs, der die Energiepreise erneut in die Höhe schnellen lässt und weitere mittelbare und unmittelbare Kostenbelastungen für die Unternehmen bringt. Es bleibt abzuwarten, wie sich der Krieg im Laufe des Jahres weiterentwickelt und welche weiteren Folgen dies für die Unternehmen der Druck- und Medienindustrie hat.

Fraglich ist hingegen auch, ob die Druck- und Medienunternehmen die zu erwartende Zunahme des Kostendrucks durch entsprechende Preisanpassungen in einem nennenswerten Umfang an ihre Kunden wie gehabt weitergeben können. Es besteht zunehmend die Möglichkeit, dass Kunden Preisanstiege nicht mehr hinnehmen oder Aufträge aufgrund zu hoher Preise abwandern.

4 Arbeitsmarktentwicklung

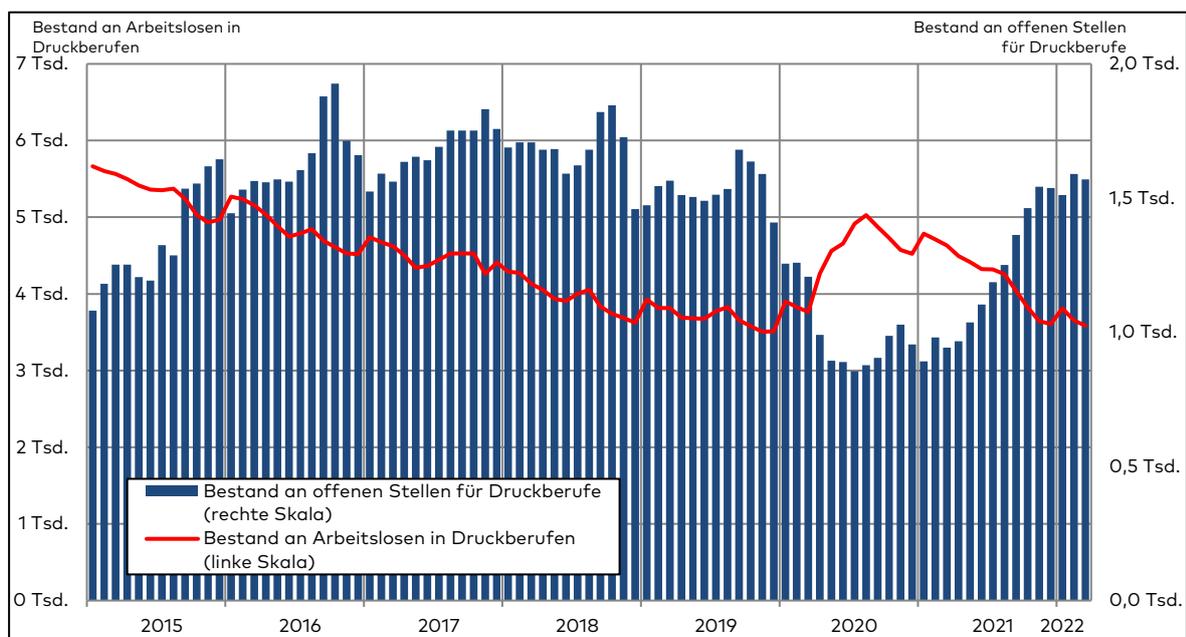
Nach dem coronabedingten Anstieg der Arbeitslosenzahlen 2020 kam es 2021 nach dem Abflauen der Coronakrise und der folgenden konjunkturellen Erholung bei der Entwicklung der Arbeitslosenzahlen zu einer Trendumkehr.

Laut den Daten der Bundesagentur für Arbeit sank die Zahl der Arbeitslosen in den Druckberufen (Drucktechnik, Druckweiterverarbeitung und Buchbinderei) 2021 um durchschnittlich -4,8 Prozent. Der Jahresdurchschnitt der auf dem Arbeitsmarkt als arbeitslos gemeldeten Personen betrug 4.254 Personen. In der langfristigen Betrachtung, gilt es zu berücksichtigen, dass zwischen 2012 und 2021 der Rückgang der Arbeitslosenzahlen auf dem Markt für Druckberufe im Durchschnitt 8,2 Prozent pro Jahr betrug. Die durchschnittliche Abnahme der Arbeitslosenzahl liegt mit rund 5 Prozent zwar unter diesem Durchschnitt, allerdings ist die durchschnittliche Anzahl der Arbeitslosen rund 13 Prozent niedriger als der langjährige Durchschnitt.

Bei der Betrachtung des Gesamtjahres ist zu beachten, dass der Trend zwar insgesamt abnehmend ist, jedoch besonders das erste Quartal 2021 von einem vorübergehenden Anstieg der Arbeitslosen im Vorjahresvergleich geprägt ist. Dass die Werte im ersten Quartal im Vorjahresvergleich mit einem Anstieg der Arbeitslosenzahlen von rund 23 Prozent sehr hoch ausfallen, liegt vor allem an dem statistischen Basiseffekt, der hier zum Tragen kommt. Der Vergleich erfolgt mit den Werten vor den pandemischen Einschränkungen und fällt somit wesentlich höher aus, als in den Folgequartalen. Im 4. Quartal 2021 liegt die Zahl der Arbeitslosen dagegen im Mittel mit 3.691 Arbeitslosen rund 20 Prozent unter ihrem Vorjahreswert und damit nur noch rund 5 Prozent über den Arbeitslosenzahlen des Jahres 2019 (vgl. Grafik 15).

Der Anteil der als arbeitslos gemeldeten Angehörigen von Druckberufen an der Gesamtzahl der, laut Bundesagentur für Arbeit, in der Druck- und Medienindustrie sozialversicherungs-pflichtig Beschäftigten blieb damit im Vorjahresvergleich mit 3,7 Prozent im Jahr 2021 in etwa konstant. Dass es zu keinem weiteren Anstieg kam, ist neben der konjunkturellen Erholung auch auf die weiterhin starke Inanspruchnahme von konjunktureller Kurzarbeit zurückzuführen, deren Zugangsvoraussetzungen krisenbedingt erleichtert wurden und die schon seit Beginn der Coronakrise im April 2020 von den Unternehmen verstärkt genutzt wurde (vgl. Grafik 16). Selbst nach dem Abflauen der pandemischen Lage und der Verbesserung der Konjunktur wurde weiterhin Kurzarbeit von den Betrieben genutzt, wenn auch zunehmend in abnehmender Form. Ab August verlangsamte sich die Abnahme der Kurzarbeit jedoch etwas. Dies ist auf die einsetzenden Produktionshemmnisse und das verbundene Ausbremsen der konjunkturellen Erholung in der Druck- und Medienindustrie zurückzuführen. Die amtlichen Daten sind auch hier von einem längeren zeitlichen Verzug betroffen. So ist die Nutzung der Kurzarbeit nach der jüngsten Datenlage bis November 2021 nachzuvollziehen. Es wird jedoch erwartet, dass gerade die zusätzlichen Belastungen die Abnahme des Einsatzes von Kurzarbeit weiter verlangsamt haben.

Grafik 15: Druckberufe, Anzahl der Arbeitslosen und der offenen Stellen, Januar 2015 – März 2022



Quelle: Bundesagentur für Arbeit; Berechnungen und Darstellung: bvdvm

Im Hinblick auf das Qualifikationsniveau der Beschäftigten kann festgestellt werden, dass die stärkste Abnahme im Jahr 2021 bei den als arbeitslos gemeldeten Experten verzeichnet werden konnte. Während die Anzahl der arbeitslosen Experten von 77 auf 57 absank, sank die Anzahl der als arbeitslos gemeldeten Spezialisten im Mittel um -13,2 Prozent gegenüber 2020 auf 120 und lag damit noch immer rund 12 Prozent über dem Niveau des Jahres 2019. Darüber hinaus stagnierte 2021 die durchschnittliche Anzahl der arbeitslosen Fachkräfte nahezu. Die Zahl der Arbeitslosen dieses Qualifikationsniveaus betrug 1.885. Die Anzahl der als arbeitslos registrierten Helfer, die rund 52 Prozent der Arbeitslosen in den Druckberufen repräsentieren, verzeichnete mit -7,5 Prozent die geringste Abnahme. Die Zahl sank von 2.371 auf 2.193 Personen ab.

