



# REGIONALES KONJUNKTURBAROMETER

*Report 1/19*

Ein Kooperationsprojekt von:

 Stadtparkasse  
Wuppertal

 Stadt-Sparkasse  
Solingen

 Stadtparkasse  
Remscheid



BERGISCHE  
UNIVERSITÄT  
WUPPERTAL



Liebe Leserinnen und Leser,

seit einem Jahr befragt das *Wuppertaler Institut für Unternehmensforschung und Organisationspsychologie* (WIFOP) Bergische Unternehmen quartalsweise zu ihrer Einschätzung der konjunkturellen Lage und Entwicklung innerhalb der Region. Basierend auf den Umfrageergebnissen erstellt das WIFOP-Team das Regionale Konjunkturbarometer.

Im Laufe des Jahres hat das Projekt zunehmend positiven Zuspruch erfahren. So haben sich die Teilnehmerzahlen an der Umfrage mehr als verdoppelt. Nahmen an der ersten Umfrage im 1. Quartal 2018 noch 113 Unternehmen mit rund 14.000 Mitarbeitern teil, sind es in der aktuellen Umfrage 238 Unternehmen mit rund 19.750 Beschäftigten. Eine ausgeglichene Verteilung der Unternehmen sowohl über die verschiedenen Sektoren als auch über die verschiedenen Beschäftigungsgrößenklassen hinweg, ermöglichte es dem WIFOP-Team dabei, die konjunkturelle Entwicklung der Region realistisch abzubilden.

Was uns besonders freut, ist die unmittelbare positive Resonanz vieler Unternehmen, die mit uns über die quartalsweise erschienenen Branchenreports in den Industriezweigen Medizintechnik (1. Quartal 2018), Werkzeugindustrie (2. Quartal 2018), Bauhauptgewerbe (3. Quartal 2018) sowie Transport und Logistik (4. Quartal 2018) in Kontakt getreten sind. Ihr Lob ermutigt uns, den Einblick in ein spezielles Branchensetting als Ergänzung zu dem Überblick über das regionale Wirtschaftsgeschehen in diesem Format beizubehalten. Dies ermöglicht Branchenteilnehmer, sowie Brancheninteressierte, umfassend über die sich verändernden rechtlichen und ökonomischen Rahmenbedingungen zu informieren und ihnen Trends und Perspektiven sowie damit verbundene Chancen und Risiken aufzuzeigen.

In der aktuellen Ausgabe geben wir ab Seite 26 Einblicke in das Branchenumfeld des Druckgewerbes und lassen mit Ute Brüne die Prokuristin des Druckunternehmens OFFSET COMPANY Druckereigesellschaft mbH zu Wort kommen, die uns auf den Seiten 57-62 spannende Einblicke in die hohe Wettbewerbsintensität im Druckgewerbe, die Folgen der Digitalisierung und die Zukunftsfähigkeit der Branche gibt.

Ab Seite 15 werden die aktuellen Umfrageergebnisse des Regionalen Konjunkturbarometers vorgestellt. Eine kurze Zusammenfassung vorab: Die Geschäftslage hat sich im 1. Quartal 2019 gegenüber dem Vorquartal verschlechtert. Dieses Ergebnis ist somit konsistent mit den Einschätzungen der Unternehmer aus dem 4. Quartal 2018. Die Erwartungen für das kommende Halbjahr haben sich hingegen kaum verändert. Wie schon im 4. Quartal 2018 verläuft die Entwicklung in den einzelnen Branchen sehr unterschiedlich. Auf dem Arbeitsmarkt beobachten wir im Bergischen Städtedreieck eine positive Entwicklung. Die Beschäftigung erreichte im März 2019 den höchsten Stand der letzten 18 Jahre.

Die Methodik der Erhebung, welche auf den neusten wissenschaftlichen Erkenntnissen der empirischen Konjunkturforschung beruht, wird zusammenfassend ab Seite 12 dargestellt und kann detailliert unserem kostenlos erhältlichen Methodenpaper entnommen werden.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre und spannende Einblicke in die konjunkturelle Lage des Bergischen Städtedreiecks.

**Prof. Dr. André Betzer und Jun.-Prof. Dr. Markus Doumet**  
(wissenschaftliche Leiter des Regionalen Konjunkturbarometers)

## INHALT

<b>VORWORT</b>	3	<b>BRANCHENREPORT DRUCKGEWERBE</b>	
<b>GESAMTWIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG</b>		Einleitung	26
Wirtschaftliche Lage und Erwartungen	5	Klassifikation	28
Arbeitsmarkt	8	Bedeutung und Historie	30
<b>BERGISCHES STÄDTEdreieck</b>		Rechtliche Rahmenbedingungen	38
Das Regionale Konjunkturbarometer	12	Ökonomische Rahmenbedingungen	41
Wirtschaftliche Lage und Erwartungen	15	Branchenstruktur	46
Arbeitsmarkt	19	Trends und Perspektiven	52
Sonderauswertung Langzeitarbeitslosigkeit	22	Chancen und Risiken	55
		Interview mit Ute Brüne, OFFSET COMPANY Druckerei- gesellschaft mbH	57
		Impressum	63

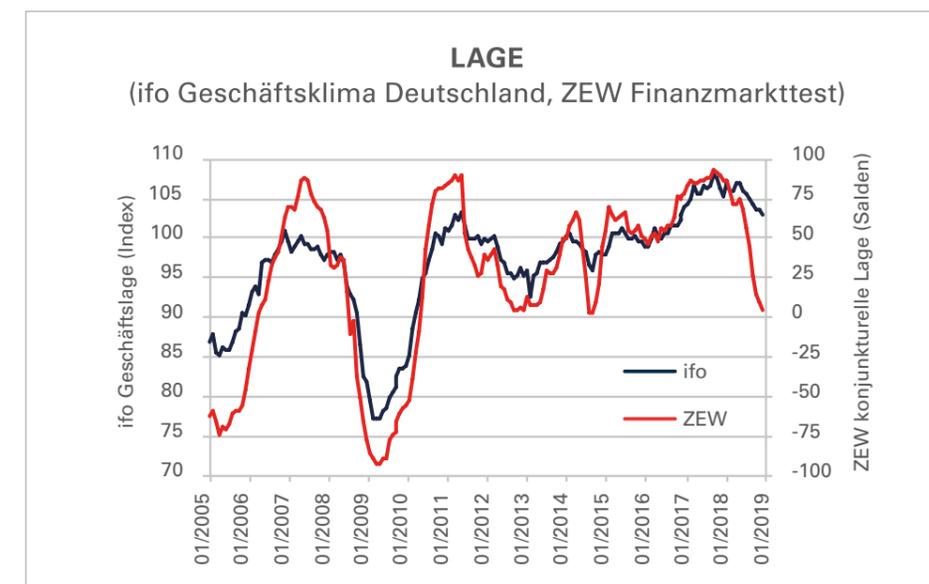
# GESAMTWIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG

## WIRTSCHAFTLICHE LAGE UND ERWARTUNGEN

Die wirtschaftliche Lage in Deutschland hat sich im Verlauf des 1. Quartals 2019 weiter verschlechtert. Sowohl die Lagebeurteilung des ZEW Finanzmarkttests als auch der ifo Lageindex weisen geringere Werte auf als noch zu Jahresbeginn. Die Entwicklung ist über die verschiedenen Branchen hinweg jedoch sehr unterschiedlich. Vor allem exportorientierte Branchen leiden unter der sich abkühlenden Weltwirtschaft. Die Nachfrage auf dem Binnenmarkt

basierende Lagesaldo des ZEW Finanzmarkttests verschlechterte sich ebenfalls deutlich. Der Lagesaldo fiel im April um 5,6 Punkte gegenüber dem Vormonat März.

Die größten Unsicherheiten gehen weiterhin vom BREXIT und dem Handelskrieg zwischen China und den USA aus. In der vergangenen Ausgabe des Regionalen Konjunkturbarometers hatten wir bereits ausführlich über die möglichen Folgen eines un-



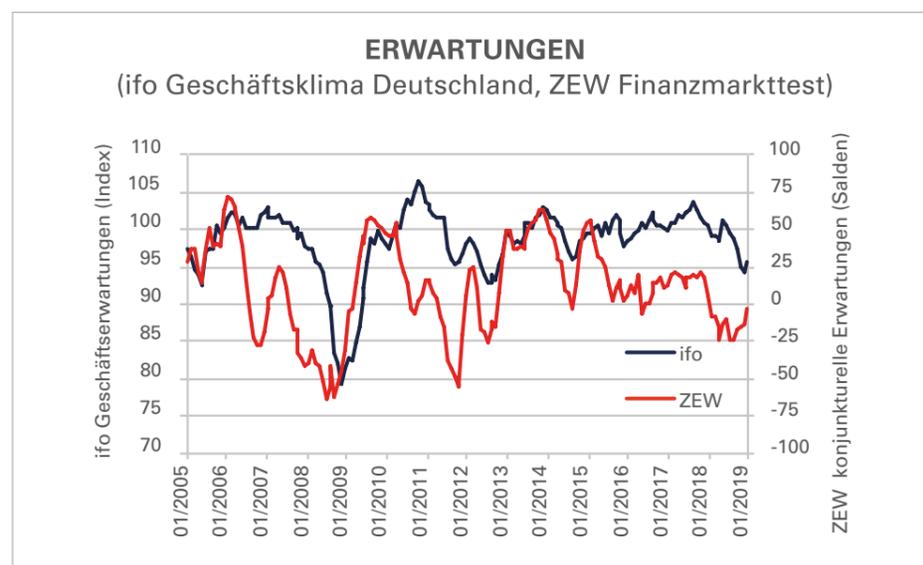
ist hingegen stabil, was in einzelnen Branchen zu einer Verbesserung der wirtschaftlichen Lage und Erwartungen geführt hat.

Der ifo Lageindex ist im April um 0,6 Punkte auf einen Indexstand von 103,3 Punkten gefallen. Der auf einer Befragung von Finanzmarktexperten

geordneten Austritts des Vereinigten Königreichs aus der EU berichtet. Inzwischen ist mit der erneuten Verschiebung des Austrittsdatums wieder vollkommen offen, ob, wann und unter welchen Voraussetzungen ein Austritt erfolgt. Positive Signale, die auf einen Fortschritt hindeuten, kamen hingegen aus China. Mit der

beschleunigten Vorlage und Verabschiedung eines Gesetzes, das den chinesischen Markt stärker für ausländische Investoren öffnen soll, wurde auf einen wesentlichen Kritikpunkt der USA und der Europäischen Union eingegangen. Auch aus der US-Administration kamen positive Signale, die die aktuellen Verhandlungsrunden mit China als „konstruktiv“ bewerteten. Das lässt darauf hoffen, dass der aktuell bestehende Handelsstreit zwischen den beiden größten Volkswirt-

Die Lageeinschätzung im Dienstleistungssektor und im Handel hat sich gegenüber dem Jahresanfang kaum verändert. Der Saldowert der Lageindizes nahm zwischen Januar und April 2019 um 0,7 bzw. 0,6 Prozentpunkte zu. Im Baugewerbe ist eine besonders positive Lageveränderung (+5,6 Prozentpunkte) zu beobachten. Nach schwächeren Werten im Januar hat der Lagesaldo bis April wieder deutlich zulegen können. Während im vergangenen Jahr vor allem der



schaften der Welt in den kommenden Wochen beigelegt werden könnte. Dies würde der weltweiten Konjunktur einen positiven Impuls geben.

Vor allem das Verarbeitende Gewerbe würde von diesem Impuls profitieren, da es von den Folgen der schwächelnden Weltkonjunktur derzeit am stärksten betroffen ist.

Wohnungsbau für eine gute Auftragslage gesorgt hat, wirkt sich aktuell vor allem der Investitionshochlauf von Bund und Ländern sehr positiv aus. Zudem sind die Finanzierungsbedingungen für Immobilien weiterhin günstig und substanzielle Zinserhöhungen durch die EZB derzeit nicht zu erwarten.

Wie schon bei der Lagebeurteilung zeichnet sich auch bei den Geschäftserwartungen ein gemischtes Bild. Während der Saldowert des ZEW Finanzmarkttests gegenüber dem Vormonat März um 6,7 Punkte zulegen konnte, fiel der ifo Index für die Geschäftserwartungen um 0,4 Zähler auf 95,2 Punkte. Anders als die vom ifo Institut befragten Unternehmer geht die Mehrheit der vom ZEW befragten Finanzmarktexperten davon aus, dass sich die Weltwirtschaft weniger schlecht als bisher vermutet entwickeln wird.

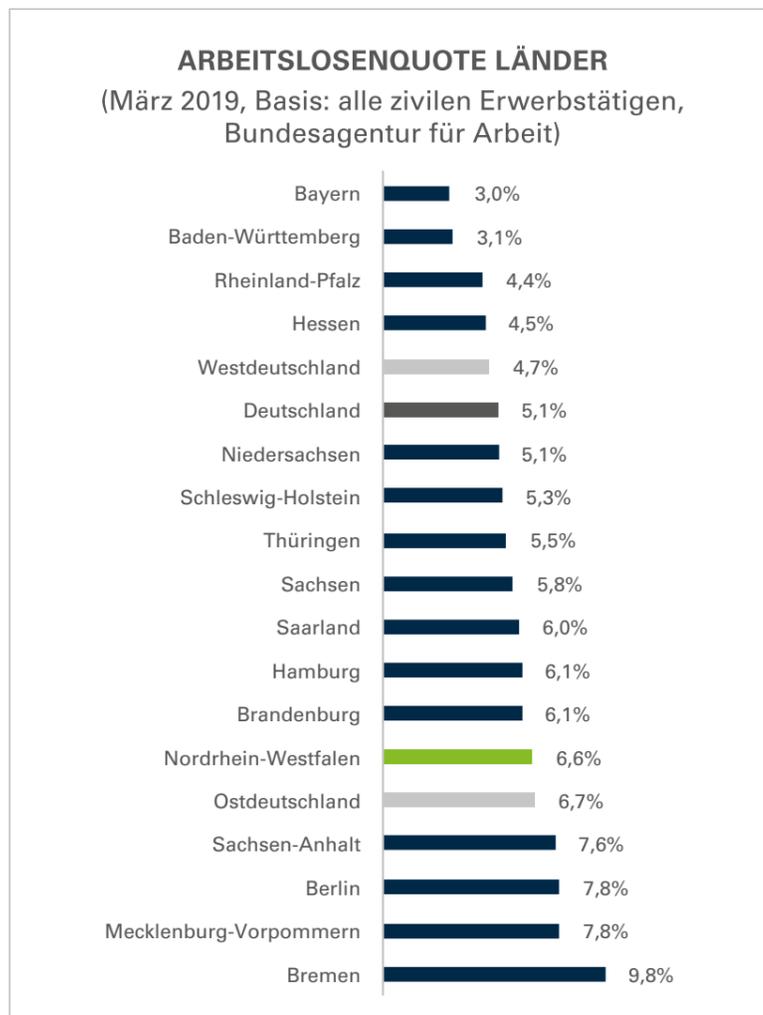
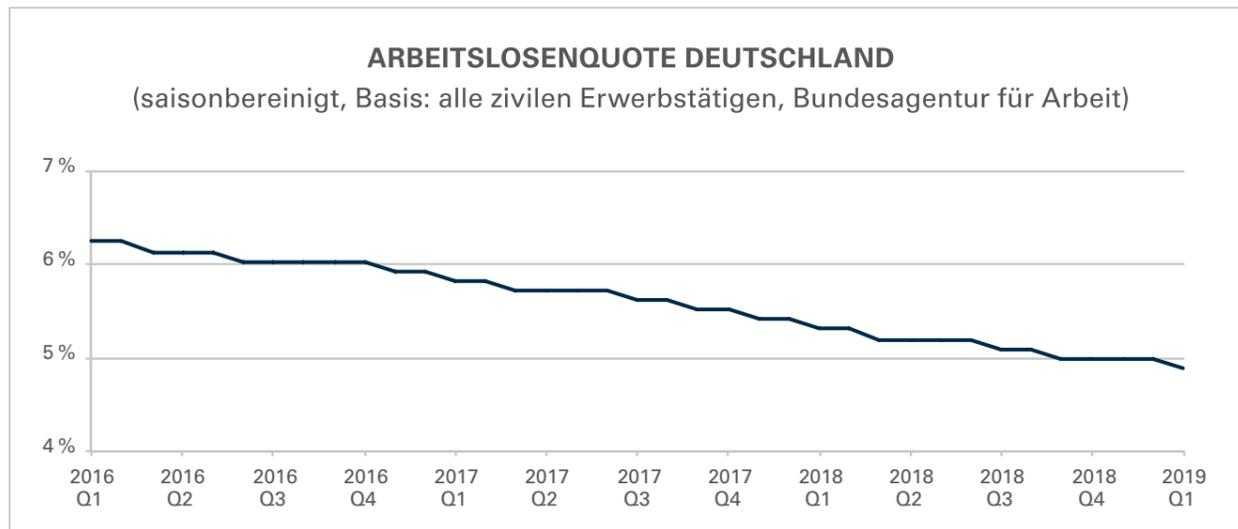
Das exportabhängige Verarbeitende Gewerbe hat eine pessimistischere Einschätzung der künftigen Geschäftsentwicklung. So lag der entsprechende Saldowert der ifo Geschäftserwartungen mit -13,5 % zum fünften Mal in Folge im negativen Bereich. Lediglich im Dienstleistungssektor wird von einer positiven Entwicklung in den kommenden sechs Monaten ausgegangen. Hier stieg der entsprechende Saldowert um 0,5 Prozentpunkte auf +9,0 %.

Führende Wirtschaftsforschungsinstitute sowie die Bundesregierung folgen der Einschätzung der Unternehmer und korrigieren ihre Wachstumsprognose für das laufende Jahr nach unten. Aktuelle Prognosen gehen im Mittel von einem 0,9 prozentigem Wachstum des Bruttoinlandsprodukts aus.

Auch die Verbraucher gehen davon aus, dass sich die Konjunktur spürbar abkühlt. Laut der GfK Konsumklimastudie haben sich die Konjunkturerwartungen privater Haushalte im 1. Quartal 2019 zunächst weiter verschlechtert. Zuletzt konnte der Indikator aber wieder sieben Zähler dazugewinnen und liegt aktuell bei 11,2 Punkten. Auch die Einkommenserwartungen verschlechterten sich zum Ende des Quartals leicht, liegen aber immer noch auf einem sehr hohen Niveau (Rückgang um 3,4 Zähler auf 50,2 Punkte). Die Anschaffungsneigung ist im März ebenfalls leicht rückläufig, verweilt aber auf einem hohen Niveau. Die hohe Konsumneigung scheint im Widerspruch zu den verschlechterten Konjunkturerwartungen zu stehen, lässt sich aber vor allem durch die gute Lage am Arbeitsmarkt und das aktuell niedrige Zinsniveau erklären.

Die Inflationsrate lag im März bei 1,3 % und damit so niedrig wie zuletzt im April 2018. Ohne Berücksichtigung der Energiepreise (4,2 %) hätte die Jahresteuersatzrate sogar nur 1,1 % betragen. Damit liegt sie deutlich unter der Zielvorgabe der EZB von „unter, aber nahe 2,0 %“.

## ARBEITSMARKT



Der nationale Arbeitsmarkt entwickelt sich, trotz der jüngst zu beobachtenden konjunkturellen Schwächephase, weiterhin positiv. Die ohnehin zum Frühjahr einsetzende Belebung verläuft dabei noch etwas positiver als saisonüblich. Die Zahl der Arbeitslosen ist somit weiter rückläufig. Nach vorläufiger Hochrechnung der Bundesagentur für Arbeit waren im Dezember 2018 rund 157.000 erwerbsfähige Personen weniger arbeitslos gemeldet als im Vorjahresmonat (-6,0%). Insgesamt beläuft sich die Zahl der erwerbsfähigen Personen ohne Arbeit auf 2.301.121. Dies entspricht einer saisonbereinigten Arbeitslosenquote von 4,9%.

Die Bundesländer mit den niedrigsten Arbeitslosenquoten sind unverändert Bayern (3,0%) und Baden-Württemberg (3,1%). Der Stadtstaat Bremen (9,8%) und das Land Mecklenburg-Vorpommern (7,8%) weisen die höchsten Arbeitslosenquoten auf. Die jahresdurchschnittliche Arbeitslo-



senquote in den ostdeutschen Bundesländern liegt höher als die in Westdeutschland. Dabei sinkt die Arbeitslosenquote in Ostdeutschland etwas stärker. Ein Trend, der saisonbereinigt dazu führt, dass sich die Arbeitslosenquoten von Ostdeutschland (6,7 %) und Westdeutschland (4,7 %) einander annähern.

Bundesweit entwickeln sich Arbeitsplatzangebot und -nachfrage weiter positiv. Sowohl das gesamtwirtschaftliche Stellenangebot als auch die Zahl der gemeldeten Stellen liegen über den Vorjahreswerten. Insgesamt wurden der Bundesagentur für Arbeit 797.455 freie Stellen gemeldet. Dabei stieg, gegenüber dem Vorjahr, die durchschnittliche Vakanzzeit um 14 Tage auf nun 115 Tage. Die größer werdende Zeitspanne, zwischen gewünschtem und tatsächlichem Besetzungstermin, deutet darauf hin, dass es Unternehmen auch weiterhin schwerfällt, freie Stellen zu besetzen.

Oft wird in diesem Zusammenhang die Schlussfolgerung gezogen, es herrsche ein genereller Fachkräftemangel. Die Bundesagentur für Arbeit weist hierzu in ihrer halbjährlichen Engpassanalyse von Dezember 2018, Engpässe jedoch nicht grundsätzlich, sondern nur für bestimmte Berufsgruppen und Regionen aus. So liegen in manchen Berufsfeldern schon seit einigen Jahren Engpasssituationen vor. Besonders davon betroffen sind Gesundheits- und Pflegeberufe sowie eine Reihe von technischen Be-

rufsfeldern. Aufgrund der anhaltend hohen Auslastung von Unternehmen des Baugewerbes ist nun allerdings auch in vielen Bauberufen sowie in einer Reihe von handwerklichen Berufsfeldern ein deutlicher Mangel an Fachkräften festzustellen. Betrachtet man das Verhältnis von gemeldeten Arbeitsstellen zu erwerbsfähigen Personen ohne Arbeit, stehen einer offenen Stelle aktuell rund zweieinhalb Arbeitslose gegenüber. Dieses Verhältnis lag in 2007 – und damit noch vor der Finanz- und Bankenkrise – bei etwa 1:9.

