

SEPTEMBER 2017 | Henriette Pfeifer & Johannes Warther | Hrsg. Apenberg & Partner

Stresstest bestanden.

Deutsche Drucker sehen gute Zukunftschancen für die meisten Druckmaschinenhersteller.

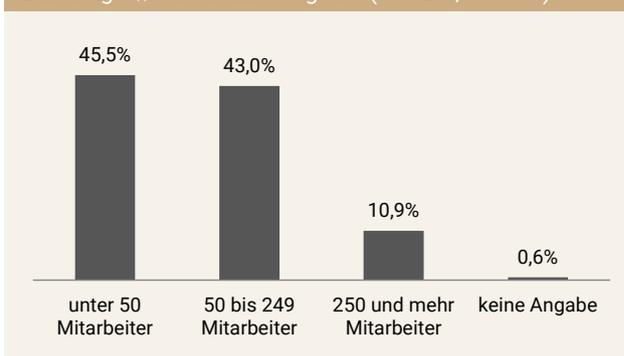
Management Zusammenfassung

Die Hamburger Unternehmensberater Apenberg & Partner haben in einer umfassenden Branchenbefragung die Zukunftsprognose von Deutschlands Druckdienstleistern für Hersteller von Offset- und Digitaldruckmaschinen ermittelt. Fast alle Hersteller schneiden dabei positiv ab. Nur Manroland Sheetfed und Landa bestehen den Stresstest nicht. Während Heidelberger Druckmaschinen den Bogenoffsetmarkt klar dominiert, liefern sich die Digitaldruckmaschinenhersteller ein Kopf-an-Kopf-Rennen. Die wichtigsten Investitionskriterien sind die Qualität der Druckmaschinen sowie Zuverlässigkeit und Qualität des Services. Preis und Markenname spielen hingegen eine untergeordnete Rolle. Deutschlands Drucker zeigen sich zudem sehr investitionsfreudig. Details zu den Ergebnissen finden Sie auf den folgenden Seiten.

Stichprobe und Studienhintergrund

Im Juni und Juli 2017 befragten die Print Business Consultants von Apenberg & Partner Deutschlands Druckdienstleister im Bogenoffset- und Digitaldrucksegment nach ihrer Einschätzung von Wettbewerbsstärke und Zukunftschancen der bekanntesten nationalen und internationalen Druckmaschinenhersteller. 165 Branchenunternehmen haben sich an der Befragung beteiligt. Das Teilnehmerfeld (Abbildung 1) ist repräsentativ für die deutsche Druckindustrie: Ein Großteil der Teilnehmer stammt aus kleinen (45,5 %) und mittelgroßen Unternehmen (43,0 %), ein Zehntel sind Vertreter aus Großunternehmen (10,9 %).

Abbildung 1 // Unternehmensgröße (Gesamt, N = 165)



© Druckmaschinenhersteller im Stresstest | 2017

Die Studie einschließlich all ihrer Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung von Apenberg & Partner unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Projektleitung: Johannes Warther, Management Consultant

Analyse: Henriette Pfeifer, HR Consultant

Apenberg & Partner GmbH
Print Business Consultants
Ulmenstraße 21 | 22299 Hamburg
www.apenberg.de

Hauptprodukte

Knapp 60 Prozent der Teilnehmer kommen aus dem Akzidenzbereich (58,8 %), weitere 15,8 Prozent generieren mehr als 50 Prozent ihres Umsatzes mit Verpackungen und/oder Etiketten (Abbildung 2). Knapp ein Viertel der Befragten (23,6 %) sind Spezialisten bspw. aus dem (Foto-)Buch- und Kalenderdruck, dem Zeitschriften- oder Wochenzeitungssegment oder Dienstleister im Bereich Mailings.

Aktuelle Drucktechnologien

Bei den Befragten handelt es sich zudem um Druckdienstleister, die mehrheitlich sowohl Bogenoffsetdruck als auch Digitaldruck anbieten (77,6 %), weitere 15,2 Prozent sind reine Offsetdrucker und nur 4,2 Prozent reine Digitaldrucker (Abbildung 3).

