



Druckereien und Verlagswesen

April 2018

BranchenBericht

UNICREDIT
BANK AUSTRIA
ECONOMICS &
MARKET ANALYSIS
AUSTRIA

Branchenberichte - Rückblick

- Februar 2018: Papiererzeugung und -verarbeitung
- Oktober 2017: Elektroindustrie
- September 2017: Maschinenbau

Branchenberichte - Vorschau

- April 2018: Branchen Überblick 1Q/2018
- Mai 2018: Gütertransport und Speditionen

Branchen Überblick

- Dezember 2017: Branchen Überblick 4Q/2017
- Dezember 2017: Tourismus 2HJ/2017

Autor: Günter Wolf

Impressum

Herausgeber, Verleger, Medieninhaber:

UniCredit Bank Austria AG

Economics & Market Analysis Austria

Rothschildplatz 1

1020 Wien

Telefon +43 (0)50505-41952

Fax +43 (0)50505-41050

E-Mail: econresearch.austria@unicreditgroup.at

Stand: April 2018

Zusammenfassung

■ Sektorstruktur: Druckereien 2,2 Mrd. € Umsatz, Verlagswesen 2,8 Mrd. € Umsatz

Der Strukturwandel kostete den Druckereien in zehn Jahren mehr als ein Drittel der Arbeitsplätze. Im selben Zeitraum sind im Verlagswesen rund 11 % neue Jobs entstanden, überwiegend bei den Softwareherstellern und Onlineredaktionen. (Seite 4)

■ Profil Druckereien: Überkapazitäten, Konkurrenzdruck und wirtschaftliche Probleme

Trotz umfangreicher Restrukturierungen ist die Kapazitätsauslastung der Druckereien im langfristigen Vergleich kaum gestiegen. Erst 2017 verbesserte sich die Auslastung, aufgrund des Produktionswachstums und weiterer Kapazitätsstillegungen. (Seite 5f)

Österreichs Druckereien verlieren vor allem Aufträge an die digitalen Medien und zum Teil auch an ausländische Konkurrenten. Im Branchendurchschnitt dürfte den Unternehmen die Nachfrageschwäche und der Preisdruck mehr als die hohen Personalkosten zu schaffen machen. Am nicht krisensicheren Branchenbild, mit einem relativ hohen Anteil überschuldeter Betriebe und Betrieben mit negativem Betriebsergebnis, hat sich wenig verändert. (Seite 6f)

■ Profil Verlagswesen: hohe Unternehmenskonzentration, Auflagenrückgang

Mit der Mediendigitalisierung sind große Bereiche der Druckereien zu den Verlagen gewandert und die effiziente Produktion von Kleinstauflagen wurde möglich und begünstigte in weiterer Folge die Gründung kleiner Verlage. Gleichzeitig ist die Unternehmenskonzentration gestiegen, wobei die Zeitungs- und Zeitschriftenverlage bereits 56 % der Verlagsjobs anbieten. Trotz der Erosion der Verkaufsauflagen infolge der zunehmenden Präsenz von Onlinemedien und Gratiszeitungen ist ein Zeitungssterben bisher ausgeblieben. (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 Wettbewerbschwäche der Branche. Vom Handelsdefizit mit Verlagsprodukten von 503 Mio. € 2017, entfielen rund 390 Mio. € auf den Handel mit Deutschland. Österreich ist aufgrund der geringen Marktgröße kein idealer Standort für die Bucherzeugung. (Seite 11)

■ Konjunktur: 2018 sollte die Druck- und Verlagskonjunktur den Tiefpunkt überwinden

Die Druckereien werden zumindest ihr Umsatzminus von 1,2 % nominell 2017 wieder ausgleichen können. Die optimistischen Produktionserwartungen der Unternehmen und die hohe Kapazitätsauslastung im ersten Quartal 2018 signalisieren eine Erholung der Druckkonjunktur in den nächsten Monaten. (Seite 12)

Auch die jüngsten Befragungsergebnisse im Verlagswesen vermitteln ein freundlicheres Konjunkturbild; zumindest wird sich das Umsatzminus der letzten Jahre nicht ausweiten. (Seite 13)

■ Perspektiven: Weitere Marktberäunigungen 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. Für den wirtschaftlichen Fortbestand der Printmedien spricht nicht zuletzt die Tatsache, dass der Einfluss gedruckter Werbung noch höher als von Onlinewerbung ist. Und die Druckereien sollten auf der Basis ihrer hohen Innovationsbereitschaft in der Lage sein, Produktionsabläufe weiterhin an sich ändernde Nachfragestrukturen anzupassen. (Seite 14)

1. Branchenstruktur

Nace 18, 58	Druckereien		Verlagswesen		z.Vgl.
	2017	Vdg. 08-17	2017	2017	Industrie-Ø Vdg. 08-17
Unternehmen*	900	-12%	1.100	-2%	-4%
Beschäftigte	9.800	-35%	12.500	11%	0%
Umsatz, in Mio. €	2.200	-19%	2.800	4%	16%

* Daten aus vorläufiger Strukturerhebung 2016; Vdg. 2008-2016

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 2,2 Mrd. € Umsatz, wovon circa 300 Mio. € auf die Sparte Vervielfältigung von Tonträgern entfallen, das heißt überwiegend auf Sony in Salzburg (Umsatz von Sony DADC Europe 2016 290 Mio. €).
- ▶ Im österreichischen Verlagswesen, 2,8 Mrd. € Umsatz, dominieren wenige Großunternehmen neben zahlreichen Kleinbetrieben. 80 % der Verlage beschäftigen weniger als 10 Mitarbeiter, die aber ein relativ hohes wirtschaftliches Gewicht haben, gemessen am Beitrag zum Branchenumsatz von 18 % (im Vergleich dazu sind 74 % der Druckereien Kleinbetriebe, die 7 % des Branchenumsatzes erlösen).