Die Analyse der Bundesagentur basiert zwar auf einer umfangreichen Datengrundlage, jedoch sind die Ergebnisse teilweise kritisch zu betrachten. So werden in der offiziellen Statistik beispielsweise nur der Bundesagentur gemeldete Stellen berücksichtigt. Die tatsächliche Anzahl offener Stellen kann davon abweichen. Geht man davon aus, dass entsprechende Abweichungen nicht branchenspezifisch auftreten, ist die Analyse jedoch gut dazu geeignet, Berufsgruppen mit den stärksten Fachkräfteengpässen zu identifizieren.

Die meisten Konjunkturprognosen gehen zunehmend davon aus, dass mit einer Abschwächung der Weltwirtschaft und einem leichten wirtschaftlichen Abschwung in Deutschland zu rechnen ist. Die verschiedenen Frühindikatoren des deutschen Arbeitsmarktes deuten ebenso auf eine deutlich verringerte Arbeitsmarktdynamik hin.

Das IAB-Arbeitsmarktbarometer des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung sank im März im vierten Monat in Folge. Erstmals in den letzten drei Jahren liegt die Arbeitslosigkeitskomponente in einem negativen Bereich. Der Abbau von Arbeitslosigkeit wird somit vorerst stagnieren. Das Institut rechnet jedoch aufgrund guter Grundbedingungen auf dem deutschen Arbeitsmarkt mit einem nur vorübergehenden Effekt. So entwickelt sich die Beschäftigungskomponente im März zwar leicht negativ, jedoch liegt sie mit 106,2 Punkten fortwährend im deutlich positiven Bereich (Skala des Barometers: 90 = sehr schlechte Entwicklung; 110 = sehr gute Entwicklung; 100 = neutrale/gleichbleibende Entwicklung). Gerade konjunktur- und exportabhängige Branchen, wie das Verarbeitende Gewerbe, sichern sich, wegen des knappen Fachkräfteangebots, auch weiterhin neue Arbeitskräfte. So erwartet das Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung auch für die kommenden Monate eine positive Entwicklung des nationalen Arbeitsmarktes.

Das Beschäftigungsbarometer des ifo Instituts deutet auf eine steigende Zurückhaltung der Unternehmen im Personalaufbau hin. Das Barometer tendierte im April auf einem Wert (+101,5 Punkte), den es zuletzt im März 2017 aufzeigte. Während sich der Saldowert im Verarbeitenden Gewerbe (-4,0 %) zum zweiten Mal in Folge im negativen Bereich befindet, tragen die zwar leicht schwächere, aber immer noch hohe Arbeitskräftenachfrage im Bauhauptgewerbe (+10,4 %) sowie im Dienstleistungssektor (+16,7 %) zu einer Stabilisierung des Barometers im immer noch positiven Bereich bei. Der Handel (+3,5 %) weist in diesem Zusammenhang sogar höhere Barometerwerte als in den Vormonaten auf. Insgesamt lagen diese jedoch deutlich unter dem Niveau des Vorjahres.

Vieles deutet darauf hin, dass der positive Beschäftigungstrend auf nationaler Ebene in den kommenden Monaten deutlich an Dynamik verlieren wird. Angesichts historisch niedriger Arbeitslosenzahlen sowie eines insgesamt hohen Beschäftigungsgrads, befindet sich der Arbeitsmarkt jedoch in einer sehr positiven Ausgangslage.

# BERGISCHES STÄDTEDREIECK

## DAS REGIONALE KONJUNKTURBAROMETER

Das Regionale Konjunkturbarometer ist ein qualitativer Indikator, der die konjunkturelle Lage und Entwicklung des Bergischen Städtedreiecks erfasst. Der Indikator basiert auf einer quartalsweisen Befragung von Unternehmen im Bergischen Städtedreieck zu ihrer aktuellen wirtschaftlichen Lage sowie ihren Erwartungen hinsichtlich der konjunkturellen Entwicklung.

Vergleichbare Indikatoren werden auf nationaler Ebene von verschiedenen Wirtschaftsforschungsinstituten (z. B. ifo, ZEW) bereits seit längerem erhoben und finden in Wirtschaft, Politik und Medien große Beachtung. Da die wirtschaftliche Entwicklung auf regionaler Ebene allerdings systematisch von der nationalen Entwicklung abweichen kann, stellt das Regionale Konjunkturbarometer ein wichtiges Entscheidungskriterium für die Unternehmen im Bergischen Städtedreieck dar. Insbesondere Unternehmen, deren Produktionsstandorte und/oder Absatzmärkte eng mit dem Bergischen Städtedreieck verbunden sind, können durch das Regionale Konjunkturbarometer künftig bessere Managemententscheidungen treffen. Auch für lokal agierende Finanzinstitute ist die regionale wirtschaftliche Entwicklung von Bedeutung und sollte in das Risikomanagement durch geeignete Kennzahlen einfließen. Ebenso helfen regionale Kon-

junkturprognosen politischen Entscheidungsträgern mögliche Auswirkungen von kommunalen wirtschafts- und finanzpolitischen Maßnahmen besser abschätzen zu können.

Die Umfrage zum Regionalen Konjunkturbarometer besteht aus vier Fragen:

1. Die Beurteilung der aktuellen Geschäftslage
2. Die Geschäftserwartungen für die nächsten sechs Monate
3. Die aktuelle Nachfragesituation
4. Die Personalplanung für die nächsten sechs Monate

Die Fragen werden quartalsweise in den Sektoren: Verarbeitendes Gewerbe, Bauhauptgewerbe, Handel und Dienstleistungen erhoben.

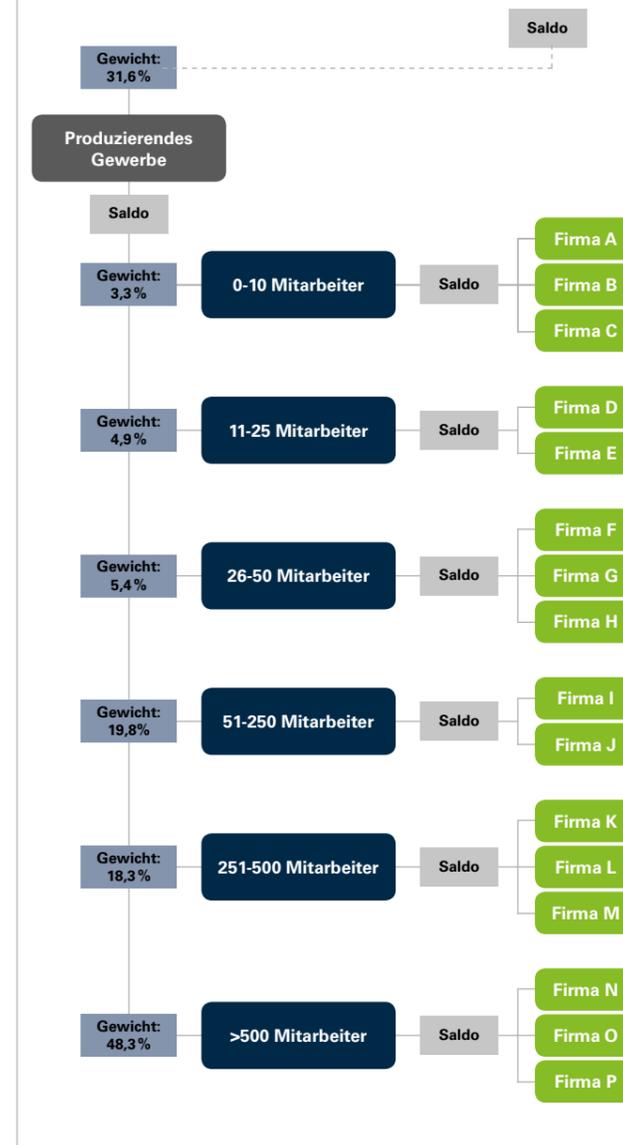
Die Ergebnisse der ersten beiden Fragen bilden die zwei Komponenten des Regionalen Konjunkturbarometers: (i) Die Beurteilung der aktuellen Geschäftslage und (ii) die Erwartungen der befragten Unternehmer hinsichtlich ihrer Geschäftsentwicklung in den kommenden sechs Monaten. Die Frage zur aktuellen Geschäftslage kann mit „gut“, „befriedigend“ oder „schlecht“ beantwortet werden. Die Frage zu den Geschäftserwartungen für die nächsten sechs Monate kann mit „etwas günstiger“, „etwa gleich“ oder „eher schlechter“ beantwortet werden.<sup>1</sup>

Für die beiden Komponenten wird jeweils der Saldo aus positiven (gut/etwas günstiger) und negativen (schlechter/eher schlechter) Antworten berechnet. Die beiden Salden können jeweils Werte von -100 % bis +100 % annehmen. Bewerten die Teilnehmer z. B. die aktuelle Geschäftslage zu 60 % mit „gut“, 15 % mit „befriedigend“ und 25 % mit „schlecht“, dann ergibt sich ein Saldo von +35 %.

Da der Beitrag der befragten Unternehmen zur regionalen Wirtschaftsleistung nicht gleich hoch ist, sondern vielmehr in Abhängigkeit von der Unternehmensgröße und der Branchenzugehörigkeit variiert, verwenden wir ein zweistufiges Gewichtungsverfahren zur Berechnung der Salden:

1. Die verschiedenen Sektoren tragen in unterschiedlichem Maß zur regionalen Wirtschaftsleistung (regionales BIP) bei. Deshalb werden die Antworten der Unternehmen für jeden Sektor getrennt ausgewertet.
2. Die Unternehmensgröße hat einen wesentlichen Einfluss auf den Beitrag eines Unternehmens zur regionalen Wirtschaftsleistung. Innerhalb eines Sektors werden deshalb nochmals Teilstichproben auf Basis der Unternehmensgröße gebildet. In jeder Teilstichprobe finden sich somit Unternehmen mit ähnlicher Größe und Unternehmensgegenstand.

### SCHEMATISCHE DARSTELLUNG DES AGGREGATIONSVERFAHRENS



<sup>1</sup> Die Antwortmöglichkeiten folgen den Empfehlungen der Europäischen Kommission zur Harmonisierung von Unternehmens- und Verbraucherstichproben.

$$KB = \sqrt{(GL + 200) * (GE + 200)} - 200$$

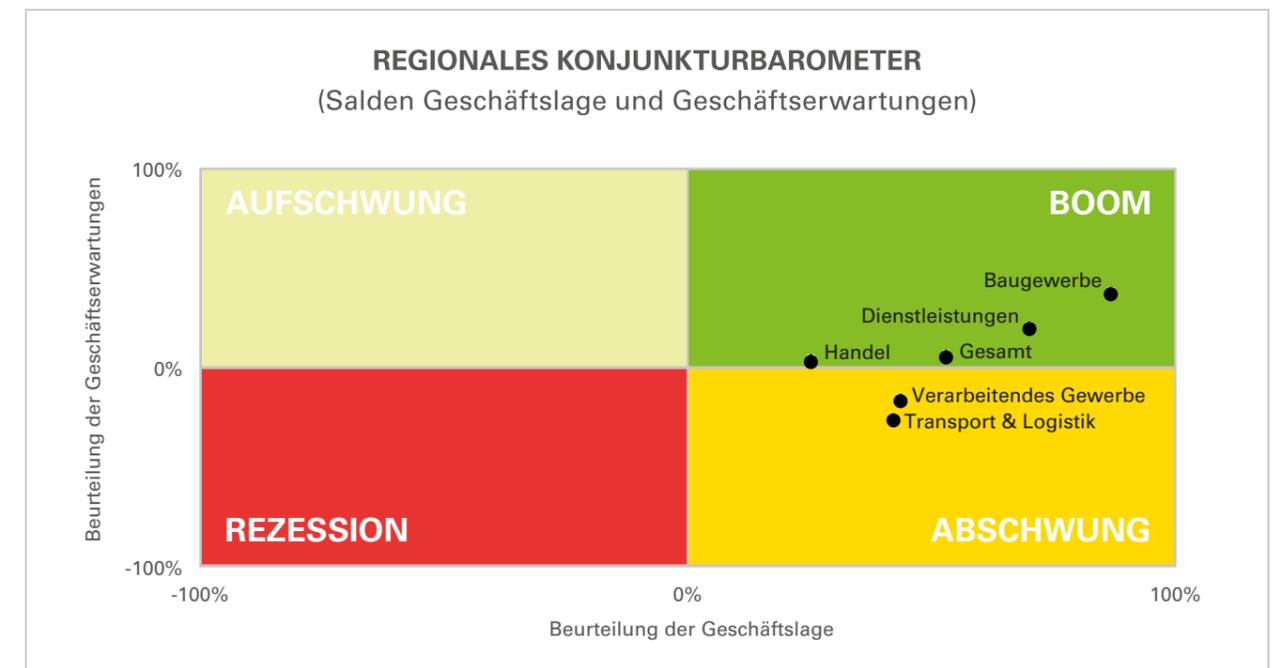
Für jede Teilstichprobe wird unsere Saldenmethodik einzeln angewendet. Aus den Salden wird dann ein gewichteter Mittelwert je Sektor berechnet. Bei der Gewichtung innerhalb eines Sektors wird berücksichtigt, wie viele Unternehmen es für die jeweilige Teilstichprobe im Bergischen Städtedreieck tatsächlich gibt<sup>2</sup> und welchen Anteil sie an der gesamten Bruttowertschöpfung des Städtedreiecks haben.<sup>3</sup>

Anschließend werden die so ermittelten sektoralen Salden anhand ihres Beitrags zur regionalen Bruttowertschöpfung aggregiert. Am Ende des zweistufigen Gewichtungsverfahrens erhalten wir einen sektorübergreifenden Geschäftslage- und

einen Geschäftserwartungssaldo für das Bergische Städtedreieck. Das Regionale Konjunkturbarometer ist das geometrische Mittel aus den beiden Salden.

Das Regionale Konjunkturbarometer ist ein konjunktureller Frühindikator. Gegenüber amtlichen Statistiken zur wirtschaftlichen Entwicklung, welche auf Kreisebene nur jährlich und mit einer zeitlichen Verzögerung von 19 Monaten veröffentlicht werden, bietet der Indikator eine zeitnahe Beurteilung der aktuellen Wirtschaftslage. Das Regionale Konjunkturbarometer ist besonders geeignet, um zyklische Wendepunkte im Wirtschaftsgeschehen frühzeitig zu erkennen.

## WIRTSCHAFTLICHE LAGE UND ERWARTUNGEN

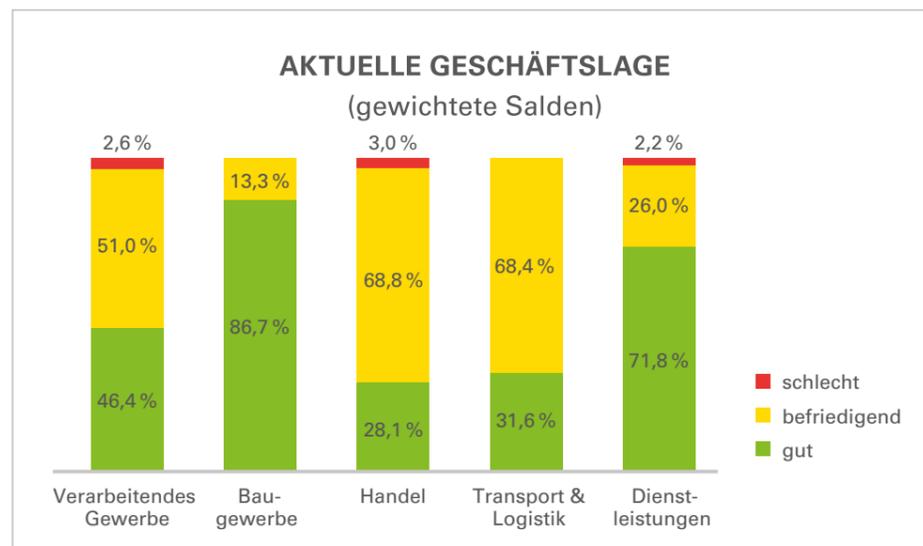


Die Geschäftslage hat sich im 1. Quartal 2019 gegenüber dem Vorquartal verschlechtert. Die Erwartungen für das kommende Halbjahr haben sich hingegen kaum verändert. Wie schon im 4. Quartal 2018 verläuft die Entwicklung in den einzelnen Branchen sehr unterschiedlich. Exportorientierte Industrieunternehmen beurteilen ihre aktuelle Geschäftslage deutlich pessimistischer und blicken sorgenvoller in die Zukunft als binnenmarktorientierte Dienstleister oder das überwiegend regional agierende Baugewerbe. Hieran zeigt sich, dass die immer noch starke Binnennachfrage wesentliche Teile der Wirtschaft im Bergischen Städtedreieck stützt. Dennoch wird die hiesige Wirtschaft weniger dynamisch als in den drei vorangegangenen Jahren wachsen.

Der Saldowert des Regionalen Konjunkturbarometers beträgt +28,9%. Er liegt damit 5,1 Prozentpunkte unter dem Saldo des 4. Quartals 2018. Der Rückgang ergibt sich durch die verschlechterte Lageeinschätzung der Unternehmen im Bergischen Städtedreieck. Besonders im Verarbeitenden Gewerbe und in der Transport- und Logistikwirtschaft hat sich die Lage gegenüber dem vorangegangenen Quartal signifikant verschlechtert. Die Erwartungen für die kommenden 6 Monate fallen über die einzelnen Branchen sehr unterschiedlich aus.

Die Unternehmen im Bergischen Städtedreieck sind mit der aktuellen Geschäftslage immer noch zufrieden. Der überwiegende Anteil der

<sup>2</sup> An dieser Stelle wird die Verteilung der Grundgesamtheit und nicht die Verteilung der Stichprobe berücksichtigt.  
<sup>3</sup> Die Anzahl der Unternehmen im Bergischen Städtedreieck nach Sektor und Beschäftigungsgrößenklasse sowie Angaben zum Anteil an der Bruttowertschöpfung wurden uns freundlicherweise vom Statistisches Landesamt NRW und vom Statistischen Bundesamt in Form von Sonderauswertungen zur Verfügung gestellt.



Rückmeldungen entspricht den Bewertungen „gut“ und „befriedigend“. Dennoch verschlechterte sich der Lagesaldo gegenüber dem 4. Quartal 2018 in fast allen Wirtschaftsbereichen. Besonders stark war der Rückgang im Verarbeitenden Gewerbe (-20,7 Prozentpunkte) und in der Transport- und Logistikwirtschaft (-15,6 Prozentpunkte). Dies deckt sich mit der Entwicklung der Auftragseingänge im Verarbeitenden Gewerbe auf nationaler Ebene. Diese waren im Februar (aktuellster Wert) gegenüber dem Vorjahresmonat um 8,4 % gesunken. Dabei nahmen vor allem die Auftragseingänge aus dem Ausland ab. Auch zeigt sich an dieser Entwicklung die enge Verflechtung der Bergischen Transport- und Logistikwirtschaft mit den hiesigen Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes.

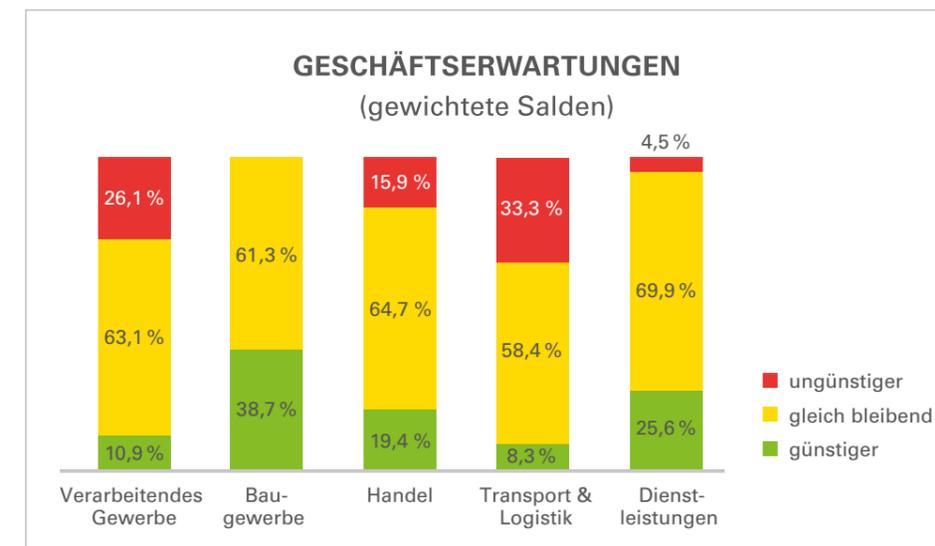
Im Dienstleistungssektor fiel der Lagesaldo gegenüber dem 4. Quartal 2018 um 5,9 Prozentpunkte zurück. Trotz des leichten Rückgangs wird

die aktuelle Geschäftslage mit einem Saldowert von 69,7 % aber immer noch als sehr positiv bewertet.

Besser wird die aktuelle Lage nur im Baugewerbe bewertet. Im Gegensatz zu allen anderen Branchen verbesserte sich der Lagesaldo gegenüber dem Vorquartal um 20,3 Prozentpunkte. Neben einer guten Geschäftslage im Wohnungsbau, konnte die Branche vom Investitionshochlauf im öffentlichen Bau profitieren.

Im Handel hat sich die Lage gegenüber dem 4. Quartal 2018 kaum verändert (+2,9 Prozentpunkte).

Der Saldo aus positiven und negativen Antworten, bezogen auf die Geschäftserwartungen für die nächsten 6 Monate, ist im 1. Quartal 2019 um 2,5 Prozentpunkte auf einen Wert von +6,7 % gestiegen. Der Großteil der befragten Unternehmen geht, wie im vorangegangenen Quartal, nicht davon aus, dass sich ihre wirt-



schaftliche Situation in den nächsten 6 Monaten signifikant verbessern wird.

Der leicht positive Saldo der branchenübergreifenden Geschäftserwartungen wird vor allem durch die positiven Erwartungen des Dienstleistungssektors gestützt (+21,7 %). Im Baugewerbe fallen die Erwartungen nochmal positiver (+38,7 %) aus. Dieser Wert geht aber, aufgrund der geringeren Bedeutung der Branche für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung, mit einem niedrigeren Gewicht in den aggregierten Erwartungssaldo ein.