Abbildung 2 // Hauptprodukte (Gesamt, N = 165)

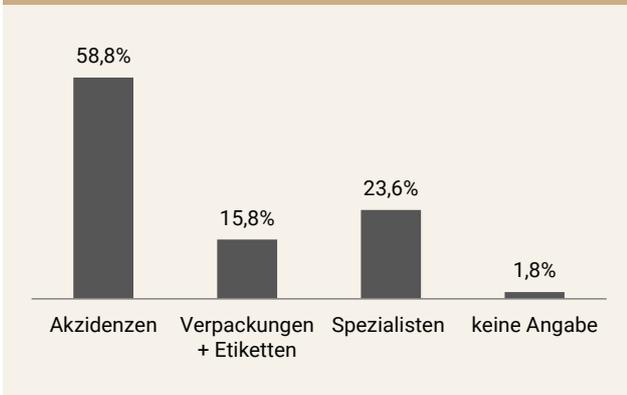
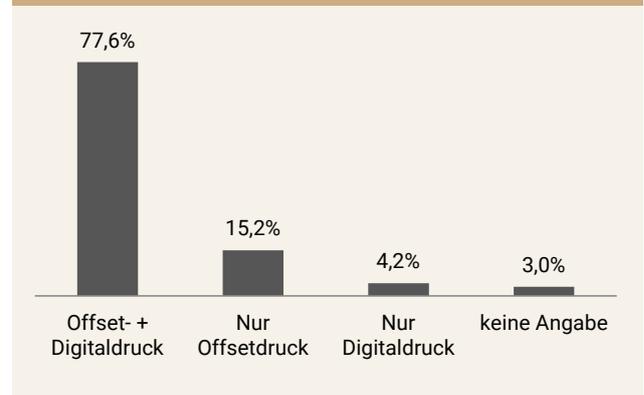


Abbildung 3 // Aktuelle Drucktechnologien (Gesamt, N = 165)



Spezialisten: Bücher, Fotobücher, Kataloge, Kalender, Zeitschriften, Wochenzeitungen, Formulare, Mailings, Flyer, Seminarunterlagen + TechDocs, Onlinegeschäft

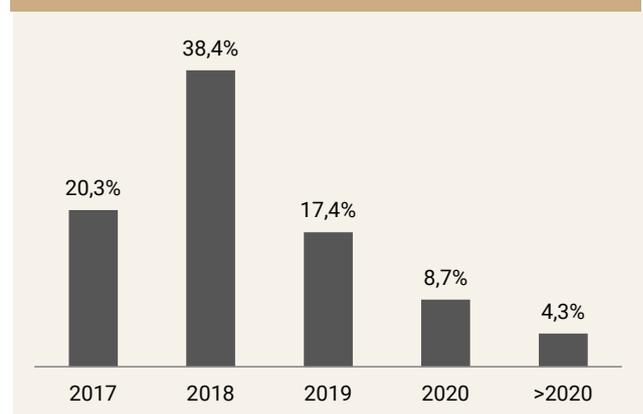
Investitionen

Deutschlands Drucker sind investitionsfreudig: Knapp drei Viertel der Bogenoffsetdrucker (72,5 %, Abbildung 4) planen Investitionen in Offsetdruckmaschinen bis 2020, knapp ein Drittel (30,8 %) will schon im kommenden Jahr investieren. Ähnlich sieht es bei den Digitaldruckern (Abbildung 5) aus: Über 80 Prozent (84,8 %) planen neue Investitionen in Digitaldruck-Equipment bis 2020, knapp 40 Prozent (38,4 %) sogar schon in 2018.