Restrukturierung vor allem bei den Druckereien

Dem Strukturwandel sind bei den Druckereien allein seit 2008 mehr als ein Drittel beziehungsweise 5.300 Arbeitsplätze zum Opfer gefallen. Im selben Zeitraum wurden im Verlagswesen rund 1.300 neue Jobs geschaffen, überwiegend bei Softwareherstellern und in Onlineredaktionen. Auch wenn die Beschäftigungsdaten auf Spartenebene im längerfristigen Vergleich nur eingeschränkt vergleichbar sind, geben die Veränderungen der letzten Jahre die Richtung der weiteren Entwicklung des gesamten Wirtschaftsbereiches Druck- und Verlagswesen vor.

Druckerei- u. Verlagssparten in Österreich

	Unselbständig Beschäftigte		
	2017 in 1.000	2008-2016 Ø Vdg. p. a.	2017 Vdg.
Druckereien	9.800	-4%	-3%
Zeitungsdruckereien	600	-3%	-5%
Sonstiger Druck*	8.000	-4%	1%
Druck-, Medienstufe	600	-6%	20%
Buchbinder	400	-6%	-3%
Vervielf. v. Ton-/Datenträger**	200	-9%	-63%
Verlage	12.500	1%	5%
Buchverlage	2.100	0%	-2%
Zeitungs- u. Zeitschriftenverl.	7.000	0%	-2%
Software-, sonst. Verlage	3.400	5%	32%

* Zeitschriften, Bücher, Werbedrucke u.a.

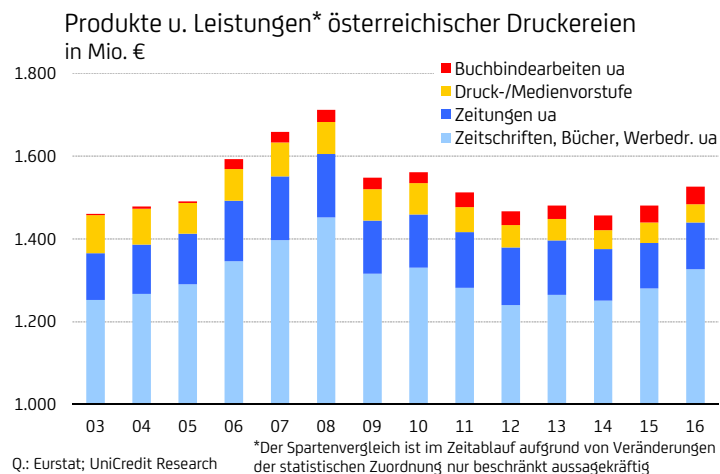
** Beschäftigungsrückgang 2017 infolge von veränderter statistischer Zuordnung

Q. Hauptverband der Sozialversicherungsträger; UniCredit Research

2. Profil Druckereien

Druckereien, ein Synonym für technischen Wandel

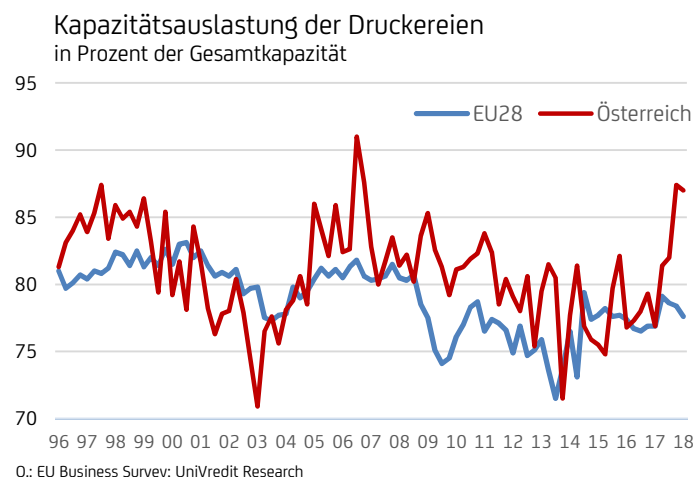
Mit der Verbreitung immer leistungsfähigerer digitaler Technologien haben die Druckereien etwa seit Mitte der 80er Jahre kontinuierlich Aufträge verloren. Einerseits wurde gedruckte Informationen in webbasierten Medien sukzessive ersetzt, andererseits haben die Kunden mit dem Einzug immer einfacherer, professionellerer und 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). Zum Teil sind traditionelle Berufe, wie die Setzer, verschwunden oder wurden ersetzt, wie der Beruf des Druckvorstufentechnikers durch den Medientechniker. Die Druckvorstufenarbeiten sind zu den Grafikbüros und Verlagen gewandert und gleichzeitig haben sich hier auch die Branchengrenzen zunehmend aufgelöst (beispielsweise werden die Daten der Druckvorstufe im Offsetdruck direkt auf die Druckplatten oder im Tiefdruck auf die Druckzylinder übertragen).

Kapazitätsauslastungsprobleme im europäischen Druckgewerbe

In der EU sind dem Strukturwandel bei den Druckereien seit 2008 rund 12 % der Unternehmen und knapp ein Viertel der Arbeitsplätze zum Opfer gefallen. Der Großteil davon in Westeuropa, wie das deutlich höhere Beschäftigungsminus der Branche in der Eurozone von 28 % zeigt. Zum Teil wurden die Druckkapazitäten von Westeuropa in die neuen Mitgliedsstaaten verlagert. Auf

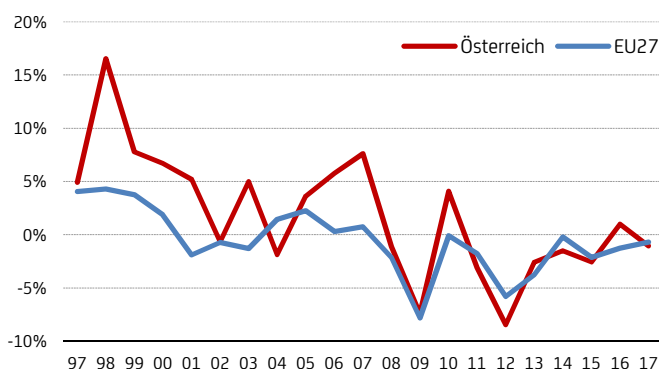


jeden Fall wurden Produktionen stillgelegt und die Investitionsausgaben erheblich gekürzt: Die Investitionsquote der Branche in der EU ist von rund 6 % vor 2007 auf unter 5 % in den letzten Jahren gesunken, in Österreich sogar von etwa 9 % auf unter 4 %.

