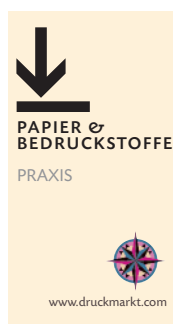


PAPIERKRISE

So langsam wird Papier ungeduldig

Fehleinschätzungen bei der Kapazitätsplanung, zu geringe Produktionskapazitäten, Streiks, erhöhter Kartonverbrauch und weniger Altpapier, unterbrochene Lieferketten, explodierende Transportkosten – all das und mehr hat Papier zur Mangelware werden lassen. Inzwischen ist die Verfügbarkeit von Papier zur existenziellen Herausforderung für Druckereien geworden, die Preise sind explodiert und entsprechen längst nicht mehr dem, was einmal angeboten wurde.

Von Klaus-Peter Nicolay



Wie gehen Schweizer Druckereien mit einer Situation um, in der ausser Papier auch Energie, Frachtkosten sowie praktisch alle Verbrauchsmaterialien teurer werden und Verlässlichkeit von Terminen Glücksache ist?

Druckmarkt-Chefredakteur KLAUS-PETER NICOLAY hat die aktuellen Gegebenheiten mit ANDY AMREIN, CEO der *Kromer Print AG* in Lenzburg, und ANDRÉ MOHLER, Head of Sales beim Papiergrosshändler *Papyrus Schweiz AG*, diskutiert.

Der Bundesverband Druck und Medien meldete im März, dass 72% der Druckereien in Deutschland im Jahr 2022 wegen der Papierknappheit Aufträge verloren haben. Wie sieht es bei der Kromer Print AG aus und wie gehst Du mit dieser Situation um?

ANDY AMREIN: Die Papierknappheit betrifft uns nicht so stark, da die Verfügbarkeit der von uns eingesetzten Sorten bisher in unseren Prozessen gewährleistet werden konnte.

wa dem Papermanagement. So konnten wir bisher die Kundenbedürfnisse befriedigen.

Single-Source-Einkaufsstrategie und Papermanagement machen Euch aber abhängig von einem einzigen Papierhändler. Das Wechseln zu einem anderen Anbieter mit einer anderen, möglicherweise verfügbaren Sorten ist dadurch doch erheblich erschwert oder nicht?

ANDY AMREIN: Durch die Outsourcing-Lösung Papermanagement delegieren wir solche Herausforderungen an einen Spezialisten, der sich um nichts anderes kümmert. Wir können in dieser Zeit unserem Job nachgehen.

Aber gerade die jüngere Zeit hat doch gezeigt, dass das auf komplexen Lieferketten basierende Just-in-time-Konzept äusserst anfällig ist.

ANDY AMREIN: Ich nehme an, Du spielst auf das Containerschiff an, das im Suez-Kanal festsass und eine Lawine an Konsequenzen auslöste. Man darf die globale Lieferketten-Situation allerdings nicht mit den relativ überschaubaren Verhältnissen innerhalb der Schweiz vergleichen. Die Just-in-time-Lieferung von Papier ist für uns Teil des Geschäftsmodells.

Hat Kromer Print dadurch einen Wettbewerbsvorteil? Oder arbeiten andere Druckereien ähnlich?

ANDRÉ MOHLER: Es gibt in der Schweiz zahlreiche Druckereien, die mit uns im Rahmen des Just-in-time-Konzepts «Papermanagement Print» seit Jahren erfolgreich zusammenarbeiten. Der angesprochene Wettbewerbsvorteil erfolgt dabei nicht nur durch den strukturierten Einkauf des Papiers, sondern auch

Druckereien und Papierhändler sitzen in einem Boot und werden von der Papierindustrie seit Monaten mit Aufschlägen konfrontiert.

Glück gehabt oder steckt eine Strategie dahinter?

ANDY AMREIN: Ohne an solch aussergewöhnliche Ereignisse zu denken, haben wir uns vor etlichen Jahren dazu entschlossen, eine Single-Source-Einkaufsstrategie zu realisieren mit entsprechenden Verträgen wie et-

durch diverse gemeinsam erarbeitete Optimierungen im gesamten Prozessablauf von der Bestellung über die Lieferung bis zur Verrechnung. Die gemeinsamen Prozesse werden periodisch überprüft und gegebenenfalls den sich verändernden Gegebenheiten angepasst.