Abbildung 4 // Geplante Investitionen in Offsetdruck-technologie (Offsetdrucker, N = 156)



Abbildung 5 // Geplante Investitionen in Digitaldruck-technologie (Digitaldrucker, N = 138)



Zukunft der Offsetdruckmaschinenhersteller

Über die Hälfte der befragten Bogenoffsetdrucker wird am wahrscheinlichsten in Offsettechnologie von Heidelberger Druckmaschinen investieren (Abbildung 6), KBA belegt den zweiten Platz (26,3 %), gefolgt von Komori auf Rang drei (8,3 %). Deutlich schlechter schneiden Manroland Sheetfed und Ryobi ab (6,4 % und 3,8 %). Mehr als drei Viertel der Offsetdrucker sind davon überzeugt, dass Heidelberger Druckmaschinen, KBA und Komori auch in zehn Jahren noch erfolgreich Druckmaschinen verkaufen werden (Abbildung 7). Für Ryobi sehen 58,3 Prozent der Offsetdrucker gute Chancen, die nächsten zehn Jahre am Markt zu bleiben. Manroland Sheetfed hingegen halten deutlich weniger als die Hälfte (38,5 %) für entsprechend zukunftsfähig.

Abbildung 6 // Investitionspräferenz (Offsetdrucker, N = 156)

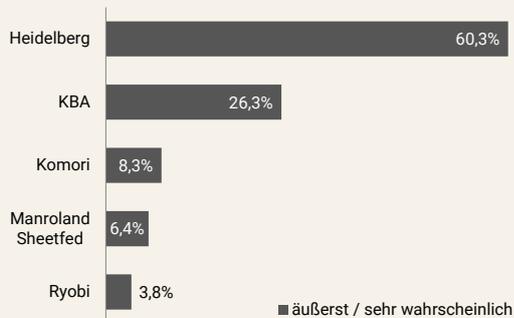
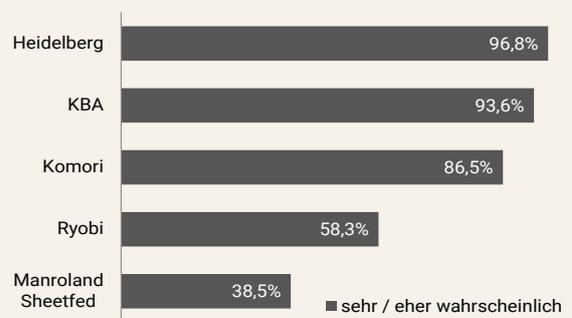


Abbildung 7 // Zukunftsfähigkeit ≥ 10 Jahre (Offsetdrucker, N = 156)



Zukunft der Digitaldruckmaschinenhersteller

Bei den Digitaldruckherstellern gibt es keine vergleichbare Dominanz eines Unternehmens. Am attraktivsten sind derzeit die Technologien von HP und Ricoh (26,8 % und 21,7 %, Abbildung 8), gefolgt von Canon (17,4 %), Xerox (15,9 %) und Konica Minolta (13,8 %). Produkte von Xeikon, Kyocera und Landa kommen für die Befragten kaum als nächste Investition infrage (jeweils unter 5 %). Die Zukunftsfähigkeit der namhaften Lieferanten HP, Canon, Xerox, Ricoh und Konica Minolta sehen mehr als 80 Prozent der Digitaldrucker als gegeben (Abbildung 9). Auch die Zukunft von Xeikon und Kyocera wird von mindestens 50 Prozent der befragten Digitaldrucker für sehr bis eher wahrscheinlich gehalten. Lediglich die Zukunft von Landa scheint vergleichsweise ungewiss (25,4 %).