Trotz der Restrukturierung konnten im europäischen Druckgewerbe nicht alle überschüssigen Produktionskapazitäten abgebaut werden. Langfristig hat sich die Auslastung der Branche sogar etwas verschlechtert, mit der Abkühlung der Wirtschaftsentwicklung nach 2007 besonders rasch. Während die EU-Druckereien seit 2013 wieder steigende Auslastungszahlen berichten, hat sich die Situation für die Unternehmen in Österreich erst 2017 verbessert. Der überdurchschnittlich starke Anstieg der Auslastung ab Jahresmitte kann mit der dynamischen Produktionsentwicklung im zweiten und dritten Quartal des Vorjahres erklärt werden, ist aber auch ein Hinweis auf weitere Kapazitätsstilllegungen. Indikatoren dafür sind beispielsweise der relativ hohe Mitgliederrückgang in der Fachgruppe Druck 2017 von 6 % und das Beschäftigungsminus von 3 % in der Branche.

Druckleistung

Jährliche Veränderungen des Produktionsindex der Druckereien



Q.: Eurostat; UniCredit Research

Die Entwicklung der Kapazitätsauslastung spiegelt sich im Produktionsverlauf des Druckgewerbes, das in Österreich seinen Wachstumsvorsprung zum EU-Schnitt in der zweiten Hälfte des letzten Jahrzehnts einbüßte. In den Folgejahren ist die Branchenproduktion in etwa im selben Tempo wie in der EU gesunken. Dass die Auslastungszahlen in der Periode über dem EU-Schnitt lagen, ist ein Hinweis auf umfangreichere Restrukturierungsbemühungen, kann aber auch mit unterschiedlichen Produktionsstrukturen erklärt werden. Erst seit 2015 können die heimischen Druckereien in Summe etwas bessere Produktionsergebnisse als auf EU-Ebene verbuchen, allerdings auch keine nennenswerten Zuwächse.

Auf EU-Ebene hat sich der Importdruck mit Druck- und Verlagsprodukten gelockert

Die Druckereien und Verlage verlieren nicht nur Aufträge an die digitalen Medien, sondern auf europäischer Ebene auch an außereuropäische Anbieter. In Summe ist der Importanteil an allen in der EU abgesetzten Druck- und Verlagsprodukten mit 2 % zwar noch sehr gering. Allerdings ist der Anteil in den letzten zehn Jahren kontinuierlich gestiegen. Vor allem sind die Hersteller von Büchern und Katalogen schon in den 2000er Jahren unter massivem Importdruck geraten. Grundsätzlich mussten die Bereiche hohe Marktanteilsverluste verbuchen, die vergleichsweise unsensibel gegenüber längeren Lieferzeiten sind, preissensible Produkte erzeugen und in denen höhere Erträge nur mehr über Kosteneinsparungen zu erzielen sind.

Preisdruck und die Nachfrageschwäche belasten die Ergebnisse der heimischen Druckereien

Österreichs Druckereien und Verlage leiden weniger unter der außereuropäischen Billigkonkurrenz, sondern mehr unter den Konkurrenten in Deutschland, Tschechien und Slowenien. Der Importanteil am gesamten Inlandsverbrauch von Druck- und Verlagsprodukten im Wert von

etwa 4,7 Mrd. € (Umsatz plus Importe minus Exporte) ist in den letzten zwei Jahrzehnten fast kontinuierlich auf rund 20 % gestiegen. Das Außenhandelsdefizit mit den Produkten hat sich in dem Zeitraum in etwa verdoppelt, auf 503 Mio. €. Davon entfielen auf den Handel mit Deutschland, trotz rückläufiger Importe in den letzten Jahren, noch immer 390 Mio. €. Gleichzeitig legten die Importe mit Druck- und Verlagsprodukten aus den neuen EU-Mitgliedsländern kräftig zu, wobei die höchsten Defizite mit Tschechien und Slowenien anfallen, von 91 Mio. € 2017.

Der Vergleich der Strukturdaten zeigt, dass die heimischen Druckereien gegenüber den deutschen und vor allem gegenüber den osteuropäischen Konkurrenten im Kostennachteil sind. Die Personalkosten pro Beschäftigten lagen 2015 in Österreich bei 53.000 €, in Deutschland bei 37.000 € und in Tschechien bei 10.000 € (Q.: Eurostat). Allerdings dürfte die Kostenstruktur weniger ein Hinweis auf die mangelnde Wettbewerbsfähigkeit der heimischen Druckereien und Verlage sein als vielmehr das Ergebnis unterschiedlicher Produktpaletten und Betriebsgrößen (eine Durchschnittsdruckerei in Österreich erlöst 2,2 Mio. €, in Deutschland 1,7 Mio. € und in Tschechien 170.000 €). Im Vergleich mit anderen westeuropäischen Konkurrenten, für die Daten zur Verfügung stehen, verbuchen Österreichs Unternehmen in beiden Branchen sogar höhere Gewinne; gemessen an den Ergebnissen vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen von durchschnittlich 8,5 % des Umsatzes sogar deutlich höhere als in Deutschland und Frankreich, wo der Indikator jeweils etwa 7,6 % erreicht (Medianwert von 2012 bis 2015; Q.: BACH Datenbank).

Den Druckereien dürften im Branchendurchschnitt die Nachfrageschwäche und der Preisdruck von Seiten der Zulieferer, vor allem der Papierindustrie, mehr als die hohen Personalkosten zu schaffen machen. Grundsätzlich fehlt es den Betrieben aufgrund der kleinbetrieblichen Struktur an Marktmacht. Beispielsweise arbeiten auf EU-Ebene in nur 2 % der Unternehmen mehr als 50 Beschäftigte, in der Papiererzeugung aber in 11 % und in der Herstellung von Druckfarben in 14 %; in Österreich sind die Anteile der Großbetriebe zwischen den Branchen ähnlich verteilt.