Im Handel (+3,4 %) wird mit keiner signifikanten Verbesserung der Geschäftslage innerhalb der kommenden 6 Monate gerechnet. Wie in den vorangegangenen Befragungen, blickt der Großhandel im Bergischen Städtedreieck etwas optimistischer in die Zukunft als der hiesige Einzelhandel.

Der Saldo der Geschäftserwartungen für das produzierende Gewerbe (-15,2 %) liegt noch deutlicher im negativen Bereich als im Vorquartal. Ebenfalls verschlechtert haben sich die Erwartungen in der Transport- und Logistikwirtschaft (-24,7 %). Dies entspricht dem nationalen Trend. Der ifo-BVL-Logistikindikator fiel zuletzt zum fünften Mal in Folge. Der entsprechende Erwartungssaldo liegt ebenfalls im negativen Bereich.

An der Umfrage zum Regionalen Konjunkturbarometer für das 1. Quartal 2019 haben 238 Unternehmen (mit rund 19.750 Beschäftigten) teilgenommen. Erfreulicherweise konnten wir somit erneut die Anzahl der teilnehmenden Unternehmen leicht steigern. Im Verhältnis zur Grundgesamtheit ergibt sich eine ausgeglichene Verteilung der Unternehmen sowohl über die verschiedenen Sektoren als auch über die verschiedenen Beschäftigungsgrößenklassen.

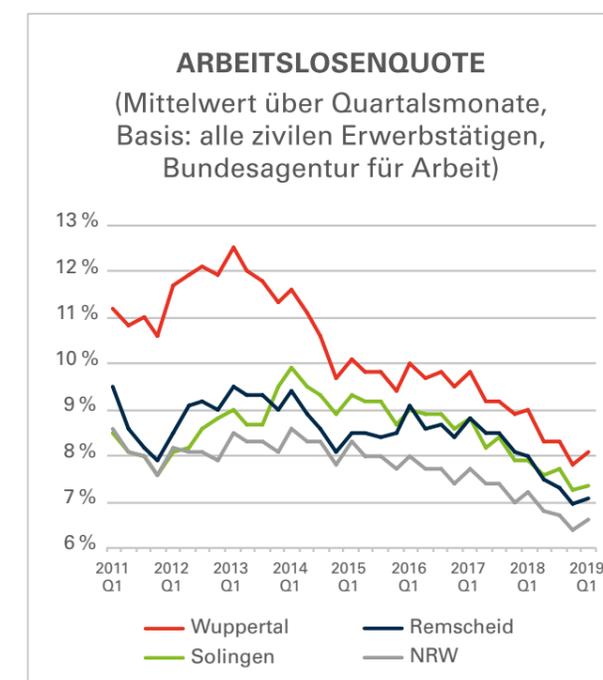
## ARBEITSMARKT

Im Bergischen Städtedreieck zeigt sich der für die Jahreszeit übliche Aufschwung auf dem Arbeitsmarkt. Die Beschäftigung erreichte im März 2019 den höchsten Stand der letzten 18 Jahre.

Die Zahl der Arbeitslosen sank im Vergleich zum Vormonat um 171 Personen. Gegenüber März 2018 ist ein Rückgang um 1.865 Personen zu verzeichnen. Dabei beläuft sich die Arbeitslosenquote im Bergischen Städtedreieck, bezogen auf alle zivilen Erwerbspersonen, auf 7,6%. Die Frühjahrsbelebung ist auf den lokalen Arbeitsmärkten Wuppertal, Remscheid und Solingen etwa gleich ausgeprägt. Trotz der fortwährend hohen Nachfrage nach neuen Arbeitskräften, verlieren die Beschäftigungszuwächse im Bergischen Städtedreieck, verglichen mit den Vorjahren, jedoch deutlich an Dynamik.

Die Arbeitslosenquote erfasst keine Teilnehmer an arbeitspolitischen Maßnahmen, Personen die kurzfristig arbeitsunfähig sind sowie ältere Arbeitssuchende nach § 53a SGB II. Ein umfassenderes Maß, welches die zuvor genannten Personengruppen mit in die Zahl der Arbeitslosen einbezieht und somit die Gesamtanzahl der Arbeitssuchenden erfasst, ist die Unterbeschäftigungsquote.

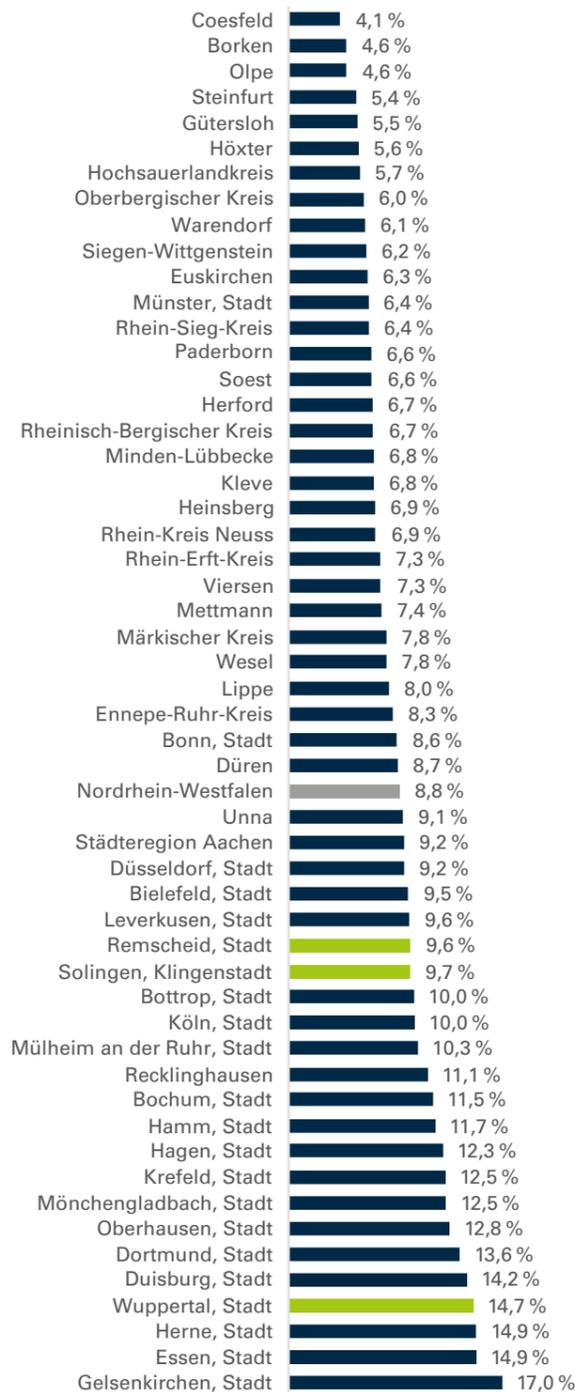
Die Unterbeschäftigungsquote ist naturgemäß höher als die Arbeitslosenquote. Im Bergischen Städtedreieck verzeichnet dabei vor allem Wuppertal eine annähernd doppelt so hohe Unterbeschäftigungsquote



(14,7 % Unterbeschäftigungsquote ggü. 8,0 % Arbeitslosenquote). Dennoch ist ein positiver Trend erkennbar. Im Vergleich mit den anderen Kreisen und kreisfreien Städten Nordrhein-Westfalens konnten Wuppertal und Solingen so gegenüber dem 4. Quartal 2018 jeweils zwei Plätze gutmachen. Gegenüber dem Vorjahresmonat sank die Unterbeschäftigungsquote in Wuppertal sogar um 1,3 Prozentpunkte. Im gleichen Zeitraum sanken die Unterbeschäftigungsquoten in Remscheid (-1,0 pp) und Solingen (-0,9 pp) ebenso weiter ab.

Zum Ende des 1. Quartals 2019 ist die Arbeitskräftenachfrage weiterhin hoch (gemessen an der Zahl der offenen Stellen, die der für das Städtedreieck zuständigen Agentur für Arbeit Solingen-Wuppertal ge-

**UNTERBESCHÄFTIGUNGSQUOTE**  
(Kreise und kreisfreie Städte, März 2019, Bundesagentur für Arbeit)



meldet wurden). Insgesamt waren im März 2019 4.965 offene Stellen zu besetzen. Dies sind 47 Stellen weniger als noch im März des Vorjahres. Dabei entwickelt sich das Arbeitsangebot in den drei Städten unterschiedlich. Während in Wuppertal und Solingen, im Vergleich zum Vorjahr, mehr Stellen zu besetzen waren, ging der Bestand an offenen Stellen in Remscheid zurück.

Die große Anzahl offener Stellen und die hohen Unterbeschäftigungsquoten scheinen in einem Widerspruch zu stehen. Allerdings lässt sich dieser vor allem dadurch erklären, dass vermehrt neue Stellen für qualifizierte Fachkräfte ausgeschrieben werden.

Ähnlich wie auf nationaler Ebene zeigen sich die Unternehmen der Region im 1. Quartal 2019 erneut deutlich vorsichtiger in Bezug auf den Personalaufbau im nächsten halben Jahr. Damit ist das Beschäftigungsbarometer ein zweites Quartal in Folge gesunken (-10,2 Prozentpunkte). Der Gesamtsaldo aus den gewichteten positiven und negativen Antworten des Regionalen Beschäftigungsbarometers beträgt +15,3%. Der überwiegende Teil der Unternehmen plant somit weiterhin zusätzliche MitarbeiterInnen einzustellen. Insgesamt muss jedoch auf regionaler Ebene mit deutlich langsameren Beschäftigungszuwächsen gerechnet werden.

Im Verarbeitenden Gewerbe und im Handel ist der Saldowert im Vergleich zum Vorquartal deutlich gesunken. Zwar liegen die Werte immer noch

im positiven Bereich, jedoch muss im nächsten halben Jahr mit deutlich weniger Neueinstellungen gerechnet werden.

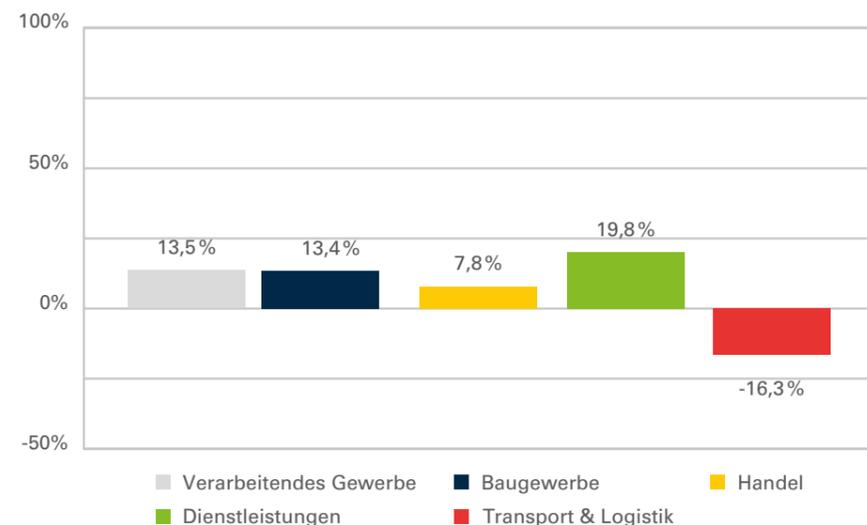
Gerade im Handel zeigte sich zuletzt, dass am Jahresende ein hoher Personalbedarf besteht. Vor allem kleinere Einzelhändler planen, trotz des zu erwartenden höheren Geschäftsaufkommens zum Jahresende, keinen weiteren Personalaufbau. Diese Tendenz hat sich im 1. Quartal 2019 verstärkt, weshalb nun auch im Großhandel mit einem deutlich geringeren Beschäftigungsaufbau zu rechnen ist. Der Saldowert im Handel sank im 1. Quartal auf +7,8%, liegt damit aber immer noch im positiven Bereich. Unterschiede lassen sich allenfalls in den verschiedenen Größenklassen der Handelsunternehmen im Städtedreieck ausmachen. Vor allem kleinere Handelsunternehmen zeigen

sich hier pessimistischer gegenüber einem zukünftigen Personalaufbau.

Der Saldowert des Baugewerbes (+13,4%) ist zu Jahresbeginn höher als im Vorquartal. Die anhaltend gute Lage des Baugewerbes führt nicht zuletzt auch durch die zum Sommer wechselnden Witterungsverhältnisse zu einem höheren Personalbedarf.

Bei Unternehmen aus dem Transport- und Logistikbereich ist der Personalbedarf im Vergleich zum Vorquartal stark zurückgegangen. Es ist nicht damit zu rechnen, dass sie in nächster Zeit neues Personal einstellen werden. Die Erwartungssalden des Regionalen Konjunkturbarometers liegen für die Branche erneut im negativen Bereich (-16,3%). Begründet liegen sie in der unsteady Auftragslage, verursacht durch die schwächelnde Exportwirtschaft.

**REGIONALES BESCHÄFTIGUNGSBAROMETER**  
(gewichtete Salden)



## LANGZEITARBEITSLOSIGKEIT

Auch gute wirtschaftliche Rahmenbedingungen können nicht verhindern, dass sich an einem funktionierenden Arbeitsmarkt in der Regel durchgängig eine gewisse Anzahl von arbeitslosen Personen befindet. Gründe hierfür liegen in der friktionellen Arbeitslosigkeit, die im Zeitraum zwischen zwei Beschäftigungsverhältnissen entsteht, sowie in saisonaler und struktureller Arbeitslosigkeit.

Naturgemäß schwankt die Dauer der Arbeitslosigkeit einzelner Personen je nach Grund ihrer Arbeitslosigkeit. Eine länger andauernde Beschäftigungslosigkeit hat dabei aber in der Regel negative Auswirkungen auf die Chancen in ein neues Beschäftigungsverhältnis übernommen zu werden. Mechanismen der Sozialgesetzgebung sollen in diesem Zusammenhang die privatwirtschaftlichen und gesellschaftlichen Folgen von Arbeitslosigkeit abfedern. Eines der Kernziele von arbeitsmarktpolitischen Maßnahmen bleibt jedoch die Vermeidung und der Abbau von Arbeits- und Beschäftigungslosigkeit.

In der öffentlichen Diskussion werden Begriffe wie „Langzeitarbeitslose“, „Hartz-4-Empfänger“, „erwerbsfähige Leistungsbezieher“ oder „Langzeitleistungsbezieher“ häufig synonym verwendet. Die Bezeichnungen können sich jedoch auf unterschiedliche Personengruppen beziehen. Arbeitslosigkeit ist keine Voraussetzung für die Berechtigung zum Bezug von Leistungen der Grundsicherung. Die Zahl der LeistungsbezieherInnen liegt deshalb höher als die der Arbeits-

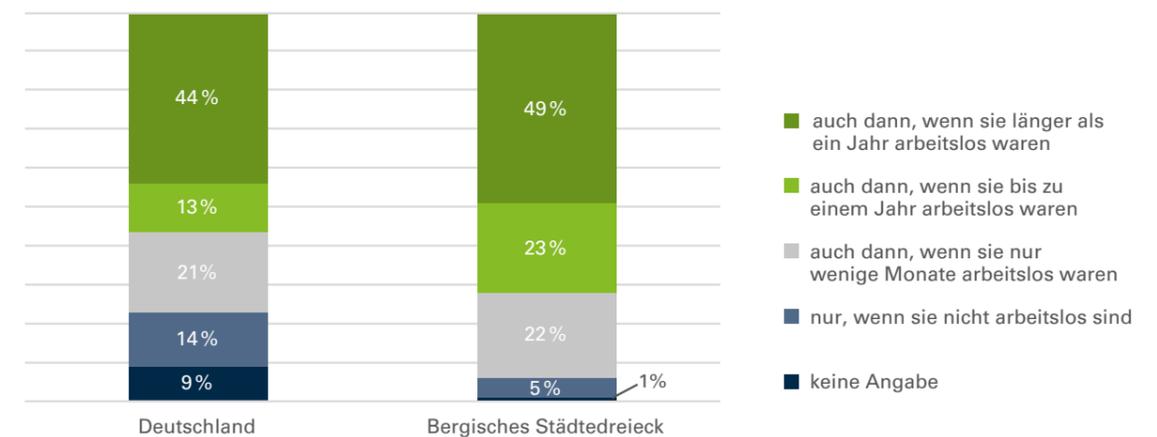
losen. Langzeitarbeitslose im Sinne des SGB III sind dabei Arbeitslose, die ein Jahr oder länger arbeitslos sind. Die Teilnahme an Maßnahmen des § 45 SGB III sowie kurzzeitige Erkrankungen oder sonstige Nicht-Erwerbstätigkeit bis zu sechs Wochen unterbrechen die Dauer der Arbeitslosigkeit nicht.

Insgesamt waren im Bergischen Städtedreieck zum Ende des 1. Quartals 2019 9.496 Personen von Langzeitarbeitslosigkeit betroffen. Gerade in Remscheid ist die Zahl jedoch im Vergleich zum Vorjahresmonat deutlich gesunken. So ging sie um knapp ein Fünftel zurück (-17,8%). Ähnlich positiv entwickelt sich die Situation in Solingen (-12,9%) und Wuppertal (-10,2%), wobei die Gesamtanzahl der Langzeitarbeitslosen in Wuppertal deutlich höher liegt als in Solingen und Remscheid.

Die positive Entwicklung der Langzeitarbeitslosenzahlen hängt sicherlich auch mit der ohnehin guten Ausgangssituation am Arbeitsmarkt zusammen. Aus betrieblicher Perspektive gibt es allerdings eine Reihe von Gründen, die den Arbeitsmarktzugang von Langzeitarbeitslosen erschweren können. Mit einer lange andauernden Arbeitslosigkeit wird häufig der Verlust von berufsqualifizierenden Fertigkeiten sowie fehlende Kenntnisse im Bereich technischer Neuerungen in Verbindung gebracht. Durch längere Beschäftigungslosigkeit kann auch die Gewöhnung an betriebliche Routinen eine Herausforderung bei der Integration von Lang-

### BERÜCKSICHTIGUNG VON BEWERBERN MIT UNTERSCHIEDLICHER ARBEITSLOSIGKEITSDAUER IM EINSTELLUNGSPROZESS VON BETRIEBEN

(Deutschland: IAB-Stellenerhebung 2016, Bergisches Städtedreieck: Regionales Konjunkturbarometer Q1/2019)

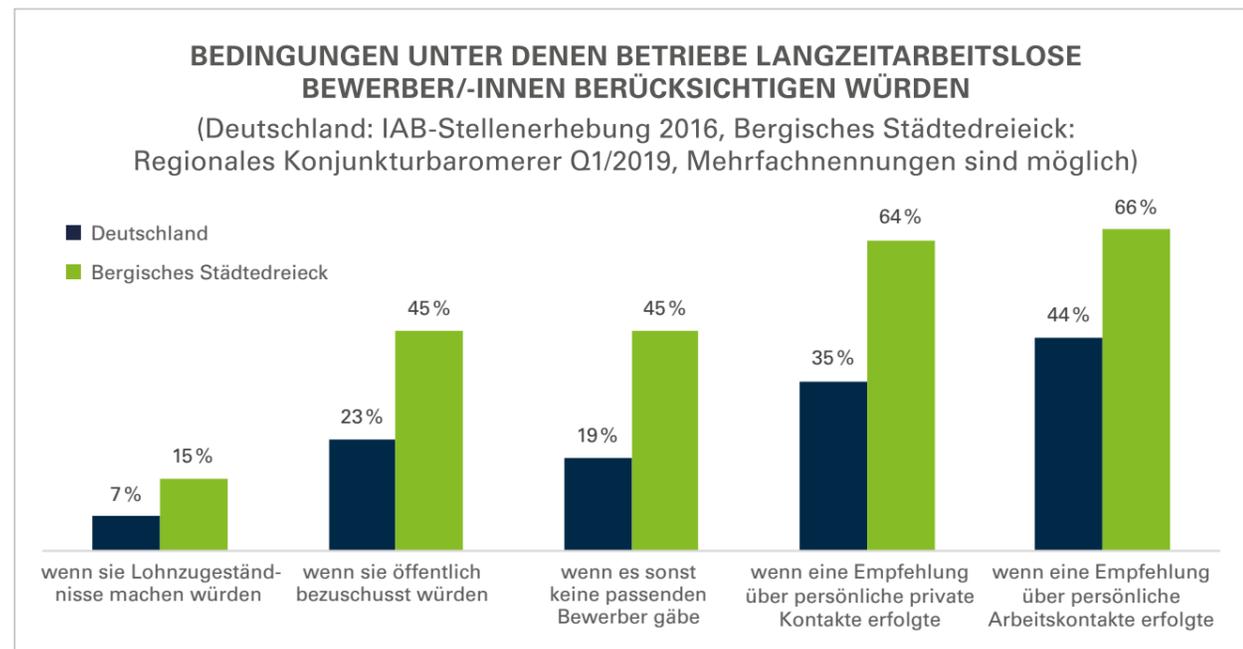


zeitarbeitslosen sein. Das Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) führt in einer 2018 erschienenen Analyse vor allem die Einschätzung von Personalverantwortlichen über die persönlichen und fachlichen Voraussetzungen von Langzeitarbeitslosen bei deren betrieblicher Eingliederung an. Neben der Annahme über den Verlust von arbeitsrelevanten Fähigkeiten können demnach zusätzlich auch Einschätzungen über das soziale Umfeld als Indikator für die Leistungsfähigkeit, Arbeitsmoral und Zuverlässigkeit der sich bewerbenden Personen entscheidend bei der Besetzung von freien Stellen sein.

In der aktuellen Umfrage hat das WIFOP Unternehmen im Bergischen Städtedreieck dazu befragt, inwieweit diese bereit sind arbeitslose sich bewerbende Personen (gemessen an der Dauer ihrer Arbeitslos-

igkeit) bei der Personalfindung zu berücksichtigen.

Knapp die Hälfte der Unternehmen im Bergischen Städtedreieck (49%) antworteten, dass sie bei der Personalfindung Langzeitarbeitslose berücksichtigen. Etwa ein Viertel (22%) der befragten Unternehmen gab an, dass sie BewerberInnen mit einer Arbeitslosigkeitsdauer von bis zu einem Jahr in ihren Auswahlprozess einbeziehen. Dieser Wert liegt deutlich über dem Wert der nationalen Erhebung. Zusammen mit den 22% der Unternehmen, die angeben auch kurzzeitig arbeitslose sich bewerbende Personen einzustellen, deutet dies, im Vergleich zur nationalen Erhebung des IAB, auf eine grundsätzlich höhere Einstellungsbereitschaft bergischer Unternehmer gegenüber arbeitslosen BewerberInnen hin. So wären 94,5% von ihnen bereit arbeitslo-



se BewerberInnen bei der Stellenbesetzung zu berücksichtigen.