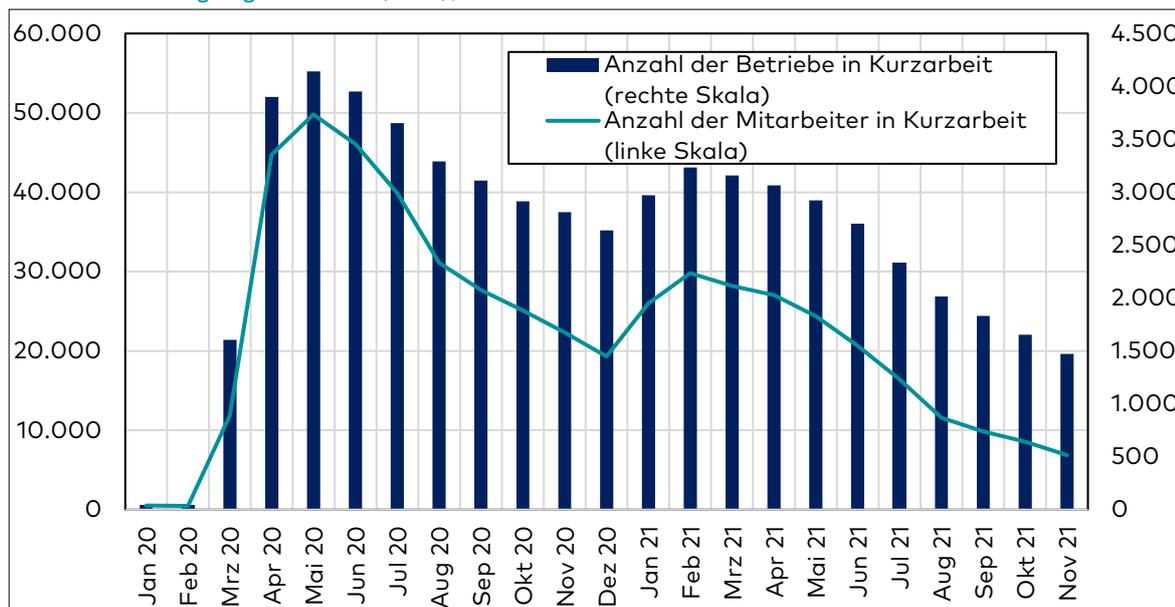
Nachdem sich der Rückgang der offenen Stellen coronabedingt 2020 intensiviert hatte, konnte für 2021 eine Gegenbewegung verzeichnet werden. 2021 stieg die Anzahl der offenen Stellen im Jahresmittel um rund 17 Prozent (Vorjahr: -34,4 Prozent). Zuletzt wurden solche Werte zwischen 2014 und 2017 gemessen. Dort nahm die Anzahl der Vakanzen im Vorjahresvergleich um durchschnittlich 16,6 Prozent pro Jahr zu. Die Anzahl der offenen Stellen stieg 2021 gegenüber 2020 von 1.008 auf 1.188.

Während die Anzahl der offenen Fachkraft-Stellen (offene Stellen: 652) im Mittel vergleichsweise leicht anstieg (+6,3 Prozent), nahm die Anzahl der offenen Stellen für Helfer (offene Stellen: 509) mit durchschnittlich 34,8 Prozent vergleichsweise stark zu. Die Anzahl der gesuchten Experten stieg im Jahresmittel von 6 auf 7, die der Spezialisten von 12 auf 20. Zwar können sowohl bei Spezialisten als auch bei Experten hohe relative Wachstumsraten (68,1 Prozent bzw. 30,9 Prozent) festgestellt werden, jedoch reagieren diese bei solch geringen absoluten Fallzahlen verstärkt auf selbst kleine Veränderungen und sind somit im Kontext der absoluten Zahlen zu betrachten.

Insgesamt kann jedoch von einer vorläufigen Trendwende bei allen Berufsklassifikationen gesprochen werden. Die Verlustraten des Vorjahres für Fachkräfte (Vorjahr: -30,9 Prozent), Helfer (Vorjahr: -38,7 Prozent), Spezialisten (Vorjahr: -50,9 Prozent) und Experten (Vorjahr: -42,4 Prozent) setzten sich nicht fort (vgl. Grafik 17).

Mit Blick auf den Bedarf an ausgebildeten Fachkräften in der Druckbranche ist dies jedoch problematisch. Leicht steigende Ausbildungszahlen bei den Auszubildenden im ersten Ausbildungsjahr (2,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr) stehen insgesamt einem Rückgang der Auszubildendenzahlen von rund -10,1 Prozent gegenüber. 2021 klagte die Druckbranche zunehmend über das Fehlen von ausreichend geschultem Personal. Neben den Ausbildungszahlen spielt auch die Abwanderung von Fachkräften eine Rolle. Das coronabedingte Phänomen ist nicht nur in der Druckindustrie bekannt. Fachkräfte, die während der Coronapandemie ihren Arbeitsplatz verloren haben, orientierten sich aufgrund der sinkenden Möglichkeiten auf Beschäftigung in andere Branchen um. Folglich trifft 2021 eine konjunkturell bedingt steigende Nachfrage nach Fachkräften auf einen verkleinerten Angebotspool. Zwar ist der Anstieg der Erstverträge positiv zu betrachten, jedoch ist dies insgesamt zu wenig, um Rückgänge der letzten Jahre zu kompensieren (vgl. Tabelle 15).

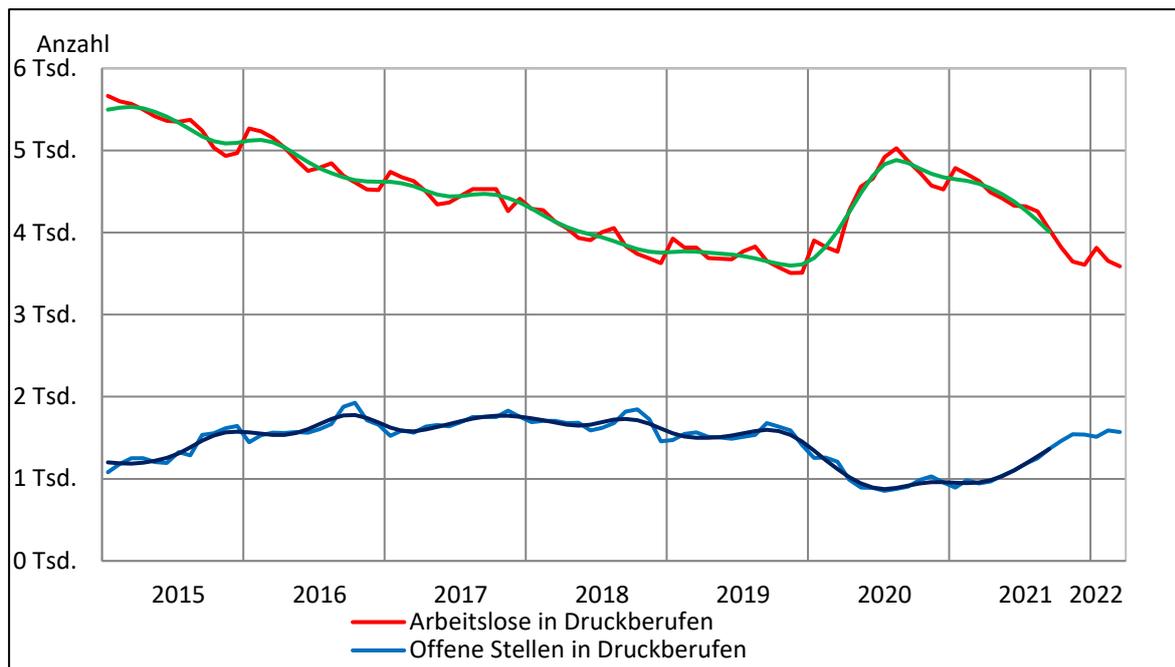
Grafik 16: Zahl der Betriebe mit realisierter Kurzarbeit und Kurzarbeiteranzahl in der Druck- und Vervielfältigungsbranche (C 18), Januar 2020 – November 2021



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

Angesichts der im Vergleich zum Coronajahr deutlich verbesserten Auftragslage und einer damit einhergehenden höheren Kapazitätsauslastung in den Produktionsstätten der Betriebe ist die steigende Anzahl an offenen Stellen in der Druck- und Medienindustrie nicht überraschend. Somit schließt sich die in der Pandemie verbreiterte Lücke zwischen offenen Stellen und gemeldeten Arbeitslosen sichtlich. Jedoch konnten die Werte der Jahre vor der Corona Pandemie nicht erreicht werden. Im Jahresmittel lag die Differenz jedoch rund 15 Prozent unter dem langjährigen Durchschnitt. Auf eine offene Stelle kamen damit im Jahr 2021 rund 3,6 Arbeitslose aus Druckberufen, im Vorjahr waren es noch rund 4,4 Arbeitslose (vgl. Grafik 15).

Grafik 17: Trendentwicklung der Arbeitslosenzahlen und der offenen Stellen, Januar 2015 – März 2021



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

Auch im ersten Quartal 2022 setzte sich die Arbeitsmarktentwicklung des letzten Jahres fort. So sank die Anzahl der Arbeitslosen in Druckberufen im Mittel um 21,8 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal auf 3,684 Arbeitslose. Die Anzahl der offenen Stellen hingegen stieg wesentlich stärker (+65,9 Prozent gegenüber dem ersten Quartal 2021) auf 1.557 Stellen. Dies war der höchste Wert seit dem ersten Quartal 2018 und spiegelt eine Trendwende und damit die Aufgabe der krisenbedingten Zurückhaltung der Unternehmen hinsichtlich von Neueinstellungen wider. Allerdings sollte berücksichtigt werden, dass die großen Zuwächse im Vorjahresvergleich mit den Monaten in der Coronakrise verglichen werden. Folglich ist derzeit nicht davon auszugehen, dass sich diese Entwicklung mit der gleichen Intensität wie im Vorjahr fortsetzt. Vielmehr dürfte die Entwicklung für die Dauer der starken Lieferengpässe und zusätzlicher Kostenbelastungen deutlich abgeschwächt bzw. unterbrochen werden. Daher bleibt abzuwarten ob der Arbeitsmarkt für Druck- und Medienunternehmen eine nachhaltige Rückkehr zu dem langjährigen Trend vor Corona vollzieht (vgl. Grafik 15/17).