Gegenüber den Kollegen in Deutschland ist das ein Vorteil, denn da wird Papermanagement so gut wie nicht eingesetzt.

ANDY AMREIN: Das liegt wohl an den ungleich grösseren Entfernungen – und vielleicht auch an der Mentalität der deutschen Drucker.

ANDRÉ MOHLER: Der deutsche Drucker ist ein klassischer Lagerhalter. Es erstaunt mich nach wie vor, dass sich dieses Konzept in Deutschland nicht durchsetzen lässt.

Trotzdem: Rächt sich in der aktuellen Situation das Nicht-Vorhandensein eines eigenen Papierlagers?

ANDY AMREIN: In stabilen Zeiten ist das Produzieren ohne eigenes Papierlager aus den verschiedensten Gründen ein Segen. Aktuell ist es theoretisch ein Nachteil. Aber nur theoretisch, denn wer weiss, ob wir die richtigen Sorten eingelagert hätten, die ja ohnehin nur für eine kurze Zeit ausgereicht hätten. Also denke ich, dass wir nicht besser und nicht schlechter gestellt sind als andere Druckereien. Dank regelmässigem Austausch – gerade bei grösseren Auftragsankündigungen – konnte stets eine Lösung gefunden werden, sodass wir gegenüber unseren Kunden immer lieferfähig waren.

ANDRÉ MOHLER: Die Verfügbarkeit der vereinbarten Lagersorten wird durch die *Papyrus Schweiz* vertraglich zugesichert. Dies ist ein weiterer Vorteil unseres Konzeptes (Papermanagement Print).

Ist die Nachfrage grösser als das Angebot, steigt in der Regel der Preis. Das sind im Normalfall jedoch nur einige wenige, wenn auch schmerzliche Prozent. Wie viel teurer ist das Papier für Euch aktuell im Einkauf?

ANDY AMREIN: Je nach Papiersorte stark schwankend zwischen 25 und 80 Prozent, Tendenz steigend. Die Unterschiede sind gross, eine zuverlässige Planung schwierig bis unmöglich und eine Entspannung ist aktuell nicht in Sicht.

Welchen Anteil daran hat der Papierhandel?

ANDY AMREIN: Ich kann es nicht genau sagen, aber ich vermute, dass die Papierhändler ein ähnliches Problem haben wie wir Drucker. Sie sind auf das Papier der Hersteller angewiesen. Wenn kein Papier kommt, können sie ihrem Business, dem Verkauf von Papier, nicht nachgehen.

ANDRÉ MOHLER: Es ist tatsächlich so, dass wir im gleichen Boot sitzen. Wir werden seit Monaten mit Auf-



schlägen konfrontiert, die sich nur zeitverzögert auf dem Markt umsetzen lassen. Und dies in einer bisher nicht gekannten Höhe und Kadenz.

Was hat denn dazu geführt, dass sich der Papierpreis innerhalb eines Jahres verdoppelt hat? War der Grund allein die Verknappung?

André Mohler: Zweifellos gab es in der Vergangenheit einen enormen Kapazitätsabbau bei den Papierherstellern. Dazu gehört auch die Verlagerung von Kapazitäten hin zur Produktion von Verpackungsmaterial. Die Papierhersteller glaubten damit dem Markttrend gerecht zu werden und sich im Gleichschritt mit dem Nachfragerückgang im Papierbereich zu befinden. Doch es kam dann anders.

Andy Amrein ist CEO der Kromer Print AG in Lenzburg und ein ausgewiesener Kenner der Druckindustrie und ihrem Umfeld.

>



André Mohler ist Head of Sales beim Papiergrosshändler Papyrus Schweiz AG.

Als der Bedarf nach grafischem Papier 2021 unerwartet wieder zunahm, konnte dieser von den Papierfabriken nicht gedeckt werden. Dazu kam der enorme Anstieg der Energie- und Zellstoffkosten, was die Produktionskosten in die Höhe trieb.

