

# Druckereien Verlagswesen

 **Bank Austria**  
Member of  **UniCredit**

JULI 2021



### Branchenberichte – Rückblick

- Juni 2021: Papiererzeugung, Papierverarbeitung
- April 2021: Elektroindustrie
- Februar 2021: Fahrzeugherstellung
- Jänner 2021: Maschinenbau

### Branchenberichte – Vorschau

- September 2021: Transportgewerbe

### Branchenüberblick

- Mai 2021: Branchenüberblick Frühjahr 2021

**Autor: Günter Wolf**

### Impressum

Herausgeber, Verleger, Medieninhaber:  
UniCredit Bank Austria AG  
Economics & Market Analysis Austria  
Rothschildplatz 1  
1020 Wien  
Telefon +43 (0)50505-41954  
Fax +43 (0)50505-41050  
E-Mail: econresearch.austria@unicreditgroup.at

Stand: Juli 2021

## Zusammenfassung

### ■ Struktur: Druckereien 1,6 Mrd. € Umsatz, Verlagswesen 3 Mrd. € Umsatz

Der Strukturwandel kostete den Druckereien seit 2008 44 % der Arbeitsplätze. Im selben Zeitraum sind im Verlagswesen 17 % neue Jobs entstanden, überwiegend bei den Softwareherstellern und Onlineredaktionen. (Seite 4)

### ■ Profil Druckereien: Überkapazitäten, Auftragsmangel

Trotz umfangreicher Restrukturierungen ist die Kapazitätsauslastung der Druckereien im langfristigen Vergleich wenig gestiegen und ab 2019 infolge des krisenbedingten Rückgangs der Produktionsleistung wieder erheblich gesunken. (Seite 5f)

Die Druckereien verlieren vor allem Aufträge an digitale Medien, in Österreich zum Teil auch an ausländische Konkurrenten. Aufgrund der oft geringen Marktmacht können Druckereien Kostensteigerungen kaum auf die Produktpreise überwälzen. Das nicht krisensichere Branchenbild - mit einem hohen Anteil überschuldeter Betriebe und Betrieben mit negativem Betriebsergebnis - hat sich nur wenig verbessert. (Seite 7)

### ■ Profil Verlagswesen: hohe Unternehmenskonzentration, sinkende Zeitungsauflagen

Mit der Mediendigitalisierung wurde die effiziente Produktion von Kleinstauflagen möglich und die Gründung kleiner Verlage begünstigt. Gleichzeitig stieg die Unternehmenskonzentration, wobei Zeitungs- und Zeitschriftenverlage bereits mehr als die Hälfte der Verlagsjobs anbieten. Ein Zeitungssterben ist bisher ausgeblieben, trotz sinkender Verkaufsauflagen infolge der Verbreitung von Onlinemedien und Gratiszeitungen. (Seite 8f)

Während die niedrige Exportquote der Druckereien mit der erfolgsentscheidenden Nähe zu den Kunden erklärt werden kann, ist jene der Verlage ein Hinweis auf die Wettbewerbsschwäche der Branche. Vom Handelsdefizit mit Verlagsprodukten von 363 Mio. € 2020, entfielen 285 Mio. € auf den Handel mit Deutschland. Österreich ist aufgrund der geringen Marktgröße kein idealer Standort für die Bucherzeugung. (Seite 10)

### ■ Konjunktur: 2021 werden die Umsätze der Druckereien leicht, der Verlag deutlich wachsen

Die Druckereien können 2021 das Umsatzminus von 15,5 % aus 2020 zum Teil ausgleichen. Für ein Umsatzplus sprechen die stark steigenden Konsumausgaben, die der Verpackungsindustrie und Werbewirtschaft zugutekommen. Da aber die Erwartungen der Druckereien im Juni wieder vorsichtiger wurden und die Kapazitätsauslastung noch unter dem langjährigen Durchschnitt liegt, wird die Konjunkturerholung erst im zweiten Halbjahr an Breite gewinnen. (Seite 12)

Ein viel freundlicheres Konjunkturbild zeigt sich im Verlagswesen. Der Branchenumsatz ist im 1. Quartal 2021 um 3,9 % gestiegen, das beste Quartalsergebnis seit Anfang 2008. Zudem blicken die Unternehmen überdurchschnittlich optimistisch auf die nächsten Monate. Die Verlage können ihr Umsatzminus vom Vorjahr von 6,3 % 2021 wieder ausgleichen. (Seite 13)

### ■ Perspektiven: Weitere Marktberichtigungen sind unvermeidlich, ohne dass ein wirtschaftlicher Kahlschlag droht - weder den Verlagen noch den Druckereien

Österreichs Verlage werden in Zukunft nicht nur Nischenprodukte, sondern auch gedruckte Massenmedien publizieren, ebenso wie verlagsunabhängige Druckereien Aufträge erhalten werden. Der Nachfragerückgang bei gedruckten Publikationen kann von den Verlagen mit elektronischen Medien zum Teil aufgefangen werden. Nicht zuletzt spricht für den wirtschaftlichen Fortbestand der Printmedien die Tatsache, dass der Einfluss gedruckter Werbung höher als von Onlinewerbung ist. (Seite 14)

## 1. Struktur

Nace 18, 58	Druckereien		Verlagswesen		z.Vgl. Industrie-Ø
	2020	Vdg. 08-20	2020	Vdg. 08-20	
Unternehmen*	800	-22%	1.100	0%	-2%
Beschäftigte	8.500	-44%	13.100	17%	3%
Umsatz, in Mio. €	1.600	-41%	3.000	-18%	13%

\* Daten aus vorläufiger Strukturhebung 2019; Vdg. 2008-2019  
Abweichungen zu Verbandsdaten sind aufgrund unterschiedlicher Branchenabgrenzungen möglich  
Q.: Statistik Austria; UniCredit Research

Die Druckereien und das Verlagswesen werden seit 2008 in der Statistik als zwei Branchen erfasst, die in vielen Fällen bei nur einem Unternehmen angesiedelt sind. In Teilbereichen sind die Branchen kaum voneinander abzugrenzen, vor allem weil größere Medienunternehmen sowohl Verlags- als auch Druckereiarbeiten übernehmen.

- ▶ Druckereien, Reproanstalten, Buchbinder und die "Vervielfältigung bespielter Ton-, Bild- und Datenträger" erzielen rund 1,6 Mrd. € Umsatz, wovon circa 260 Mio. € auf die Sparte Vervielfältigung von Tonträgern entfallen, das heißt überwiegend auf Sony in Salzburg (Umsatz Sony DADC Europe 2019 rd. 250 Mio. €).
- ▶ Das österreichische Verlagswesen mit rund 3 Mrd. € Umsatz dominieren wenige Großunternehmen. Rund 82 % der Verlage beschäftigen sogar weniger als 10 Mitarbeiter und erzielen allerdings nur rund 10 % vom Umsatz (im Vergleich dazu sind 75 % der Druckereien Kleinbetriebe mit Anteil am Branchenumsatz von 7 %).

### Restrukturierung vor allem bei den Druckereien

Dem Strukturwandel sind bei den Druckereien seit 2008 44 % bzw. 6.600 Arbeitsplätze zum Opfer gefallen. Gleichzeitig wurden im Verlagswesen 1.900 neue Jobs geschaffen, überwiegend bei Softwareherstellern und in Onlineredaktionen. Auch wenn die Beschäftigungsdaten auf Spartenebene längerfristig nur beschränkt vergleichbar sind, sind deren Veränderungen ein Hinweis auf die weitere Entwicklung des Wirtschaftsbereichs Druck- und Verlagswesen.