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. Für Betriebe stellt dies ein grundlegendes Problem dar, da eine Kombination aus struktureller Angebotsverknappung und kurzfristig gestiegener Nachfrage zu einer Verschärfung des Fachkräftemangels führen kann.

5 Insolvenzen

Trotz der noch bis 2021 wirkenden Einschränkungen der Coronakrise und der befürchteten Nachwirkungen auf die Unternehmensinsolvenzen blieb die Anzahl der in der Druck- und Medienindustrie eröffneten Insolvenzverfahren weiter rückläufig. Laut Angaben des Statistischen Bundesamtes wurden 2021 insgesamt 47 Insolvenzverfahren und somit 44 Prozent weniger als im Vorjahr eröffnet. Die Anzahl der eröffneten Insolvenzverfahren fiel damit auf den niedrigsten Stand, seit Beginn der Zeitleiste 2001. Dies beschränkt sich nicht nur auf die absolute Anzahl an betroffenen Betrieben. So erreichte auch der an der Gesamtzahl der Betriebe in der Druck- und Medienindustrie gemessene Anteil an betroffenen Betrieben mit 0,7 Prozent im Jahr 2021 einen historischen Tiefststand. Im ersten Halbjahr des vergangenen Jahres hatte sich bereits angedeutet, dass die Anzahl der eröffneten Insolvenzverfahren weiter fallen würde. Im Vergleich zum Vorjahreshalbjahr lag der Rückgang der Insolvenzen mit rund -46 Prozent sogar noch über dem des Gesamtjahres. Verglichen mit dem langjährigen Durchschnitt (2010-2020), lagen die Werte des Gesamtjahres 2021 sogar -64 Prozent unter den langjährigen Werten (vgl. Grafik 18).

Eine Insolvenzwelle, die durch Auslaufen der Aussetzung der Insolvenzantragspflichten und Corona Hilfsmaßnahmen für das Jahr 2021 befürchtet wurde, blieb aus. Zentrale Gründe dafür sind die Verlängerung der Aussetzung der Insolvenzantragspflicht für Unternehmen, die einen Anspruch auf die Gewährung finanzieller Hilfeleistungen im Rahmen der staatlichen Corona-Hilfsprogramme zur Abmilderung der Folgen der Corona Pandemie hatten¹⁸. Die zahlreichen Hilfs- und Kreditprogramme, welche weit über die akuten Auswirkungen der pandemischen Lage hinaus verfügbar sind, sind maßgeblich für ein Ausbleiben der Insolvenzwelle verantwortlich. Hierzu zählt das konjunkturelle Kurzarbeitergeld, die über die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) gewährten zinsgünstigen staatlichen Corona-Hilfskredite, die staatlichen Wirtschaftshilfen, sowie zahlreiche steuerliche Hilfsmaßnahmen wie Steuerstundungen und die Ausweitung des steuerlichen Verlustrücktrags. So konnte eine Überschuldung der Unternehmen verhindert und kurzzeitige Liquiditätsengpässe überbrückt werden, ohne zusätzliche kosten- seitige Belastungen durch hohe Zinslasten in Kauf nehmen zu müssen. Es bleibt jedoch fraglich, wie sich diese Periode der staatlichen Wirtschaftshilfen langfristig auf die Druck- und Medienbetriebe auswirkt und ob ein Auslaufen der Programme mit einer erhöhten Anzahl der Unternehmensinsolvenzen einhergeht. Die erwartete Erhöhung der Insolvenzfälle durch eine zeitliche Verzögerung der Zahlungsunfähigkeit durch das Aussetzen der Insolvenzantragspflicht blieb für das Jahr 2021 jedoch weitgehend aus.

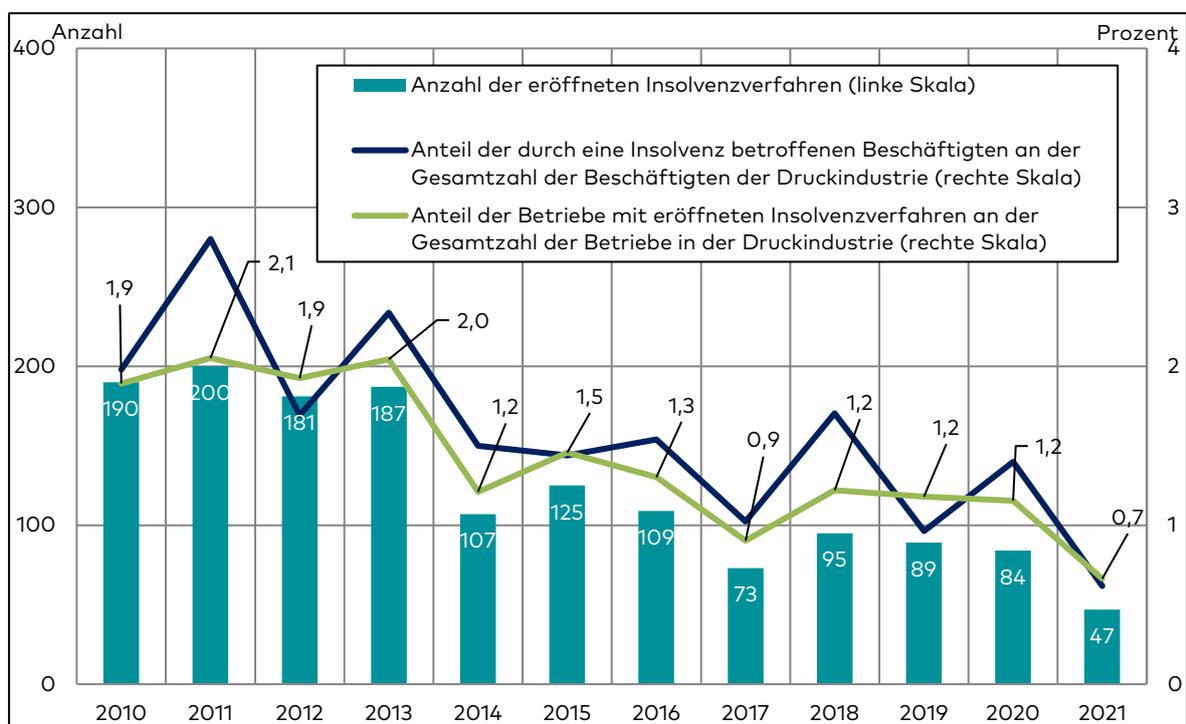
Mit Besserung der pandemischen Lage und dem Ende der strikten gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Einschränkung führten die ab dem zweiten Quartal 2021 einsetzenden corona- bedingten Nachholeffekte zu einem deutlichen Anstieg der Auftragslage in der Druck- und Medienindustrie und stabilisierten damit die wirtschaftliche Situation vieler Unternehmen. Die Kombination aus staatlichen Hilfsmaßnahmen und einem Aufleben der Konjunktur sorgte im Jahr 2021 bei vielen Unternehmen dazu, dass die wirtschaftlichen Auswirkungen der Coronakrise und die damit verbundenen konjunkturellen Einbußen nicht zur Insolvenz führten.

Jedoch kann keineswegs Entwarnung gegeben werden. Ab Ende des ersten Halbjahres 2021 sind Druck- und Medienunternehmen zunehmend kostenseitiger Belastung ausgesetzt. Die steigenden Preise für Vorleistungsgüter, insbesondere für grafische Papiere, sorgen bei nur

¹⁸ Voraussetzung ist ein Anspruch durch einen nicht unbegründeten Antrag und somit ein Ausstehen der Zahlung.

anteiliger oder verminderter Weitergabe über die Verkaufspreise zu einer Verringerung der Gewinnmargen in den Betrieben. Kurzfristig besteht die Gefahr von Liquiditätsengpässen, die unter gewissen Umständen eine existenzielle Bedrohung für Betriebe darstellen kann. Aufgrund von verminderten Gewinnüberschüssen kann es zur Rückstellung von Investitionen kommen, die im Sinne der Wettbewerbsfähigkeit und dem strukturellen Wandel in der Druckindustrie getätigt werden müssten. Das kann sich langfristig zu einer existenziellen Gefährdung für Betriebe entwickeln. Lieferengpässe und die damit verminderte Fähigkeit, Aufträge in Umsätze umzuwandeln, stellen eine zusätzliche Herausforderung dar, von der noch nicht abzusehen ist, wie sie sich langfristig auf die Insolvenzen der Betriebe auswirkt. Im Jahr 2021 konnten diesbezüglich keine Auswirkungen auf die Insolvenzzahlen festgestellt werden, jedoch werden die mittel- und langfristigen Effekte sich erst in den kommenden Jahren in den Insolvenzen manifestieren.