Und ein Zurück zu den alten Kapazitäten ist nicht möglich?

ANDRÉ MOHLER: Das Herunterfahren einer Papiermaschine ist etwas anderes als das Ein- und Ausschalten einer Druckmaschine. Ist eine Papiermaschine erst einmal auf eine andere Qualität umgerüstet, gibt es nur in Verbindung mit enormen Kosten und hohem Zeitverlust ein Zurück. Aber es darf ja nicht vergessen werden, dass gleichzeitig ganze Papierfabriken in den letzten Jahren gänzlich stillgelegt wurden.

Trotzdem wird die Wut jetzt am Papierhandel abgelassen – zumindest verbal. Ist das gerechtfertigt?

ANDRÉ MOHLER: Wie erwähnt: Wir sitzen im gleichen Boot wie unsere Kunden. Wir sind als Papiergrosshändler direkt von den Papierherstellern abhängig und können an der aktuellen Lage nichts ändern.

Wenn das so ist, muss man doch die Frage stellen: Wollen die Papierkonzerne die Produktion von grafischem Papier loswerden und sich lukrativeren Märkten zuwenden?

ANDRÉ MOHLER: Wir sehen eher, dass die Papierhersteller diversifizieren, um ihrerseits nicht von einem einzigen Produkt abhängig zu sein, dem Papier. Ich denke, das ist ihr gutes Recht.

In der aktuellen Situation kommen die Papierhersteller aber doch noch am besten weg, oder?

ANDRÉ MOHLER: Ich wage zu bezweifeln, ob es überhaupt einen Gewinner gibt – weder auf der Händlerseite noch bei den Produzenten oder in der grafischen Industrie.

Wie erwähnt, steigen auch die Energie-Preise. Die Industrie quer durch alle Branchen nennt das als Grund für Preiserhöhungen. Wurde die Produktion durch höhere Strompreise und/oder der Versand der fertigen Druckprodukte durch höhere Kraftstoffpreise verteuert?

ANDY AMREIN: Beides trifft zu. Massiv höhere Strompreise für unseren 24-Stunden-Produktionsbetrieb machen sich ebenso bemerkbar wie höhere Treibstoffpreise. Schliesslich hat sich der Ölpreis in zwölf Monaten verdoppelt, der Gaspreis hat sich seit Januar 2021 verdreifacht und beim Transport stöhnen wir über die Preise beim Kraftstoff. Dazu kommt, dass es im Transportwesen einen Nachfrageüberhang Fracht/Logistik gibt, in ganz Europa wird ein Fahrermangel registriert und allgemein mangelt es an Kapazitäten. Und noch etwas: Man würde das vielleicht eher der Forstwirtschaft zuordnen, doch durch die Verknappung von Holz steigen auch die Preise bei den Holzpaletten. Auch Schachteln und anderes Verpackungsmaterial werden teurer.

Und die Verbrauchsmaterialien werden auch teurer. Wie schwer fallen die Preiserhöhungen beispielsweise bei den Druckplatten ins Gewicht?

ANDY AMREIN: Es sind ja nicht nur die Druckplatten, auch Farben, Lacke, Gummitücher und alle Zusätze kosten mindestens zehn Prozent mehr. Am stärksten betroffen ist der Industrialkohol, der heute annähernd das Doppelte kostet.

Die Corona-Pandemie hat die Schweizer Unternehmen insgesamt bereits arg gebeutelt. Sind noch genug finanzielle Reserven vorhanden, um diese Preiserhöhungen zu stemmen? Bei Euch und bei Euren Kunden?

ANDY AMREIN: Eine Akzeptanz am Markt für Preiserhöhungen ist dieses Mal – im Vergleich zu anderen Perioden – bei den Kunden vorhanden, da die Preisspirale ja so gut wie alle trifft. So kann zumindest ein Teil der höheren Kosten weitergegeben werden. Doch um

zu sparen, werden von den Kunden teilweise Projekte redimensioniert oder es wird gänzlich darauf verzichtet, was wiederum negative Folgen für uns hat. Bei einer sowieso dünnen Margensituation ist es ein täglicher Kampf, zu überleben. Dies gilt für uns und auch für unsere Kunden. Es bleibt zu hoffen, dass sich langsam die Erkenntnis über den Wert einer Drucksache wieder durchsetzt und nicht nur deren Kosten gesehen werden!

