erstellt: 08.06.2016
Print & Papier: Totgesagte leben gut

O-Ton: Bettina Knape, Pressesprecherin, Bundesverband Druck und Medien e. V., 10117 Berlin;
G. Andreas Geiger, Bereichsleiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Verband Deutscher Papierfabriken e. V., 53113 Bonn
Länge: 3:13 (divers kürzbar)
Autor: Harald Schönfelder

Info: Die wirtschaftliche Lage der Branchen von Papier & Print wird gerne am Erfolg von Zeitungen und Zeitschriften gemessen. Danach wäre sie mehr als mau. Tatsächlich geht es den Branchen gar nicht so schlecht. Verpackungen, Etiketten und ein Umdenken der Online-Händler sorgen heute für Umsatz. Denn die Händler haben erkannt, dass Werbung für sie vor allem gedruckt wirkt. Kataloge und Magazine von Zalando, Amazon und Co. bringen neue Kunden. Zum Beitrag finden Sie hier auch zwei O-Ton-Pakete mit weiteren Antworten unter anderem zum Thema Karriereaussichten.

Anmoderation: Die Stimmung unter den Ausstellern der drupa ist ziemlich gut. Wer durch die Hallen geht sieht an vielen der Druckmaschinen "Verkauft an ..."-Schilder. Auch beim Drucken selber geht es voran. Ja, Zeitungen und Magazine leiden und verkaufen sich schlechter. Doch Neugründungen, Verpackungen und Etiketten können das ausgleichen. Das wirkt sich auch auf die Berufsaussichten aus.

Beitragstext: O-Ton
Bettina Knape, Pressesprecherin des Bundesverbandes Druck und Medien, spricht hier eine der Boom-Abteilungen an, die es in der Branche gerade gibt. Jede bestellte Ware bekommt ja um die Produktverpackung noch die Versandverpackung, die Versandetiketten, Aufkleber, Rechnung und so weiter. Online und offline finden allmählich zu einem stabilen Verhältnis, denn inzwischen fließt das Geld in beide Richtungen.
O-Ton
Werbung funktioniert vor allem in gedruckter Form und die Druckindustrie funktioniert dank der Werbeaufträge. Über 40 % Anteil am Branchenumsatz hat die Printwerbung in ihren verschiedenen Formen. Und er dürfte zumindest nicht weniger werden. Die neuen Trends heißen Digitaldruck und in seinem Gefolge auch Individualisierung von Werbung.
O-Ton
Neue Ideen und veränderte Geschäftsfelder wie kreative Beratung von Firmen und Werbeagenturen soll den Umsatz wieder steigern. Der ging in der Branche seit der Finanzkrise runter, hoch und wieder runter. Gut, dass gleichzeitig auch Papier und Druckfarben billiger geworden sind. Für das Papier zuständig ist der Verband Deutscher Papierfabriken. Dessen Pressesprecher Andreas Geiger sagt zur derzeitigen Branchenlage:
O-Ton
Während für Zeitungen und Co stetig weniger Papier gebraucht wird, macht Papier für Verpackungen inzwischen fast genau die Hälfte des Verbrauchs aus. Aber auch auf dem Zeitschriftenmarkt tut sich was. Die Branche hat dabei die Neugründungen im Blick. Die erhöhen zwar nicht die Menge, dafür aber die Qualität des gekauften Papiers. Und dann sind da noch die Spezialpapiere. Gedruckte Elektronik und 3D-Druck sind die Schlagworte.
O-Ton
Auch in den Papierfabriken hat die Finanzkrise Spuren hinterlassen. Wie bei den Druckern

geht es seitdem runter, hoch, runter mit der produzierten Menge. Beide Branchen sind sich aber einig: Der derzeitige Optimismus ist nachhaltig und es gibt einen ausgeprägten Fachkräftemangel. Wer nach einer Karriere Ausschau hält, sollte auch bei Papier und Print nachsehen.
Harald Schönfelder, Redaktion ... Düsseldorf

zum Beitrag gehörende mp3-Dateien:

vertont: drupa_16_Wirtschaftslage_Print_und_Papier_BTR.mp3
nur O-Töne: drupa_16_Wirtschaftslage_Print_und_Papier_BTR_unvertont.mp3