Grafik 18: Anzahl der eröffneten Insolvenzverfahren und der betroffenen Beschäftigten, 2010–2021



Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen: bvd/m

Die voraussichtlichen kumulierten Forderungen, die mit der Eröffnung der Insolvenzverfahren einhergehen, sanken im Jahr 2021 deutlich und bezifferten sich insgesamt auf 46,8 Mio. Euro (Vorjahr: 106,7 Mio. Euro). Dies entspricht einer Reduktion von -56,1 Prozent. Die Anzahl der im Jahr 2021 von Insolvenzen in der Druck- und Medienindustrie betroffenen Beschäftigten ging ebenfalls stark zurück. Insgesamt fiel die Zahl der Betroffenen um 58,4 Prozent von 1.705 auf 709. Damit beträgt der Anteil der betroffenen Beschäftigten an der Gesamtzahl der in der Druck- und Medienindustrie tätigen Beschäftigten rund 0,6 Prozent. Beides sind historische Tiefstwerte und bilden sowohl absolut als auch relativ die geringste Abnahme an Beschäftigten seit Beginn der Zeitleiste ab. Von einem Insolvenzfall waren 2021 durchschnittlich 16 Beschäftigte betroffen, was im Zusammenhang mit der Höhe der aus der Insolvenz resultierenden Forderung darauf hindeutet, dass im Durchschnitt vor allem Kleinunternehmen von den Insolvenzen betroffen waren. Gegenüber dem Vorjahreswert sank dieser Wert um durchschnittlich 5 pro Insolvenzfall (vgl. Grafik 18).

Auch in den **ersten beiden Monaten des Jahres 2022** konnte keine außergewöhnliche Entwicklung hinsichtlich der Insolvenzen beobachtet werden, sodass die Gesamtzahl der eröffneten Insolvenzfälle auf einem niedrigen Niveau verweilte – bis Ende Februar konnten der amtlichen Statistik zufolge 10 eröffnete Insolvenzfälle (Vorjahr: 13 Fälle) registriert werden.

Zuletzt konnten zwar im April 2022 im Vergleich zum März gestiegene Insolvenzbekanntmachungen bei den Registergerichten (Insolvenz- bzw. Amtsgerichte) vernommen werden. Allerdings ist die Anzahl der seit Anfang 2022 bei den Amtsgerichten öffentlichen Insolvenzbekanntmachungen über Unternehmen, die gemäß der Wirtschaftszweigklassifikation¹⁹ der Druck- und Medienindustrie zuzuordnen sind, mit insgesamt 21 Fällen auf dem Niveau der vom statistischen Bundesamt herausgegebenen Daten vom Jahr 2021. Die Daten, auf deren Grundlage die Anzahl der Fälle bestimmt wurde, sind allerdings keine amtlichen destatis-Daten, sondern stammen von der Unternehmensinsolvenzdatenbank des Sonderforschungsverbundes „TRR 266 Accounting for Transparency“²⁰. Dass sich diese Datenbank derzeit noch im Aufbau befindet, muss beim Vergleich mit den amtlichen Daten jedoch berücksichtigt werden. Da die destatis-Insolvenzzahlen allerdings erst mit einem gewissen zeitlichen Verzug veröffentlicht werden, geben diese Daten eine zeitnahe Einsicht in die Entwicklungstendenz der Insolvenzzahlen.

In der jüngsten Konjunkturumfrage des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK), die seit dem Jahr 2000 dreimal pro Jahr durchgeführt werden, geben 23 Prozent der im Druckgewerbe tätigen Unternehmen an, dass sie derzeit von Liquiditätsengpässen betroffen sind. Dies sind 7 Prozentpunkte weniger als noch im Vorjahreszeitraum 2021. Zudem gaben in der zwischen April und Anfang Mai 2022 durchgeführten Umfrage 24 Prozent von 159 Druck- und Medienunternehmen an, dass sie von Eigenkapitalrückgängen betroffen sind. Jedoch stellt dies im Vorjahresvergleich einen Rückgang von 10 Prozentpunkten dar. Dies zeigt, dass die Finanzierungssituation der Druck- und Medienunternehmen auch weiterhin angespannt ist, sich allerdings im Vorjahresvergleich verbessert hat. Deutlich wird dies vor allem dadurch, dass der Anteil der im Druckgewerbe befragten Unternehmen, der seine Finanzlage als problematisch beschreibt, um 20 Prozentpunkte von 61 auf 41 Prozent zurückgegangen ist. Der Anteil der Unternehmen, die unmittelbar von Insolvenz bedroht sind, sank um 6 Prozentpunkte auf 0 Prozent.

Ob die Gefahr einer Insolvenzwelle nachhaltig abgewehrt werden kann, bleibt indes fraglich. Die bereits für das Jahr 2021 angesprochenen Kostenbelastungen für Druck- und Medienbetriebe halten auch im ersten Quartal des Jahres 2022 an. Zusätzlich kommen die durch den Ukrainekrieg bedingte Volatilität und längerfristige Erhöhung der Energiepreise als weitere Kostenbelastung direkt sowie mittelbar über die Preise der Vorleistungsgüter hinzu. Zwar werden im Zuge des von der Bundesregierung aufgelegten „Schutzschirms“ für betroffene Unternehmen Hilfsmaßnahmen, z. B. in Form von Krediten der KfW oder Bürgschaftsprogrammen angeboten, jedoch bleibt abzuwarten, ob diese durch die spezifischen Anforderungen für die darauf angewiesenen Betriebe der Druckindustrie in dem nötigen Umfang nutzbar sind. Hinzu kommt, dass auch Lieferengpässe im ersten Quartal 2022 in verschärfter Form zu beobachten waren. Ob und wann sich die Situation entspannt, wird sich je nach Intensität

¹⁹ WZ-2008

²⁰ Die Daten stammen von der derzeit noch im Aufbau befindlichen Unternehmensinsolvenzdatenbank „insol“ des von der DFG-geförderten Sonderforschungsbereichs „TRR 266 Accounting for Transparency“ und basieren auf den Bekanntmachungen der Insolvenzgerichte.

folglich auch in den Insolvenzen widerspiegeln. Bis jetzt scheinen die Betriebe der Druck- und Medienunternehmen die Verschärfung des wirtschaftlichen Umfelds jedoch verkraften zu können. Die noch vorhandenen bzw. neu aufgelegten staatlichen Hilfen scheinen zudem in einem Maß zu greifen, dass es bis jetzt zu keinen größeren Insolvenzwellen kam. Es bleibt abzuwarten, ob die Gefahr der Insolvenzwelle abgewendet wurde und damit tatsächlich ein überwiegender Anteil der Insolvenzen erfolgreich vermieden werden konnte.

6 Investitionen

Die jüngsten vorläufigen Daten des Statistischen Bundesamtes zeigen, dass die Bruttoanlageinvestitionen der Druck- und Medienunternehmen mit 20 und mehr Beschäftigten im Jahr 2020 gegenüber dem Jahr 2019 um -11,2 Prozent gefallen sind. Die entsprechenden Bruttoinvestitionen, die im Jahr 2019 noch 450 Mio. Euro betragen, sanken um 50 Mio. Euro im Jahr 2020. Somit fiel der absolute Rückgang stärker aus als im Vorjahr und die seit 2016 zu beobachtende rückläufige Entwicklungen der Investitionen setzt sich weiter fort. Aufgrund dieser Entwicklung nahmen auch die Investitionen je Beschäftigten im fünften Jahr in Folge weiter ab, da der Rückgang der Beschäftigten auf Jahressicht nicht so stark ausfiel, wie die Abnahme der Bruttoinvestitionen. So fielen die Investitionen je Beschäftigten zwischen 2019 und 2020 um 5,7 Prozent von 5.059 je Beschäftigten auf 4.769 je Beschäftigten (vgl. Tabelle 6).

Die Investitionsquote, die die Bruttoinvestitionen in dem jeweiligen Berichtsjahr ins Verhältnis zum nominalen Branchenumsatz setzt, blieb im Jahresvergleich 2020/2019 allerdings konstant. Dies liegt daran, dass sowohl der Umsatzrückgang als auch der entsprechende Investitionsrückgang im Jahresvergleich nahezu gleich ausfallen.