Die – verglichen mit dem nationalen Durchschnitt – viel höher erscheinende Einstellungsbereitschaft bergischer Unternehmer von Langzeitarbeitslosen muss allerdings, unter Berücksichtigung der verschiedenen Zeitpunkte der Umfrageerhebungen (IAB: Q4/2016; RKB: Q1/2019), relativiert werden. So stiegen zwischen 2016 und 2019 die Beschäftigungszahlen stetig an, während gleichsam die Zahl der Arbeitssuchenden sank. Für Unternehmen war es demnach 2016 potentiell leichter, für offene Stellen geeignete Personen zu finden. Dies ist 2019 nicht mehr der Fall. So gründet sich die deutlich höhere Bereitschaft der bergischen Unternehmer langzeitarbeitslose Personen einzustellen auch in einer schlichten Notwendigkeit den Kreis potentieller

BewerberInnen nicht von vornherein noch stärker einzuschränken. Bergische Unternehmer denken demnach also nicht unbedingt völlig anders über eine langzeitarbeitslosen BewerberIn als der nationale Durchschnitt, sie gehen nur, angesichts eines Mangels an geeigneten Bewerbungen, etwas offener mit der Einstellung Langzeitarbeitsloser um als noch 2016.

Anders als auf nationaler Ebene zeigen sich kaum Unterschiede hinsichtlich der Größe der befragten Unternehmen. Gerade in kleineren Unternehmen kann das Anforderungsprofil für MitarbeiterInnen breit und komplex sein. Größere Betriebe mit häufig stärker arbeitsteilig ablaufenden Geschäftsprozessen, stellen in der Regel mehr und häufiger neue MitarbeiterInnen ein. Dennoch zeigen sich Unternehmen im Bergischen Städtedreieck über alle Größenklas-

sen hinweg ähnlich offen gegenüber der Berücksichtigung langzeitarbeitsloser BewerberInnen.

Etwa zwei Drittel der bergischen Unternehmer können sich vorstellen eine langzeitarbeitslose Person aufgrund der persönlichen Empfehlung eines Verwandten, eines Freundes (64 %) oder eines Arbeitskollegen (66 %) einzustellen. Etwa die Hälfte der Unternehmer (45 %) können sich vorstellen einen/eine langzeitarbeitslose/n BewerberIn einzustellen, wenn dieser/diese der/die einzig geeignete KandidatIn für die Stelle ist und die Stelle ansonsten unbesetzt bleiben müsste. Geringere Lohnkosten für langzeitarbeitslose KandidatInnen, aufgrund deren schlechter Verhandlungsposition im Einstellungsgespräch, spielen dagegen für Unternehmer nur eine untergeordnete Rolle bei der Stellenbesetzung. Für nur etwa 15 % ist deshalb das Angebot von Lohnzugeständnissen und damit einhergehende geringere Lohnkosten ausschlaggebend für die Personalentscheidung.

Personalkosten spielen für Unternehmen im Städtedreieck nur dann eine Rolle, wenn die Vorteilhaftigkeit der Einstellung von Langzeitarbeitslosen nicht zu ihren Lasten geht. Viel wichtiger ist für sie deshalb eine öffentliche Bezuschussung während der Eingliederungsphase (45 %).

Öffentliche Förderungen können dabei verschiedene Formen annehmen. Seit Jahresbeginn sollen Unternehmen und Langzeitarbeitslose bei-

spielsweise verstärkt vom Inkrafttreten des neuen Teilhabechancengesetzes profitieren. Mit diesem sollen bestehende Instrumente zur „Teilhabe am Arbeitsmarkt“ erweitert sowie die „Eingliederung von Langzeitarbeitslosen“ in Betriebe auf dem allgemeinen sowie sozialen Arbeitsmarkt gefördert werden. Die Programme können dabei für bis zu fünf Jahre eine Bezuschussung von Anstellungsverhältnissen mit bis zu 100 % ermöglichen. Das Programm sieht Fördermittel des Bundes in einer Höhe von insgesamt 5 Milliarden Euro vor.

Im Bergischen Städtedreieck sollen allein mithilfe dieses Programms insgesamt 615 Beschäftigungsverhältnisse für Langzeitarbeitslose entstehen, davon 400 in Wuppertal, 115 in Remscheid und 100 in Solingen.

Dass eine öffentliche Unterstützung von Unternehmen während der Eingliederungsphase von Langzeitarbeitslosen notwendig ist, zeigen auch die nachfolgenden Zahlen. Denn trotz der positiven Haltung gegenüber langzeitarbeitslosen BewerberInnen ist die Quote derer, die aus der Langzeitarbeitslosigkeit heraus in ein dauerhaftes neues Beschäftigungsverhältnis übernommen werden, noch sehr gering. So schafft dies nur etwa jede/r Zehnte. Neben der finanziellen Bezuschussung durch öffentliche Mittel, ist die intensive Betreuung der geförderten Beschäftigten wesentlich für eine erfolgreiche Eingliederung auf dem allgemeinen Arbeitsmarkt.



## BRANCHENREPORT DRUCKGEWERBE

### EINLEITUNG

Das Druckgewerbe ist ein Wirtschaftszweig, der sich mit der Herstellung von Druckerzeugnissen beschäftigt. Sein direkter Beitrag zur gesamten Wirtschaftsleistung ist, verglichen mit anderen Branchen des Verarbeitenden Gewerbes, eher gering. Dennoch stellt das Druckgewerbe einen wichtigen Teil der gewerblichen Wirtschaft dar. Ob Zeitungs-, Akzent-, Verpackungs- oder industrieller Druck, bedruckte Materialien und Produkte – sie alle sind aus unserem Alltag kaum wegzudenken.

Das Druckgewerbe in Deutschland sowie im Bergischen Städtedreieck ist vor allem durch Klein- und Kleinstbetriebe geprägt. Die Branche ist im Gegensatz zu den restlichen Wirt-

schaftszweigen des Verarbeitenden Gewerbes inlandsorientiert. Die Branchenentwicklung hängt deshalb in besonderem Maße von der Lage der Binnenwirtschaft ab. In den letzten Jahren konnten deutsche Druckereien, trotz einer guten Binnenkonjunktur, ihre Umsätze jedoch kaum steigern. Wie in kaum einem anderen Wirtschaftszweig hat die Digitalisierung sehr früh zu tiefgreifenden Veränderungen im Druckgewerbe geführt. Durch veränderte Kommunikationsgewohnheiten und eine veränderte Mediennutzung ist das Produktionsvolumen im Druckgewerbe seit Jahren rückläufig. Damit einhergehend hat sowohl die Anzahl der Betriebe, als auch die Anzahl der Beschäftigten abgenommen. Die Auswirkungen der

Digitalisierung auf das Druckgewerbe sind gravierend und erzeugen einen hohen Wettbewerbsdruck für die hiesigen Druckereien, sie eröffnen aber auch neue Geschäftsmodelle und lukrative Nischenmärkte, die auch kleinere Druckereien besetzen können. Entgegen dem allgemeinen Trend ist beispielsweise das Volumen bei individualisierten Mailings und im Verpackungsdruck gestiegen. Gerade in der jüngeren Vergangenheit wird daher die Digitalisierung weniger als Bedrohung, sondern als Chance verstanden.

Trotz des rückläufigen Druckvolumens werden Printprodukte nicht – wie in den neunziger Jahren häufig prognostiziert – vollständig von digitalen Medien verdrängt. Vielmehr gewinnen Crossmedia-Kampagnen in der Werbewirtschaft zunehmend an Bedeutung. Printmedien können sich vor allem dann behaupten, wenn es um hochwertige Haptik und Optik geht. Die Anforderungen an die Wertigkeit sind daher tendenziell gestiegen. Auch der Grad an Personalisierung und Individualisierung von Druckprodukten hat deutlich zugenommen. Gleichzeitig sind die Auflagen kleiner geworden. Um dieser veränderten Nachfrage gerecht werden zu können, sind häufig hohe Investitionen in moderne digitale und hybride Druckmaschinen erforderlich. Dies ist insbesondere für kleinere Betriebe finanziell nur schwer zu bewerkstelligen. Insgesamt findet deshalb, wie schon in den letzten Jahren, eine Konsolidierung im Druckgewerbe statt.

Um im intensiven Wettbewerb, der häufig über den Preis geführt wird, bestehen zu können, ist daher eine gewisse Unternehmensgröße oder eine Besetzung von Nischenmärkten erforderlich. Aktuell belasten zudem gestiegene Rohstoff- und Energiekosten das Druckgewerbe. Diese können in Form von Preiserhöhungen nur teilweise an den Kunden weitergegeben werden. Hiesige Druckereien müssen sich somit auch in 2019 in einem schwierigen Marktumfeld behaupten. Betrachtet man die Branchenentwicklung über einen längeren Zeitraum, so ist festzustellen, dass sich das Druckgewerbe schon lange vor der Digitalisierung in einem kontinuierlichen Wandel befunden und sich diesem mehrfach erfolgreich gestellt hat.

Eine Chance für Druckereien im Bergischen Städtedreieck besteht in dem gestiegenen Bewusstsein der Kunden für nachhaltig produzierte Produkte. Lokale Druckereien haben, beispielsweise durch kürzere Lieferwege, eine bessere CO<sub>2</sub>-Bilanz gegenüber überregionalen Wettbewerbern. Diesem Trend folgend finden sich im Städtedreieck Druckereien, die sich intensiv mit Nachhaltigkeitsthemen wie der CO<sub>2</sub>-neutralen Produktion beschäftigen und mit ihrem Know-how sogar als Branchenvorreiter gelten.

## KLASSIFIKATION

In der Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes (WZ 2008) wird das Druckgewerbe als Teilbereich des **Verarbeitenden Gewerbes** (Wirtschaftsabschnitt C) geführt.

WIRTSCHAFTSKLASSIFIKATION HERSTELLUNG VON DRUCKERZEUGNISSEN; VERVIELFÄLTIGUNG VON BESPIELTEN TON-, BILD- UND DATENTRÄGERN (2018, Statistische Ämter des Bundes und der Länder <sup>4</sup> , eigene Darstellung)	
KÜRZEL / SCHLÜSSEL	TITEL / BESCHREIBUNG
<b>C</b>	<b>Verarbeitendes Gewerbe</b>
<b>18</b>	<b>Herstellung von Druckerzeugnissen; Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern</b>
<b>.1</b>	Herstellung von Druckerzeugnissen
<b>.2</b>	Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern

Die Herstellung von Druckerzeugnissen (WZ-Schlüssel 18.1) umfasst die vier Wirtschaftsabschnitte: **Drucken von Zeitungen** (WZ-Schlüssel 18.11), **Drucken anderer Druckerzeugnisse** (WZ-Schlüssel 18.12), **Druck- und Medienstufen** (WZ-Schlüssel 18.13) sowie **Binden von Druckerzeugnissen und damit verbundene Dienstleistungen** (WZ-Schlüssel 18.14).

WIRTSCHAFTSKLASSIFIKATION HERSTELLUNG VON DRUCKERZEUGNISSEN (2018, Statistische Ämter des Bundes und der Länder <sup>5</sup> , eigene Darstellung)	
KÜRZEL / SCHLÜSSEL	TITEL / BESCHREIBUNG
<b>C</b>	<b>Verarbeitendes Gewerbe</b>
<b>18</b>	<b>Herstellung von Druckerzeugnissen; Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern</b>
<b>.1</b>	Herstellung von Druckerzeugnissen
<b>.11</b>	Drucken von Zeitungen
<b>.12</b>	Drucken a. n. g.
<b>.13</b>	Druck- und Medienstufen
<b>.14</b>	Binden von Druckerzeugnissen und damit verbundene Dienstleistungen

Der Wirtschaftszweig **Druck von Zeitungen** (WZ-Schlüssel 18.11) umfasst sämtliche periodische Druckschriften, die mindestens viermal wöchentlich erscheinen. Die Herstellung aller anderen Druckerzeugnisse wird im Wirtschaftszweig **Drucken a. n. g.** (WZ-Schlüssel 18.12) zusammengefasst. Hierzu gehören vor allem Werbedrucke, Geschäftsdrucksachen, Zeitschriften, Karten und bedruckte Etiketten. Neben Papier werden auch Kartonagen, Textilien, Kunststoff, Glas, Metall, Holz oder Keramiken bedruckt. Ein wichtiges Teilsegment ist hierbei der industrielle Verpackungsdruck.

Der Leistungskatalog der **Druck- und Medienstufen** (WZ-Schlüssel 18.13) umfasst sämtliche Prozesse, die dem eigentlichen Druck vorgelagert sind. Sowohl die Aufbereitung der Druckdaten als auch die darauffolgenden Arbeitsschritte unterscheiden sich hierbei in Abhängigkeit von dem zu bedruckenden Medium und der verwendeten Drucktechnik. Im Offsetdruck ist beispielsweise die Vorbereitung der Druckplatten erforderlich, beim Tiefdruck müssen Druckzylinder hergestellt werden und beim Sieb- und Tampondruck muss zunächst ein Belichtungsfilm erstellt werden.

Sämtliche dem Druck nachgelagerten Prozesse wie das Binden, Bündeln, Falzen, Perforieren, Prägen, Heften, Laminieren und Zusammentragen von bedrucktem Papiergut werden im Wirtschaftszweig **Binden von Druckerzeugnissen und damit verbundene Dienstleistungen** (WZ-Schlüssel 18.14) zusammengefasst.

Während sich die meisten Druckereien auf bestimmte Druckverfahren und Substrate spezialisieren, erfolgen die entsprechenden vor- und nachgelagerten Arbeitsschritte häufig im Unternehmen. Daneben ist seit einigen Jahren der Trend zu erkennen, dass sich Druckereien immer stärker zu Medienhäusern entwickeln, die zahlreiche Zusatzleistungen anbieten. Eine strikte Trennung der einzelnen Wirtschaftszweige ist in der Praxis daher kaum möglich. Vielmehr erfolgt die Klassifikation anhand der überwiegenden Tätigkeit, gemessen am erzielten Umsatz. Die meisten Unternehmen des Druckgewerbes werden daher dem Wirtschaftsabschnitt **Drucken a. n. g.** zugeordnet.

<sup>4</sup> und <sup>5</sup> Statistische Ämter des Bundes und der Länder, Klassifikationsserver: Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2008 (WZ 2008).

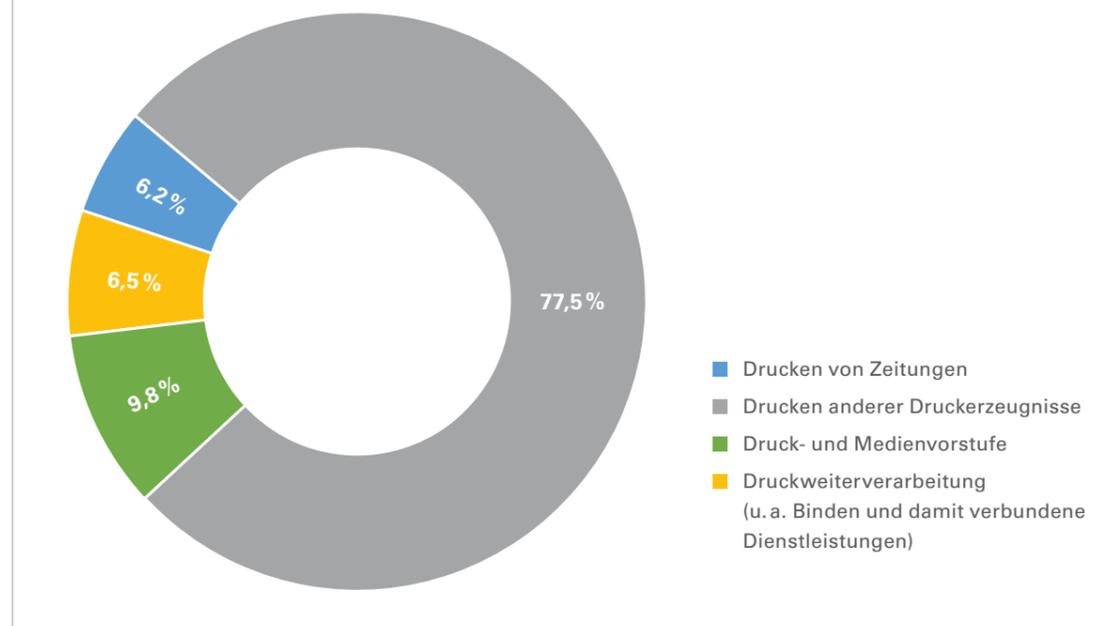
## BEDEUTUNG UND HISTORIE

Die Wirtschaftszweige aus dem Bereich „Herstellung von Druckerzeugnissen“ (WZ-Schlüssel 18.1) weisen zusammen eine jährliche Bruttowertschöpfung von rund 7,5 Mrd. Euro auf. Ihr Anteil am deutschen Bruttoinlandsprodukt beträgt ca. 0,6 %.<sup>6</sup>

Zum 30. Juni 2018 waren – laut der Bundesagentur für Arbeit – 130.291 Personen im Druckgewerbe sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Dies entspricht einem Anteil von 1,9 % der Beschäftigten im Verarbeitenden Gewerbe und einem Anteil von 0,4 % aller Erwerbspersonen in Deutschland.

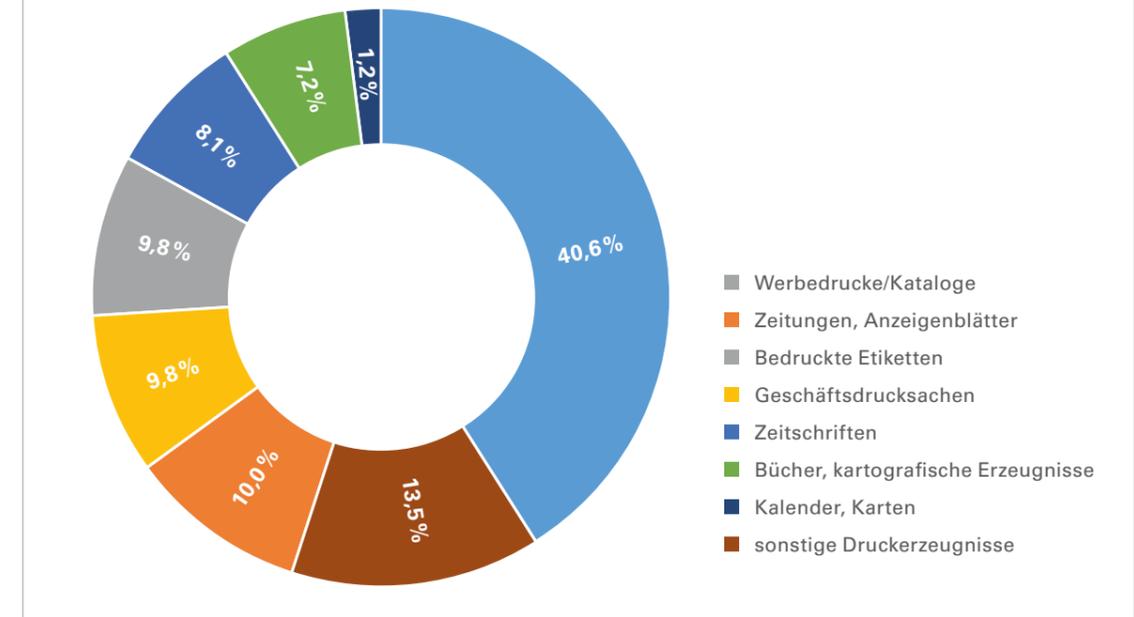
Angesichts dieser Zahlen erscheint die Bedeutung des Druckgewerbes für die deutsche Volkswirtschaft eher gering. Durch seine enge Verflechtung mit Vorleistungsbranchen, wie der Papier-, Klebstoff-, Druckfarben- und Druckmaschinenherstellung hat das Druckgewerbe jedoch einen signifikanten Einfluss auf die gesamtwirtschaftliche Wertschöpfung. Abnehmer von Druckerzeugnissen finden sich faktisch in allen Branchen der gewerblichen Wirtschaft, da bedruckte Materialien fast überall benötigt werden. Entsprechend hoch ist der Anteil der gewerblichen Wirtschaft am Gesamtauftragsvolumen

**UMSATZVERTEILUNG NACH TÄTIGKEITSSCHWERPUNKT**  
(2017, Statistisches Bundesamt, eigene Darstellung)



<sup>6</sup> Statistisches Bundesamt, VGR des Bundes, 2017; eigene Berechnung

**VERTEILUNG DER DRUCKERZEUGNISSE**  
(2017, Statistisches Bundesamt, bvd, eigene Darstellung)



der Branche. Nach Schätzungen des Bundesverbands Druck und Medien beträgt dieser rund 85 %.<sup>7</sup>

Seit 2010 stagnieren die Umsätze im Druckgewerbe. Von 2016 auf 2017 verzeichnete die Branche sogar einen leichten Umsatzrückgang um -0,5 %. Der Gesamtumsatz der Branche betrug in 2017 rund 20,8 Milliarden Euro.<sup>8</sup> Nach Angaben des Statistischen Bundesamts betrug der Anteil des Auslandsgeschäfts am Gesamtumsatz in 2017 lediglich 14,4 %. Verglichen mit der durchschnittlichen Exportquote im Verarbeitenden Gewerbe in Höhe von 52 %, ist die Exportorientierung im Druckgewerbe eher gering.<sup>9</sup>

Das Drucken anderer Druckerzeugnisse ist, gemessen am Umsatz und der Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, der mit Abstand wichtigste Teilbereich des Druckgewerbes. Sein Anteil am Gesamtumsatz der Branche beträgt derzeit 77,5 %.<sup>10</sup>

Auf Produktebene wird der größte Anteil des Branchenumsatzes im Werbedruck erzielt. Sein Anteil betrug 2017 nach Angaben des Statistischen Bundesamtes 40,6 %. Mit deutlichem Abstand folgten Zeitungen und Anzeigenblätter (10,8 %) und Geschäftsdrucksachen (9,8 %).