Besteht die Gefahr, dass bisherige Budgets für Drucksachen ins Internet abwandern?

ANDY AMREIN: Das ist nicht nur eine Gefahr für die Zukunft, das ist bereits real. Und die Dunkelziffer, also diejenigen Kunden, die erst gar nicht anfragen, dürfte ganz erheblich sein.

Welche Strategie hilft Euch, die Preiserhöhungen für Eure Kunden möglichst moderat zu halten?

ANDY AMREIN: Gemeinsam mit unseren Partnern vorausschauend denken und handeln ist sicher ein zentrales Element. Alternativen in der Kundenberatung zu suchen, Prozesse weiter zu verschlanken und den Gegebenheiten anzupassen, sind weitere Möglichkeiten, wenn auch kleine. Ansonsten helfen nur noch frühzei-

tige Reservationen oder Einkäufe von Papier und weiteren Materialien für die Produktion, was allerdings wiederum Risiken mit sich bringt und die Flexibilität einschränkt.

Der Digitaldruck profitiert nicht von der aktuellen Lage, da er selbst mit Preiserhöhungen und Verfügbarkeitsproblemen kämpft.

Theoretisch spielt die gesamte Situation dem Digitaldruck in die Hände. Verlagert sich die Produktion von Drucksachen tatsächlich?

ANDY AMREIN: Das Kriterium, welches Druckverfahren eingesetzt werden soll, ist und bleibt die Wirtschaftlichkeit. Die Ausnahme bilden personalisierte Drucksachen. Da die Papierpreise beim Digitaldruck gleichermaßen steigen wie im Offset und wir auch hier mit Verfügbarkeitsproblemen zum Beispiel beim Toner kämpfen, hat sich dieser Trend meiner Meinung nach nicht beschleunigt.

>



e d u b o o k

DRUCK. BERATUNG. LOGISTIK.

ZUSAMMENHALTEN!

Kataloge, Broschüren, Bücher und mehr...

Dienstleistungen für Druckereien!



Gibt es aus Eurer Sicht etwas, was von politischer Seite her unternommen werden könnte, um die extremen Preiserhöhungen abzufedern?

ANDY AMREIN: Die Sensibilisierung und der Fokus auf «Printed in Switzerland» in der Wirtschaft muss vorangetrieben werden und Verhandlungen mit grossen Einkäufern – wie es *viscom* zum Beispiel mit dem *Bund* bereits gemacht hat – müssen vorangetrieben werden. Es sollte auch mehr in den Medien darüber zu lesen sein, wie es beispielsweise die Landwirtschaft tut, um das Verständnis und die Bereitschaft von Preiserhöhungen zu fördern.

Dadurch wird das Papier aber auch nicht preiswerter.

ANDY AMREIN: Im Weiteren müsste international der kartellartige Zellstoffmarkt analysiert werden, um mittelfristig Abhängigkeiten abbauen zu können.

Das ist, glaube ich, auch nur ein frommer Wunsch. Genau wie das Thema «Printed in Switzerland», das mir zunehmend als Verbands-Folklore vorkommt in Zeiten, in denen ohne länderübergreifendes Wirtschaften nichts mehr funktionieren würde. Gerade die Schweiz – ohne eigene Hersteller von grafischem Papier – ist doch auf Importe beim Papier angewiesen. Bei Maschinen, Geräten und Verbrauchsmaterialien ist es ja nicht anders. Also: Ohne Made in Europe ist «Printed in Switzerland» gar nicht möglich und ein Widerspruch in sich selbst.

ANDY AMREIN: Das sind zweierlei Paar Schuhe. In der Schweiz bauen wir auch keine Autos, trotzdem bevorzugen wir einheimische Chauffeure. Aber nicht zu vergessen: Die Sensibilität in der Bevölkerung für lokale Prozesse und regionale Produkte hat stark zugenommen und der Eigenversorgungsgrad beschäftigt die Leute. Einheimisches Schaffen gewinnt dabei automatisch an Bedeutung.