Tabelle 6: Bruttoinvestitionen von Druck- und Medienbetrieben, 2015 – 2020

| Indikator | 2020 | 2019 | 2018 | 2017 | 2016 | 2015 |
|-----------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Bruttoinvestitionen in Mio. Euro | 400 | 450 | 485 | 556 | 665 | 546 |
| Veränderung gegenüber Vorjahr in % | -11,2 | -7,2 | -12,7 | -16,4 | 21,7 | -11,2 |
| Investitionsquote (Investitionen in % des Umsatzes) | 3,4 | 3,4 | 3,5 | 4,0 | 4,7 | 3,8 |
| Investitionsintensität (Investitionen je Beschäftigten) in Euro | 4.769 | 5.059 | 5.240 | 5.980 | 7.162 | 5.864 |

Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten; Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: Mai 2022; Berechnungen: bvdM

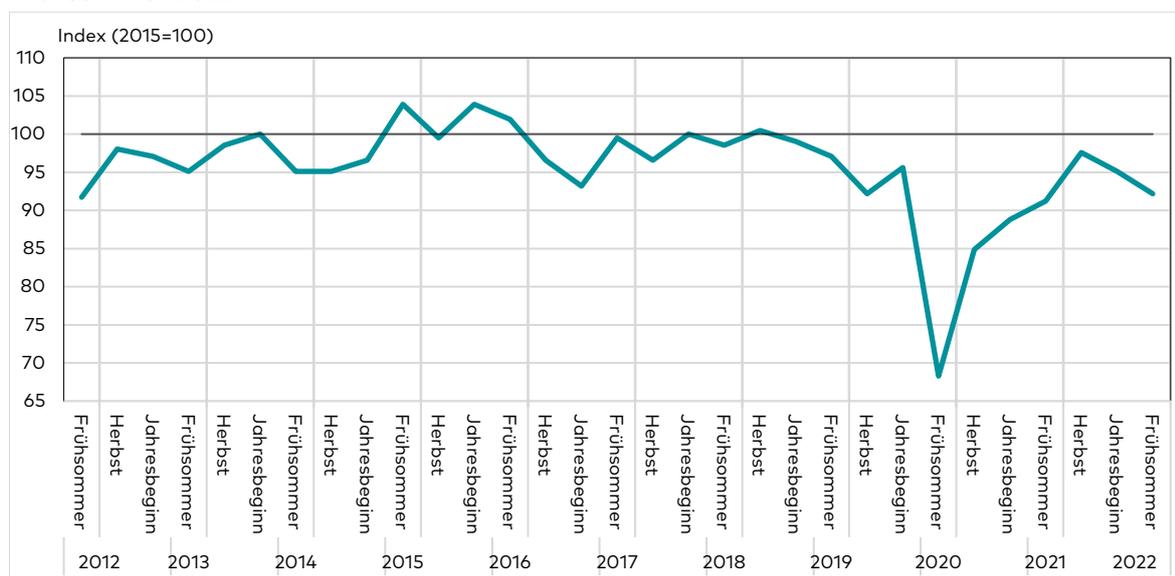
Angesichts der außergewöhnlich starken wirtschaftlichen Auswirkungen der Coronakrise haben Unternehmen, nicht nur in der Druckindustrie, sondern branchenübergreifend, insbesondere während der Lockdownphasen 2020, ihre Liquiditätsbestände durch Investitionsstreichungen und/oder -verschiebungen gesichert. Dies wird sowohl von amtlichen Statistiken als auch von den Ergebnissen der drei bvdM-Kurzumfragen zur wirtschaftlichen Auswirkung der Coronakrise auf die Druckindustrie vom April, Juni und November 2020 mit einer durchschnittlichen Teilnehmerzahl von ca. 520 Teilnehmern bestätigt.

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 2021/2022 durch die Konjunkturumfragen des DIHK verwendet. Für das Gesamtjahr 2021 zeichnet sich ein positives Bild ab. Hier lagen die Salden mit Ausnahme der Auswertung zu

Jahresbeginn²¹ deutlich über den entsprechenden Vorjahreswerten und beschreiben einen positiven Trend, der im Herbst 2021 sogar über den Werten des entsprechenden Zeitraums 2019 liegt und damit sein Vorcoronaniveau von 2019 übertrifft.

Ganzjährig betrachtet lag der vom bvdm aufgrund der Daten vom DIHK berechnete Investitionsindex damit 2021 rund 5 Prozent unter dem langjährigen Durchschnitt. Im Herbst 2021 konnte das Niveau sogar in etwa erreicht werden (vgl. Grafik 16). Dies kann vor allem mit der Verbesserung der konjunkturellen Lage im Laufe des Jahres 2021 erklärt werden. Zwar wurde das erste Quartal noch deutlich von Auswirkungen des Lockdowns in den ersten Monaten bestimmt, jedoch fielen diese nicht so gravierend aus wie noch im vorherigen Jahr. Die im Weiteren folgenden Nachholeffekte deuten an, dass auch der Bedarf nach Investitionen stieg. Wie sich dies in der Branche anhand der Summe der Bruttoanlageninvestitionen insgesamt manifestiert, kann abschließend erst mit der Verfügbarkeit der amtlichen Statistiken beurteilt werden (vgl. Grafik 19).

Grafik 19: Entwicklung des Investitionsindex des Druckgewerbes; Fröhsommer 2012 bis Fröhsommer 2022



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

Für 2022 zeigen die Ergebnisse der diesjährigen im Fröhsommer (April bis Anfang Mai 2021) durchgeführten Umfrage, dass lediglich 20 Prozent der Unternehmen im Druckgewerbe vorhaben, in den nächsten zwölf Monaten ihre Ausgaben für Investitionen im Inland zu erhöhen. Wohingegen 31 Prozent der 182 Unternehmensantworten auf eine Senkung der Ausgaben für Investitionen abzielen. Im Vorjahresvergleich verbesserte sich der Saldo der positiven und negativen Antworten leicht (um 2 Prozentpunkte). Damit liegt der Saldo zwar deutlich über den Werten des Coronajahres 2020, allerdings muss beachtet werden, dass hierbei der statistische Basiseffekt berücksichtigt werden muss. Mit dem Ausbruch des Coronavirus waren die Investitionsabsichten auf ein Allzeittief gefallen, im Fröhsommer 2020 betrug der Saldo -60 Prozentpunkte. Die Werte der Vorcoronajahre konnten im Fröhsommer 2022 im Vergleich mit den entsprechenden Vorperioden nicht erzielt werden.

21 Statistischer Basiseffekt: Hier fällt der Vorjahresvergleich negativ aus, da der Zeitraum 2020 noch in die Periode vor den maßgeblichen pandemischen Einschränkungen durch Corona im Jahr 2020 fällt. Im Gegensatz dazu, befand sich die Gesamtwirtschaft zu Jahresbeginn 2021 in der bisher letzten Lockdownphase.

Der vom bvdm aufgrund der Daten vom DIHK berechnete Investitionsindex lag im Frühsommer 2022 rund 6 Prozent unter dem Wert des langjährigen Durchschnitts (vgl. Grafik 19). Dies erklärt sich u. a. durch die zusätzlichen kostenseitigen Belastungen durch Energie- und Papierpreise. Diese wirken sich negativ auf die Finanzlage der Unternehmen aus. In Zeiten von volatilen Preisen und wirtschaftlichen Unwägbarkeiten präferieren Unternehmen ein höheres Maß an Liquidität. So kann es zu Aufschiebungen und Wegfall von Investitionen kommen. In welchem Maße sich dies auf die Investitionen 2022 auswirkt, kann allerdings erst mit der Auswertung der amtlichen Statistik eindeutig geklärt werden.

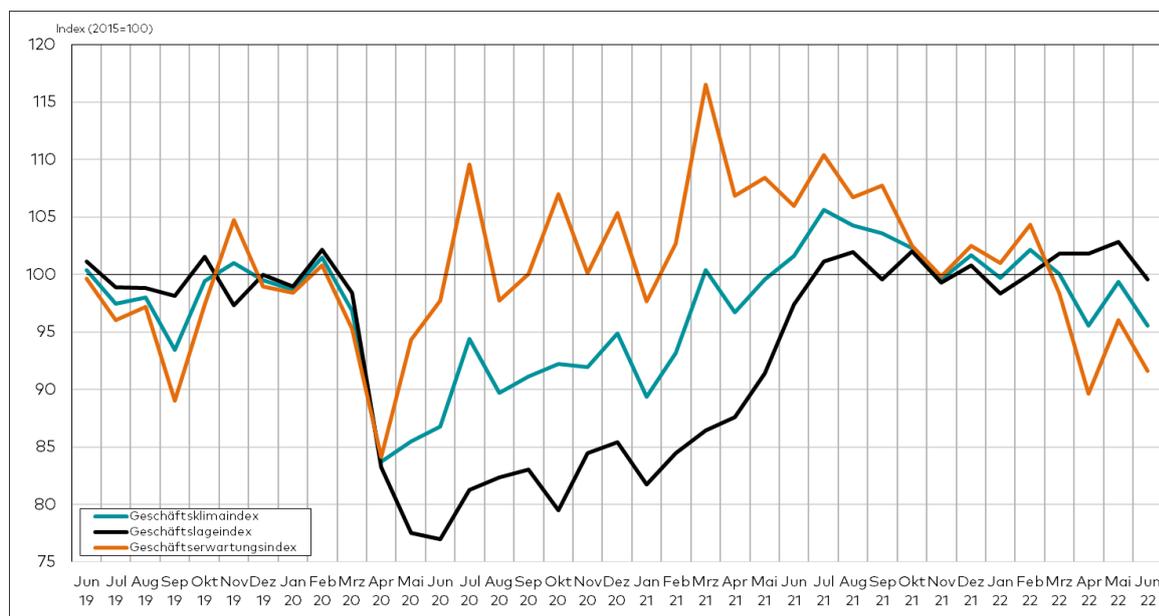
III Ausblick auf das Gesamtjahr 2022

Nachdem zu Beginn des ersten Quartals des Jahres 2022 die im Juli begonnene Abkühlung der konjunkturellen Erholungsbewegung der Druck- und Medienindustrie in Stagnation überging, konnte im März und April eine Produktionsabnahme von saison- und kalenderbereinigt -2,4 Prozent und -1,7 Prozent beobachtet werden. Während der nominale Umsatzindex der Branche im April (+4,5 Prozent) weiter anstieg, stagnierte der preisbereinigte reale Umsatzindex im Vormonatsvergleich. Somit deutet der jüngste Verlauf der konjunkturellen Präsenzindikatoren derzeit auf eine angespannte Lage mit sowie negativen als auch positiven Entwicklungspotenzialen in der Druck- und Medienindustrie hin.