#### Druckerei- und Verlagssparten in Österreich

	Unselbständig Beschäftigte		Beschäftigte	
	2020 in 1.000	2008-2020 Ø Vdg. p. a.	2020 Vdg.	1-5 2021 Vdg.
<b>Druckereien</b>	<b>8.500</b>	<b>-5%</b>	<b>-9%</b>	<b>-7%</b>
Zeitungsdruckereien	500	-4%	-16%	-15%
Sonstiger Druck*	6.600	-4%	-8%	-6%
Druck-, Mediovorstufe	500	-4%	-8%	-2%
Buchbinder	400	-6%	-11%	-9%
Vervielf. v. Ton-/Datenträger**	500	-9%	-15%	-23%
<b>Verlage</b>	<b>13.100</b>	<b>1%</b>	<b>-1%</b>	<b>1%</b>
Buchverlage	2.200	0%	-1%	-2%
Zeitungs- u. Zeitschriftenverl.	6.800	-1%	-4%	-10%
Software-, sonst. Verlage	3.400	8%	5%	-1%

\* Zeitschriften, Bücher, Werbdrucke u.a.

\*\* Beschäftigungsrückgang 2017 infolge von veränderter statistischer Zuordnung

Q. Dachverband der Sozialversicherungsträger; UniCredit Research

## 2. Profil Druckereien

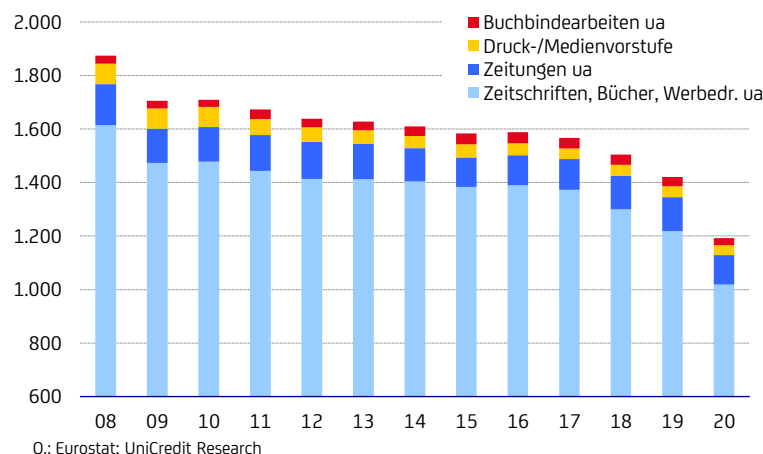
### Druckbranche, ein Synonym für technischen Wandel

Mit der Verbreitung leistungsfähiger digitaler Technologien haben die Druckereien etwa seit Mitte der 80er Jahre kontinuierlich Aufträge verloren. Einerseits wurden gedruckte Informationen in webbasierten Medien sukzessive ersetzt, andererseits haben die Kunden mit dem Einzug einfacher, professioneller und immer billigerer Bildbearbeitungs- und Reproduktionssysteme begonnen, Druckereiprodukte selbst zu erzeugen.

Darüber hinaus veränderte der Einsatz digitaler Prozesse und Techniken den Arbeitsablauf der Druckereien, vor allem in der Druckvorstufe (vereinfacht formuliert, wird hier das Layout optimiert und in druckbare Daten für den Druckprozess umgesetzt). Traditionelle Berufe sind zum Teil verschwunden, wie die Setzer, oder wurden wie der Beruf des Druckvorstufentechniker durch den Medientechniker ersetzt. Die Druckvorstufenarbeiten sind zu den Grafikbüros und Verlagen gewandert und die Branchengrenzen haben sich zunehmend aufgelöst (beispielsweise werden die Daten der Druckvorstufe im Offsetdruck direkt auf die Druckplatten oder im Tiefdruck auf die Druckzylinder übertragen).

#### Produkte u. Leistungen österreichischer Druckereien

Wert der abgesetzten Produktion in Mio. €



### Kapazitätsauslastungsprobleme im europäischen Druckgewerbe

Dem Strukturwandel im Druckgewerbe sind in der EU seit 2008 15 % der Unternehmen und rund 30 % der Arbeitsplätze zum Opfer gefallen, großteils in Westeuropa, wie das Beschäftigungsminus von 35 % in der Eurozone vermuten lässt. Zum Teil wurden die Druckkapazitäten von Westeuropa in die überwiegend kostengünstigeren neuen Mitgliedsstaaten verlagert.

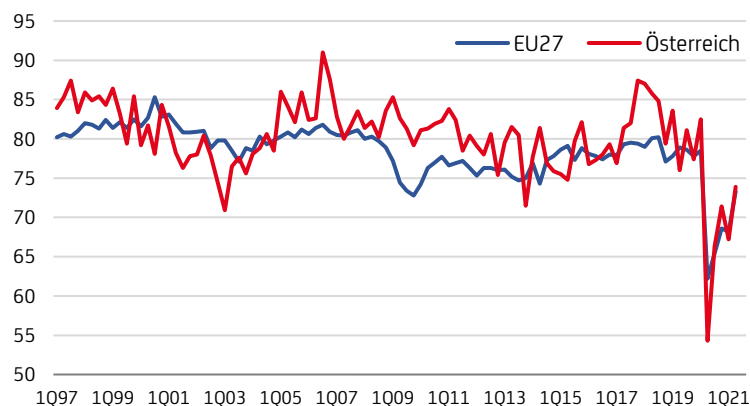
Die Kostenunterschiede zwischen den Ländern erklären sich in erster Linie mit unterschiedlichen Produktpaletten und Betriebsgrößen. Während eine Durchschnittsdruckerei in Österreich laut Strukturerhebung 2018 mit 14 Arbeitnehmern 2,6 Mio. € erlöste, waren es in Deutschland mit 14 Arbeitnehmern 1,6 Mio. € und in Tschechien mit 3 Arbeitnehmern nur 170.000 €. Allerdings zeigt der Vergleich der Personalaufwendungen pro Beschäftigten einer Druckerei in Österreich von durchschnittlich 51.000 €, mit den Werten in Deutschland von 37.000 € und Tschechien von 12.000 €, wie groß die Kostennachteile zumindest in den personalintensiveren Drucksparten sind.

Mit den Restrukturierungsmaßnahmen hat sich die Kapazitätsauslastung des Druckgewerbes in der EU wie in Österreich trotz weiterer Produktionseinbußen von 2015 bis 2018 etwas verbessert (auf durchschnittlich 79 % in der EU bzw. 81 % in Österreich). Aufgrund des krisenbedingten Rückgangs der Produktionsleistung sind die Auslastungszahlen ab 2019 wieder gesunken und liegen auch noch im 2. Quartal 2021 deutlich unter dem langjährigen Durchschnitt.

Die im längerfristigen Vergleich mit der EU-Branche höhere Produktionsauslastung des österreichischen Druckgewerbes ist bemerkenswert. Hintergrund davon sind zusätzlich zu den unterschiedlichen Produktionsstrukturen einerseits umfangreichere Kapazitätsstilllegungen der heimischen Branche, wie das deutlich höhere Beschäftigungsminus vermuten lässt. Seit 2000 wurden bei den Druckereien in Österreich im Durchschnitt 3,6 % der Arbeitsplätze im Jahr abgebaut, auf EU27-Ebene 2,2 %. Andererseits verbuchte die Branche in den Nullerjahren höhere Produktionszuwächse. Nach 2008 ist der Wachstumsvorsprung rasch verloren gegangen und die Branchenproduktion in Österreich in etwa im selben Tempo wie in der EU gesunken.