Eine Akzeptanz am Markt für Preiserhöhungen ist bei den Kunden vorhanden, da die Preisspirale ja so gut wie alle trifft.

Trotzdem: Kapselt sich die Schweiz durch dieses «Switzerland First» nicht noch mehr als bisher vom europäischen Markt ab?

ANDY AMREIN: Wir als Schweizer machen uns damit eher unabhängiger. Wozu eine zu starke Abhängigkeit führen kann, ist ja aktuell das grosse Problem der EU. Und die Pandemie hat auch gezeigt, dass jeder Staat als Erstes auf sich schaut. Aber bleiben wir lieber bei dem, was uns als Drucker betrifft.

OK, auch wenn man das Print-Business nicht von der politischen Realität abkoppeln darf. So scheinen die unmittelbaren Unwägbarkeiten des Ukrainekriegs zumindest im Geschäftsleben mittlerweile einer gewissen Kalkulierbarkeit gewichen. Das akute Ausbleiben einiger Worst-Case Szenarien führte bei den Betrieben in Deutschland zumindest zu einer Verbesserung der Geschäftserwartungen. Ist jetzt wirklich schon Entwarnung angesagt oder bleibt die Lage nach wie vor toxisch?

ANDY AMREIN: Um ganz ehrlich zu sein: Wir sind von einer Entwarnung weit entfernt. Die Befürchtungen der Unternehmen werden weiterhin von Materialknappheit sowie den hohen Energie- und Papierpreisen bestimmt. Viele Unternehmen sehen eine bleibende Gefahr von Produktionsausfällen durch eine nicht auszuschliessende Verschärfung von Lieferengpässen und zusätzlichen Kostenbelastungen durch hohe Preise für Verbrauchsmaterialien, Frachtkosten und so weiter. Hier und da werden zwar auch höhere Preise für Druckprodukte durchgesetzt, was aber mittel- und langfristig zu einer Reduktion im Auftragsvolumen oder einer Abwanderung von Aufträgen führen kann. Zusammengefasst: Keine Entwarnung.

Unter welchen Umständen und wann könnte sich die Geschäftslage wieder verbessern?

ANDY AMREIN: Ein Ende des Kriegs in der Ukraine würde sicher für Entspannung sorgen. Und möglicherweise auch ein Ende der Preisspirale bei den Energiekosten. Das Eindämmen der globalen Inflation wäre genauso hilfreich, um Preissteigerungen in allen Produktionsschritten entgegenzuwirken. Es geht also um ein Riesenpaket, das die internationale Politik stemmen muss. Wir haben da aber leider keinen Einfluss.

Papier ist geduldig, sagt der Volksmund. Was ja bedeutet, dass sich vieles niederschreiben lässt, ohne dass dies irgendwelche Konsequenzen hat. Wie lange wird das Papier angesichts dieser Situation noch geduldig bleiben?

Wenn Drucker stellvertretend für das Papier stehen, ist die Geduld vieler bald am Ende. Darüber hinaus sind Papiermangel und unzuverlässige Lieferungen schädlich für die gesamte Druckindustrie. Die Drucksachenbesteller könnten darin ein Zeichen von Unzuverlässigkeit der Branche sehen. Und das, obwohl sie mehrheitlich unverschuldet in diese Situation geraten ist.

Die Zeiten bleiben also herausfordernd. Ich danke Euch beiden für das Gespräch und wünsche trotz aller Widrigkeiten viel Erfolg und vor allem Gesundheit.





Einfach nachhaltig.
Das Druckfarbensystem mit Reinheitsgarantie.

www.pure-inks.com

Ihr Ansprechpartner in der Schweiz:

Epple Druckfarben Schweiz GmbH

Hünikerstrasse 2 | 8442 Hettlingen | Schweiz

+41 52 316 17 33 | info@epple-druckfarben.ch | www.epple-druckfarben.ch

 **PURE**
the nature of ink