Dies verdeutlicht sich anhand der Stimmungsindikatoren der Branche. Der Geschäftslageindex lag in den Monaten April und Mai erwartungsgemäß deutlich über den Werten des Jahres 2020 und konnte sogar die Notierung des Vorkrisenjahres 2019 übertreffen. Aller Unwägbarkeiten und Belastungen zum Trotz konnte ein von Januar bis Mai bestehender leichter Aufwärtstrend bei der Einschätzung der aktuellen Geschäftslage verzeichnet werden. Im Juni sank die Einschätzung der Geschäftslage allerdings um -3,2 Prozent und spiegelt damit zeitlich verzögert die Verschlechterung der Gesamtsituation wider.

Die Geschäftserwartungen wurden neben den diskutierten Belastungen vor allem durch den Ausbruch des Ukrainekriegs und den damit verbundenen wirtschaftlichen Unsicherheiten in Mitleidenschaft gezogen. Die Schnellebigkeit und Unvorhersehbarkeit der politischen Lage wirken sich maßgeblich auf den Planungshorizont der Unternehmen aus. Folglich zeigt sich eine volatile Bewegung, die sich an den Auswirkungen von Einzelereignissen orientiert, statt einem generellen Trend zu folgen. Eine dementsprechend volatile Entwicklung zeigt auch der als konjunktureller Frühindikator gesehene Geschäftsklimaindex (vgl. Grafik 20).

Grafik 20: Stimmungsindikatoren der Druck- und Medienbranche (Juni 2019 – Juni 2022)



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

Die beschriebene Situation macht deutlich, dass der weitere Verlauf der konjunkturellen Entwicklung der Druckindustrie im Jahr 2022 maßgeblich von einer Vielzahl von Einzelfaktoren abhängt. Dazu zählen einerseits der weitere Verlauf der geopolitischen Lage, der Energieversorgung und der Gesamtkonjunktur. Andererseits die Entwicklung von Lieferproblemen, logistischen Engpässen und den Preisen für Energie und Vorleistungsgüter.

Die nachhaltige Sicherstellung einer stabilen Erdgas- und Energieversorgung, wird eine entscheidende Rolle für die weitere wirtschaftliche Entwicklung in diesem Jahr spielen. Die Druckindustrie ist mittelbar über die gesamtkonjunkturelle Nachfrage und ihre Vorleistungsgüter sowie unmittelbar durch den direkten Gas- und Energieverbrauch betroffen. Eine Unterversorgung und die Unwägbarkeiten einer Gasmängellage stellen ein signifikantes Risiko für die weitere wirtschaftliche Entwicklung der Druckindustrie dar. Zwar gehen die Meinungen der wirtschaftlichen Forschungsinstitute über die Folgen z.T. auseinander, jedoch sollte eine solche Lage unter allen Umständen vermieden werden.

Die Bundesregierung ist seit Beginn des Ukrainekrieges in dem Bestreben, die Abhängigkeit von russischem Erdgas zu vermindern und den Verbrauch zu verringern. Einerseits ist jedoch fraglich, ob dies in der nötigen Zeit gelingen wird und andererseits kann ein vorzeitiger Gas-Lieferstopp seitens Russlands aufgrund der Unzuverlässigkeit und politisch motivierten Gas-Lieferbereitschaft nicht ausgeschlossen werden. Für die Sommer- und Herbstmonate wäre dies anfänglich zu verkraften, jedoch reichen die gespeicherten Reserven nach derzeitigem Stand nicht aus, um ohne gesamtwirtschaftliche Einschränkungen über den Winter zu kommen. Durch Ausrufung der Alarmstufe des Notfallplans Gas aufgrund der reduzierten Gas-Zufflussmengen durch Nord Stream 1 ist bereits jetzt mit im Mittel höheren Gas- und Energiepreisen zu rechnen. Durch einen vollständigen und kurzfristigen Stopp der Lieferungen aus Russland oder eine erhebliche Störung der Gas-Versorgungskette wäre mit wesentlich drastischeren präventiven und vorbereitenden Maßnahmen zu rechnen. Dies birgt Unsicherheiten, die von zusätzlichen Kostenbelastungen über Nachfrageeinbußen bis hin zu Produktionsausfällen für die Druck- und Medienunternehmen reichen. Ein eindeutiger Verlauf ist daher maßgeblich von den politischen Akteuren abhängig und kann schwer prognostiziert werden.

Bis ins Jahr 2021 wurde die wirtschaftliche Entwicklung in hohem Maße von den Infektionsdynamiken und den damit verbundenen coronabedingten gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Einschränkungen bestimmt. So stellt sich auch 2022 die Frage, ob eine Veränderung der Infektionslage erneute Einschränkungen oder Lockdowns nach sich ziehen könnte. Dies ist nach derzeitigem Stand allerdings ein überschaubares Risiko. Zwar besteht immer eine gewisse Wahrscheinlichkeit, dass es zu neuen Gefährdungen durch Mutationen kommt, jedoch machen Impffortschritt und die Erfahrungen aus den letzten Jahren massive pandemische Einschränkungen eher unwahrscheinlich.

Laut der Frühsommerumfrage 2022 des DIHK sehen die Unternehmen in der Druck- und Medienbranche die größten Risiken für die wirtschaftliche Entwicklung in den Energie- und Rohstoffpreisen. So gaben 90 Prozent aller Befragten an, über die Entwicklung der Energie- und Rohstoffpreise besorgt zu sein. Bei den Energiepreisen ist 2022 keine Rückkehr zu den Anfangspreisen des Jahres 2021 zu erwarten²². Folglich wird es auch bei den Papierpreisen mittelfristig zu einer Plateaubildung auf hohem Niveau kommen, da neben den Energiepreisen auch die Preise der anderen Vorleistungsgüter wie Zellstoff und Altpapier weiterhin steigende Tendenzen vorweisen. Die erhöhten kostenseitigen Belastungen durch hohe Papier- und Energiepreise werden daher auch für den Rest des Jahres weiter auf den Druck- und Medienunternehmen

22 Für eine ausführliche Erläuterung vgl. Abschnitt 2

lasten. Die Gefahr, dass kostenseitige Anstiege nicht über die Verkaufspreise weitergegeben werden können und somit die ohnehin schon schmalen Gewinnmargen der Unternehmen weiter belasten, besteht zusehends.

Die Lieferengpässe bei Vorleistungsgütern und Betriebsstoffen, insbesondere grafischen Papieren, stellen die Druckindustrie weiterhin vor große Herausforderungen. Aufträge können erschwert in Umsätze umgewandelt werden, Lieferzeiten erhöhen sich und Neuaufträge können nur bedingt angenommen werden. Dies in Verbindung mit hohen Verkaufspreisen birgt gegenwärtig die Gefahr einer Auftragsabwanderung in andere Formate. Der vom bvdM auf Basis von IFO-Daten berechnete Materialknappheitsindex erreichte im April 2022 ein neues Allzeithoch und liegt damit 74 Prozent über dem Niveau des Vorjahres. Zwar ist davon auszugehen, dass sich die Versorgungslage mit grafischen Papieren langfristig, aufgrund der vorhandenen Produktionskapazitäten entspannt, jedoch ist kurzfristig nur mit einer Plateaubildung, gefolgt von einer graduellen Entspannung zu rechnen. Gerade der Beginn des Ukrainekrieges führte zu einer weiteren Verschärfung der generellen Lieferengpässe. Wann und in welcher Intensität eine Besserung eintritt, ist von den weiteren Entwicklungen des Jahres abhängig.