### Kapazitätsauslastung der Druckereien

in Prozent der Gesamtkapazität



Q.: EU Kommission; UniCredit Research

### Importdruck mit Druck- und Verlagsprodukten in Österreich kommt vor allem aus den Nachbarländern

Die größten Herstellerländer von Druck- und Verlagsprodukten in Europa sind Deutschland, Frankreich und Großbritannien, mit Umsatzanteilen von 21 % respektive 19 % und 16 % am Gesamtumsatz beider Branchen in der EU28 (2018 wurden in der EU28 ca. 187 Mrd. € mit Druckerzeugnissen und 47 Mrd. € mit Musik-CDs, Videos und Software Erlöst).

Der Bedarf an Druckwaren in der EU wird überwiegend innerhalb der Gemeinschaft gedeckt, wie die im Vergleich zum Umsatz relativ geringen Import- und Exportströme über die EU-Grenzen hinweg zeigen (aus der EU27, ohne Großbritannien, wurden 2020 Druck- und Verlagsprodukte im Wert von 4,6 Mrd. € exportiert und um knapp 3 Mrd. € importiert, wovon rund die Hälfte aus Großbritannien geliefert wurde). Auf europäischer Ebene verlieren die Druckereien und Verlage kaum Marktanteile an außereuropäische Anbieter.

Nur einzelne Segmente im Druck- und Verlagssektor der EU sind durch Importe in Bedrängnis geraten. Betroffen sind vor allem Sparten, deren Produktpalette unsensibel gegenüber längeren Lieferzeiten ist und die viele preissensible Waren enthält. Davon dürfte ein erheblicher Teil aus China kommen, wie die um ein Drittel niedrigeren Produktwerte (Unit Values) chinesischer Waren im Vergleich zu den gesamten importierten Druck- und Verlagsprodukten zeigen. Der Anteil der Chinaimporte an allen EU27-Druckwarenimporten ist seit 2002 von 5 % auf 20 % gestiegen.

Österreich ist bei Druck- und Verlagsprodukten im EU-Vergleich deutlich importabhängiger mit einem Importanteil von etwa 20 % am Inlandsverbrauch (2020 wurden Druck- und Verlagsprodukte im Wert von 820 Mio. € importiert bzw. im Wert von 4,7 Mrd. € verbraucht). Die heimischen Druckereien und Verlage sind vor allem durch Konkurrenten aus Deutschland, woher noch immer über 60 % der Importe kommen, und mit großem Abstand aus Polen, Tschechien und Slowenien unter Druck geraten (die Importanteile der Länder liegen bei 9 % respektive 8 % und 3 %). Auf Spartenebene zeigt sich, dass österreichische Unternehmen in den vergangenen Jahren überdurchschnittlich viele Druckaufträge für Werbematerialien vor allem an tschechische und slowenische Druckereien vergeben haben.

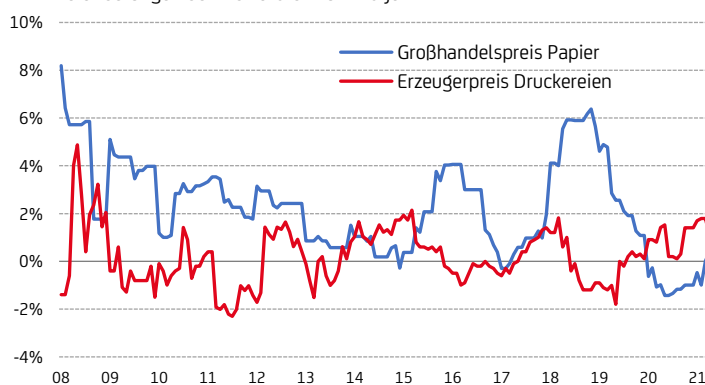
### Fehlende Marktmacht verstärkt den Kostendruck im Druckgewerbe

Die kleinbetriebliche Struktur des Druckgewerbes bedingt eine relativ geringe Marktmacht vor allem der Papierindustrie gegenüber, dem wichtigsten Rohstofflieferanten. In der EU beschäftigen nur 2 % der Druckereien mehr als 50 Arbeitnehmer, in der Papiererzeugung 11 % und in der Herstellung von Druckfarben sogar 14 % der Unternehmen. In Österreich stellen sich die strukturellen Unterschiede der Branchen ähnlich dar. Auf jeden Fall gelingt es den Druckereien kaum oder nur mit Verzögerung, Papierpreissteigerungen in den Erzeugerpreisen weiterzugeben.

Vor allem können die Druckereien im preissensiblen Massenmarkt höhere Einnahmen nur mit zusätzlichen Serviceleistungen lukrieren. In dem Segment sind die Druckleistungen aufgrund der weitgehenden Automatisierung und Digitalisierung der Prozesse längst sehr kostengünstig und lassen den Betrieben keinen Spielraum für kurzfristige Preiserhöhungen. Die Hersteller aufwendiger und technisch anspruchsvoller Druckwerke, wie Bildbände oder komplexe Verpackungen, können höhere Kosten eher auf die Produktpreise überwälzen.

#### Papierkosten steigen rascher als Druckpreise in Österreich

Veränderungen der Indikatoren zum Vorjahr



Q.: Eurostat, Statistik Austria; UniCredit Research

### Finanzkennzahlen vermitteln noch kein krisensicheres Branchenbild der Druckereien

Langfristig hat sich betriebswirtschaftliche Situation der österreichischen Druckereien auch aufgrund der Konsolidierungsmaßnahmen verbessert. Im Vergleich mit den Ergebnissen der Sparte Information und Consulting (Druckereien, Medienwirtschaft, Unternehmensberater u. a.) vermitteln die Kennzahlen der Druckereien im Sample der KMU Forschung Austria dennoch kein krisensicheres Branchenbild. Die Eigenkapitalquote liegt zwar bei durchschnittlich 34 % in den Jahren 2015 bis 2018 auf Spartenniveau. Allerdings waren weiterhin 23 % der Betriebe überschuldet, im Spartendurchschnitt 14 %. Auch die Ertragskraft der Druckereien hat sich verbessert, blieb aber weit unter dem Spartenergebnis, gemessen an der Umsatzrentabilität im Durchschnitt 2015 bis 2018 von 3,7 % im Vergleich zu 8,2 %. Zudem haben 30 % der Druckereien ein negatives Betriebsergebnis, im Spartendurchschnitt 14 %.

#### Außenhandel mit Druckerei- und Verlagsprodukten

	Exporte					Importe					Bilanz 2020 Mio. €
	2020 Mio. €	02-2018 Ø Vdg. p. a.	2019	2020	1-3 21	2020 Mio. €	02-2018 Ø Vdg. p. a.	2019	2020	1-3 21	
Druckerei-, Verlagsprodukte	457	1,2%	-13,0%	0,3%	-20,5%	820	1,7%	0,0%	-12,3%	-13,5%	-363
davon:											
Bücher, Landkarten	63	-2,3%	-4,6%	-0,4%	-13,9%	380	2,2%	9,3%	-14,3%	-5,9%	-317
Zeitschriften, Wochenzeitungen	10	-8,7%	19,9%	-38,8%	-56,8%	114	-1,1%	-21,8%	-0,6%	-16,7%	-105
Sonst. Druckerzeugnisse*	384	3,0%	-15,3%	2,2%	-20,3%	325	2,5%	-1,5%	-13,4%	-20,4%	59

\* Werbedrucke, Kataloge, Etiketten, Kalender, Postkarten, etc.