Abbildung 8 // Investitionspräferenz (Digitaldrucker, N = 138)

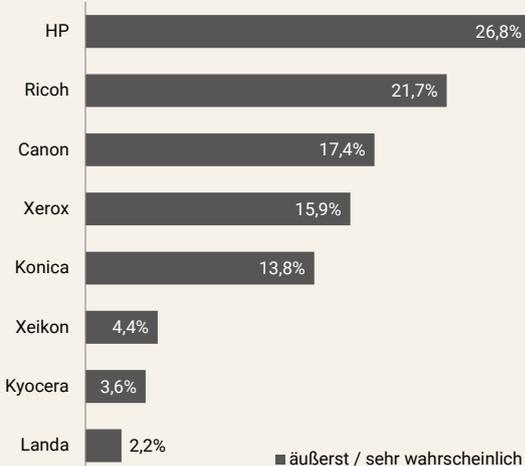
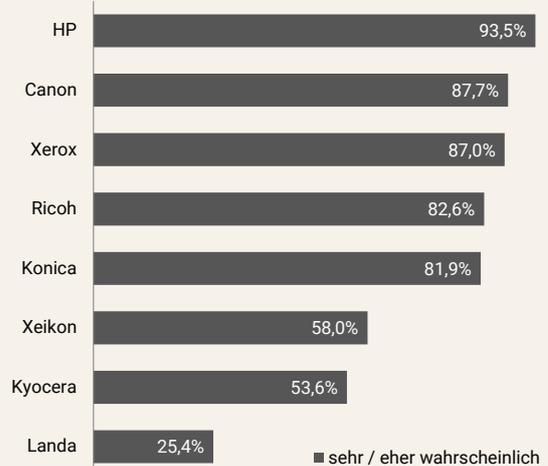


Abbildung 9 // Zukunftsfähigkeit ≥ 10 Jahre (Digitaldrucker, N = 138)



Relevante Kaufkriterien

Bei ihren Investitionsentscheidungen (Abbildung 10) achten die befragten Druckunternehmen vor allem auf die Qualität der Produkte (58,8 %) sowie die Serviceleistungen der Maschinenhersteller (58,2 %). Weniger relevant ist der konkrete Preis: nur ein Fünftel der befragten Branchenunternehmen macht Kaufentscheidungen hiervon abhängig. Die Marke des jeweiligen Druckmaschinenherstellers spielt als Entscheidungskriterium kaum eine Rolle (0,6 %).

Relevante Branchentrends

Mit Blick auf die Zukunft der Druckindustrie (Abbildung 11) erwarten die Branchenunternehmen vor allem eine fortschreitende Automatisierung (93,3 %), rückläufige Auflagenzahlen (89,1 %) und sinkende Produktionspreise (78,2 %). Zudem sehen die Drucker auch eine fortschreitende Medienintegration (73,9 %) und einen Wandel hinsichtlich der Produkt- und Dienstleistungswünsche auf Kundenseite (72,7 %). Als weniger wesentlich werden die weitere Internationalisierung der Märkte und der daraus folgende, stärkere Wettbewerb (47,3 %) eingeschätzt.

Abbildung 10 // Relevante Kriterien beim Kauf von Druckmaschinen und Zubehör (Gesamt, N = 165)

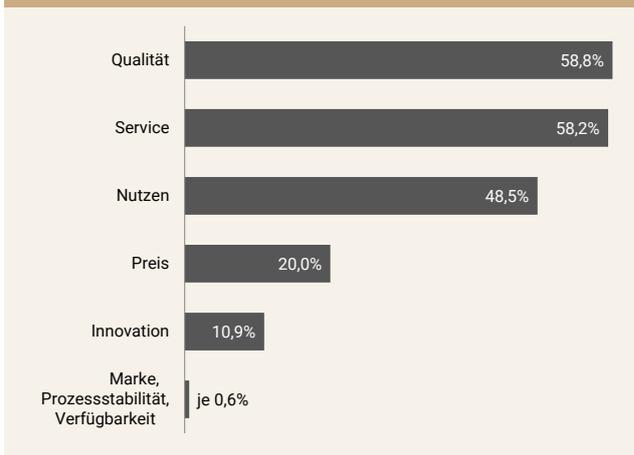


Abbildung 11 // Relevanz von Branchentrends (Gesamt, N = 165)