Mit Blick auf die konjunkturelle Lage prognostizieren die größten inländischen Wirtschaftsforschungsinstitute und internationalen Wirtschaftsorganisationen für das Jahr 2022 ein Wachstum des deutschen Bruttoinlandsprodukts von 1,5 bis max. 2,5 Prozent²³. Im ersten Quartal lagen die preisbereinigten privaten Konsumausgaben rund 8,5 Prozent über denen des Vorjahresquartals. Allerdings ist hier aufgrund der Corona-Einschränkungen im ersten Quartal der statistische Basiseffekt zu beachten. Im Vergleich zu 2019 lagen die Ausgaben rund 2 Prozent unter den Vorcoronawerten. Dieses Bild zeichnet sich auch für die zukünftige Entwicklung ab, so beschreibt die jüngste Entwicklung des von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) berechneten GfK-Konsumklimaindex, der auf monatlich rund 2.000 Verbraucherinterviews basiert, ein deutlich schlechteres Konsumklima. So wird für Juni 2022 ein Index von -26 Punkten prognostiziert. Dies sind rund 17,5 Punkte weniger als noch im März. Die anhaltend hohe Inflationsrate von 7,9 Prozent im Mai und die Unwägbarkeiten des Ukrainekrieges drücken die Konsumstimmung mittlerweile merklich. Mit der Ausrufung der zweiten Stufe des Notfallplans Gas treten neben den erwartbaren Preissteigerungen die konjunkturellen Risiken einer Gas-mangellage in den Wintermonaten zunehmend in den Fokus. So ist in den kommenden Monaten besonders die Politik gefragt um das solide Umfeld des wirtschaftlichen Handelns, das den Wirtschaftsstandort Deutschland in den vergangenen Jahren ausgemacht hat, weiterhin und nachhaltig zu garantieren.

Alles in allem ist derzeit davon auszugehen, dass sich die makroökonomischen Effekte weiter negativ auf die Unternehmen der Druck- und Medienindustrie auswirken werden. In welchem Maße sich dies allerdings in den Produktions- und Umsatzzahlen niederschlägt, ist aufgrund der vielen politischen und wirtschaftlichen Unwägbarkeiten in der derzeitigen Situation nur bedingt zu bemessen. Es bleibt abzuwarten, wie sich insbesondere die Gasversorgungssicherheit und die Lieferkettenprobleme in den kommenden Quartalen und vor allem im Winter 2022 weiterentwickeln. Seit ihren Anfängen wurde die deutsche Druck- und Medienbranche immer wieder vor große Herausforderungen gestellt und konnte diese stets durch unkonventionelle Lösungen und unternehmerisches Geschick lösen. Auch wenn die Lage nach der Pandemie prekär und die Belastungen durch Lieferengpässe, Preisanstiege und geopolitische Risiken historisch sind, so hat sich die Branche auch im Jahr 2022 bisher als durchaus resilient erwiesen.

²³ Stand Juni 2022

IV Statistischer Anhang: Struktur der Druck- und Medienindustrie

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

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

Kostenstruktur 2019

Tabelle 7: Die Kostenstruktur der Druck- und Medienindustrie 2019

| Kostenposten | 2019 | | | 2018 | 2017 |
|------------------------------------------|-------------------|--------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------|
| | Wert in Mio. Euro | Anteil am Bruttoproduktionswert in % | Veränderung gegenüber dem Vorjahr in % | Veränderung gegenüber dem Vorjahr in % | Veränderung gegenüber dem Vorjahr in % |
| Materialverbrauch | 6.545 | 48,8 | -1,5 | -4,0 | -1,8 |
| Roh-, Hilfs-, Betriebsstoffe | 5.717 | 42,6 | 0,5 | -3,5 | -3,1 |
| davon: Energieverbrauch | 328 | 2,4 | -5,9 | -6,4 | 1,4 |
| Einsatz Handelsware | 158 | 1,2 | -0,9 | 0,2 | 1,7 |
| Kosten Lohnarbeiten | 669 | 5,0 | -15,8 | -8,0 | 7,8 |
| Sonstige Betriebskosten | 1.875 | 14,0 | -3,4 | -2,7 | -0,9 |
| Reparaturen, Instandhaltung | 433 | 3,2 | -5,5 | 3,5 | -0,0 |
| Steuern, Gebühren, Beiträge | 47 | 0,3 | 24,9 | -4,7 | -24,2 |
| Sonstige Kosten | 1.395 | 10,4 | -3,5 | -4,5 | -0,3 |
| Finanzaufwand | 1.075 | 8,0 | -2,2 | -3,8 | 0,5 |
| Steuerliche Abschreibungen | 547 | 4,1 | -2,2 | -3,3 | -0,9 |
| Mieten, Pachten | 438 | 3,3 | -2,6 | -4,2 | 1,5 |
| Fremdkapitalzinsen | 89 | 0,7 | -21,1 | -4,0 | 4,3 |
| Personalkosten (inkl. Leiharbeit) | 3.852 | 28,7 | -3,8 | 0,3 | 1,1 |
| Kosten für Leiharbeitnehmer | 89 | 0,7 | 23,2 | 8,2 | -8,0 |
| Bruttolohn-, Gehaltssumme | 3.109 | 23,2 | -3,4 | -0,1 | 0,8 |
| Sozialkosten | 655 | 4,9 | -2,3 | 1,1 | 3,9 |
| gesetzliche | 585 | 4,4 | 2,0 | 0,8 | 1,4 |
| sonstige | 70 | 0,5 | -5,0 | 3,1 | 30,4 |
| Bruttoproduktionswert | 13.404 | 100 | -2,5 | -4,1 | -2,3 |

Bemerkungen: Die Tabelle basiert auf den Angaben der Kostenstrukturerhebung des Statistischen Bundesamtes und umfasst nur Betriebe ab 20 Mitarbeitern. Die Summe der hier aufgelisteten übergeordneten Kostenposten entspricht 99,6 % der Kosten am Bruttoproduktionswert; Datenstand: Mai 2021; Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen: bvdM

Branchenumsatz 2020

Tabelle 8: Struktur des Branchenumsatzes 2020, Abgrenzung nach Sparten

| Sparte | Unternehmen | | | Nominaler Umsatz | | |
|---------------------------------|--------------|--------------|------------------------|------------------|--------------|------------------------|
| | Anzahl | Anteil in % | gegenüber Vorjahr in % | Mio. Euro | Anteil in % | gegenüber Vorjahr in % |
| Drucken von Zeitungen | 299 | 3,2 | -7,7 | 1.169 | 7,2 | -13,7 |
| Drucken sonstiger Erzeugnisse | 5.867 | 63,8 | -7,1 | 12.896 | 78,7 | -13,3 |
| Druck- und Mediovorstufe | 2.358 | 25,6 | -10,2 | 1.849 | 11,2 | -9,7 |
| Druckweiterverarbeitung | 674 | 7,3 | -10,1 | 542 | 3,3 | -14,5 |
| Druckindustrie insgesamt | 9.198 | 100,0 | -8,2 | 16.457 | 100,0 | -13,0 |

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

Tabelle 9: Struktur des Branchenumsatzes 2020, 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 | 7.295 | 79,3 | -7,1 | 1.699 | 10,3 | -6,6 |
| 1 bis unter 10 Mio. Euro | 1.640 | 17,8 | -11,5 | 4.922 | 29,9 | -12,2 |
| 10 bis unter 50 Mio. Euro | 225 | 2,4 | -15,7 | 4.384 | 26,6 | -16,2 |
| 50 bis unter 250 Mio. Euro | 30 | 0,3 | -11,8 | 2.554 | 15,5 | -16,3 |
| 250 Mio. Euro und mehr | 8 | 0,1 | 0,0 | 2.896 | 17,6 | -9,7 |
| Druckindustrie insgesamt | 9.198 | 100,0 | -8,2 | 16.457 | 100,0 | -13,0 |

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

Tabelle 10: Struktur des Branchenumsatzes 2020, Abgrenzung nach Rechtsform

| Rechtsform | Unternehmen | | | Umsatz | | |
|----------------------------------|--------------|--------------|------------------------|---------------|--------------|------------------------|
| | Anzahl | Anteil in % | gegenüber Vorjahr in % | Mio. Euro | Anteil in % | gegenüber Vorjahr in % |
| Einzelunternehmen | 4.296 | 46,7 | -11,2 | 1.135 | 6,9 | -17,6 |
| OHG, GbR u. a. | 468 | 5,1 | -5,5 | 257 | 1,6 | -11,1 |
| Kommanditgesellschaften | 956 | 10,4 | -3,3 | 4.775 | 29,0 | -12,2 |
| Aktiengesellschaften, KGaA u. a. | 26 | 0,3 | -10,3 | 732 | 4,4 | -8,2 |
| GmbH | 3.392 | 36,9 | -5,7 | 9.420 | 57,2 | -13,4 |
| Sonstige | 60 | 0,7 | -10,4 | 13 | 0,8 | -0,7 |
| Insgesamt | 9.198 | 100,0 | -8,2 | 16.457 | 100,0 | -13,0 |