Finanzkennzahlen vermitteln noch kein krisensicheres Branchenbild der Druckereien

Die Konsolidierungsmaßnahmen und die Konjunkturbelebung haben die betriebswirtschaftliche Situation der österreichischen Druckereien verbessert, die Finanzierungsstruktur ebenso wie die Rentabilität der Betriebe. Im Vergleich mit den Ergebnissen der gesamten Sparte Information und Consulting (Druckereien, Buch und Medienwirtschaft, Unternehmensberater, Werbefirmen, Telekomunternehmen u. a.) vermitteln die Kennzahlen der Druckereien im Sample der KMU Forschung Austria allerdings noch kein krisensicheres Branchenbild:

- ▶ Die Eigenkapitalquote der Druckereien erreichte 2015 mit rund 33 % zwar das Spartenniveau, allerdings war der Anteil überschuldeter Betriebe mit 26 % unverändert der höchste in der Sparte (Durchschnitt 17 %).
- ▶ Auch die Ertragskraft der Druckereien, die seit Jahren wächst, liegt dennoch deutlich unter dem Spartendurchschnitt, gemessen an der Umsatzrentabilität von 2,4 % im Vergleich zu 7,2 %. Zudem ist der Anteil der Betriebe mit einem negativen Betriebsergebnis einer der höchsten im Branchenvergleich (38 % respektive 22 %).

Außenhandel mit Druckerei- und Verlagsprodukten

	Exporte					Importe					Bilanz 2017 Mio. €
	2017 Mio. €	02-2014 Ø Vdg. p. a.	2015 Veränderungen	2016 Veränderungen	2017 Veränderungen	2017 Mio. €	02-2014 Ø Vdg. p. a.	2015 Veränderungen	2016 Veränderungen	2017 Veränderungen	
Druckerei-, Verlagsprodukte	479	-0,8%	6,0%	11,9%	2,5%	982	1,9%	-2,7%	6,7%	4,8%	-503
davon:											
Bücher, Landkarten	72	-2,7%	4,8%	4,4%	-3,8%	418	2,7%	-2,7%	6,6%	1,2%	-346
Zeitschriften, Wochenzeitungen	23	-6,7%	-9,0%	18,9%	-15,3%	159	-1,8%	-6,2%	-4,7%	25,9%	-136
Sonst. Druckerzeugnisse*	384	0,6%	7,6%	13,1%	5,2%	405	3,0%	-1,4%	11,0%	1,8%	-21

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

Q.: Statistik Austria; UniCredit Research

Stand: März 2018

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. Zudem wurde die effiziente Produktion von Kleinstauflagen möglich und begünstigte die Gründung kleiner Verlage. Gleichzeitig hat die Unternehmenskonzentration, vor allem bei den Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen, zugenommen (in der Sparte arbeiten 56 % der Verlagsbeschäftigten).

Im Printbereich prägen Österreichs Medienlandschaft vor allem die Mediaprint Gruppe und die Styria Medien Gruppe. Von der Mediaprint werden mehr als die Hälfte aller in Österreich verkauften Tageszeitungen unter einem Dach verlegt beziehungsweise über die Beteiligung an der News Verlagsgruppe auch über 40 % der Wochen- und Monatsmagazine; die wichtigsten Titel sind die Kronen Zeitung und der Kurier sowie die Magazine Woman, TV-Media, News, Trend und Profil. Dahinter folgt die Styria, die mit der Kleinen Zeitung und der Presse mehr als ein Fünftel der verkauften Tageszeitungen beziehungsweise rund 40 % der Wochenzeitungen publiziert (u. a. Bezirksblätter, meine Woche).

Österreichs Zeitungslandschaft hat sich in der jüngeren Vergangenheit nur mehr wenig verändert. Die Marktbereinigung passierte im Wesentlichen von den 50er bis Anfang der 90er Jahre als die Zahl der Tageszeitungen von 35 auf 15 Titel gesunken ist. 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 Neue 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 auch noch 2017 zu den auflagenstärksten Tageszeitungen Europas zählt, nach der britischen Sun, der Daily Mail und der Bild-Zeitung. Erst in den vergangenen zehn Jahren ist nicht nur der Marktführer unter Druck geraten, sondern es sind die Auflagezahlen vieler Tageszeitung in Österreich fast kontinuierlich gesunken. Ausschlaggebend waren die zunehmende Präsenz von Onlinemedien und der Start einiger Gratiszeitungen, vor allem der „Heute“, die aktuell eine Druckauflage von 592.000 Exemplaren berichtet,

Österreichs Tageszeitungen

Titel	Auflagen 2017*		Vdg. 2008-2017		Reichweiten***		
	Gedruckt	Verkauft	Druckaufl.	Verk. Aufl.**	1990	2001	2016/17
Kronen Zeitung	821.994	732.220	-13%	-11%	42,6%	44,1%	30,1%
Heute (gratis)	592.479	-	n.v.	-	n.v.	n.v.	12,9%
Kleine Zeitung	287.586	280.372	-7%	2%	10,5%	12,2%	10,9%
Österreich (tw. gratis)	561.497	31.323	74%	-	n.v.	n.v.	7,2%
Kurier Gesamt	159.128	126.267	-30%	-23%	14,9%	12,6%	7,4%
Der Standard	75.055	59.200	-36%	-23%	3,8%	6,0%	6,0%
Oberösterreichische Nachrichten	129.007	103.736	-8%	-1%	4,9%	5,3%	5,1%
Die Presse	73.410	68.001	-39%	-17%	3,3%	5,2%	4,1%
Tiroler Tageszeitung	94.071	81.047	-14%	-10%	4,2%	5,0%	3,7%
SN Salzburger Nachrichten	78.292	67.245	-17%	-4%	3,4%	4,6%	3,6%
VN Vorarlberger Nachrichten	59.652	60.327	-15%	-5%	2,8%	3,5%	2,2%
NEUE Vorarlberger Tageszeitung	11.349	7.203	-8%	-12%	1,5%	0,8%	0,5%
Summe	2.943.520	1.616.941	-5%	-10%	n.v.	76%	66%

* Montag bis Samstag

** Der Vergleich der verkauften Auflagen ist im Zeitablauf aufgrund von Definitionsänderungen nur beschränkt aussagekräftig

*** lt. Medienanalyse: Anteil der über 14-jährigen Nutzer (Leser) pro Ausgabe

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

und von „Österreich“ (wobei von der Druckauflage von 562.000 Stück rund 31.000 Exemplare als etwas umfangreichere Ausgaben verkauft werden).