<sup>7</sup> Bundesverband Druck und Medien, <https://www.bvdm-online.de/druckindustrie/grundsatzliches-zur-druckindustrie/>

<sup>8</sup> Statistisches Bundesamt, Umsatzsteuerstatistik, 2017

<sup>9</sup> und <sup>10</sup> Statistisches Bundesamt, 2017; eigene Berechnung

### Das Bergische Städtedreieck

Zu Beginn des 19. Jahrhunderts bot das Bergische Land durch das natürliche Gefälle, das kalkarme Wasser der dortigen Flüsse und die durch die Industrialisierung wachsenden Absatzmärkte, ideale Bedingungen für die Papierherstellung. Abnehmer des Rohpapiers waren handwerkliche Buchbindereien, welche Handpressen und andere Hilfseinrichtungen nutzten, um das Papier weiter zu verarbeiten. Der Absatz ergab sich zunächst aus dem Bedarf der ortsansässigen Textilindustrie nach Etiketten und Versandkartons. Die Etiketten und Kartons mussten zunächst Stück für Stück handgefertigt und mit Aufdrucken aus selbsthergestellten Gummistempeln im „Anilin“-Druck versehen werden. Dies führte dazu, dass bergische Buchbindereien oftmals im großen Stil auf Heimarbeit setzten, welche den Lebensunterhalt vieler Familien im Bergischen ausmachte. Ab den 1860er Jahren ermöglichten aufkommende Maschinen die Ablösung der handwerklichen Einzelfertigungen. Die Einrichtung großer, den technischen Anforderungen entsprechenden Fabrikgebäude wurde notwendig, deren Herzstück nun mehrere Steindruck-Schnellpressen und Drahtheft-/Leimmaschinen bildeten. So konnte der Abnehmerkreis für Beschriftungsetiketten und Kartons über die bergische Textilindustrie hinaus auf die chemische Industrie und den Bereich der Eisenverarbeitung<sup>11</sup> ausgedehnt werden. Ein weiterer wichtiger Entwicklungsanstoß für das Papierverarbeitende Gewerbe kam aus der pharmazeuti-

schen Produktion. Forderungen nach neuen Hygienerichtlinien, welche um 1870 große öffentliche Resonanz erhielten, führten zu einem sprunghaft ansteigenden Bedarf an vielfältigem, hochwertigem Verpackungsmaterial (Schachteln, Papiertüten und Signaturen) für den Apothekenbedarf. Auch Einzelhändler mussten ihre kostensparende Praxis aufgeben Frischwaren in ausrangiertes Zeitungspapier einzuwickeln und bestellten nun Einwickelpapiere und -tüten ab Fabrik. Der Bedarf der ortsansässigen Industrie an fabrikmäßig hergestellten Verpackungen und Klebeetiketten, welche ein stets gleichbleibendes und somit wiedererkennbares Aussehen hatten, stieg stetig an. Denn durch das entstehende Reklamewesen und Fortschritte im graphischen Gewerbe wurde die auffällig gestaltete Markenverpackung als Werbemittel unerlässlich. Der Blechdruck, welcher die Etikettenherstellung und -anbringung als Arbeitsschritt einsparte, gewann ebenfalls für Unternehmen an Bedeutung, wie die Firmengründung der Kindel GmbH/Wuppertal 1904 zeigt.

Neben der Herstellung von Etiketten, Tüten und Kartonagen setzte die bergische Papierwirtschaft auch auf die Produktion von Geschäftsbüchern, Rechnungsformularen und Briefumschlägen. Hier zeigte sich im Besonderen das bergische Innovationspotenzial. So erfand das Unternehmen Reinhart Schmidt/Wuppertal 1905 die heute handelsüblichen Fensterkuverts und das Unternehmen

Ernst Fischer & Welscher/Wuppertal 1909 eine Rotationsmaschine, welche es ermöglichte die übliche Fertigungszeit eines Briefumschlages zu halbieren. Durch diesen technischen Innovationsvorsprung avancierte die 1858 gegründete Carl Remkes & Co Brief-Couvert-Fabrik/Wuppertal 1913, mit einer jährlichen Produktion von etwa 400 Millionen Briefumschlägen, zu einem deutschen Branchenprimus. 1914 wurde die Wirtschaftslage durch den Ersten Weltkrieg tiefgreifend verändert. Ein- und Ausfuhrverbote der deutschen Behörden, sowie Wirtschaftsblockaden der Kriegsgegner, führten zu einem nahezu völligen Zusammenbruch aller Warenströme. Da die bergische Industrie als Hauptabnehmer einbrach, spezialisierten sich die Papierwarenproduzenten auf Verpackungen für Kriegszwecke (Schachteln für Infanteriemunition, Sackpapier für Sandsäcke etc.), sowie auf Verpackungen für Lebensmittelrationen für die Zivilbevölkerung – die jeweils der aktuellen Versorgungslage angepasst werden konnten. Daneben trat der Druck von Feldpost- und Lebensmittelkarten in den Vordergrund.<sup>12</sup>

Mit dem Ende des Ersten Weltkrieges kam es zu einem Aufschwung der gesamten deutschen Wirtschaft. Dieser zeigte sich auch an den Zahlen der Papierwirtschaft. Anfang der 1920er Jahre entfielen rund 30 % der Papierproduktion auf industrielles Verpackungsmaterial. Den größten

Anteil an der Papierproduktion (40 %) machte allerdings der Druck von Zeitungen und Zeitschriften aus.<sup>13</sup> Regionale Abonnement-Zeitungen, wie der Remscheider Generalanzeiger, erreichten in dieser Zeit einen Marktanteil von 90 %. Druckereien, wie die J.F. Ziegler KG/Remscheid, welche den Zeitungsdruck 1889 mit einer täglichen Auflage von 45 Exemplaren begonnen hatte, wuchsen so zu großen Verlagshäusern heran, welche nun täglich rund 40.000 Exemplare auslieferten. Der industrielle Aufschwung führte auch zu einem gestiegenen Bedarf an Werbemitteln, welches zahlreiche Firmenneugründungen im Bereich der Druckwirtschaft belegen. Gleichzeitig wuchs, mit der gesellschaftlich-politischen Neuordnung Deutschlands in der Weimarer Republik, die öffentliche und privatwirtschaftliche Verwaltung explosionsartig an. Damit verbunden war ein enormer Bedarf an Büroartikeln und Organisationsmitteln. Erich Kraut, der 1917 ein kleines Schreibwarengeschäft in Wuppertal eröffnet hatte, erkannte als einer der Ersten das neue Geschäftsfeld. Schon während der letzten beiden Kriegsjahre arbeitete er in seinem Hinterzimmer fieberhaft an der handwerklichen Herstellung von Ordnern, die er sich noch vor Kriegsende unter Markenschutz stellen ließ. Benannt nach den industriellen Herzkammern Wuppertals (Elberfeld und Barmen) begann damit die Erfolgsgeschichte eines weiteren deutschen Branchenprimus, des

<sup>11</sup> Metallwaren-, Schloss- und Beschlagindustrie

<sup>12</sup> Heinz Schmidt-Bachem, Beiträge zur Geschichte der industriellen Papier-, Pappe- und Kunststoffverarbeitung in Deutschland: Quellen, Recherchen, Dokumente, Materialien, Düren, 2009.

<sup>13</sup> Heinz Schmidt-Bachem, Aus Papier: eine Kultur- und Wirtschaftsgeschichte der Papierverarbeitenden Industrie in Deutschland, De Gruyter, Berlin, 2011.

Büroartikelfabrikanten ELBA. Wilhelm Jackstädt, der 1920 einen Feinpapiergroßhandel in Wuppertal eröffnete, wurde Pionier in einem weiteren wichtigen Geschäftsfeld: er widmete sich neben seiner kaufmännischen Tätigkeit der Entwicklung von selbstklebenden Papieren, Folien und Etiketten. Innovationsgeist, Risikobereitschaft und Expansionswillen prägten den Unternehmertypus der damaligen Zeit. Diese Eigenschaften mussten allerdings einhergehen mit einer unternehmerischen Anpassungsfähigkeit an die sich ständig wandelnden wirtschaftlichen Gegebenheiten. So wechselten sich zwischen 1920 und 1933 Phasen der Hochkonjunktur (1920-22), der Wirtschaftskrise (1923), des Aufschwungs (1924-29) und der Weltwirtschaftskrise (1930-33) kurz nacheinander ab. Überstehen konnten Unternehmer diese wechselhafte Zeit nur, indem sie sich in dem stets wandelnden Marktumfeld (mit völlig unterschiedlichen Leistungsspektren und Preissegmenten), welches die wirtschaftliche Situation gerade verlangte, behaupten konnten.

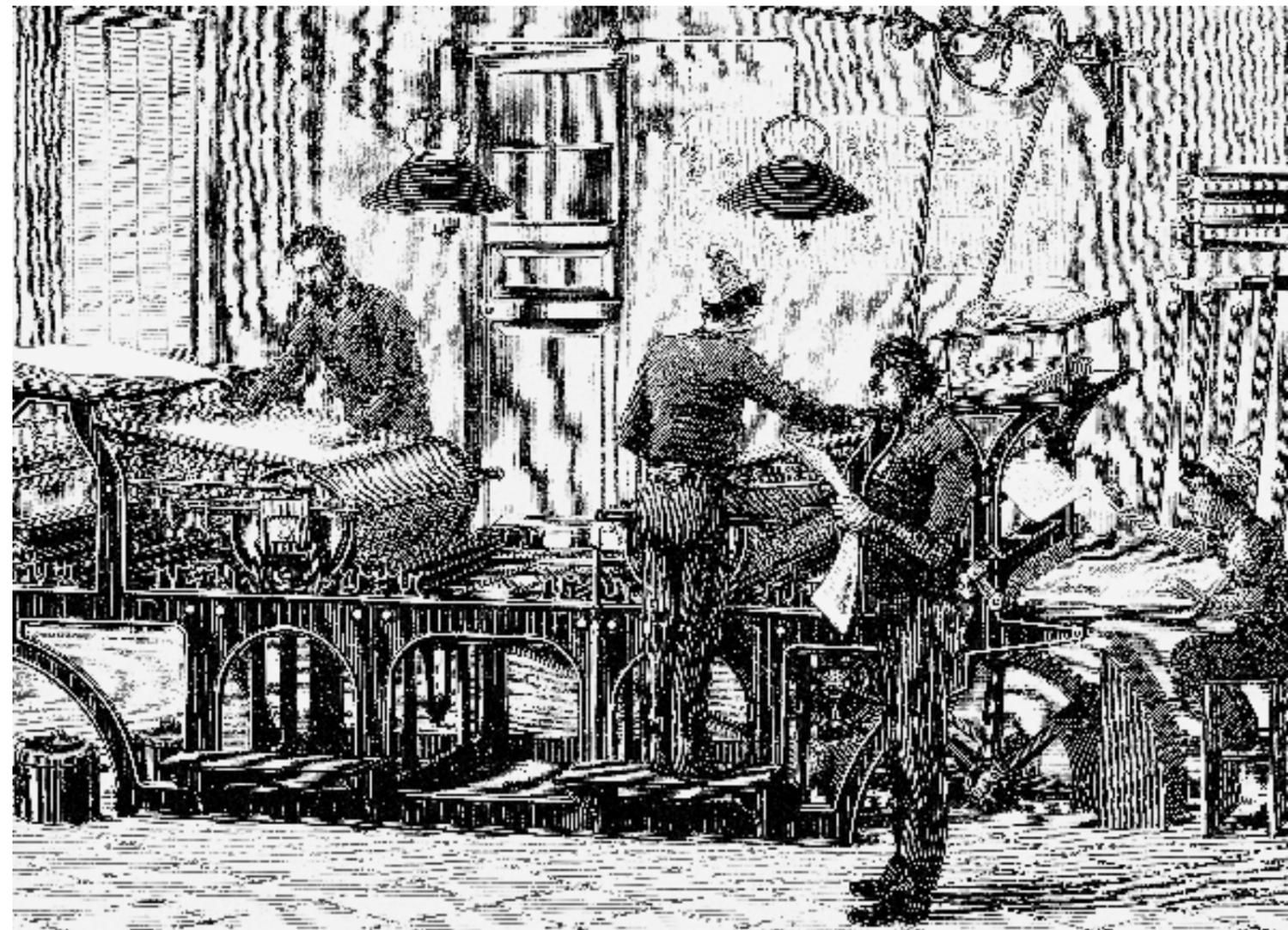
Die staatlich organisierte Neuordnung der Wirtschaft wurde 1933 daher zunächst von den Unternehmern positiv aufgenommen – so wurde beispielsweise die angeordnete Kartellbildung als Maßnahme der staatlichen Marktregulierung begrüßt, um endlich „Ruhe und Ordnung“ in den Markt zu bringen. Auch das Arbeitsordnungsgesetz, welches freie Gewerkschaften und Arbeitgebervertretungen

auflöste und durch einen parteigelenkten Einheitsverband (die DAF) ersetzt wurde, wurde akzeptiert. Denn mit der einhergehenden Verabschiedung brancheneinheitlicher Preis- und Verkaufsbedingungen für Papierwaren wurde den Unternehmen eine langersehnte Stabilität vermittelt. Diese bewog sie dazu zwischen 1933 und 1936, wieder in die Modernisierung von Anlagen und Erweiterung von Betriebsstätten zu investieren.<sup>14</sup>

Ab 1935 wurde der Papiermarkt und das Druckgewerbe allerdings in einem immer enger werdenden Netz von Lenkungs- und Kontrollinstanzen bewirtschaftet. Die negativen Konsequenzen bemerkten als Erste die Zeitungs- und Zeitschriftendruckereien, die sich den Vorgaben der gleichgeschalteten Presse zu fügen hatten und zunehmend den Druck der Parteiinstanzen zu spüren bekamen. Unternehmer, die durch unangepasstes Verhalten auffielen, mussten mit harten Strafen rechnen. So konnte eine Zuwiderhandlung gegen eine Anordnung der „Reichsstelle für Papier und Verpackungswesen“ (welche ab 1935 Rohstoffkontingente und Verarbeitungsgenehmigungen für Papierwaren erteilte) zu hohen Geldstrafen, einer Beschlagnahme von Betriebsteilen und Produktionsmitteln oder sogar zur Aberkennung der Verleger-Eigenschaft führen. Ab 1937 griffen die NS-Lenkungsbehörden noch stärker in das Wirtschaftsgeschehen ein. Angesichts eines allgemeinen Rohstoffmangels kam es zu einer Einschränkung der Zellstoff-

zuteilung für allgemeine Papierwaren um ein Zwölftel des Vorjahres – der Rest wurde für den kriegswichtigen Papierbedarf zurückgehalten. Die Papierverarbeiter kamen mit den Aufträgen nicht mehr nach. Im Bereich Markenverpackungen kam es zu Lieferfristen von bis zu drei Monaten. Ab 1939 wurde, mit Kriegsbeginn, die Herstellung von Markenartikeln von staatlicher Seite gänzlich untersagt. An ihre Stelle traten Einheits- und Ersatzprodukte in tristen Notpackungen. Auch die gewerbliche Reklame wurde stark eingeschränkt. Druckmaschinenhersteller mussten ihre Produktion auf Rüstungsgüter

umstellen. Druckereibetriebe wurden in die staatliche Kriegs- und Versorgungswirtschaft eingebunden. 1943 wurde die bergische Wirtschaft durch die Angriffe der britischen Royal Air Force schwer getroffen. Viele Produktionsstätten des Druckgewerbes wurden durch Fliegerbomben zerstört. Erst 1947 machten die bergischen Unternehmer ihren Kunden wieder Lieferangebote für Verpackungsmaterialien, Werbeprodukte und Zeitschriften. Angesichts der herrschenden Papierknappheit konnten die Unternehmen die Ausführung der Aufträge vielfach nur zu sichern, wenn von den Kunden als



<sup>14</sup> Heinz Schmidt-Bachem, Aus Papier: eine Kultur- und Wirtschaftsgeschichte der Papierverarbeitenden Industrie in Deutschland, De Gruyter, Berlin, 2011.

Gegenleistung ausreichend Altpapier geliefert wurde. Denn die Rohstoffknappheit bestand auch nach Kriegsende weiter. Mit der Währungsreform vom 21. Juni 1948 wurden die Bewirtschaftungsrestriktionen aufgehoben. Parallel dazu bemühten sich die Briten, im Rahmen eines Programms für den wirtschaftlichen Wiederaufbau, die Rohstoffbeschaffung für Unternehmer zu erleichtern. Damit war 1950 die Voraussetzung für die Wiederaufnahme eines geregelten Tagesgeschäftes geschaffen. Die Angebote und die Bemühungen der Hersteller um Aufträge häuften sich. Lieferschwierigkeiten wurden immer seltener gemeldet. Dies zeigte sich auch in amtlichen Statistiken, so erhöhte sich die Papierverbrauchsquote pro Kopf innerhalb eines Jahres von 6 kg auf 32 kg. Mitte der 1950er Jahre lag das Druckgewerbe in Westdeutschland, gemessen an der Zahl der Betriebe, auf dem fünften Rang. Auch nach dem Umsatz und der Anzahl der Beschäftigten war das Druckgewerbe mit dem zwölften Rang von größerer Bedeutung für die deutsche Wirtschaft als heute.<sup>15</sup>

Ab Mitte der 1970er Jahre kam es zu einer langen Verlustperiode aufgrund eines entstandenen Überangebotes, welches bis 1973 zu einem Wegfall von rund einem Viertel der Arbeitsplätze und dem Konkurs zahlreicher Betriebe führte. Der Strukturbruch der frühen 1970er Jahre – welcher mit der Umstellung vom Buchdruck auf den Offsetdruck verbunden war – verschärfte die Situation auf dem

Arbeitsmarkt zusätzlich. Schriftsetzer (ein bis dahin krisensicherer Beruf) wurden nun nur noch vereinzelt nachgefragt und nur ein Teil von ihnen konnte in den Bereich des Fotosatzes wechseln.

Ab 1980 setzte sich, mit dem Aufkommen der ersten kompakten Computer, das Desktop Publishing als Druckvorstufe durch, welches die Druckvorlagenherstellung erheblich erleichterte. Mit dem Einzug des Digitaldrucks in den 1990er Jahren boten sich die technischen Voraussetzungen für neue Anwendungsfelder und Konzepte von Printprodukten. So konnte man flexibler auf Kundenwünsche eingehen und Druckereierzeugnisse selbst für private Kleinabnehmer nun individuell gestalten. Ein neuer Trend ging, neben dem Druck, hin zur Druckveredelung, so wurden Druckerzeugnisse – durch Einsatz weiterer Spezialmaschinen – mit Lackierungen, Prägungen, 3D-Effekten und Popups versehen. Dies eröffnete neue Perspektiven, insbesondere für den traditionellen Hauptabnehmer der Branche, den Verpackungsmarkt. Zu Beginn der 2000er lag der Offsetdruck mit einem Marktanteil von 65 % auf der Spitzenposition, gefolgt vom Flexodruck (mit 15 %), welcher als Druckverfahren mit einer weichen Druckform zunehmend im Bereich der Papier-, Pappe- und Folienverpackung mittlerer Qualität eingesetzt wurde. Danach folgte der Tiefdruck (mit 10 %) und der Siebdruck (mit 5 %), welche vor allem im Bereich

von Werbeartikeln aus Metall, Plastik und Holz eingesetzt wurden.<sup>16</sup> 2003 entfielen 37 % der Druckaufträge auf den Werbe-/Katalogdruck, 14 % auf Geschäftsdrucksachen, 13 % auf Zeitschriften, 12 % auf Zeitungen und Anzeigenblätter, 7 % auf Bücher und kartographische Erzeugnisse – sowie auf bedruckte Etiketten, 3 % auf Kalender und Postkarten sowie 9 % auf sonstige Druckerzeugnisse.<sup>17</sup> Zwei Drittel der Druckaufträge entfielen somit (direkt oder indirekt) auf Werbezwecke. Damit unterlag die Auftragslage des Druckgewerbes – wie auch schon das papierverarbeitende

Gewerbe im 19. und 20. Jahrhundert – der wirtschaftlichen Binnennachfrage, welche durch ein langsames Wirtschaftswachstum zu Beginn des 21. Jahrhunderts, der Branche nur moderate Zuwachsraten in Höhe von 1 bis 2 % ermöglichte.

Das Druckgewerbe im Bergischen Städtedreieck ist heute vor allem durch Klein- (14,1 %) und Kleinstbetriebe (85,9 %) geprägt. Mittelständische und große Unternehmen sind im Bergischen Städtedreieck nicht angesiedelt.

#### BERGISCHES STÄDTEDECK: TOP 10 UNTERNEHMEN NACH UMSATZ

(Bisnode Firmendatenbank / Stand: April 2019, eigene Darstellung)

RANG	UNTERNEHMEN	ORT	BESCHÄFTIGTE	UMSATZ IN MIO. EURO
1	Kindel GmbH & Co. KG Blechdruckerei	Wuppertal	50	5,50
2	Karl Müller Druck & Medien GmbH	Remscheid	30	5,05
3	BFC Gesellschaft für Digitaldruck und Mediengestaltung mbH	Remscheid	20	4,30
4	Ley + Wiegandt GmbH & Co. KG	Wuppertal	35	4,03
5	Eugen Huth GmbH & Co. KG	Wuppertal	32	3,70
6	paffrath print & medien GmbH	Remscheid	25	3,45
7	Busemeyer GmbH	Remscheid	27	3,10
8	Hampe Druck GmbH & Co. KG	Wuppertal	30	3,00
9	OFFSET COMPANY Druckereigesellschaft	Wuppertal	26	3,00
10	Paul Hartgen GmbH & Co. KG	Remscheid	25	2,50

<sup>15</sup> Eugen Kollecker und Walter Matuscke (1956): Der moderne Druck, Hamburg, Hammerich & Leser Verlag

<sup>16</sup> Heidelberger Druckmaschinen AG, 100 JAHRE OFFSETDRUCK Innovationen – Markt – Technik, 2004  
<sup>17</sup> Bundesverband Druck und Medien (bvd/m), 2003



## RECHTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Die Unternehmen des Druckgewerbes haben eine Vielzahl an nationalen, europäischen und internationalen Rechtsnormen zu beachten. Im Folgenden werden vor allem neue Rechtsvorschriften und geplante Gesetzesvorhaben dargestellt, die den Produktionsprozess, die Wettbewerbssituation und die wirtschaftliche Gesamtlage der Unternehmen maßgeblich beeinflussen. Diese werden zur besseren Übersicht in vier Kategorien unterteilt: Klima- und Umweltschutz, Steuerrecht, Urheberrecht und Tabakwerbeverbot.