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

Tabelle 11: Struktur des Branchenumsatzes 2020, Abgrenzung nach Bundesland

| Bundesland | Unternehmen | | | Nominaler Umsatz | | |
|-------------------------|--------------|--------------|------------------------|------------------|--------------|------------------------|
| | Anzahl | Anteil in % | gegenüber Vorjahr in % | Tsd. Euro | Anteil in % | gegenüber Vorjahr in % |
| Baden-Württemberg | 1.512 | 16,4 | -9,2 | 2.869.851 | 15,2 | -7,8 |
| Bayern | 1.724 | 18,7 | -6,4 | 4.473.361 | 23,6 | -8,2 |
| Berlin | 373 | 4,1 | -9,9 | 984.219 | 5,2 | 2,2 |
| Brandenburg | 176 | 1,9 | -4,3 | 185.134 | 1,0 | -2,0 |
| Bremen | 67 | 0,7 | -11,8 | 93.041 | 0,5 | 1,8 |
| Hamburg | 248 | 2,7 | -11,7 | 261.750 | 1,4 | -57,5 |
| Hessen | 770 | 8,4 | -10,9 | 929.218 | 4,9 | -20,1 |
| Mecklenburg-Vorpommern* | 92* | 1,0* | - | - | - | - |
| Niedersachsen | 747 | 8,1 | -9,2 | 1.888.932 | 10,0 | 0,9 |
| Nordrhein-Westfalen | 1.996 | 21,7 | -8,0 | 4.651.618 | 24,6 | 14,6 |
| Rheinland-Pfalz | 464 | 5,0 | -8,3 | 507.415 | 2,7 | 0,9 |
| Saarland | 87 | 0,9 | -8,4 | 62.337 | 0,3 | -0,4 |
| Sachsen | 341 | 3,7 | -8,6 | 578.158 | 3,1 | 2,0 |
| Sachsen-Anhalt | 138* | 1,5* | - | - | - | - |
| Schleswig-Holstein | 288 | 3,1 | -5,0 | 930.579 | 4,9 | -4,9 |
| Thüringen* | 175* | 1,9* | - | - | - | - |
| Deutschland | 9.198 | 100,0 | -8,2 | 16.457 | 100,0 | 13,0 |

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

Betriebe und Beschäftigte, September 2021

Tabelle 12: Betriebs-/Beschäftigtenstruktur, Abgrenzung nach Beschäftigtenklassen und Sparten

| Beschäftigtenklassen/ Sparten | Betriebe | | | Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte | | |
|----------------------------------|--------------|--------------|------------------------|-------------------------------------------|--------------|------------------------|
| | Anzahl | Anteil in % | gegenüber Vorjahr in % | Anzahl | Anteil in % | gegenüber Vorjahr in % |
| 1 bis 9 | 4.984 | 70,4 | -1,4 | 15.131 | 13,2 | -1,5 |
| 10 bis 19 | 851 | 12,0 | -7,3 | 11.614 | 10,1 | -8,3 |
| 20 bis 49 | 734 | 10,4 | -3,0 | 22.343 | 19,5 | -3,9 |
| 50 bis 99 | 303 | 4,3 | -4,1 | 21.024 | 18,3 | -3,7 |
| 100 bis 499 | 202 | 2,9 | -10,6 | 37.435 | 32,6 | -8,6 |
| 500 und mehr | 8 | 0,1 | -11,1 | 7.257 | 6,3 | -6,6 |
| Drucken von Zeitungen | 177 | 2,5 | -4,3 | 7.392 | 6,4 | -7,9 |
| Drucken sonstiger Erzeugnisse | 5.303 | 74,9 | -2,0 | 85.471 | 74,4 | -6,0 |
| Druck- und Mediovorstufe | 1.183 | 16,7 | -4,1 | 16.398 | 14,3 | -1,2 |
| Druckweiterverarbeitung | 419 | 5,9 | -7,1 | 5.543 | 4,8 | -11,6 |
| Druckindustrie insgesamt | 7.082 | 100,0 | -2,7 | 114.804 | 100,0 | -5,8 |

Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich Berichtskreis: Betriebe ab einem sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten; Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Datenstand: April 2022; Berechnungen: bvdM

Außenhandel 2021

Tabelle 13: Außenhandel 2021, Aufschlüsselung nach Warengruppen

| Warengruppe | Export | | | Import | | |
|--------------------------------------------|------------------|------------------------|--------------|------------------|------------------------|--------------|
| | Tsd. Euro | gegenüber Vorjahr in % | Anteil in % | Tsd. Euro | gegenüber Vorjahr in % | Anteil in % |
| Werbedrucke/Kataloge | 775.489 | 0,7 | 18,5 | 273.982 | -8,4 | 8,8 |
| Etiketten | 355.889 | 6,7 | 8,5 | 191.755 | -1,4 | 6,2 |
| Kalender/Karten | 105.235 | 13,5 | 2,5 | 150.228 | 11,2 | 4,8 |
| Abziehbilder/Transferdrucke | 243.284 | 20,9 | 5,8 | 36.574 | 30,4 | 1,2 |
| Sonstige Erzeugnisse | 673.535 | 27,1 | 16,1 | 541.783 | 36,3 | 17,4 |
| Summe Druckerzeugnisse | 2.153.432 | 11,7 | 51,3 | 1.194.322 | 13,3 | 38,3 |
| Bücher/Broschüren | 1.714.262 | 9,5 | 40,9 | 1.702.566 | 22,8 | 54,7 |
| Zeitungen/Zeitschriften | 328.372 | 4,5 | 7,8 | 218.370 | 8,6 | 7,0 |
| Summe Verlagserzeugnisse | 2.042.634 | 8,7 | 48,7 | 1.920.936 | 21,0 | 61,7 |
| Summe Druck- und Verlagserzeugnisse | 4.196.066 | 10,2 | 100,0 | 3.115.258 | 17,9 | 100,0 |

Bemerkung: Vorläufige Werte; Berichtskreis: EU-Handel: ab 500.000 Euro beim Export und ab 800.000 Euro beim Import, Handel mit Drittländern: alle anfallenden Zollmeldungen; Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: Mai 2022; Berechnungen: bvdM

Tabelle 14: Außenhandel 2021, 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 | 625.903 | 2,9 | 14,9 | Polen | 1.003.076 | 15,8 | 32,2 |
| Polen | 587.441 | 31,2 | 14,0 | Tschechische Republik | 324.191 | 7,1 | 10,4 |
| Österreich | 561.401 | 13,1 | 13,4 | USA | 270.439 | -* | 8,7 |
| Frankreich | 436.291 | 18,8 | 10,4 | China | 198.825 | 18,5 | 6,4 |
| Tschechische Republik | 239.060 | -4,1 | 5,7 | Niederlande | 188.818 | 22,9 | 6,1 |
| Niederlande | 218.806 | -4,4 | 5,2 | Italien | 180.698 | 43,2 | 5,8 |
| Großbritannien | 176.306 | -17,9 | 4,2 | Österreich | 144.498 | -3,5 | 4,6 |
| USA | 174.599 | 18,0 | 4,2 | Großbritannien | 143.930 | -41,4 | 4,6 |
| Italien | 159.247 | 13,8 | 3,8 | Frankreich | 122.430 | 14,2 | 3,9 |
| Belgien | 114.270 | 9,6 | 2,7 | Belgien | 79.623 | 22,4 | 2,6 |
| Summe der 10 wichtigsten Länder | 3.293.324 | 9,6 | 78,5 | Summe der 10 wichtigsten Länder | 2.656.528 | 16,9 | 85,3 |
| Summe Gesamt | 4.196.066 | 10,2 | 100,0 | Summe Gesamt | 3.115.258 | 17,9 | 100,0 |

Bemerkung: Vorläufige Werte; Verlags- und Druckerzeugnisse; Berichtskreis: EU-Handel: ab 500.000 Euro beim Export und ab 800.000 Euro beim Import, Handel mit Drittländern: alle anfallenden Zollmeldungen; Quelle: Statistisches Bundesamt; Datenstand: Mai 2022; Berechnungen: bvdM

Arbeitsmarkt 2021

Tabelle 15: Ausbildungsverträge in der Druck- und Medienindustrie

| Ausbildungsbereich/ Ausbildungsberuf | Gesamtausbildungsverträge 1. bis 3. Ausbildungsjahr | | | Neue Ausbildungsverträge 1. Ausbildungsjahr | | |
|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------|---------------|---------------------------|------------------------------------------------|--------------|---------------------------|
| | 2021 | 2020 | gegenüber Vorjahr in % | 2021 | 2020 | gegenüber Vorjahr in % |
| Mediengestaltung | 6.136 | 6.763 | -9,3 | 2.267 | 2.169 | 4,5 |
| Mediengestalter Digital/Print | 6.136 | 6.763 | -9,3 | 2.267 | 2.169 | 4,5 |
| Drucktechnik | 1.759 | 1.996 | -11,9 | 597 | 629 | -5,1 |
| Medientechnologie Druck | 1.517 | 1.731 | -12,4 | 510 | 555 | -8,1 |
| Medientechnologie Siebdruck | 242 | 265 | -8,7 | 87 | 74 | 17,6 |
| Druckverarbeitung | 1.328 | 1.497 | -11,3 | 483 | 473 | 2,1 |
| Medientechnologie Druckverarbeitung | 399 | 490 | -18,6 | 146 | 153 | -4,6 |
| Buchbinder | 78 | 81 | -3,7 | 37 | 27 | 37,0 |
| Packmitteltechnologie | 851 | 926 | -8,1 | 300 | 293 | 2,4 |
| Gesamt | 9.223 | 10.256 | -10,1 | 3.347 | 3.271 | 2,3 |

Quelle: Statistik Berufsausbildung und Fortbildung des Zentral-Fachausschusses Berufsbildung Druck und Medien (ZFA);
Datenstand: Dezember 2021; Rundungsdifferenzen möglich