Q.: Statistik Austria; UniCredit Research

Stand: Juni 2021

### 3. Profil Verlagswesen

#### Hohe Konzentration bei den Printmedien

Mit der Digitalisierung der Medien sind große Bereiche der Druckereien, wie die Druckvorstufe, zu den Verlagen gewandert. In weiterer Folge wurde eine effiziente Produktion von Kleinstauflagen möglich und die Gründung kleiner Verlage begünstigt. Gleichzeitig hat die Unternehmenskonzentration vor allem bei den Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen zugenommen (in dem Segment arbeiten mehr als die Hälfte der 13.000 Verlagsbeschäftigten).

Im Printbereich prägen Österreichs Tageszeitungslandschaft vor allem die Styria Medien Gruppe, der größte Regionalmedienkonzern, und die Mediaprint Gruppe. Die Mediaprint verlegt mehr als die Hälfte aller in Österreich verkauften Tageszeitungen, die VGN Medien Holding, der größte Zeitschriftenverlag des Landes, etwa die Hälfte aller verkauften Wochen- und Monatsmagazine, die von der ÖAK erfasst werden (u. a. Woman, TV-Media, News und Trend).

Die Bereinigung der österreichischen Zeitungslandschaft dauerte im Wesentlichen von den 50er Jahren bis Anfang der 90er Jahre. In dem Zeitraum ist die Zahl der Tageszeitungen von 35 auf 15 Titel gesunken. Seitdem wurden vier überregionale Blätter gegründet, das „Wirtschaftsblatt“, „täglich Alles“, „Österreich“ sowie die Gratiszeitung „Heute“, und in Summe fünf Tageszeitungen wieder eingestellt (in der Tabelle fehlen die Wiener Zeitung und das Oberösterreichische Volksblatt, die nicht an die Auflagenkontrolle berichten).

Parallel zum Titelsterben sind die Auflagen einzelner Blätter etwa bis Mitte der 2000er Jahre rasch gestiegen, allen voran die der Kronen Zeitung, die trotz erheblicher Einbußen in den folgenden Jahren weiterhin zu den auflagenstärksten Blättern Europas zählt (nach der britischen Sun, der Bild-Zeitung und der Daily Mail, mit einer Verkaufsauflage von jeweils über 1 Mio. Exemplaren). In den vergangenen zehn Jahren sind nicht nur der Marktführer, sondern alle Tageszeitungen unter Druck geraten, von Seiten einiger Gratiszeitungen und vor allem aufgrund der zunehmenden Präsenz von Onlinemedien. Gleichzeitig ist auch der ePaper-Anteil am Zeitungsmarkt gestiegen, bei den Tageszeitungen auf 11 % an der verkauften Auflage 2020 (2015 rd. 2 %). Das Zeitungssterben auf breiter Front ist nicht nur in Österreich ausgeblieben: Der

Österreichs Tageszeitungen

Titel	Auflagen 2020 <sup>1</sup>		Vdg. 2008-2020		Reichweiten <sup>2</sup>		
	Gedruckt	Verkauft	Druckaufl.	Verk. Aufl. <sup>3</sup>	1990	2008	2020
Kronen Zeitung	707.649	647.365	-25%	-21%	42,6%	41,9%	25,0%
Heute (gratis) <sup>4</sup>	566.000	-	n.v.	-	n.v.	n.v.	9,5%
Oe24/Österreich (tw. gratis) <sup>4</sup>	495.732	22.493	76%	-87%	n.v.	10,0%	4,1%
Kleine Zeitung	263.006	278.135	-15%	1%	10,5%	11,8%	10,2%
Kurier Gesamt	132.928	111.861	-42%	-32%	14,9%	8,9%	6,7%
Oberösterreichische Nachrichten	124.002	103.205	-12%	-2%	4,9%	4,8%	5,2%
Tiroler Tageszeitung	82.191	73.965	-25%	-18%	4,2%	4,4%	3,9%
SN Salzburger Nachrichten	70.753	68.728	-25%	-1%	3,4%	3,7%	3,0%
Der Standard	61.074	54.630	-48%	-29%	3,8%	5,5%	7,0%
Die Presse	58.978	67.079	-51%	-18%	3,3%	3,4%	4,3%
VN Vorarlberger Nachrichten	52.205	55.192	-26%	-13%	2,8%	3,0%	2,0%
NEUE Vorarlberger Tageszeitung	10.524	6.620	-15%	-19%	1,5%	0,6%	0,4%
Summe	2.625.042	1.489.273	-17%	-26%	n.v.	73%	58,3%

1) Montag bis Samstag; verkaufte Auflagen inklusive ePaper

2) lt. Mediaanalyse: Anteil der über 14-jährigen Nutzer (Leser) pro Ausgabe

3) Vergleich der verkauften Auflagen im Zeitablauf ist aufgrund von Definitionsänderungen nur beschränkt aussagekräftig

4) Heute Daten 2019, da coronabedingt für 2020 keine Daten gemeldet wurden; Oe24 Daten 2. Hj. 2020

Q.: Österreichische Auflagenkontrolle, Verein ARGE Media-Analysen; UniCredit Research



Bundesverband deutscher Zeitungsverleger zählt aktuell 320 Tageszeitungen, vor zehn Jahren waren es 351 Titel.

### Ein stark wachsendes Verlagsangebot trifft auf eine schwache Nachfrage

Die Nachfrage nach traditionellen, analogen Verlagsprodukten ist in vielen Segmenten gesättigt. Ein Indikator dafür ist der rückläufige Anteil der Ausgaben für Bücher, Zeitungen und sonstige Papierwaren am privaten Konsum, wie er in den meisten EU-Ländern registriert wird. In Österreich ist der Anteil seit 2000 von 1,6 % auf 1,1 % gesunken (in Summe auf 2,2 Mrd. € 2019). Davon dürfte ein immer größerer Teil für den Download von eBooks und für Zeitungs-Online-Abos verwendet werden. Die gesamten Ausgaben für die Warengruppe sind seit 2008 preisbereinigt schon um durchschnittlich 1,6 % im Jahr gesunken, nominell noch um 1,1 % im Jahr gestiegen.

Der schwachen Nachfrageentwicklung steht ein unverändert großes Angebot am Zeitschriftenmarkt und eine Flut an Neuerscheinungen am Buchmarkt gegenüber. Österreichs Nationalbibliothek führt laufend rund 12.000 in- und ausländische Zeitungen und Zeitschriften in gedruckter Form und erweitert den Bestand um durchschnittlich 20.000 im Inland erschienene Druckschriften pro Jahr. Die Zahl der Buch-Neuerscheinungen, das sind Titel mit einem österreichischen Erst-Verlagsort, die der Nationalbibliothek vorgelegt werden müssen, hat sich seit Ende der 70er Jahre in etwa verdreifacht, auf durchschnittlich 8.400 Titel in den letzten Jahren (z. Vgl. erscheinen in Europa etwa 600.000 Buchtitel im Jahr und im deutschsprachigen Raum noch rund 90.000 Titel). Erst in den letzten Jahren ist der Veröffentlichungsboom abgeflaut, vermutlich auch aufgrund der zunehmenden Selfpublishing-Möglichkeiten (selbst verlegte Bücher ohne ISBN-Nummer werden von der Nationalbibliothek nicht erfasst).