Die **Rechtsentwicklungen im Bereich Klima- und Umweltschutz** betreffen deutsche Unternehmen des Druckgewerbes immer stärker. Eine steigende Kostenbelastung entstand im Jahr 2015 durch die Streichung der Teilbefreiung von der EEG-Umlage. In der aktuellen Fassung des Gesetzes für den Ausbau erneuerbarer Energien (EEG 2017) wird in der Liste der stromkosten- und handelsintensiven Branchen lediglich der Wirtschaftszweig Druck- und Medienvorstufe (WZ-Schlüssel 18.13) berücksichtigt.<sup>18</sup> Der größte Teil des deutschen Druck-

gewerbes partizipiert somit nicht von den Begünstigungen des § 64 EEG 2017. Der Bundesverband Druck und Medien (bvdm) kritisiert diese Änderung, da die internationale Wettbewerbsfähigkeit deutscher Druckereibetriebe nicht gewährleistet wird.<sup>19</sup> Ein weiterer Kostenfaktor kann sich durch das am 1. Januar 2019 in Kraft getretene Verpackungsgesetz (VerpackG) ergeben. Gegenüber der vormals geltenden Verpackungsverordnung ist vor allem mit einem höheren Verwaltungsaufwand zu rechnen. Gemäß § 7 und § 9 VerpackG müssen sich Erstinverkehrsbringer nun bei der Zentralen Stelle Verpackungsregister einmalig registrieren und direkt an einem oder mehreren Dualen Systemen beteiligen. Nach der Registrierung müssen künftig Mengemeldungen und Abrechnungen an die Zentrale Stelle gemeldet werden. Die Errichtung und Inbetriebnahme von Anlagen der deutschen Druckindustrie unterliegt strengen Grenzwerten zur Reinhaltung der Luft. Im September 2016 hat das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) die ersten Entwürfe zur Überarbeitung der Technischen Anleitung zur Reinhaltung der Luft (TA Luft) vom 24. Juli 2002 herausgegeben. Sie besitzt eine große Bedeutung, da sie von den Genehmigungsbehörden zur Prüfung des ordnungsgemäßen Betriebs technischer Anlagen herangezogen wird. Aktuell stehen

die Spitzenverbände der deutschen Wirtschaft den Änderungsvorschlägen kritisch gegenüber, da diese zum Teil über die EU-rechtlichen Vorgaben hinausgehen. Wie auch andere Spitzenverbände, sieht der Bundesverband Druck und Medien (bvdm) das Risiko einer steigenden Wettbewerbsbenachteiligung für deutsche Betriebe. Zudem berichtet der bvdm, dass mehr als 250 deutsche Druckereien unmittelbar von den geplanten Erneuerungen betroffen wären.<sup>20</sup>

Die EU-Kommission hat im Jahr 2016 eine große **Steuerreform für den europäischen Binnenmarkt** vorgeschlagen. Neben dem Ziel die Betrugsanfälligkeit des Mehrwertsteuersystems in der EU zu senken, sollen unter anderem der elektronische Geschäftsverkehr und Online-Unternehmen gefördert werden. Die Reformpläne enthalten Erleichterungen für den digitalen Handel von Waren und Dienstleistungen zwischen Verbrauchern und Unternehmen – insbesondere KMU und Start-Ups. Außerdem sollen gleiche Steuervorschriften für E-Books, Online-Zeitungen und vergleichbare Produkte, wie die entsprechenden Druckerzeugnisse, geschaffen werden, so dass für die betreffenden digitalen Medien auch ein ermäßigter Mehrwertsteuersatz ermöglicht wird. Mitgliedsstaaten sollen aber nicht zur Angleichung der Steuersätze verpflichtet werden.<sup>21</sup>

<sup>18</sup> Erneuerbare-Energien-Gesetz – EEG, 2017, Anlage 4

<sup>19</sup> Bundesverband Druck und Medien, Faire Energiepolitik für einen starken Wirtschaftsstandort, [www.bvdm-online.de](http://www.bvdm-online.de)

<sup>20</sup> Bundesverband Druck und Medien, bvdm bezieht erneut Stellung zu den Entwürfen der Technischen Anleitung zur Reinhaltung der Luft, [www.bvdm-online.de](http://www.bvdm-online.de)

<sup>21</sup> Europäische Kommission, Pressemitteilung, <https://europa.eu/newsroom/content/>

Die **EU-Urheberrechtsreform** vom März 2019 stärkt künftig die Rechte von Druck- und Verlagshäusern. So werden digitale Inhalte, welche beispielsweise in Form von Leseproben, bislang über Suchmaschinenanbieter und Plattformen kostenfrei Verbreitung fanden, nun unter dem Gesichtspunkt eines gerechten Mitverdienstes der Urheber betrachtet. So werden Suchmaschinenanbieter für das Anzeigen von Buch- und Zeitungsartikelausschnitten (etwa auf google-books- oder google-news-Seiten) dazu verpflichtet, künftig Geld an Verlage zu zahlen. Auch gegen das unkontrollierte Hochladen von digitalen Inhalten von Plattformnutzern können Verleger nun vorgehen und ihren entstandenen wirtschaftlichen Schaden geltend machen.

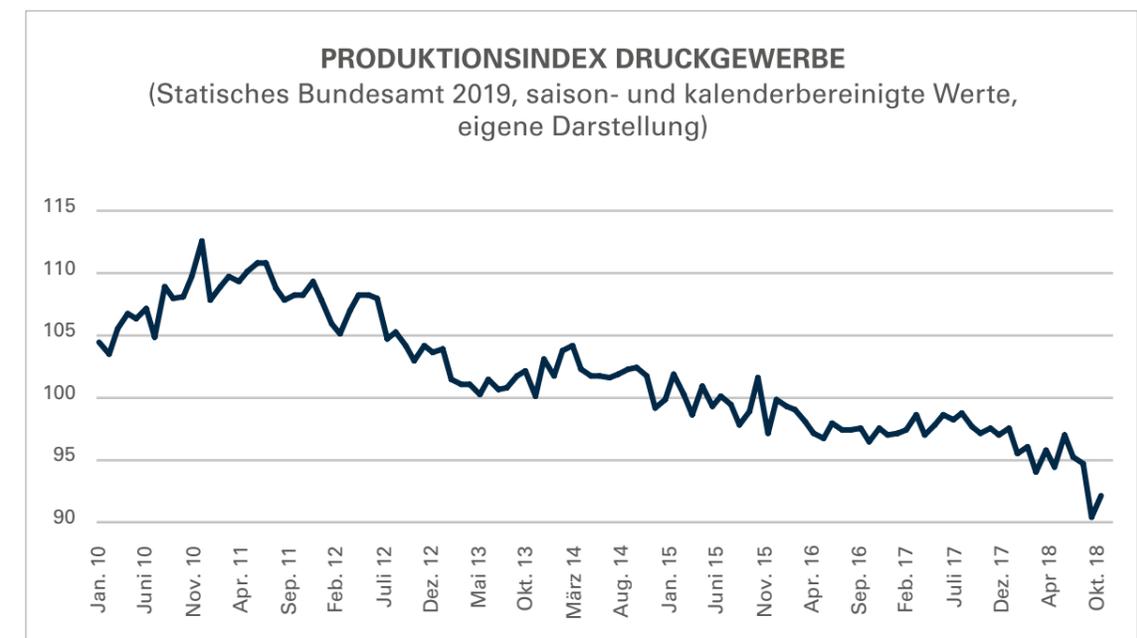
Während das Verlagswesen stark von gesetzlichen Neuerungen profitieren kann, schauen die Produzenten von Werbeplakaten sorgenvoll in die Zukunft. So sprachen sich im Dezember 2018 Sachverständige im Deutschen

Bundestag für eine **Ausweitung des bestehenden Tabakwerbverbots** aus. Laut § 19 der aktuellen Fassung des Tabakerzeugnisgesetzes (TabakerzG) ist es verboten, für Tabakerzeugnisse, elektronische Zigaretten oder Nachfüllbehälter im Internet, in Radio- und TV-Spots sowie der Presse und anderen gedruckten Veröffentlichungen zu werben. Von letzterem ausgenommen sind Tabak- bzw. Raucherfachzeitschriften. Bislang vom Verbot unberücksichtigt sind hingegen Außenwerbungen in Form von Plakaten und Leuchtreklamen sowie Kinowerbung nach 18 Uhr. Aktuell zeichnet sich ab, dass das internationale Abkommen der Weltgesundheitsorganisation zum Tabakwerbverbot, durch einen entsprechenden Gesetzesantrag noch in diesem Jahr den Bundestag passieren wird. Der Bundesverband Druck und Medien kritisiert, dass sich die negativen Konsequenzen für die deutsche Werbewirtschaft nachgelagert auch auf das Druckgewerbe auswirken könnten.<sup>22</sup>

## ÖKONOMISCHE RAHMENBEDINGUNGEN

Das Druckgewerbe ist mit seinem umfangreichen Leistungsspektrum Bestandteil der Wertschöpfungskette vieler weiterer Wirtschaftszweige. Aufgrund der deutlichen Fokussierung auf den Binnenmarkt, hängt der Umsatz der mit Druckerzeugnissen erwirtschaftet wird, maßgeblich von der Binnenkonjunktur ab. Grundsätzlich entwickelt sich die Nachfrage nach Druckprodukten prozyklisch, das heißt eine positive gesamtwirtschaftliche Entwicklung wirkt sich günstig auf die Geschäftslage im Druckgewerbe aus. Dieser Zusammenhang ist in den letzten Jahren, durch einen tiefgreifenden Strukturwandel innerhalb der Branche,

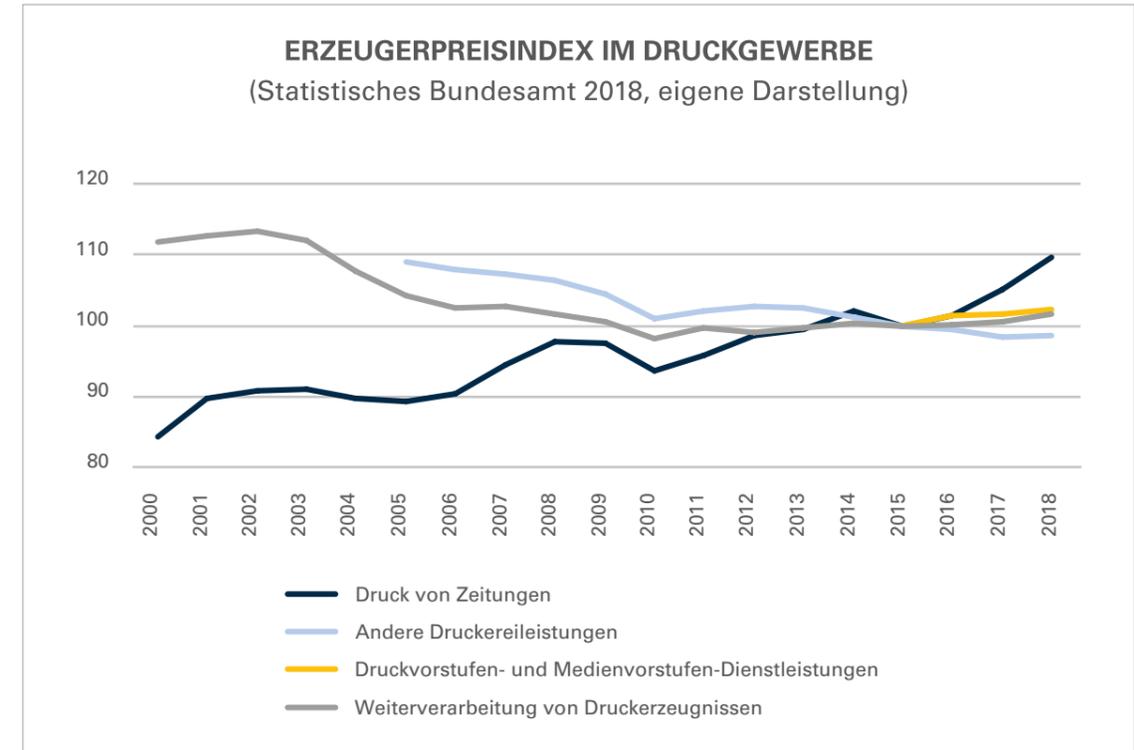
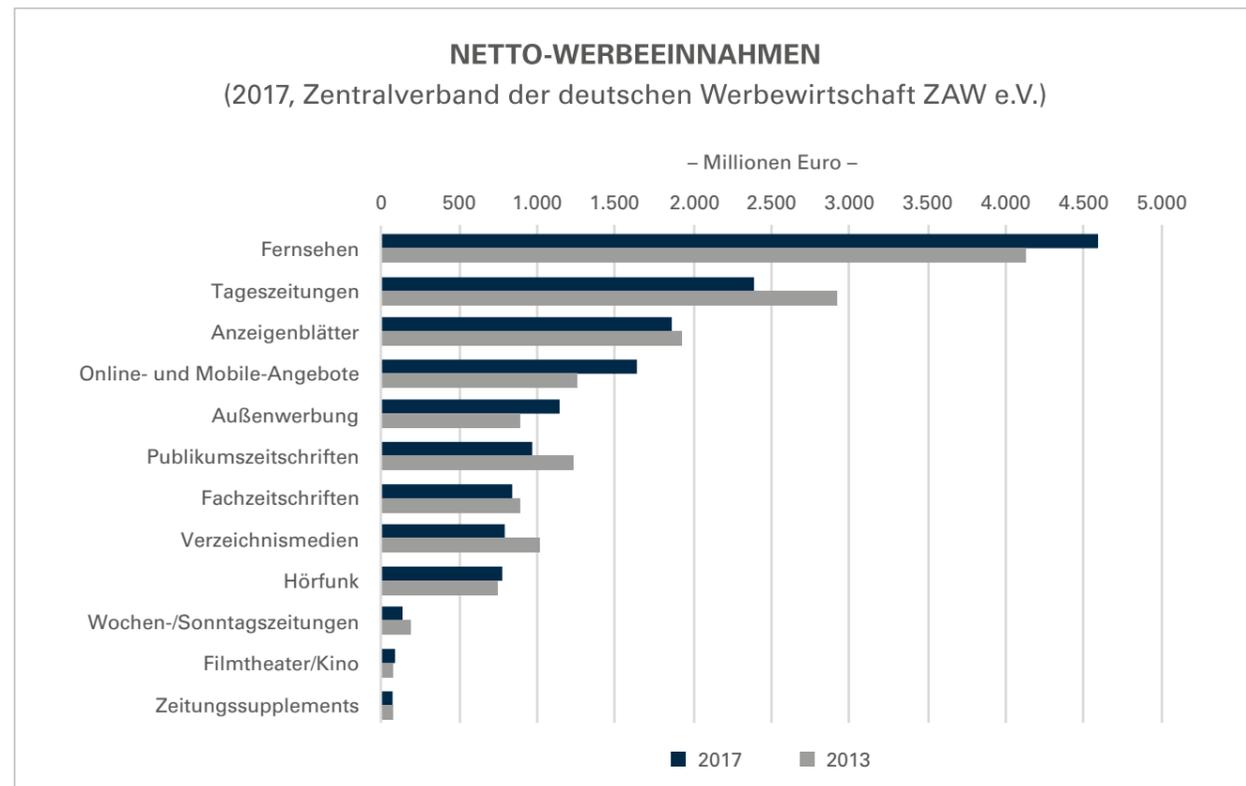
jedoch nicht mehr direkt erkennbar. So hat der Übergang in das digitale Zeitalter Ende der 90er Jahre zu einem Medienwandel geführt, welcher (durch das veränderte Leseverhalten und den Konsumtrend Printmedien durch Onlinemedien zu ersetzen) die Branchenentwicklung heute immer noch maßgeblich beeinflusst. Damit ist der Bedarf an gedruckten Zeitungen, Zeitschriften und Büchern in den letzten Jahren rückläufig. Dieser Trend wirkt sich maßgeblich auf das Produktionsvolumen im Druckgewerbe aus. Zwischen Januar 2010 und Januar 2019 ist der entsprechende Produktionsindex um 11,7 % gesunken.



<sup>22</sup> Bundesverband Druck und Medien, Verbände wehren sich gegen Totalverbot von Tabakwerbung, [www.bvdm-online.de](http://www.bvdm-online.de)

Neben Verlagen ist die Werbewirtschaft ein wichtiger Auftraggeber für Druckerzeugnisse. Gemessen an den Netto-Werbeinnahmen sind Tageszeitungen und Anzeigenblätter nach dem Fernsehen noch immer die beiden wichtigsten Werbeträger. Dennoch ist auch hier zwischen 2013 und 2017 – über alle Printmedienformate hinweg – ein Rückgang der Werbeeinnahmen zu verzeichnen, während

zeitgleich Werbeeinnahmen aus Online- und Mobilangeboten um 29,9% zunahm. Diese Zahlen belegen eine beginnende Substitution von Printmedien durch Online-Medien. Der Grad der Substituierbarkeit wird darüber entscheiden, ob Printmedien im Bereich der Werbung langfristig vollständig durch Onlinemedien verdrängt werden können.



Nicht nur der intensive Branchenwettbewerb, auch gestiegene Energie- und Materialkosten wirken sich negativ auf die wirtschaftliche Lage im Druckgewerbe aus. Von 2017 auf 2018 stiegen insbesondere die Erzeugerpreise für Zeitungsdruck-

papier (+7,0%) und Druckmaschinen (+2,4%).<sup>23</sup> Obwohl die Erzeugerpreise in 2018 gleichermaßen in allen Sparten des Druckgewerbes anstiegen, konnten die gestiegenen Materialkosten nicht vollständig auf die Kunden umgelegt werden.

23 Statistisches Bundesamt, Index der Erzeugerpreise gewerblicher Produkte 2018; eigene Berechnungen

Auch von der Konjunktur sind in 2019 keine positiven Impulse für das Druckgewerbe zu erwarten. Nach zwei Boomjahren in Folge schwächte sich das Wachstum in 2018 ab. Das BIP-Wachstum betrug gegenüber dem Vorjahr 1,5 %. In den beiden vorangegangenen Jahren konnte die deutsche Wirtschaft noch jeweils um

2,2 % wachsen. Für 2019 wird mit einem deutlich geringeren Wachstum gerechnet. Die führenden Wirtschaftsforschungsinstitute haben in ihren Frühjahrsprognosen die erwarteten Wachstumsraten deutlich nach unten korrigiert. Im Mittel wird für 2019 ein BIP-Wachstum in Höhe von 0,8 % prognostiziert.

#### ÜBERSICHT KONJUNKTURPROGNOSEN 2019

(Prognosewerte der jeweiligen Institution, eigene Darstellung)

INSTITUTION	DATUM	BIP (Veränderung in % ggü. dem Vorjahr)
Sachverständigenrat	19.03.2019	0,8 %
Bundesregierung/BMWi	17.04.2019	0,5 %
IWH Halle	07.03.2019	0,5 %
IfW Kiel	12.03.2019	1,0 %
RWI Essen	11.03.2019	0,9 %
HWWI Hamburg	01.03.2019	0,9 %
DIW Berlin	14.03.2019	1,0 %
ifo München	14.03.2019	0,6 %
IW Köln	23.04.2019	0,7 %
DIHK	07.02.2019	0,9 %
<b>Minimum</b>		<b>0,5 %</b>
<b>Maximum</b>		<b>1,0 %</b>
<b>Arithmetischer Mittelwert</b>		<b>0,8 %</b>



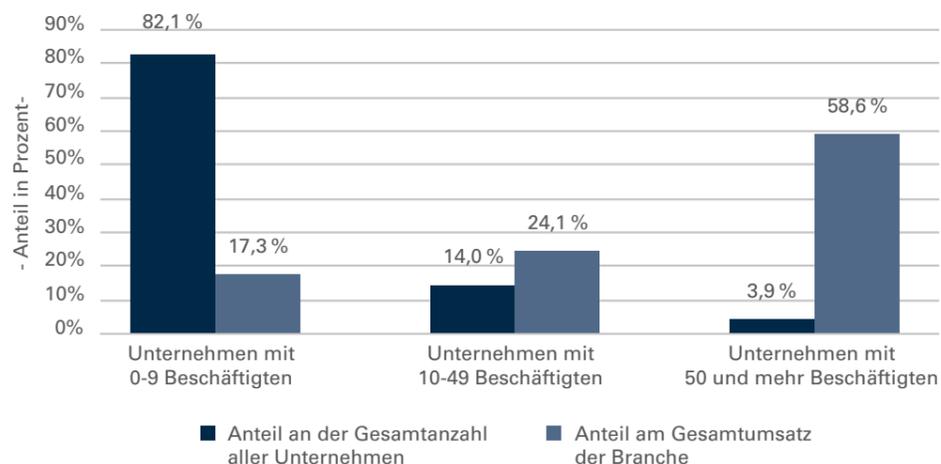
# BRANCHENSTRUKTUR

Das Druckgewerbe ist vor allem von Klein- und Kleinunternehmen geprägt. Sie machen rund 96 % der Unternehmen aus. 2017 wurden 12.224 Unternehmen im Statistischen Unternehmensregister erfasst, von denen 82,1 % bis zu 9 sozialversicherungspflichtige Mitarbeiter und 14,0 % 10 bis 49 Mitarbeiter beschäftigten. Der Anteil der Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern betrug 3,9%.<sup>24</sup> Der Branchenumsatz von insgesamt 20,8 Milliarden Euro in 2017 wurde vor allem von mittelständischen Betrieben erwirtschaftet.<sup>25</sup> So entfielen 58,6 % des Umsatzes auf Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern, 24,1 % auf kleine Unternehmen mit 10 bis 49 Mitarbeitern

und 17,3 % auf Kleinunternehmen mit weniger als 10 Mitarbeitern.

