



MARKT AKTUELL

# Aussichten für 2016

Im Jahr 2016 wird die gesamtwirtschaftliche Produktion in Deutschland weiter zunehmen. Aktuelle Prognosen für das Wachstum des realen Bruttoinlandsproduktes (BIP) gehen von 1,7 % bis 1,9 % aus. Man erwartet, dass sich der Wachstumsbeitrag vom starken Außenhandel deutlich zugunsten der Binnenwirtschaft verschieben wird. Tragpfeiler der positiven Entwicklung wird der Konsum der privaten Haushalte werden.

Da die Druckindustrie in der Regel jedoch nicht direkt vom allgemeinen Wirtschaftswachstum profitiert, wird sich die prognostizierte Entwicklung kaum unmittelbar auf sie niederschlagen. Das belegt

auch das Jahr 2015. Die derzeitige Jahresbilanz des Druckgewerbes ist im Gegensatz zur Gesamtwirtschaft negativ: Der Produktionsindex der Druckereien mit über 20 Beschäftigten verzeichnete in der Zeit von Januar bis Oktober 2015 ein Minus von arbeitstäglich und saisonbereinigten 2,4 % gegenüber dem Vorjahr.

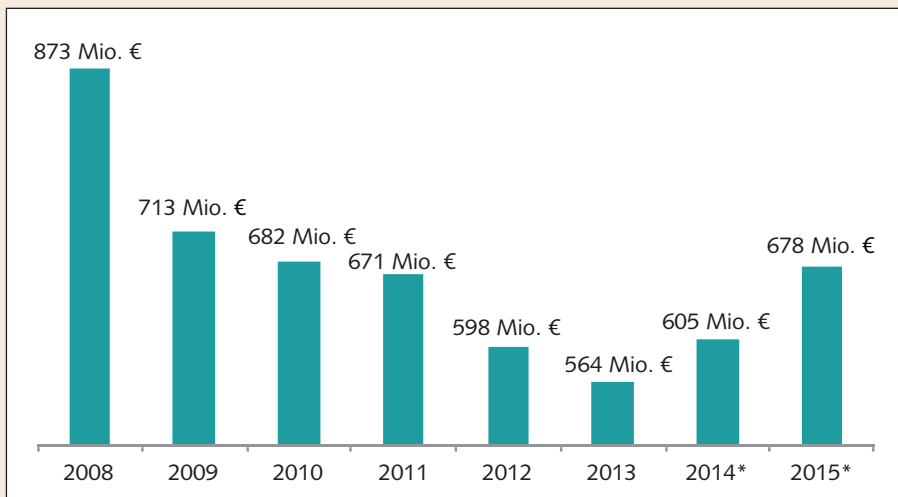
Impulse für die Druckindustrie kommen eher indirekt aus dem Verlagsgewerbe, der Werbewirtschaft, dem Privatkonsum (speziell stationärer Einzelhandel) und dem Ausland. Aus allen diesen Kanälen waren für das Druckgewerbe 2015 indessen kaum Wachstumsschübe zu verzeichnen.

Laut dem Statistischen Bundesamt ging der Umsatz im Verlagswesen von Januar bis September 2015 um 1,3 % gegenüber dem Vorjahr zurück; der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) prognostiziert für 2015 eine Stagnation bei den Netto-Werbbeeinnahmen aller Medien; die Menge der exportierten Druckerzeugnisse sank von Januar bis September 2015 um mehr als ein Prozent gegenüber dem Vorjahr. Allein der Einzelhandel gab zuletzt immerhin ein zweideutiges Bild ab. Einerseits verringerten sich die Umsätze im Einzelhandel mit Büchern (-2,2 %) und Zeitungen, Zeitschriften etc. (-1,8 %). Andererseits stieg der reale Umsatz des gesamten Einzelhandels von Januar bis Oktober 2015 um 2,9 % gegenüber dem Vorjahr und sorgte damit zumindest für die Verpackungsdrukker für ein kräftiges Wachstum.

Verschwommen sind auch die Aussichten für das Jahr 2016. Der ZAW prognostiziert steigende Werbebudgets, die zeitweise von großen Sportereignissen angetrieben werden sollen. Die derzeitige Stimmung in der Werbewirtschaft ist jedoch nur vorsichtig optimistisch. Für Printerzeugnisse bedeutet dies einen potenziellen Impuls. Des Weiteren dürfte sich 2016 der Einzelhandel weiter günstig entwickeln und somit neben direkten Produktionsanreizen bspw. für Verpackungsdrukker auch für positive Auswirkungen auf die Werbewirtschaft sorgen. Im Außenhandel dürfte der schwache Euro den Export außerhalb der Eurozone ankurbeln. Das Verlagsgewerbe ist indessen weiterhin von einem negativen Aufwärtstrend geprägt. Daran dürfte sich – aufgrund des sich ändernden Medien-nutzungsverhaltens – auch 2016 nichts ändern.

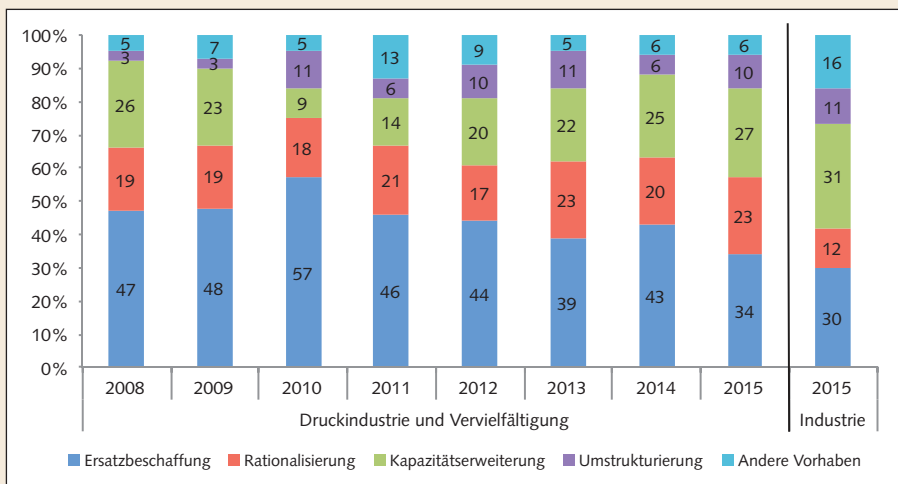
Die Druckereien erwarten für die kommenden Monate eine Verbesserung ihrer Geschäftslage, gehen aber weiterhin von sinkenden Preisen für ihre Produkte und Personalabbau aus. Dennoch investieren sie in neue Produktionsmaschinen und richten sich mit neuen Geschäftsfeldern strategisch aus. Der bvdm schätzt allein für 2015 einen Investitionsanstieg von etwa 12 %. Das Jahr der drupa dürfte für zusätzliche Investitionsimpulse sorgen.

## Bruttoinvestitionen der Druckindustrie



Anmerkung: \* Schätzung des bvdm  
 Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten  
 Quelle: Statistisches Bundesamt

## Investitionsmotive



Quelle: ifo Investitionsbericht, Herbstbefragung  
 Grafik: bvdm

Wilhelm Zacharias  
 Bundesverband Druck und Medien (bvdm)