Der starke Zuwachs an Buch-Neuerscheinungen kann auch mit den vielen Verlagsneugründungen in den 90er Jahren erklärt werden, als die Zahl der Buch- und Musikverlage in Österreich von etwa 200 auf über 400 gestiegen ist, 2018 waren es noch rund 350 Unternehmen (Q. Strukturhebungen). Zum Teil war der Gründungsboom die Folge der Verlagsförderung des Bundes, die 1992 erstmals vergeben wurde. Wie der Rückgang des Fördervolumens von 11 Mio. € auf 2,6 Mio. € in den letzten Jahren zeigte, hat das Instrument den heimischen Buchverlagen allerdings keine nachhaltige Hilfe geboten (ab 2021 soll die Förderung wieder auf 3 Mio. € aufgestockt werden). Oft fehlen den Verlagen die Mittel für Marketing und PR, worunter ihre Marktpräsenz leidet und sie zugkräftige Autoren an große ausländische, zumeist deutsche, Verlage verlieren.

#### Top-10 Verlage und Druckereien in Österreich

	Mio €* Produkte; Beteiligungen bzw. Eigentümer	
Styria Media Group	399	Kleine Zeitung, Presse u.a.; kath. Medien Verein Privatstiftung
Mediaprint	397	Krone, Kurier, Profil; Fam. Dichand, Raiffeisen, Funke/Benke Group
Let's Print Holding	262	Walstead Leykam Druck (Gutenberg, Tusch); Walstead Group (GB)
Mediengruppe Österreich	124	Österreich, Oe24, Seitenblicke Magazin u. a.; Fam. Fellner
Moser Holding	104	Tiroler Tageszeitung, Bezirksrundschau u. a.
Russ Media	96	Vorarlberger Nachrichten u. a.; Fam. Russ
Regional Medien Austria	95	Bezirksblätter, Meine Woche u. a.; Styria, Moser
Wimmer Holding	87	OÖN, Gratiswochenzeitung Tips; Fam. Cuturi
VGN	73	vorm. Verlagsgruppe News; Trend, TV Media u.a.; Pirker, Fam. Fel
Standard-Gruppe	38	Der Standard; Bronner Familien-Privatstiftung

\* Konsolidierter Konzern- bzw. Marktumsatz; 2020 oder jüngste verfügbare Daten  
 Q.: Trend Top500, Der Standard Etat, Unternehmenshomepages; UniCredit Research

**Konkurrenz Nachteile verursachen ein hohes Handelsdefizit mit Verlagsprodukten**

Die Druckereien und Verlage sind in erster Linie auf den Heimmarkt konzentriert wie die relativ niedrige Exportquote beider Branchen von jeweils rund 13 % zeigt (Q. Input-Outputstatistik 2017). Allerdings unterscheiden sich die Ursachen für die schwache Außenhandelsorientierung insofern als für die Druckereien die Nähe zu den Kunden erfolgsentscheidend sein kann und der niedrige Exportanteil der heimischen Verlage eher auf die Wettbewerbsschwäche der Branche hinweist.

Im Vorjahr wurden in Österreich Bücher, Zeitungen, Kataloge und sonstige Druckerzeugnisse im Wert von 820 Mio. € importiert und um im Wert von 457 Mio. € exportiert (Defizit -363 Mio. €). Einen kleinen positiven Beitrag zum Handelsergebnis lieferten in den letzten Jahren nur sonstige Druckereierzeugnisse, das sind vor allem Werbedrucke und Kataloge (Tabelle S. 7).

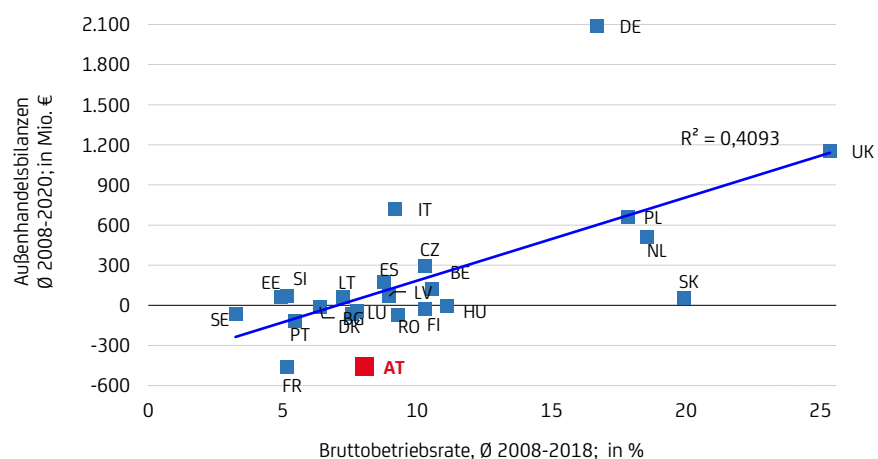
Das Defizit erklärt sich vor allem damit, dass Österreich aufgrund der geringen Marktgröße kein idealer Standort für die Bucherzeugung ist. Die heimischen Buchverlage verlieren vor allem an deutsche Konkurrenten Anteile. Noch 2020 summierte sich das Handelsdefizit in Österreich mit Druck- und Verlagsprodukten aus Deutschland auf 285 Mio. €, das sind 80 % vom Gesamtdefizit in der Warengruppe. Die negative Bilanz mit Deutschland ist ein Hinweis darauf, dass deutsche Verlage von einem weitaus größeren Heimmarkt profitieren, was es den Verlagen wiederum erleichtert, möglichen erfolg- und ertragreichen Autoren und Autorinnen (auch österreichischen) die Chance eines größeren Bekanntheitsgrades zu bieten und sie unter Vertrag zu nehmen und/oder von kleineren Mitbewerbern abzuwerben.

**Große Verlagsländer sind wettbewerbsstärker und die Branche ertragreicher**

Das Verlagswesen, vor allem aber die Buchverlage, profitiert von einem großen Heimmarkt beziehungsweise dem Zugang zu anderen großen Märkten. Deutschland und Großbritannien sind nicht nur die größten Herstellerländer in Europa, mit einem Anteil am EU-Branchenumsatz mit Druck- und Verlagsprodukten von insgesamt 43 % (ohne Software), sondern sind auch Europas wichtigste Exporteure in dem Bereich. Aus den zwei Ländern kommt etwa ein Viertel aller Branchenprodukte, die zwischen EU-Ländern gehandelt werden und ein Drittel der Produkte, die aus der EU hinaus geliefert werden. Zudem haben drei der fünf größten Verlagshäuser der Welt ihren Stammsitz in Großbritannien oder Deutschland (Pearson, RELX und Bertelsmann). Und schließlich zählt das Verlagswesen beider Länder seit Jahren zu den ertragsstärksten Branchen Europas.

**Ertragreicher Handel mit Lesestoff**

Bruttobetriebsrate der Verlage und Außenhandelsbilanzen mit Druck- und Verlagsprodukten \*



\*ohne Softwareverlage  
 Q.: Eurostat; UniCredit Research

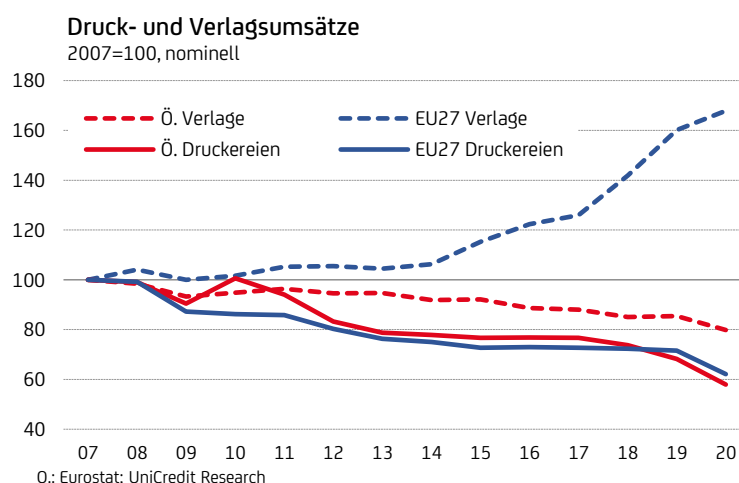
## 4. Druck- und Verlagskonjunktur

### Konsumabhängigkeit von Druck- und Verlagsprodukten

Etwa die Hälfte der in Österreich erzeugten und importierten Druck- und Verlagsprodukte wird „weiterverarbeitet“, als Werbeträger, als bedruckte Verpackungsmaterialien im Groß- und Einzelhandel oder von den Verlagen und Druckereien selbst. Der Rest, das sind vor allem Verlagsprodukte, wird direkt „verkonsumiert“ beziehungsweise exportiert.