Das Zeitungssterben auf breiter Front ist nicht nur in Österreich ausgeblieben: Der Bundesverband deutscher Zeitungsverleger zählt aktuell noch 333 Tageszeitungen, vor zehn Jahren waren es 352 Titel.

Ein wachsendes Verlagsangebot findet immer weniger Nachfrage

Die Nachfrage nach traditionellen Verlagsprodukten ist in vielen Segmenten gesättigt. Österreichs Haushalte geben immer weniger für Bücher, Zeitungen und andere Printmedien aus; der Anteil an den gesamten Konsumausgaben ist in den letzten zwei Jahrzehnten von 1,6 % auf 1,2 % gesunken (das sind in Summe 2,2 Mrd. € beziehungsweise etwas weniger als für Pauschalreisen verwendet wird). Der Anteil liegt nur wenig über dem EU-Durchschnitt, wobei in Europa slowakische und deutsche Haushalte am meisten für Lesestoff ausgeben (2,1 % respektive 1,6 % der Konsumausgaben).

Der schwachen Nachfrage steht eine Flut an Neuerscheinungen am Zeitschriften- und Buchmarkt gegenüber. Österreichs Nationalbibliothek erfasst pro Jahr rund 12.000 in- und ausländische Zeitschriften und erweitert ihren Bestand um rund 19.000 Druckschriften, die im Inland verlegt wurden oder erschienen sind. Die Zahl österreichischer 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 7.300 Titel (z. Vgl. erscheinen im deutschsprachigen Raum jährlich etwa 100.000 Buchtitel und europaweit rund 575.000). Erst in den letzten Jahren ist der Veröffentlichungsboom etwas 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 vor allem mit den vielen Verlagsneugründungen erklärt werden; in den 90er Jahren ist die Zahl der Verlage in Österreich von etwa 200 auf 800 gestiegen. Der Gründungsboom war wiederum zum Teil die Folge der 1992 ins Leben gerufenen Verlagsförderung des Bundes. Wie der Rückgang des Fördervolumens von ursprünglich 11 Mio. € auf rund 3 Mio. € in den letzten Jahren zeigte, hat die Förderung allerdings keine nachhaltige Hilfestellung für Österreichs Buchverlage geboten. Den Verlagen fehlen grundsätzlich ausreichend Mittel für Marketing und PR, worunter ihre Marktpräsenz leidet und sie zugkräftige Autoren und Autorinnen sehr oft an große ausländische, zumeist deutsche Verlage verlieren.

Top-10 Verlage und Druckereien in Österreich

	Mio €* 2016	Produkte; Beteiligungen bzw. Eigentümer
Mediaprint	421	Krone, Kurier, Verlagsgruppe News; Dichand, Raiffeisen, Funke Gruppe
Styria Media Group	314	Kleine Zeitung, Presse u.a.; kath. Medien Verein Privatstiftung
Let's Print Holding	237	Leykam Druck (Gutenberg, Tusch); Walstead Group (GB)
Moser Holding	105	Tiroler Tageszeitung, weekend u. a.
Mediengruppe Österreich	103	Österreich, Madonna u. a.; Fam. Fellner
Regional Medien Austria	93	Bezirks Blätter, meine Woche u. a.; Styria, Moser
Russ Media	90	vorm. Vorarlberger Medienhaus; VN; Fam. Russ
News Verlagsgruppe	88	Profil, Trend, TV Media, Woman; H. Pirker, Kurier, Fam. Fellner
Niederöster. Pressehaus	84	NÖN, BVZ; Bistum St. Pölten, Preßverein der Diözese St. Pölten
Wimmer Holding	83	OÖN, Gratiswochenzeitung Tips; Fam. Cuturi

* Konsolidierter Umsatz

Q.: Der Standard Etat, Unternehmenshomepages; UniCredit Research

Konkurrenz Nachteile verursachen hohes Handelsdefizit mit Verlagsprodukten

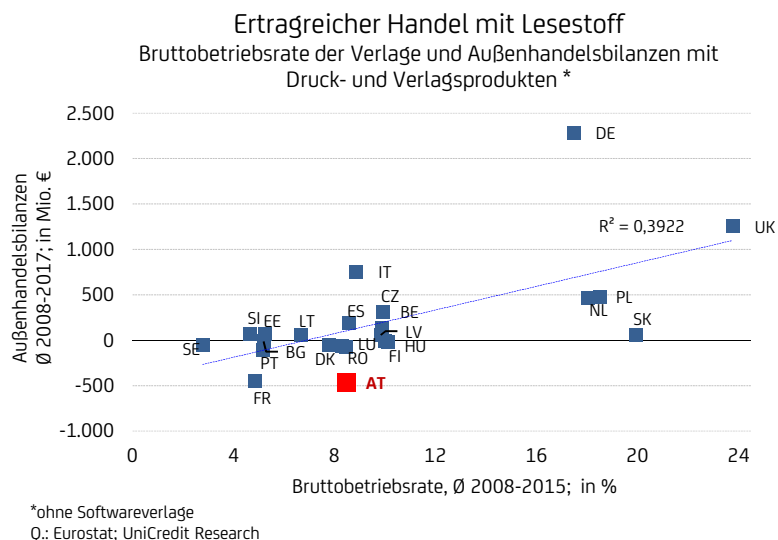
Die Druckereien und Verlage sind grundsätzlich auf den Heimmarkt ausgerichtet und berichten relativ niedrige Exportquoten von 21 % respektive 14 % (zum Vergleich wird rund die Hälfte aller Produkte der Papierindustrie, der wichtigste Vormateriallieferant der Druckereien, exportiert; Q. Input-Outputstatistik 2014). Während für die geringe Außenhandelsorientierung der Druckereien die erfolgsentscheidende Nähe zu den Kunden maßgeblich ist, weist der geringe Exportanteil der heimischen Verlage auf die Wettbewerbschwäche der Branche hin.