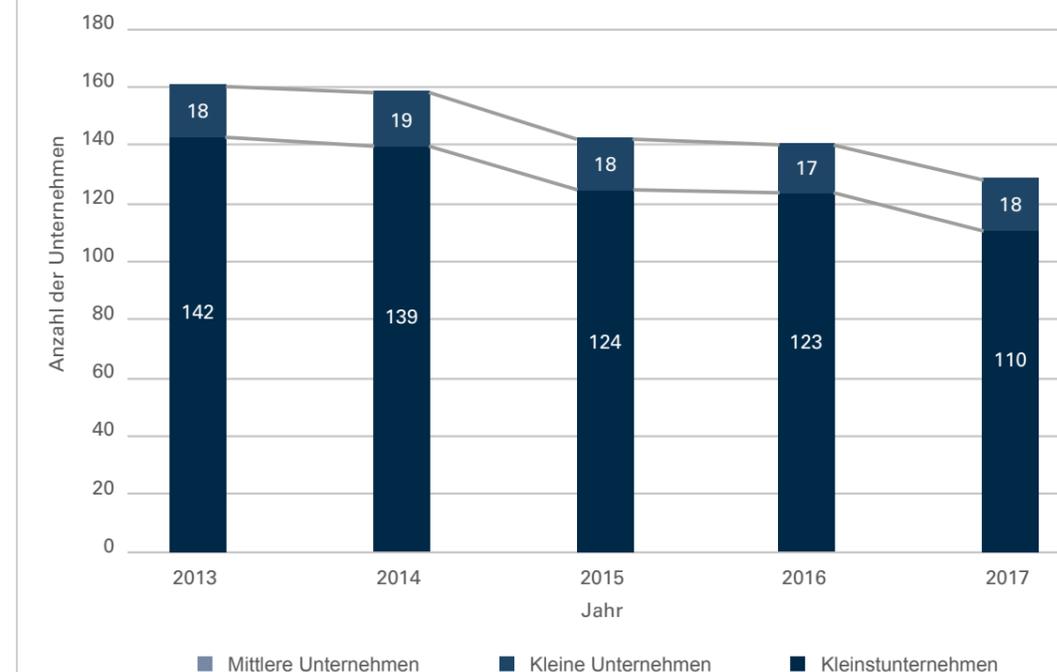
Im Bergischen Städtedreieck wird die Branchenstruktur des Druckgewerbes ausschließlich von Klein- und Kleinunternehmen bestimmt. Große und mittelständische Druckdienstleister sind im Bergischen nicht angesiedelt. Die Gesamtanzahl der Unternehmen ist – dem deutschlandweiten Trend entsprechend – rückläufig. Während die Anzahl von Unternehmen mit 10 bis 49 Beschäftigten zwischen 2013 und 2017 konstant geblieben ist, ist die Abnahme der Unternehmenszahlen vor allem auf den Rückgang von Kleinunternehmen (-22,5 %) zurückzuführen.

**VERTEILUNG DER UNTERNEHMENSANZAHL UND UMSÄTZE NACH BESCHÄFTIGUNGSGRÖSSENKLASSEN**  
(2017, Statistisches Bundesamt)



<sup>24</sup> Statistisches Unternehmensregister: Unternehmen nach Wirtschaftsklassen und Größenklassen der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Berichtsjahr 2017, Registerstand: 30.09.2018  
<sup>25</sup> Statistisches Bundesamt, Umsatzsteuerstatistik; eigene Berechnungen

**KMU-VERTEILUNG IM BERGISCHEN STÄDTEDECK**  
(Statistisches Landesamt, eigene Darstellung)



## Beschäftigungssituation

Im Berichtsjahr 2017 waren laut der Bundesagentur für Arbeit 132.473 Personen im Druckgewerbe sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Abweichend davon werden im Statistischen Unternehmensregister 115.498 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ausgewiesen.<sup>26</sup> Die Differenz ist im Wesentlichen darauf zurückzuführen, dass die Bundesagentur für Arbeit Voll- und Teilzeitstellen jeweils als eine Stelle zählt, während das Statistische Bundesamt zur besseren Vergleichbarkeit Vollzeitäquivalente ausweist.

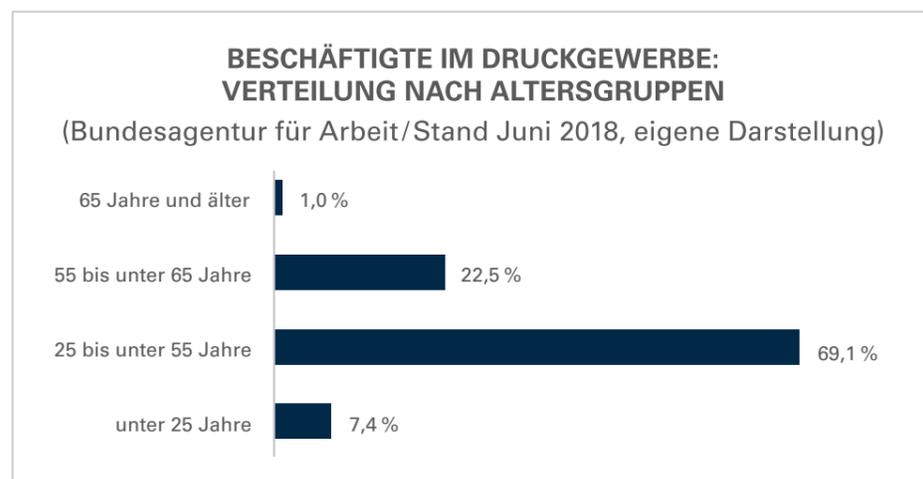
Mehr als die Hälfte (55 %) der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Druckgewerbe arbeitet in mittelständischen und großen Unternehmen. So entfallen 64.078 Vollzeitäquivalente auf Betriebe mit mehr als 50 Mitarbeitern. Rund 45 % der Beschäftigten arbeiten in Klein- und Kleinunternehmen. So entfallen 35.500 Vollzeitäquivalente auf Betriebe mit 10 bis 49 Mitarbeitern und 15.919 Vollzeitäquivalente auf Betriebe mit bis zu 9 Mitarbeitern.

<sup>26</sup> Statistisches Unternehmensregister: Unternehmen nach Wirtschaftsklassen und Größenklassen der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Berichtsjahr 2017, Registerstand: 30.09.2018

Aufgrund der rückläufigen Nachfrage nach Druckerzeugnissen sank zwischen 2013 und 2018 die Anzahl der Unternehmen um 10 %.<sup>27</sup> Damit einhergehend ging auch die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Druckgewerbe zurück. Zwischen 2013 und 2018 betrug der Beschäftigungsrückgang 9 %. Dementgegen ist in der jüngeren Vergangenheit ein leichter Stellenaufbau bei mittleren und großen Betrieben des Druckgewerbes zu beobachten. Bei Klein- und Kleinstbetrieben hält der Personalabbau jedoch weiter an.

Wie in vielen anderen Bereichen des Verarbeitenden Gewerbes müsste etwa ein Fünftel der aktuell verge-

benen Stellen in den kommenden 10 Jahren nachbesetzt werden, um den aktuellen Beschäftigungsstand aufrecht zu erhalten. Nach Angaben der Bundesagentur für Arbeit waren zum 30. Juni 2018 23,5 % der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten älter als 55 Jahre. Um Nachwuchs zu gewinnen, bieten viele Betriebe des Druckgewerbes Ausbildungsplätze an. Nach einer Mitgliederbefragung des Bundesverbands Druck und Medien (bvdM) aus dem Jahr 2018 sind 78 % der befragten Unternehmen Ausbildungsbetriebe. Jedoch melden viele Unternehmen zurück, dass Ausbildungsplätze vermehrt, aufgrund fehlender oder ungeeigneter Bewerbungen, unbesetzt bleiben.



<sup>27</sup> Statistisches Bundesamt, Statistisches Unternehmensregister

### Abnehmer/Hersteller

Wichtige Zulieferer des Druckgewerbes lassen sich in Hersteller von Investitions- und Verbrauchsgütern unterteilen. Die Investitionsquote im Druckgewerbe ist verglichen mit anderen Industriezweigen hoch. Wesentliche Investitionsgüter sind Druck- und Papiermaschinen. Der Markt für industrielle Druckmaschinen wird allerdings von wenigen großen Herstellern dominiert, welches die Verhandlungsmacht von Druckereien stark reduziert. Wesentliche Verbrauchsgüter sind Papier und andere bedruckbare Substrate, Druckfarben und Lacke, Verbrauchsmaterialien (wie Druckplatten) sowie Druck- und Verarbeitungsschemikalien. Auch hier besteht eine starke Abhängigkeit von den Lieferanten, insbesondere von der Papierindustrie.

### Wettbewerb

Trotz der anhaltenden Konsolidierung existieren derzeit leichte Überkapazitäten im Druckgewerbe. Der Wettbewerb ist dementsprechend hoch und wird meist über den Preis geführt. Dazu kommt, dass Investitionen in neue digitale Druckmaschinen für die Betriebe häufig unumgänglich sind, um auf dem umkämpften Markt bestehen zu können. Gerade bei dem Druck kleiner Auflagen und personalisierter Produkte, welche hohe Wachstumsraten haben, bietet der Digitaldruck Kostenvorteile gegen-

Abnehmer von Druckerzeugnissen ist vor allem die gewerbliche Wirtschaft. Nach Schätzungen des Bundesverbands Druck und Medien beträgt ihr Marktanteil rund 85 %.<sup>28</sup> Die wichtigsten Gewerbekunden kommen aus dem Bereich der Werbewirtschaft und des Verlagswesens. Für die meisten Klein- und Kleinstbetriebe ist das Geschäftsgebiet räumlich begrenzt. Ihre Abhängigkeit von regionalen Kunden ist daher hoch. Eine Möglichkeit zur Verringerung der Dependenz bieten Web-to-print- oder Web-to-box-Lösungen im Verpackungsdruck. Dieses Marktsegment wird jedoch von wenigen mittleren und großen Unternehmen dominiert. Das Auslandsgeschäft ist für deutsche Druckereien eher unbedeutend. Ausländische Kundenbeziehungen beschränken sich auf den deutschen Sprachraum, vor allem zu Österreich und der Schweiz.<sup>29</sup>

über dem klassischen Offsetdruck. Allerdings sind die Innovationszyklen und damit die wirtschaftliche Nutzungsdauer von digitalen Maschinen wesentlich kürzer. Das daraus resultierende Investitionsrisiko stellt vor allem Kleinstbetriebe vor große Herausforderungen. Dies erklärt, dass die Konsolidierung der Betriebe zu einer steigenden durchschnittlichen Unternehmensgröße führt.

Wie im Handel nehmen Onlinedruckereien den stationären Drucke-

<sup>28</sup> Bundesverband Druck und Medien, <https://www.bvdm-online.de/druckindustrie/grundsatzliches-zur-druckindustrie/>  
<sup>29</sup> Statistisches Bundesamt, Außenhandelsstatistik, 2018; eigene Berechnungen

reien zunehmend Marktanteile ab. Aufgrund der Tatsache, dass die Prozesssteuerung in Onlinedruckereien überwiegend digital erfolgt, kann dem Kunden ein genauer Lieferzeitpunkt garantiert werden, wobei die Bearbeitungszeit im Vergleich zu stationären Druckereien häufig geringer ist. Aufgrund der hohen Transparenz

und einfachen Vergleichbarkeit ist der Preiskampf teilweise ausgeprägter als im stationären Bereich. Es ist daher kaum verwunderlich, dass der Markt von wenigen großen Online-druckereien (wie Flyeralarm, WirMachenDruck, Saxoprint, Unitedprint oder Onlineprinters) dominiert wird.

### DEUTSCHLAND: WICHTIGE HERSTELLER VON DRUCKERZEUGNISSEN

(Bisnode Firmendatenbank / Stand: Januar 2019, eigene Darstellung)

UNTERNEHMEN	ORT	BESCHÄFTIGTE	UMSATZ IN MIO. EURO
Giesecke + Devrient GmbH	München	11.373	2.136,40
Bertelsmann Printing Group* (Bertelsmann SE & Co. KGaA)	Gütersloh	5.200	1.146,00
Axel Springer Druckereien** (Axel Springer SE)	Berlin	n/a	n/a
Bundesdruckerei GmbH	Berlin	2.708	520,06
flyeralarm GmbH	Würzburg	2.000	307,96
Stark Druck GmbH & Co. KG	Pforzheim	676	227,10
WIRmachenDRUCK GmbH***	Backnang	290	183,19
WEISS-DRUCK GmbH & Co. KGG	Monschau	581	178,10
Burda Druck GmbH****	Offenburg	1.200	138,00
Jungfer Druckerei und Verlag GmbH	Herzberg am Harz	347	117,63

\* nur deutsche Tochtergesellschaften: Mohn Media, GGP Media, Vogel Druck und Medienservice, Printnovis Deutschland

\*\* Axel Springer Offsetdruckerei Kettwig GmbH & Co. KG, Axel Springer Offsetdruckerei Ahrensburg GmbH & Co. KG, Axel Springer Druckhaus Spandau GmbH & Co. KG. Keine Angaben zu Beschäftigten und Umsätzen der zuvor genannten Tochtergesellschaften der Axel Springer SE verfügbar.

\*\*\* Konzerntochter der Cimpres N.V.

\*\*\*\* Konzerntochter der Humbert Burda Media Holding

### Substitutionsgüter

Die fortschreitende Digitalisierung hat die Bedrohung durch Substitutionsgüter im Druckgewerbe stark erhöht. So nehmen die Auflagen gedruckter Zeitungen und Zeitschriften seit Jahren ab und werden zunehmend durch Onlineformate wie „E-Paper“ ersetzt. Auch für den Buchmarkt gewinnen E-Books zunehmend an Bedeutung. Anzeigenblätter sind von Onlineplattformen wie Ebay-Kleinanzeigen, Kalaydo und Quoka fast vollständig verdrängt worden. Durch die Verfügbarkeit günstiger Inkjet- und Laserdrucker haben Endkunden zudem die Möglichkeit kleine Auflagen bis zu dem Format DIN A3 selbst aus-

zudrucken. Insbesondere Druckerzeugnisse wie Formulare, Vordrucke und Grußkarten sind davon betroffen. Auch im großformatigen Druck und bei den mittleren Auflagen existieren mit Copyshops Ersatzdienstleister. Moderne Copyshops bieten nicht nur die bloße Vervielfältigung von Dokumenten an, sondern können auch ausgeführte Druckaufträge heften und binden. Die Grenzen zwischen Copyshops und digitalen Druckzentren verschwinden zunehmend. Anders als im Publikationsdruck ist die Bedrohung durch Substitutionsgüter im Verpackungsdruck und im industriellen Druck eher gering.

### Markteintrittsbarrieren

Die Markteintrittsbarrieren im Druckgewerbe können aufgrund des hohen Investitionsbedarfs und der stetig steigenden technologischen Wissensanforderungen als hoch eingestuft werden. Bestehende Druckereien sind dadurch vor dem Markteintritt neuer Anbieter zwar geschützt,

doch besteht die Gefahr, dass lokale Kunden sich überregional oder sogar international orientieren und somit den regionalen Markt durch ihre Nachfrage um überregionale und ausländische Anbieter erweitern.



## TRENDS UND PERSPEKTIVEN

Die Digitalisierung wird das Druckgewerbe auch in den kommenden Jahren stark verändern. Während sie sich in der Vergangenheit eher negativ ausgewirkt hat, überwiegen inzwischen jedoch die Chancen. Durch den rasant wachsenden Onlinehandel weist vor allem der Verpackungsdruck von Faltschachteln eine hohe Wachstumsdynamik auf. Nach Schätzungen des Bundesverbands E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. wurden alleine in 2018 Waren im Wert von 65,1 Milliarden Euro verschickt. Auch Hersteller von Markenartikeln, die über

den stationären Einzelhandel vertrieben werden, haben ein gesteigertes Interesse an hochwertig bedruckten Verpackungen. Da Studien belegen, dass veredelte Werbemittel zu einer höheren Aufmerksamkeit beim Kunden führen, gewinnen für die Hersteller Optik und Haptik von Verpackungsmitteln zunehmend an Bedeutung. Dieses bietet Druckdienstleistern die Möglichkeit, sich durch besondere Veredelungsverfahren (z. B. Soft Touch, partieller Relieflack, UV-Lack, Cellophanierung) von ihren Mitwettbewerbern abzusetzen. Während das Gesamtvolumen im

Verpackungsdruck steigt, werden die Einzelaufgaben tendenziell kleiner. So wird eine Verpackungsdesignvorlage für eine Produktlinie oftmals in vielfältigen Varianten benötigt und auch schon nach kurzer Zeit (manchmal nach nur ein paar Wochen) durch ein neues Verpackungsdesign ersetzt, welches die Produkte einer neuen Kollektion optisch gegenüber den Vorgängermodellen abheben soll. Zudem steigt der Bedarf an personalisierten und interaktiven Verpackungen (z. B. QR-Codes, NFC-Tags). Hierdurch wird die Investition in digitale Druckmaschinen zunehmend attraktiver.

Auch im klassischen Werbedruck, der noch überwiegend im Offsetdruck erfolgt, ist mittelfristig mit einer Umstellung auf digitale und hybride Druckmaschinen zu rechnen, da hier ebenfalls die durchschnittliche Auftragsgröße sinkt und zunehmend personalisierte Druckerzeugnisse nachgefragt werden. Während in der Vergangenheit im Digitaldruck vor allem tonerbasierte Verfahren zum Einsatz kamen, sind aktuell große Weiterentwicklungen bei der Inkjet-Technologie zu beobachten. Highspeed-Inkjet-Digitaldruckmaschinen bieten inzwischen eine mit Offsetdruckmaschinen vergleichbare Druckgeschwindigkeit und -qualität. Zudem ist die Vorhaltung von spezialbeschichteten Papieren nicht mehr erforderlich, da dieselben Substrate wie beim Offsetdruck verwendet werden können. Abnehmer entsprechender Maschinen sind häufig im Buchdruck tätig. Neben reinen Digi-

taldruckmaschinen werden auch hybride Druckmaschinen angeboten, die die Vorteile von Offset- und Digitaldruck verbinden sollen.

Mit der Inkjet-Technologie kann nicht nur Papier, sondern eine Vielzahl von anderen Substraten direkt bedruckt werden. In Kombination mit UV-härtenden Tinten kann mittels einer Flachbettdruckmaschine beispielsweise direkt auf Textilien, Tapeten, Glas oder Metall gedruckt werden. Ein Vorteil dieser Technik ist, dass die Farben unmittelbar nach dem Druck aushärten und nicht in das Material eindringen. Eine besondere Vor- und/oder Nachbehandlung ist im Gegensatz zu konventionellen Druckverfahren in der Regel nicht mehr erforderlich. Neue Druckerzeugnisse, die mit diesem Verfahren hergestellt werden, sind beispielsweise Fotodrucke auf Dibond-Verbundplatten.

Ein weiteres neues Anwendungsfeld stellt die gedruckte Elektronik dar. Mit bestehenden Druckverfahren werden anstelle von Druckfarben elektronische Funktionsmaterialien gedruckt. Mit diesem Verfahren werden bereits OLED-Displays, Etiketten mit RFID-Technologie, flexible Solarzellen oder Diagnosteststreifen produziert. Neben verschiedenen Anwendungsmöglichkeiten im Sicherheitsdruck (z. B. Produktauthentisierung) wird derzeit intensiv an smarten Verpackungen, insbesondere für die Lebensmittel- und Pharmaindustrie, geforscht. Durch den Druck von Sensoren auf Lebensmittelverpackungen soll künftig überwacht werden, ob

Kühlketten während des Transports eingehalten wurden. Medikamentenverpackungen könnten in Zukunft die Entnahme von Tabletten feststellen und Abweichungen an den behandelnden Arzt übermitteln.

Neben den zuvor beschriebenen Technologietrends rückt das Thema Nachhaltigkeit immer stärker in den Fokus des Druckgewerbes. Nicht nur aufgrund von gesetzlichen Vorgaben, sondern auch aufgrund eines sensibleren Kundenbewusstseins, berücksichtigen Druckereien zunehmend Umweltschutzaspekte. Kunden erwarten nunmehr nicht nur einen günstigen Preis, sondern vermehrt auch eine klimaneutrale Produktion. Hierzu muss für jedes Kundenprojekt ein Treibhausgas-Emissionswert (der sogenannte „Carbon Footprint“) berechnet werden. Zertifizierte Berechnungsverfahren berücksichtigen dabei den gesamten Lebenszyklus eines Produkts von der Rohstoffgewinnung, über die Herstellung bis zur Auslieferung zum Kunden. Anhand der so ermittelten CO<sub>2</sub>-Bilanz kann dann in ein Klimaschutzprojekt investiert werden, dass an einem anderen Ort zu einer Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emission im erforderlichen Umfang führt.

Da es sich hierbei nur um einen Ausgleich der entstandenen Emissionen handelt, sollte eine glaubhafte Klimaschutzstrategie auch Maßnahmen zur Reduktion der herstellungsbedingten Umweltbelastungen beinhalten. Stark verbreitet ist eine FSC®- und/oder PEFC-Zertifizierung, die sicherstellen soll, dass die im Papier verwendeten Holzfasern aus einer – unter ökologischen und sozialen Kriterien – nachhaltigen Forstwirtschaft stammen.<sup>30</sup> Maßnahmen zur Verbesserung der Energieeffizienz und der Bezug von Ökostrom sind weitere Möglichkeiten den Druckprozess unter Gesichtspunkten der Nachhaltigkeit zu optimieren. Auch die Produzenten von Druckfarben und -chemie sowie die führenden Druckmaschinenhersteller arbeiten an neuen technischen Lösungen wie dem wasserlosen Offsetdruck oder Druckplatten, die chemiefrei belichtet werden können, um die Ökobilanz weiter zu verbessern. Da die Auslieferung der fertigen Druckerzeugnisse ebenfalls in der CO<sub>2</sub>-Bilanz berücksichtigt wird, gewinnt die geographische Nähe zum Kunden wieder an Bedeutung. Dies kann regionalen Druckereien einen Wettbewerbsvorteil gegenüber überregionalen Anbietern verschaffen.

## CHANCEN UND RISIKEN

### Stärken

Trotz der mit der Digitalisierung verbundenen harten Einschnitte hat das Druckgewerbe wiederholt seine Wandlungsfähigkeit unter Beweis gestellt. Das Produktionsvolumen ist in den letzten Jahren zwar gesunken,

Druckerzeugnisse nehmen aber immer noch eine wichtige Rolle in unserem Alltag ein. Gegenüber anderen Medien liegen die Stärken von Druckerzeugnissen vor allem in ihrer Haptik und hochwertigen Präsentation.

### Schwächen

Aufgrund der geringen Exportquote hängt die Branchenentwicklung des Druckgewerbes stark von der Entwicklung des deutschen Binnenmarktes ab. Auswirkungen einer rückläufigen nationalen Konjunktur auf das Geschäftsergebnis können nur wenige große Betriebe durch ihr internationales Geschäftsfeld auffangen. Der Großteil der Branche wird

allerdings von Klein- und Kleinstbetrieben geprägt, deren Geschäft überwiegend von Aufträgen der regionalen Werbewirtschaft und des regionalen Verlagswesens abhängt. Deren strategische Planung und die damit verbundene Budgetallokation auf Print- und Onlinemedien beeinflusst maßgeblich die wirtschaftliche Lage der Druckereibetriebe.