Letztendlich hängt der wirtschaftliche Erfolg der Druckereien und Verlage fast vollständig vom privaten Konsum ab, einerseits von den Haushaltsausgaben für Lesestoff, andererseits über die Werbung, die dazu dient, die Konsumlaune zu wecken. Noch immer fließen rund 36 % der Bruttowerbeausgaben in Österreich, das sind 2 Mrd. €, zu "druckrelevante" Medien. Hier beeinflussen sie über Inserate indirekt die Auflagenzahlen der Zeitungen und Magazine oder werden direkt für den Druck von Prospekten, Zeitungsbeilagen oder Plakaten verwendet.

Entsprechend sensibel reagieren die Druckereien und Verlage auf Schwankungen der Werbekonjunktur beziehungsweise auf die langfristig zunehmend schwächere Entwicklung der Werbeausgaben in druckrelevanten Medien. Noch vor zehn Jahren wurden 65 % der Werbebudgets in Österreich für Kampagnen in dem Segment verwendet.



### Der Abschwung 2020 beschleunigte sich im Druckgewerbe ...

Das Druckgewerbe hat in Österreich wie auf EU-Ebene von 2008 bis 2019 rund 30 % vom Umsatz verloren. 2020 ist der Branchenumsatz in Österreich um weitere 15,5 % gesunken, im EU-Schnitt um 13,6 %. Inklusiv digitaler Ton- und Datenträger wurden rund 1,6 Mrd. € Erlöst (die Abweichungen zum Wert der abgesetzten Produktion, wie in Grafik Seite 5 dargestellt, sind abgrenzungsbedingt).

Vor dem Hintergrund des seit Jahrzehnten stärksten Rückgangs der privaten Konsumausgaben und auch der Werbeausgaben, vor allem in druckrelevante Werbeträger, war das Umsatzminus bei den Druckereien 2020 nicht überraschend. In diesem Zusammenhang war aber das leichte Exportplus mit sonstigen Druckwaren von 2,2 % bemerkenswert, auch wenn der Branchenumsatz damit nur um rund 8 Mio. € gestiegen ist (Tabelle S. 7).

### ... und verlief vergleichsweise moderat bei den österreichischen Verlagen

Längerfristig sind die Druckereien wie die Verlage vor allem mit der starken Verbreitung digitaler Medien in wirtschaftliche Bedrängnis geraten. Im Vergleich zu den Druckereien sind die Einbußen der Verlage in Österreich bisher aber moderat geblieben. Der Umsatz ist von 2008 bis 2019 nominell um 15 % gefallen und auch 2020 nur um relativ moderate 6,3 % (auf 3 Mrd. €).

Hingegen sind im EU-Durchschnitt die Umsätze des Verlagswesens seit 2008 sogar kräftig gestiegen. Der höchste Wachstumsbeitrag dürfte von der Branche in Irland gekommen sein, wie die Ergebnisse der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung vermuten lassen (Daten der Konjunkturerhebungen werden für Irland nicht veröffentlicht). Zudem berichteten aus anderen größeren Verlagsländern die Branchen in Schweden, Finnland, Frankreich und Tschechien relativ hohe Zuwächse seit 2008.

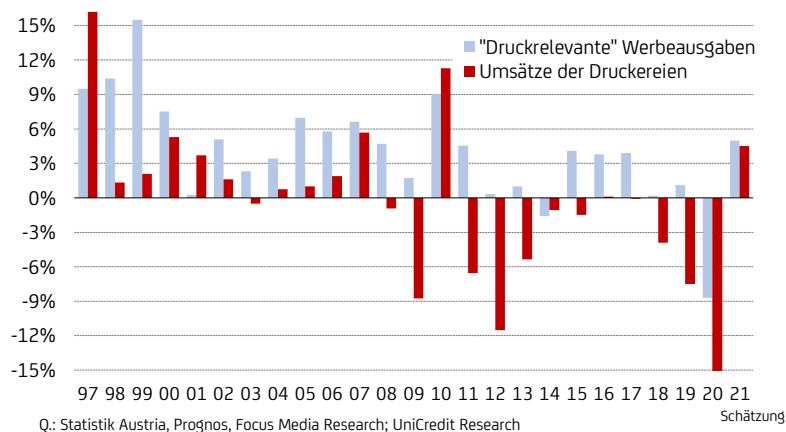
Welches Verlagssegment in der EU am stärksten zugelegt hat, kann aufgrund fehlender Daten nicht beantwortet werden. Zumindest erwies sich Europas Buchmarkt auch in der Krise als relativ widerstandsfähig. Laut europäischem Verlegerverband (FEP) ist der Gesamtumsatz 2020 nur um 2 % bis 5 % gesunken. Das unerwartet „gute“ Gesamtergebnis wird mit dem starken Anstieg der Hörbuchverkäufe und weiteren Zuwächsen im eBook-Markt erklärt (digitale Angebote tragen ca. 10 % zum Gesamtumsatz der europäischen Buchverlage von 22 Mrd. € bei).

Österreichs Verlage konnten im Vorjahr einen kleinen Teil der Umsatzeinbußen infolge der Nachfrageausfälle mit höheren Produktpreisen ausgleichen, wie die um 1,5 % gestiegenen Großhandelspreise von Büchern, Zeitungen und Zeitschriften vermuten lassen. (Die Verbraucherpreise für Belletristik und für Zeitungen sind 2020 mit durchschnittlich 5 % und 8 % sogar kräftig gestiegen, wovon wiederum die Einzelhändler profitiert haben sollten.)

Auf Spartenebene stehen im Verlagswesen zwar keine längerfristig vergleichbaren Umsatzdaten zur Verfügung. Anhand der Beschäftigungsentwicklung zeigt sich aber, dass die Softwareverlage seit 2008 und auch noch 2020 gewachsen sind. Zudem haben die Buchverlage in Österreich in dem Zeitraum kaum Arbeitsplätze abgebaut und nur die Zeitungs- und Zeitschriftenverlage die Beschäftigung stärker reduziert (Tabelle S. 4).

### Druckereiumsätze und Werbekonjunktur in Österreich

Veränderungen der nominellen Werte



### 2021 sind leichte Umsatzzuwächse bei den Druckereien und ein deutliches Plus bei den Verlagen zu erwarten

Österreichs Druckereien werden das Vorjahresminus 2021 voraussichtlich zum Teil ausgleichen können. Für einen steigenden Druckumsatz sprechen die deutlich höheren Konsumausgaben, die wiederum der Verpackungsindustrie und der Werbewirtschaft zugute kommen. Auch wenn die Werbeausgaben 2021 wieder verstärkt in digitale Kanäle fließen, kann ein Anstieg der Ausgaben bei den druckrelevanten Medien von schätzungsweise 5 % vor dem Hintergrund des hohen Vorjahresminus erwartet werden. Davon profitieren die Umsätze der Druckereien, die zu rund 30 % von Werbeaufträgen abhängig sind. Ein Umsatzplus von ebenfalls rund 5 % nominell sollte möglich sein.