2017 standen in Österreich Importen von Büchern, Zeitungen, Katalogen und sonstigen Druckerzeugnissen im Wert von 982 Mio. € Exporte in der Warengruppe von 479 Mio. € gegenüber. Positive Beiträge zum Handelsergebnis, wenn auch sehr niedrige, lieferten längerfristig nur sonstige Druckereierzeugnisse, vor allem Kataloge und Werbendrucke. Ab 2012 ist die Bilanz auch in diesem Segment ins Minus gerutscht.

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. 2017 summierte sich das Handelsdefizit mit Druck- und Verlagsprodukten aus Deutschland auf 390 Mio. € beziehungsweise auf drei Viertel 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 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

Die Grafik zeigt den Zusammenhang zwischen der Größe des Heimmarktes beziehungsweise dem möglichen Zugang zu anderen großen Märkten und den Verlags-, vor allem den Buchverlagsserträgen: Deutschland und Großbritannien sind nicht nur die größten Herstellerländer in Europa, mit einem Anteil am EU-Branchenumsatz von insgesamt 47 % (ohne Software), sondern auch Europas wichtigste Exporteure von Druck- und Verlagsprodukten. Über 40 % der Branchenausporte innerhalb der EU und aus der Region hinaus stammen aus den zwei Ländern. Zudem haben drei der fünf größten Verlagshäuser der Welt ihren Stammsitz in Großbritannien oder Deutschland (Pearson, Reed Elsevier und Bertelsmann). Und schließlich zählt das Verlagswesen beider Länder seit Jahren zu den ertragsstärksten Branchen Europas.



4. Druck- und Verlagskonjunktur

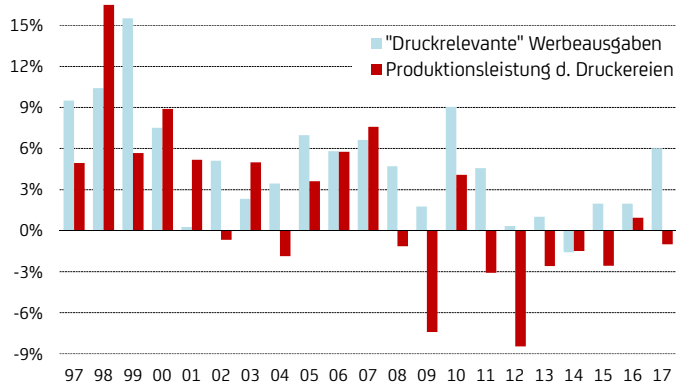
Hohe Konsumabhängigkeit der Druck- und Verlagsprodukte

Etwa die Hälfte der in Österreich erzeugten und importierten Verlags- und Druckereiprodukte werden „weiterverarbeitet“, als Werbemedien, 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 Verlage und der Druckereien 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 45 % der Bruttowerbeausgaben in Österreich, das sind 2,5 Mrd. €, zu "druckrelevanten" Medien, wo sie über Inserate indirekt die Auflagenzahlen der Zeitungen und Magazine beeinflussen oder direkt für den Druck von Prospekten, Zeitungsbeilagen oder Plakaten verwendet werden.

Entsprechend sensibel reagieren die Branchen auf Schwankungen der Werbekonjunktur beziehungsweise auf die unterdurchschnittliche Entwicklung der Werbeausgaben in „druckrelevanten“ Medien. Noch vor zehn Jahren wurden mehr als 60 % der Werbebudgets in Österreich für Kampagnen in dem Segment verwendet.

Druckereiumsätze und Werbekonjunktur
in Österreich; Veränderung der nominellen Werte



Q.: Statistik Austria, Prognos, Focus Media Research; UniCredit Research

Druckkonjunktur 2017: schwache Nachfrage, aber eine positive Preisentwicklung

2017 ist die Produktionsleistung der Druckereien um 1,5 % und der Umsatz um 1,2 % gesunken, auf 2,2 Mrd. €, womit die leichten Zugewinne aus 2016 wieder vollständig abgebaut wurden. Es ist den heimischen Druckereien nur zum Teil gelungen, die fehlende Inlandsnachfrage beziehungsweise die stark gestiegene Importkonkurrenz, mit Absatzsteigerungen im Ausland auszugleichen. Dass die Branche 2017 kaum von den hohen Mehrausgaben von 6 % für Plakat-, Print- und Prospektwerbung profitierte, dürfte vor allem mit der verstärkten Auslagerung der Druckaufträge ins benachbarte Ausland zusammenhängen. Die Importe von Druckerei- und Verlagsprodukten sind mit 4,8 % nominell überdurchschnittlich stark gestiegen (Tabelle S. 7).

Trotz der schwachen Nachfrage hat sich der Preisdruck im Druckwarenmarkt etwas gelockert, gemessen daran, dass die Erzeugerpreise wieder geringfügig zulegten. Gleichzeitig ist auch die Branchenproduktivität 2017 nach 2016 nochmals gestiegen, wobei die stark rückläufigen Beschäftigtenzahlen die Lohnkostenbelastung der Druckereien dämpften. Nicht zuletzt profitierten die Druckereien von einer günstigen Papierpreisentwicklung: die Großhandelspreise für Papier und Pappe sind im Gesamtjahr nur um geringe 0,7 % gestiegen.

Die Ertragslage der Druckereien dürfte sich im Vergleich zu 2016 dennoch nicht verbessert haben. Im Geschäftsjahr 2015/16 erzielten die Betriebe im Sample der KMU Forschung Austria eine durchschnittliche Umsatzrentabilität von 3,2 % und damit auf der Grundlage der stabilen Branchenkonjunktur eines der besten Ergebnisse der letzten Jahre. Im Vergleich dazu haben sich die Konjunkturindikatoren 2017 durchwegs abgeschwächt.