### Chancen

Über alle Produkte hinweg gewinnen die Personalisierung und die Druckveredelung zunehmend an Bedeutung. Die Anschaffung der dafür benötigten digitalen und hybriden Druckmaschinen kann (wenn auch verbunden mit gewissen Risiken, s. S. 56) ein lohnenswertes Investment auch für kleinere Betriebe darstellen. Wachstumspotenziale liegen auch in der Spezialisierung bzw. in der Besetzung von Nischenmärkten. Ein entscheidender Schritt ist hierbei die Umwandlung des Betriebs in ein modernes Mediendienstleistungsunternehmen. Ein entscheidender Schritt, um im Wettbewerb bestehen

und von der Digitalisierung profitieren zu können, ist die Weiterentwicklung vom reinen Produzenten von Druckerzeugnissen hin zu einem umfassenden Mediendienstleister. Dies ermöglicht es im wachsenden Markt für crossmediale-Kampagnen, Kunden ganzheitliche Lösungen anbieten zu können, wie die Erstellung von aufeinander abgestimmten Druckerzeugnissen und Online-Inhalten.

Von der fortschreitenden Digitalisierung werden insbesondere die Branchenzweige Verpackungsdruck und gedruckte Elektronik profitieren. Letzterer steckt aber noch in den

<sup>30</sup> Eine FSC- und/oder PEFC-Zertifizierung garantiert keine umweltschonende Papierproduktion, da nachgelagerte Prozesse wie der Transport der Bäume, der Energie- Wasserverbrauch der eigentlichen Papierproduktion und die Verwendung von Chemikalien (z.B. Bleichmittel) nicht berücksichtigt werden.

Kinderschuh. Da hier eine Markterschließung mit einem hohen Entwicklungsaufwand verbunden ist, dürfte dieses Segment vorerst ausschließlich von großen Druckdienstleistern

besetzt werden. Mittelfristig werden aber auch kleine Betriebe sich an der Herstellung gedruckter Elektro- nikteile beteiligen und von der Nachfrage profitieren können.

### Risiken

Der Trend zu kleineren Druckauflagen erfordert von den Betrieben immer öfter die Investition in digitale Druckmaschinen, da der konventionelle Offset-Druck höhere Herstellungskosten verursacht. Auch die Anschaffung hybrider Maschinen, welche eine zusätzliche Aufwertung und Individualisierung von Druckerzeugnissen erlauben, sind oft unumgänglich, um sich auf dem Markt zu behaupten. Da die Innovationszyklen für diese Art

Maschinen jedoch immer kürzer werden, steigt das Investitionsrisiko für die Betriebe.

Aktuell stellen auch gestiegene Rohstoff- und Energiekosten das Druckgewerbe vor große Herausforderungen. Diese können aufgrund des preisgeführten Wettbewerbs nur in geringem Maß auf den Kunden umgelegt werden und schmälern so die ohnehin geringen Margen.

## INTERVIEW: UTE BRÜNE, OFFSET COMPANY DRUCKEREI-GESELLSCHAFT MBH

Das Wuppertaler Druckunternehmen OFFSET COMPANY produziert Druckerzeugnisse im Offset- und Digitaldruck. Gegründet 1923 und seitdem familiengeführt, widmet sich das Unternehmen heute vor allem einer umfassenden Nachhaltigkeitsstrategie. Durch die Fokussierung auf die Klimaneutralität ihrer Druckerzeugnisse, sowie das Bewusstsein für die soziale Verantwortung des eigenen Unternehmens, gehört die OFFSET COMPANY zu den Vorreitern der Region. Gemeinsam mit weiteren Unternehmen, Organisationen und Persönlichkeiten aus dem Bergischen Städtedreieck engagiert sich die OFFSET COMPANY aktiv im Netzwerk „Forum für Nachhaltigkeit“. Es fördert unter anderem mit Freiraum-Projekten, wie einer öffentlich zugänglichen Dachterrasse und Hochbeeten auf dem Firmengelände, die nachhaltige Entwicklung des Quartiers und der eigenen Nachbarschaft in Wuppertal-Barmen.

Ute Brüne, Prokuristin des Druckunternehmens, sprach mit dem WIFOP unter anderem über die hohe Wettbewerbsintensität im Druckgewerbe, die Folgen der Digitalisierung und die Zukunftsfähigkeit der Branche. Zudem berichtete sie über den bewussten Austritt aus dem branchenüblichen FSC-Zertifikat und wie diese Entscheidung mit der Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens zusammenhängt.



### OFFSET COMPANY Druckereigesellschaft mbH

Branche: Offset- und Digitaldruck, Verpackungen, Displays  
Sitz: Kleiner Werth 27  
42275 Wuppertal  
Umsatz: 3 Millionen Euro  
Mitarbeiter: 23  
Gründungsjahr: 1923

Ute Brüne  
Prokuristin

**WIFOP:** Das Bergische Städtedreieck zeichnet sich durch eine engagierte und gut vernetzte Unternehmenslandschaft sowie eine geographisch günstige, zentrale Lage aus. Viele Unternehmen schätzen die Region gerade aufgrund der Nähe zu Lieferanten und Abnehmern. Wie wichtig ist die Region für Sie als Unternehmen im Druckgewerbe?

**Brüne:** Zunächst einmal ist die Region natürlich wichtig für uns, weil es uns hier seit fast 100 Jahren gibt und sowohl Kunden als auch viele weiterverarbeitende Firmen in der Region liegen. Mit diesen eng zusammenzuarbeiten und beispielsweise lange Transportwege vermeiden zu können, ist nicht zuletzt aus Gründen einer möglichst nachhaltigen Produktion ein großer Vorteil. Die letzten Jahre waren für das Druckgewerbe jedoch auch eine sehr einschneidende Zeit. Durch zahlreiche Insolvenzen sind von den knapp 13.000 Druckereien um die Jahrtausendwende heute nur etwa 8.000 übrig geblieben. Weit über die Hälfte beschäftigen zudem weniger als zehn Mitarbeiter. Ähnlich ist das auch in der Weiterverarbeitung. Gerade in der Auftragsvergabe spielen häufig nur wenige Euro eine Rolle. Der Kunde gibt dann vor, wie wir produzieren. Wenn beispielsweise ein Buchbinder in Süddeutschland günstiger ist als einer hier vor Ort, ergeben sich in Konsequenz zwar längere Transportwege, aber anders wären wir nicht konkurrenzfähig. Das ist natürlich eine Art Dilemma in dem wir stecken. Wir würden natürlich noch viel lieber hier vor Ort pro-

duzieren lassen, aber der Preiskampf in unserem Gewerbe ist so enorm hoch, dass wir weniger stark regional orientiert sein können.

**WIFOP:** Sie sprechen es bereits an. Die Wettbewerbsintensität im Druckgewerbe ist hoch. Welche Strategie verfolgen Sie, um im Wettbewerb zu bestehen?

**Brüne:** Das Wichtigste für uns ist es Qualität zu liefern und Qualität zu garantieren. Die Grundlage dafür sehen wir in einem möglichst stabilen Netzwerk und guten Partnerschaften mit weiterverarbeitenden Unternehmen, Mitarbeitern und unseren Kunden. Zusätzlich wollen wir uns glaubwürdig nachhaltig aufstellen. Wir denken, dass man so wie in den letzten 100 Jahren nicht weiterwirtschaften kann. Dazu gehört für uns dann auch mehr als eine bloße Zertifizierung. Manche belächeln uns deshalb vielleicht auch ein wenig, aber wir halten das für genau den richtigen Weg.

**WIFOP:** Kaum eine andere Branche hat die Auswirkungen der Digitalisierung so stark zu spüren bekommen wie das Druckgewerbe. Empfinden Sie die zunehmende Digitalisierung als Bedrohung für ihr Geschäftsmodell?

**Brüne:** Tatsächlich fühlten wir uns vor einigen Jahren extrem bedroht. Wir haben jedoch versucht offen für Veränderungen zu sein und diese anzunehmen. Mittlerweile sehen wir deshalb eher Chancen in den Möglichkeiten, die die Digitalisierung und der technische Fortschritt bieten. So

sind vor allem unsere Prozesse deutlich schlanker geworden. Allein in der Druckvorstufe arbeiteten früher bis zu acht Mitarbeiter. Durch moderne Druck- und Weiterverarbeitungsmaschinen sowie deutlich schnellere Informationsprozesse können wir diese heute wesentlich breiter einsetzen. Auf der anderen Seite sehen wir, dass der direkte Kontakt zum Kunden viel wichtiger geworden ist, als er es vielleicht noch vor zehn Jahren war. Der Kunde heute sieht ein Produkt am PC und glaubt das geht in Ordnung. Aber beim Prozess, wie die Verarbeitung funktioniert, worauf man achten muss bei der Vorbereitung von Druckdaten, bei der Weiterbearbeitung, bei bestimmten Materialien, da werden wir gebraucht und dabei unterstützen wir unsere Kunden gerne. Es ist letztlich immer noch ein Handwerk.

**WIFOP:** Die aktuellen Tarifverhandlungen im Druckgewerbe sind festgefahren. Trotz mehrerer Verhandlungsrunden konnte man sich noch nicht auf einen neuen Tarifvertrag einigen. Wie beurteilen Sie das aktuelle Gehaltsniveau und die Arbeitsbedingungen im Druckgewerbe?

**Brüne:** Ich kann natürlich in erster Linie nur von unserem Betrieb sprechen. Einige unserer Mitarbeiter sind teilweise bereits über 30 Jahre hier, weshalb ich glaube, dass die Arbeitsbedingungen hier schon sehr gut sind. Im Zuge des generellen Wandels im Druckgewerbe haben sich aber natürlich auch die Arbeitsanforderung ein Stück weit verändert. Wir

werden mit dem Internet verglichen, was beispielsweise dazu führt, dass wir teilweise innerhalb von 24 Stunden große Auflagen liefern müssen. Die Flexibilität unserer Mitarbeiter muss deshalb heute noch größer sein als früher. Trotzdem haben wir nach wie vor eine 35 Stunden Woche. Was die Tarifverhandlungen betrifft, müssen wir uns aktuell davon auch ein Stück weit frei machen. Wir haben einige Mitarbeiter, vor allem diejenigen, die schon länger bei uns sind, mit festen Tarifverträgen. Mit neuen Mitarbeitern einigen wir uns aber auch oft außertariflich und schauen gemeinsam, was sich der Mitarbeiter vorstellt und was für uns verträglich ist. Wir kommunizieren dabei von vornherein, dass das Beschäftigungsverhältnis langfristig ausgelegt ist.

**WIFOP:** In vielen Branchen des produzierenden Gewerbes ist eine Überalterung der Belegschaft zu beobachten. Gleichzeitig mangelt es an jungen Fachkräften. Wie schätzen Sie den Mangel an Fachkräften im Druckgewerbe ein?

**Brüne:** Der ist extrem hoch. Gerade die letzten zehn Jahre waren nicht besonders attraktiv für dieses Gewerbe. Oft auch weil suggeriert wurde, dass das Druckgewerbe ausstirbt. Unsere Zahlen zeigen jedoch, dass davon bei uns nicht auszugehen ist. Einige Kunden kommen sogar zurück, nachdem sie eine Zeit lang ausschließlich auf digitale Medien gesetzt haben, weil sie merken, dass das alleine nicht ausreicht. Man braucht halt die Haptik von Druckprodukten. Zum Fachkräftemangel: Im letzten Jahr schlossen

hier im Bergischen vier Auszubildende ihre Ausbildungen ab. Bei Unternehmen, die Insolvenz anmelden mussten, wurden Mitarbeiter umgeschult auf andere Bereiche. Das verschärft den Mangel an Fachkräften natürlich. Wir haben beispielsweise gerade erst sehr lange gebraucht, um einen geeigneten neuen Drucker zu finden. Deshalb bieten wir nun auch wieder Ausbildungen zum Buchbinder und Drucker an. Ich denke, dass auch immer mehr andere Unternehmen der Branche diesen Weg gehen werden. Was vielleicht ganz interessant in diesem Zusammenhang ist, dass heute oft von „Medientechnologie“ die Rede ist. Bei uns melden sich dann junge Menschen, die Medientechnologe werden möchten. Auf die Frage, was das für sie heiße, kommt jedoch oft zum Vorschein, dass der Begriff auch verwirren kann. Man glaubt schnell, es handle sich um den Bereich Grafik oder Grafikgestaltung. Das eigentliche Handwerk des „Druckers“ wird aber leider oft nicht richtig mit diesem Namen transportiert.

**WIFOP:** Kommen wir zu einem Thema, was Ihnen besonders am Herzen liegt. Das Thema „Nachhaltigkeit“ wird im Druckgewerbe intensiv diskutiert. Kunden achten zunehmend auf die CO<sub>2</sub>-Bilanz von Druckerzeugnissen. Die branchenüblichen FSC- und PEFC-Zertifikate bestätigen eine nachhaltige Holzgewinnung oder die Durchführung von Kompensationsprojekten. Im vergangenen Jahr sind Sie bewusst aus dem FSC ausgetreten.

**Was hat Sie zu dem Austritt bewogen und wie stellen Sie sicher, dass ihr Papier dennoch ressourcenschonend hergestellt worden ist?**

**Brüne:** Wir sind aus dem FSC ausgestiegen, weil wir uns die Frage gestellt haben, was Nachhaltigkeit tatsächlich für uns bedeutet. Als eine der ersten Druckereien haben wir damals auf FSC gesetzt, sind nun jedoch eine der ersten Druckereien, die wieder ausgestiegen ist. In unseren Augen ist FSC nicht mehr in der Form nachhaltig, wie wir für uns Nachhaltigkeit definieren. Das liegt zum Beispiel daran, dass FSC dem Papierhersteller eine gewisse Charge an Zellstoff zur Verfügung stellt. Aus dieser Charge können viele Tonnen Papier mit einem FSC-Stempel produziert werden und als „FSC-Mix“ vermarktet werden. Das hat jedoch in unseren Augen nichts mit dem zu tun, was vielleicht früher einmal „FSC 100 %“ war. Der Kunde möchte eindeutiges FSC-Material in seinem Produkt und wei aber gar nicht, ob und wie viel FSC-Zellstoff in seinem Papier drin ist. Ganz davon abgesehen, gibt es aktuell gar keine andere Möglichkeit Material zu bestellen, was keine FSC- oder PEFC-Stempel besitzt. Da ist die zusätzliche FSC-Zertifizierung allein schon aufgrund der Mehrkosten, die wir an unsere Kunden weitergeben müssten, nicht sinnvoll. Wir haben uns, unter anderem aus diesem Grund dazu entschieden, auszusteigen. Stattdessen sind wir schon länger Mitglied des „Naturefund“. Dort werden zusätzlich zu sozialen Projekten Bäume gepflanzt, Moorwälder

und Wiesen gepflegt und das Konzept der dynamischen Agroforstwirtschaft nach vorne gebracht. Auch bei uns auf dem Firmengelände und das mag sich ein wenig paradox anhören, betreiben wir dynamische Agroforstwirtschaft. Wir haben draußen vor dem Betrieb Hochbeete und wollen das Dach unserer Produktionshalle als 1.000 Quadratmeter große Dachterrasse für Anwohner zur Verfügung stellen. Hauptthema ist für uns die CO<sub>2</sub>-Vermeidung und -bindung. Wir sind zudem bereits seit vielen Jahren ein klimaneutrales Unternehmen. Um ehrlich zu sein, habe ich immer gedacht, das ist eine Mogelpackung. Zertifiziert zu sein, besitzt ja auch ein Stück weit den Charakter, dass man sich freikauft. Diese Einstellung hat sich jedoch verändert. Wir werden jährlich auf Grundlage des Standards „Stop Climate Change“, das ist die Initiative, die uns die Klimaneutralität bestätigt, befragt, was Nachhaltigkeit für uns bedeutet und was wir tun, um dieses Verständnis umzusetzen. Die Ernsthaftigkeit, die bei dieser Zertifizierung notwendig ist, hat mir gezeigt, dass es Unterschiede in den verschiedenen Zertifizierungen gibt. Wir müssen beispielsweise Ressourcenplne erstellen und aufzeigen, was wir tun wollen, um CO<sub>2</sub> einzusparen oder auch gesamtgesellschaftlich positiven Einfluss zu nehmen. Dadurch sind eine Reihe von Aktionen entstanden, die wir zukünftig durchführen möchten, um dieses Label beizubehalten.

**WIFOP:** Teilweise haben Sie es bereits erläutert. Eine umfassende

**Nachhaltigkeitsstrategie umfasst im Druckgewerbe natürlich auch weit mehr als nur nachhaltige Papierquellen.**

**Brüne:** Ja, genau. Wir haben uns natürlich zunächst den Druckprozess angeschaut und einiges optimiert. Hierzu zählen beispielsweise die Farben mit denen wir drucken, Druckplatten, Gummitcher, welche Chemikalien, wie viel Wasser und Alkohol in unsere Produktion eingehen. Wasser und Strom versuchen wir ganz generell möglichst überall einzusparen. Wir wollen aber auch Boden erzeugen, der CO<sub>2</sub> bindet. Deshalb die Hochbeete und die Dachterrasse auf dem Firmengelände. Zudem haben wir das „Forum für Nachhaltigkeit“ gegründet. Hier können Pioniere – Unternehmerinnen und Unternehmer, Bürgerinnen und Bürger – zusammenkommen und berichten, wie sie nachhaltig etwas für die Zukunft tun. Dadurch lernen wir weiter dazu und lassen uns inspirieren.

**WIFOP:** Neben der Ökologie gehören auch die Ökonomie und sozial verantwortliches Handeln zu einer nachhaltigen Unternehmensstrategie. Ein Beispiel für Ihr Bekenntnis zur sozialen Verantwortung ist die Schaffung von gleich zwei Arbeitsplätzen für langzeitarbeitslose Personen. Wie sind Ihre bisherigen Erfahrungen mit Ihren neuen Mitarbeitern?

**Brüne:** Um ehrlich zu sein, haben wir damals dringend jemanden für Bürotätigkeiten gesucht. Beim Kontakt mit dem Jobcenter Wuppertal in Person

von Herrn Koch wies man uns dann auf die Möglichkeiten hin, die mit dem neuen Teilhabechancengesetz geschaffen wurden. Zu diesem Zeitpunkt war uns die Förderung noch gar nicht so wichtig. Wir brauchten einfach einen neuen Mitarbeiter für unser Büro. Das Jobcenter hat dann für uns eine Vorauswahl getroffen und wir haben aus vier geeigneten Kandidaten auswählen können. Diese Vorauswahl fanden wir sehr gut, denn es war eine Bewerberin dabei, die wir dann tatsächlich testweise eingesetzt haben. Mittlerweile hat sich diese Besetzung als so gut herausgestellt, dass sie nun mit einem langfristigen Arbeitsvertrag eingestellt ist. Zum April haben wir dann noch einen Hausmeister eingestellt, hauptsächlich für unsere Gartenbauprojekte, die bewirtschaftet und gepflegt werden müssen. Die Entscheidung mit Langzeitarbeitslosen zu arbeiten, ist auf jeden Fall für uns die Richtige. Wir haben vor einigen Jahren auch bereits Mitarbeiter von „proviel“ übernommen. Auch da sind wir lange betreut worden und hatten, genau wie mit dem Jobcenter im Moment, eine sehr gute Zusammenarbeit. Diese ist auch wichtig, wenn man Langzeitarbeitslose und Menschen mit einem Handicap ein-

stellt. Dabei braucht man unbedingt eine langfristige Begleitung von Institutionen. Zudem braucht man auch im Unternehmen selbst eine gewisse Zeit, um neue Mitarbeiter einzugliedern. Es sollte einem vor der Einstellung deshalb unbedingt bewusst sein, dass, sollte es dann doch nicht so gut funktionieren, eine Kündigung das Schlimmste ist, was beiden Seiten passieren kann. Die enge Zusammenarbeit mit den neuen Mitarbeitern ist deshalb besonders wichtig. Meiner Meinung nach ist das sogar eine Geschäftsführeraufgabe.

**WIFOP: Wie wichtig war Ihnen die Möglichkeit, die durch das neue Teilhabechancengesetz geschaffenen Fördermittel nutzen zu können?**

**Brüne:** Für die erste Entscheidung, die Stelle in unserem Büro, war die Förderung nicht wirklich ausschlaggebend, weil wir einfach jemanden gesucht haben. Für den Hausmeister dann jedoch schon eher. Das war ein zusätzlicher Bereich, den wir uns neu eröffnet hatten. Durch das Teilhabechancengesetz haben wir die Mitarbeiter hier gut integrieren können. Es ist die richtige Entscheidung gewesen, die uns gut tut.

Das Interview finden Sie auch als Video auf unserer Webseite:

[www.regionales-konjunkturbarometer.de](http://www.regionales-konjunkturbarometer.de)

## IMPRESSUM

### Herausgeber

Bergische Universität Wuppertal  
Wuppertaler Institut für Unternehmensforschung  
und Organisationspsychologie  
Tel: +49 (0)202 439-2905  
Fax: +49 (0)202 439-3168  
info@regionales-konjunkturbarometer.de  
<https://regionales-konjunkturbarometer.de>

### Verantwortlich für den Inhalt und Redaktion

Prof. Dr. André Betzer  
Jun.-Prof. Dr. Markus Doumet

### Autoren

Vorwort:  
Prof. Dr. André Betzer  
Gesamtwirtschaftliche Entwicklung:  
Jun.-Prof. Dr. Markus Doumet und Simon Funken  
Regionales Konjunkturbarometer:  
Jun.-Prof. Dr. Markus Doumet, Sylvie Doumet und Simon Funken  
Branchenreport Druckgewerbe:  
Jun.-Prof. Dr. Markus Doumet, Sylvie Doumet und Chen-Long Zhao

### Gestaltung

gt.artwork, Gitta Tietze, Viersen

### Lektorat

Dr. Bernhard Labonde, Köln

### Druck

Offsetdruckerei Figge GmbH, Wuppertal

### Bildnachweise

Titel, S. 52: colourbox.de, S. 2: Philipp Buron,  
S. 4: weyo – stock.adobe.com, S. 9: stadtratte – stock.adobe.com,  
S. 18: sebra – stock.adobe.com, S. 26: industrieblick – stock.adobe.com,  
S. 35: Erica Guilane-Nachez – stock.adobe.com, S. 38: zefart –  
stock.adobe.com, S. 45: pkproject – stock.adobe.com