Im März und April 2021 haben sowohl die Ausgaben für TV-, Radio- und Online-Werbung als auch für Werbung in Printmedien wieder kräftig zugelegt, um durchschnittlich 11 % pro Monat. Zudem wurde im April für Plakatwerbung mehr ausgegeben. Die Werbekonjunktur wird weiter an

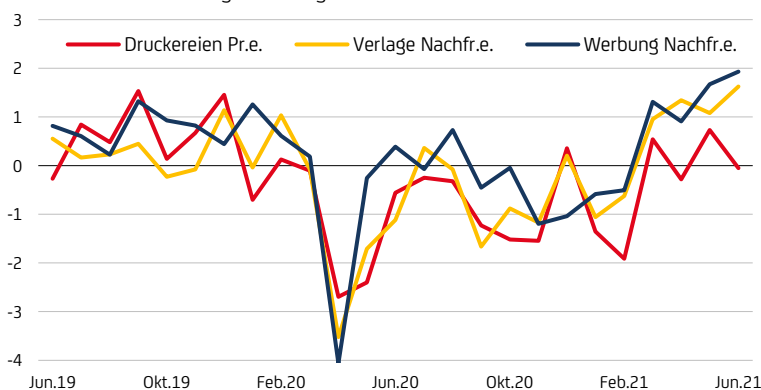
Schwung gewinnen, wie die Nachfragerwartungen der Werbefirmen seit Monaten signalisieren. Zuletzt sind die Erwartungswerte im Juni wieder über das hohe Niveau von 2019 gestiegen.

Auch die Konjunkturschätzungen der Unternehmen im Druck- und im Verlagswesen bewegen sich schon seit März 2021 über den langfristigen Durchschnittswerten. Allerdings sind die Produktionserwartungen der Druckereien zuletzt im Juni wieder etwas vorsichtiger geworden. Zudem liegt die Kapazitätsauslastung der Branche im 2. Quartal 2021 mit 74 % noch unter dem Durchschnitt der vergangenen zehn Jahre von 79 % und weit unter den Werten in wachstumsstärkeren Jahren, wie zuletzt 2007 und 2010, als die Unternehmen eine Auslastung von durchschnittlich 82 % berichteten. Insofern wird die Konjunkturerholung bei den Druckereien voraussichtlich erst in der zweiten Jahreshälfte an Breite gewinnen.

In der Kapazitätsplanung stehen im Druckgewerbe unverändert Restrukturierungsmaßnahmen im Vordergrund, wie der weiterhin hohe Beschäftigungsrückgang zeigt. 2020 sind in der Branche 9,4 % der Jobs verloren gegangen, bis Mai 2021 weitere 7 %. Auch wenn sich das Minus in den letzten Monaten verlangsamte, sind hier keine neue Arbeitsplätze in Sicht.

### Druckerei-, Verlags- und Werbekonjunktur

Produktions- und Nachfragerwartungen\*



\*) Salden positiver u. negativer Unternehmererwartungen, standardisiert (lfr. Mittelwert = 0)  
Q.: Europäische Kommission; UniCredit Research

Ein wesentlich freundlicheres Konjunkturbild zeigt sich im 1. Halbjahr 2021 im Verlagswesen. Der Branchenumsatz ist schon im 1. Quartal 2021 wieder um 3,9 % nominell gestiegen, das beste Quartalsergebnis seit Anfang 2008. Zudem sind die Unternehmen im Juni in den Nachfragerwartungen für die nächsten Monate überdurchschnittlich optimistisch geblieben. Und nicht zuletzt wächst die Zahl der Beschäftigten in der Branche seit März und sollte entsprechend den jüngsten Unternehmererwartungen auch im 3. Quartal zulegen. Voraussichtlich können die Verlage ihr Umsatzminus vom Vorjahr von 6,3 % nominell 2021 wieder ausgleichen.

### Druckereien

ÖNACE 18	Vdg. p.a.																
	2020	Ø2008-17	2018	2019	2020	6/20	7/20	8/20	9/20	10/20	11/20	12/20	1/21	2/21	3/21	4/21	5/21
<i>Aktuelle Konjunktur</i>																	
Beschäftigte, in 1.000	8,5	-4,7%	0,8%	-4,8%	-9,4%	-9,6%	-11,0%	-9,6%	-8,2%	-7,6%	-7,6%	-8,0%	-13,2%	-7,6%	-5,6%	-4,2%	-3,9%
Produktion, 2015=100	76	-2,4%	-4,0%	-8,0%	-14,4%	-14,6%	-9,3%	-6,1%	-19,4%	-1,9%	-6,8%	-15,9%	-21,7%	-13,5%	-6,3%	25,1%	--
Umsatz, in Mio. € <sup>1</sup>	1.600	-2,7%	-4,0%	-7,8%	-15,5%	-16,3%	-9,9%	-9,2%	-21,0%	-1,3%	-6,9%	-16,9%	-16,3%	-10,6%	-3,1%	35,3%	--
<i>Ertragsindikatoren</i>																	
Produktivität <sup>1</sup>	--	2,2%	-3,0%	-1,7%	3,6%	-7,4%	-2,6%	0,3%	-13,8%	5,1%	0,2%	-9,7%	-15,9%	-6,9%	-0,9%	--	--
Erzeugerpreise	--	0,0%	0,0%	-0,4%	0,9%	0,2%	0,2%	0,1%	0,3%	1,4%	1,4%	1,4%	1,7%	1,8%	1,8%	1,1%	--
Lohnkosten, in Mio. € <sup>2</sup>	400	-3,3%	-0,9%	-3,6%	-6,7%	-11,5%	-9,7%	-15,1%	-11,7%	-9,3%	-5,2%	-5,6%	-12,4%	-39,3%	-7,9%	-5,3%	--
<i>Kurzfristige Aussichten</i>																	
Produktionserwartungen <sup>3</sup>	--	-1,0	6,4	9,7	-21,2	-13,7	-7,1	-8,7	-28,2	-34,3	-34,9	5,8	-30,8	-42,8	9,8	-7,8	13,9

<sup>1</sup>Veränderung des Produktionsindex (Wertschöpfung zu Faktorkosten) in Relation zu den geleisteten Arbeitsstunden

<sup>2</sup>Lohnkosten (Bruttoverdienste inkl. Sozialversicherungsbeiträge und Abfertigungen)

<sup>3</sup>Saldo positiver und negativer Unternehmererwartungen für die nächsten Monate

Q.: Statistik Austria, Dachverband d. Sozialversicherungsträger, UniCredit Research

## 5. Perspektiven

Die Verlage werden in Zukunft nicht nur Nischenprodukte, sondern auch weiterhin gedruckte Massenmedien publizieren. Ebenso werden verlagsunabhängige Druckereien weiterhin Aufträge erhalten. In erster Linie profitieren die Druckereien in den nächsten Jahren von der steigenden Nachfrage nach flexiblen Verpackungen und Versandkartons, die wiederum vom wachsenden Onlinehandel angetrieben wird. Branchenintern werden grundsätzlich dem Onlinedruck kombiniert mit Sammeldruckverfahren überdurchschnittlich gute Wachstumsschancen zugeschrieben. Hier werden standardisierte Printprodukte über webshops angeboten und gleichartige Aufträge mehrerer Kunden auf einem Bogen Papier gemeinsam gedruckt. Damit können auch kleinere, gelegentliche Druckaufträge noch kostengünstig bearbeitet werden (Q.: Smithers Pira).