Rückläufige Verlagsumsätze 2016 und 2017

Die Restrukturierungsmaßnahmen im Verlagswesen waren langfristig erfolgreich und ermöglichen zumindest bis 2008 überdurchschnittlich hohe Zuwachsraten. Von 1995 bis 2008 ist der Produktionswert jährlich um über 6 % nominell gestiegen, in der Gesamtwirtschaft um 5 % und bei den Druckereien um 3 %. Gebremst durch die Wirtschaftskrise und der Verbreitung digitaler Medien verringerte sich das Produktionswachstum der Verlage nach 2008 wertmäßig auf 0,5 % nominell beziehungsweise ist preisbereinigt sogar um 2 % jährlich geschrumpft.

2016 und 2017 verbuchte die Branche trotz stark gestiegener Produktpreise ein Umsatzminus von 0,6 % im Jahr. Insofern dürfte der Preisanstieg bei Büchern, Zeitungen und Zeitschriften im österreichischen Großhandel in den zwei Jahren von durchschnittlich 3,3 %, vor allem teureren Importen geschuldet sein (wie der Anstieg der Importpreise pro Produkteinheit vermuten lässt).

2018 sollte die Druck- und Verlagskonjunktur den Tiefpunkt überwinden

Österreichs Wirtschaft wächst Anfang 2018 mit hohem Tempo, wobei die Druckereien und das Verlagswesen vor allem von der Beschleunigung der Konsumgüternachfrage profitieren. Dennoch haben sich die Wachstumschancen 2018 für keine der beiden Branchen wesentlich verbessert, vor allem weil die Werbeagenturen nur mit einem bescheidenen Einnahmenplus von unter 2 % brutto rechnen und die Mehrausgaben zum Großteil in elektronische Medien fließen.

Die Druckereien sollten das leichte Umsatzminus von 2017 zumindest wieder ausgleichen können. Gegen Jahresende 2017 sind die Unternehmen im Druckgewerbe hinsichtlich ihrer Produktionsentwicklung zwar etwas vorsichtiger geworden, blieben aber mit ihren Erwartungen weit über dem langjährigen Durchschnitt. Zuletzt ist der Optimismus in der Branche im ersten Quartal 2018 etwas gestiegen und signalisierte zusammen mit der überdurchschnittlichen Einschätzung der Auftragslage und der relativ hohen Kapazitätsauslastung eine Erholung der Druckkonjunktur in den nächsten Monaten. Eine durchschnittliche Auslastung der Produktionskapazitäten von 87 % wie in den letzten zwei Quartalen erreichten die Druckereien zuletzt Anfang 2006.

Bei der Kapazitätsplanung im Druckgewerbe stehen dennoch unverändert Restrukturierungsmaßnahmen im Vordergrund, wie der anhaltend hohe Beschäftigungsrückgang zeigt: 2017 sind im Druckgewerbe 2,8 % der Jobs verloren gegangen, in den ersten Monaten 2018 weitere 4 %. Allerdings dürfte ein Teil des Beschäftigungsminus die Folge einer geänderten Zuordnung einzelner Unternehmen vom Druckgewerbe zum Verlagswesen sein, wo die Zahl der Arbeitsplätze trotz rückläufiger Umsätze 2017 um 5 % und bis Februar 2018 sogar noch um 8 % zugelegt hat.

Auch die Befragungsergebnisse im Verlagswesen im ersten Quartal 2018 vermitteln ein freundlicheres Konjunkturbild: die Unternehmen zeigten sich hinsichtlich der Nachfrageentwicklung in den nächsten Monaten ebenso wie in ihrer kurzfristigen Beschäftigungsplanung zuversichtlicher. Zumindest wird sich das Umsatzminus der letzten Jahre nicht ausweiten.

Druckereien

ÖNACE 18	Vdg. p.a.														
	2017	Ø2002-15	2016	2017	4/17	5/17	6/17	7/17	8/17	9/17	10/17	11/17	12/17	1/18	2/18
<i>Aktuelle Konjunktur</i>															
Beschäftigte, in 1.000	9,8	-7,1%	-3,3%	-2,8%	1,9%	-3,4%	-3,9%	-4,0%	-4,3%	-3,7%	-6,0%	-5,5%	-4,9%	-4,5%	-3,4%
Produktion, 2015=100	100	-0,3%	1,8%	-1,5%	-3,4%	3,7%	-0,1%	10,8%	2,2%	2,4%	-1,7%	-3,2%	-4,9%	-4,4%	--
Umsatz, in Mio. € ¹	2.200	-1,4%	0,1%	-1,2%	-3,2%	2,0%	1,6%	9,8%	2,6%	4,3%	-12,9%	-0,7%	-2,5%	-1,8%	--
<i>Ertragsindikatoren</i>															
Produktivität ¹	--	3,3%	6,2%	7,2%	-0,3%	10,8%	3,2%	11,8%	2,8%	1,8%	0,0%	-1,4%	-6,5%	--	--
Erzeugerpreise	--	0,6%	-0,4%	0,4%	-0,1%	0,0%	0,4%	0,4%	0,8%	0,9%	1,0%	1,3%	1,4%	1,2%	--
Lohnkosten, in Mio. € ²	500	-1,8%	-4,7%	-1,9%	-3,3%	-3,3%	1,4%	-4,4%	1,0%	1,4%	-4,5%	-1,0%	-3,1%	-3,1%	--
<i>Kurzfristige Aussichten</i>															
Produktionserwartungen ³	--	-1,1	-15,0	17,3	5,0	15,3	19,5	28,9	23,7	17,4	46,8	16,6	5,8	44,9	19,6

¹Veränderung des Produktionsindex (Wertschöpfung zu Faktorkosten) in Relation zu den geleisteten Arbeitsstunden

²Lohnkosten (Bruttoverdienste inkl. Sozialversicherungsbeiträge und Abfertigungen)

³Saldo positiver und negativer Unternehmehmereinschätzungen für die nächsten Monate

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

Stand: März 2018

5. Perspektiven

Nachfrage nach Printprodukten sinkt langsamer

Derzeit gewinnt das Internet zulasten der Printmedien noch praktisch unbegrenzt Anteile. 2017 nutzten drei Viertel aller Österreicher das Medium täglich, 88 % von ihnen für E-Maildienste und 71 % um Nachrichten, Zeitungen und Zeitschriften zu lesen (im Vergleich dazu verwendeten nur 58 % das Internet, um sich in sozialen Netzwerken zu bewegen). Mit der wachsenden Online-Durchdringung der Medienlandschaft sind die Printauflagen und/oder der Reichweiten der Zeitungen, auch der Gratisblätter gesunken (Tabelle S. 8).