### **Nachfragerückgang bei gedruckten Publikationen kann von den Verlagen mit elektronischen Medien zum Teil aufgefangen werden**

Die digitale Konkurrenz der Printmedien gewinnt weiter Anteile und wird den Rückgang der Druckauflagen und/oder Reichweiten der Zeitungen wahrscheinlich antreiben. Im Vorjahr nutzten bereits 81 % aller Österreicher das Internet täglich und 64 % von ihnen, um online Nachrichten, Zeitungen und Zeitschriften zu lesen, 2015 waren es 57 %. Im Vergleich dazu wird das Netz sowohl für den Zugang zu sozialen Netzwerken als auch für Internet-Telefonate oder Videanrufe weniger genutzt (jeweils nur von 60 % der Bevölkerung).

Im Bereich der Printmedien ist eine weitere Marktberreinigung zwar wahrscheinlich, aber kein Kahlschlag zu befürchten. Der Großteil der Zeitungsverlage in Österreich konnte mithilfe von Umstrukturierungen und Fusionen bisher nicht nur wirtschaftlich überleben, sondern ist bis vor wenigen Jahren auch noch gewachsen. Während sich der Leserschwund im Printbereich beschleunigte, ist zugleich auch der Anteil der ePaper-Abonnenten österreichischer Tageszeitungen kräftig gestiegen, von 2 % 2015 auf 11 % 2020. Das Engagement im digitalen Bereich wird nicht nur für Zeitungsverlage zunehmend überlebenswichtiger, um die sinkenden Verkaufserlöse und Einnahmenverluste bei Werbung und Anzeigen im Printbereich auszugleichen.

Für den Weiterbestand gedruckter Massenmedien spricht nicht zuletzt die Tatsache, dass gedruckte Werbung, ähnlich der Werbung in anderen klassischen Massenmedien, vor allem im TV, mehr Einfluss auf die Konsumenten ausübt als Onlinewerbung. Der Wahrnehmungswert von Printwerbung ist höher und die Inhalte führen zum besseren Markenverständnis.

Auch die Buchverlage werden in Zukunft noch Bücher drucken (lassen), trotzdem der eBook-Markt in den nächsten Jahren weltweit voraussichtlich rascher als der Markt für gedruckte Publikationen zulegt. Treibende Kräfte sind dabei technologische Neuerungen bei den Lesegegeräten, der einfache Zugang zu elektronischen Bibliotheken und die Tatsache, dass elektronische Publikationen relativ ressourcenschonend, ohne Bäume zu fällen, hergestellt werden können.

In einzelnen Märkten wächst der Anteil der eBooks schon jetzt zunehmend langsamer (wobei kaum vergleichbare Daten zur Verfügung stehen). Beispielsweise ist der eBook-Umsatzanteil in Deutschland von 0,5 % 2010 mit abnehmendem Tempo auf 5 % 2018 gestiegen, stagnierte 2019 und hat erst 2020 lockdownbedingt wieder einen kräftigeren Impuls erhalten und auf 5,9 % zugelegt (Q.: BVDB). In den USA sind seit dem Höhepunkt des eBook-Absatzes 2013, als das Segment einen Umsatzanteil von 20 % erreichte, die Verkaufszahlen sogar deutlich gesunken. Der Anteil lag 2020 bei 13 %. Allerdings fehlen in der eBook-Statistik die in den USA wichtigen Selfpublishing-Titel und der Marktanteil von Hörbüchern ist in dem Zeitraum von 2 % auf knapp 10 % gestiegen.

### Zum Weiterlesen:

**Bank Austria Homepage:** Alle Prognosen und Analysen der Abteilung Economics & Market Analysis Austria auf <http://wirtschaft-online.bankaustria.at>

**Bank Austria Economic News:** Die neuesten Veröffentlichungen der Abteilung Economics & Market Analysis Austria direkt in Ihrem Posteingang. Anmeldung per E-Mail unter [econresearch.austria@unicreditgroup.at](mailto:econresearch.austria@unicreditgroup.at).

Sollten Sie Fragen haben schicken Sie uns ein E-Mail unter [econresearch.austria@unicreditgroup.at](mailto:econresearch.austria@unicreditgroup.at).

### Ohne unser Obligo:

Diese Publikation ist weder eine Marketingmitteilung noch eine Finanzanalyse. Es handelt sich lediglich um Informationen über allgemeine Wirtschaftsdaten. Trotz sorgfältiger Recherche und der Verwendung verlässlicher Quellen kann keine Verantwortung für Vollständigkeit, Richtigkeit, Aktualität und Genauigkeit übernommen werden.

Unsere Analysen basieren auf öffentlichen Informationen, die wir als zuverlässig erachten, für die wir aber keine Gewähr übernehmen, genauso wie wir für Vollständigkeit und Genauigkeit nicht garantieren können. Wir behalten uns vor, unsere hier geäußerte Meinung jederzeit und ohne Vorankündigung zu ändern. Die in der vorliegenden Publikation zur Verfügung gestellten Informationen sind nicht als Empfehlung zum Kauf oder Verkauf von Finanzinstrumenten oder als Aufforderung, ein solches Angebot zu stellen, zu verstehen. Diese Publikation dient lediglich der Information und ersetzt keinesfalls eine individuelle, auf die persönlichen Verhältnisse der Anlegerin bzw. des Anlegers (z. B. Risikobereitschaft, Kenntnisse und Erfahrungen, Anlageziele und finanziellen Verhältnisse) abgestimmte Beratung. Die vorstehenden Inhalte enthalten kurzfristige Markteinschätzungen.

Wertentwicklungen in der Vergangenheit lassen keine Rückschlüsse auf die zukünftige Entwicklung zu.

### Impressum

Angaben und Offenlegung nach §§ 24 und 25 Mediengesetz:

#### Herausgeber und Medieninhaber:

UniCredit Bank Austria AG

1020 Wien, Rothschildplatz 1

Unternehmensgegenstand: Kreditinstitut gem. § 1 Abs.1 Bankwesengesetz

#### Vertretungsbefugten Organe (Vorstand) des Medieninhabers:

Robert Zadrazil, Gregor Hofstätter-Pobst, Mauro Maschio, Tina Pogacic, Wolfgang Schilk, Günter Schubert, Susanne Wendler.

#### Aufsichtsrat des Medieninhabers:

Gianfranco Bisagni, Ranieri De Marchis, Livia Aliberti Amidani, Christine Buchinger, Olivier Khayat, Adolf Lehner, Aurelio Maccario, Mario Pramendorfer, Eveline Steinberger-Kern, Ernst Theimer, Karin Wisak-Gradingner.

#### Beteiligungsverhältnisse am Medieninhabergemäß § 25 Mediengesetz:

UniCredit S.p.A. hält einen Anteil von 99,996% der Aktien am Medieninhaber (unter folgendem Link <https://www.unicreditgroup.eu/en/governance/shareholder-structure.html> sind die wesentlichen, an der UniCredit S.p.A. bekannten Beteiligungsverhältnisse ersichtlich.).

Der Betriebsratsfonds der Angestellten der UniCredit Bank Austria AG, Region Wien, sowie die Privatstiftung zur Verwaltung von Anteilsrechten (Stifter: Anteilsverwaltung-Zentralsparkasse; Begünstigter: WWTF – Wiener Wissenschafts-, Forschungs- und Technologiefonds) sind mit einem Anteil von zusammen 0,004% am Medieninhaber beteiligt.