Zwar verliert der Leserschwind im Printbereich in den „digital“ gesättigten Märkten bereits an Dynamik, ist aber noch nicht zum Stillstand gekommen. Bis 2021 rechnet das Beratungsunternehmen PwC mit der Stagnation der Druckauflagen bei den Tageszeitungen in Europa und, je nach Markt, noch mit leichten Umsatzeinbußen bei den Verlagen. Das Engagement im digitalen Bereich ist auf jeden Fall für alle Verlage längst überlebenswichtig, da schon jetzt die Verkaufserlöse und Einnahmen aus Werbung und Anzeigen vielfach nicht mehr ausreichen, um klassische Printmedien zu finanzieren.

Verlage und Druckereien in Österreich können sich an die neuen Nachfragebedingungen anpassen

In Summe ist bei den Printmedien eine weitere Marktberreinigung wahrscheinlich, aber kein Kahlschlag zu befürchten. So konnte der Großteil der Zeitungsverlage in Österreich mithilfe von Umstrukturierungen und Fusionen nicht nur wirtschaftlich überleben, sondern bis 2008 auch relativ stark wachsen (vgl. Seite 11). In den letzten Jahren ist es den Verlagen zumindest teilweise gelungen, Umsatzaufwände im Printbereich mit Online-Angeboten zu kompensieren. (Der epaper-Anteil an der Verkaufsauflage der Tageszeitungen in Österreich hat sich seit 2015 zwar verdreifacht, liegt aber mit 5 % noch sehr niedrig. Deutlich höher sind die epaper-Anteile im Magazinmarkt, beispielsweise beim Profil mit 23 % und beim Trend mit 25 % der Auflage.)

Österreichs Verlage werden in Zukunft sicher nicht nur Nischenprodukte, sondern weiterhin gedruckte Massenmedien publizieren, ebenso wie die verlagsunabhängigen Druckereien Aufträge erhalten werden (vielleicht mit Ausnahme in einzelnen kleineren Segmenten, wie der Herstellung von Katalogen oder Verzeichnissen, deren Printversionen von der Online-Konkurrenz längst verdrängt worden sind). Ob die Unternehmen beider Branchen erfolgreich sind, hängt grundsätzlich von ihrer Fähigkeit ab, die Produktionsabläufe rasch an sich ändernde Nachfragestrukturen anzupassen. Ein Indikator dafür, dass das auch in Zukunft gelingen sollte, ist die relativ hohe Innovationsbereitschaft der Druckereien in Österreich, die nur wenig unter den Werten der deutschen und britischen Branchen liegt (laut EU-Innovationserhebung sind 64 % der heimischen Betriebe innovationsaktiv, im Vergleich zu 71 % in Deutschland, der höchste Wert im EU-Vergleich).

Für den Weiterbestand von gedruckten 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 gelten als glaubwürdiger.

Am Buchmarkt zeigt sich, dass die Anteilsgewinne der ebooks an Schwung verlieren, zumindest laut offiziellen Daten in Deutschland und den USA. Der ebook-Anteil am deutschen Markt, der von 2010 bis 2016 mit abnehmendem Tempo von 0,5 % auf 4,6 % gestiegen ist, stagnierte 2017 (Q.: BVDB). Und aus den USA werden seit dem Höhepunkt des ebook-Absatzes 2013, als der Anteil am Absatzvolumen der fünf größten US-Verlage 20 % erreichte, je nach Segment sogar rückläufige Verkaufszahlen berichtet. Allerdings fehlen in den Statistiken die, vor allem für den US-Markt wichtigen, Selfpublishing-Titel. Zudem kann der rückläufige ebook-Absatz in den USA in den letzten Jahren mit höheren Produktpreisen erklärt werden. Für die Zukunftsstrategien der Verlage ist der Marktanteil der ebooks auf jeden Fall weniger wichtig als der Anteil des Online-Handels, der nicht nur in den USA von einem Handelspartner, Amazon, dominiert wird.

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. Registrieren Sie sich bitte unter https://nlreq.bankaustria.at/req_econews_d.htm:

Sollten Sie Fragen haben schicken Sie uns ein E-Mail unter 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

1010 Wien, Schottengasse 6 – 8

Unternehmensgegenstand: Kreditinstitut gem. § 1 Abs.1 Bankwesengesetz

Vertretungsbefugten Organe (Vorstand) des Medieninhabers:

Robert Zadrazil (Vorsitzender des Vorstandes), Romeo Collina (stellvertretender Vorsitzender des Vorstandes), Dieter Hengl, Gregor Hofstätter-Pobst, Jürgen Kullnißg, Doris Tomanek.

Aufsichtsrat des Medieninhabers:

Erich Hampel (Vorsitzender des Aufsichtsrates), Ranieri De Marchis (stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrates), Mirko D. Bianchi, Christine Buchinger, Paolo Cornetta, Olivier Nessime Khayat, Adolf Lehner, Alfredo Meocci, Gianni Franco Papa, Mario Pramendorfer, Karl Samstag, Eveline Steinberger-Kern, Ernst Theimer, Barbara Titze, Wolfgang Trumler, Andrea Umberto Varese, Karin Wisak-Gradinger.

Beteiligungsverhältnisse am Medieninhabergemäß § 25 Mediengesetz:

UniCredit S.p.A. hält einen Anteil von 99,996% der Aktien am Medieninhaber (unter folgendem Link <https://www.unicredit-group.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.