



Die Top Ten der deutschen Druckindustrie

Der fünfte und letzte Teil unserer Serie über die heimlichen Sieger der deutschen Druckbranche befasst sich mit der Frage, welche Unternehmen im Bundesgebiet die besten Kennzahlen aufweisen. Das Ergebnis: Die Spitzenreiter erreichen eine durchschnittliche Kapitalverzinsung von über 50 Prozent. **Von Christoph Näpelt**

Wann immer man in diesen Tagen mit Vertretern der Grafischen Industrie über die Geschäftsentwicklung im vergangenen Jahr spricht – in einem Punkt sind sich alle einig: 2009 wird als eines der schwierigsten Jahre seit Kriegsende in die Geschichte der Druckindustrie eingehen. Allein die rund 660 Betriebe mit mehr als 50 Beschäftigten mussten einen Umsatzrückgang von 6,9 Prozent verzeichnen. Die Umsatzentwicklung der übrigen 10.000 Betriebe im Druckgewerbe hingegen bleibt bei dieser Umsatzbemessung unberücksichtigt.

Der tatsächliche Umsatzrückgang dürfte die meisten der Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten wesentlich schwerer getroffen haben. So beklagen eine Vielzahl von Unternehmen Umsatzeinbrüche zwischen zehn und 20 Prozent.

Allein der statistisch dokumentierte Umsatzrückgang von rund sieben Prozent entspricht einem absoluten Umsatzrückgang von rund 1,3 Milliarden Euro. Damit entspricht der Rückgang der Nachfrage nach Leistungen und Produkten des Druckgewerbes annähernd dem durchschnittlichen Umsatzvolumen von tausend Druckereien! Vereinfacht ausgedrückt: Binnen zwölf Monaten verschwand die Nachfrage von rund tausend grafischen Betrieben.

Methode

Für die Marktuntersuchung wurden bundesweit die Kennzahlen der Druckereien, die im elektronischen Bundesanzeiger ihre Jahresabschlüsse veröffentlichten, herangezogen. Analysiert wurden Druckereien, die überwiegend im Bogenoffset-, Digitaldruck- und Siebdruckverfahren produzieren. Die Druckereien wurden für den Kennzahlenvergleich in fünf regionale Gebiete eingeteilt.

Somit wurde der seit 2000 anhaltende Strukturwandel der Druckbranche, der bereits in den zurückliegenden zehn Jahren zu einem Rückgang der Druckbetriebe von 30 Prozent führte, durch die internationale Wirtschafts- und Finanzkrise im letzten Jahr noch einmal beschleunigt.

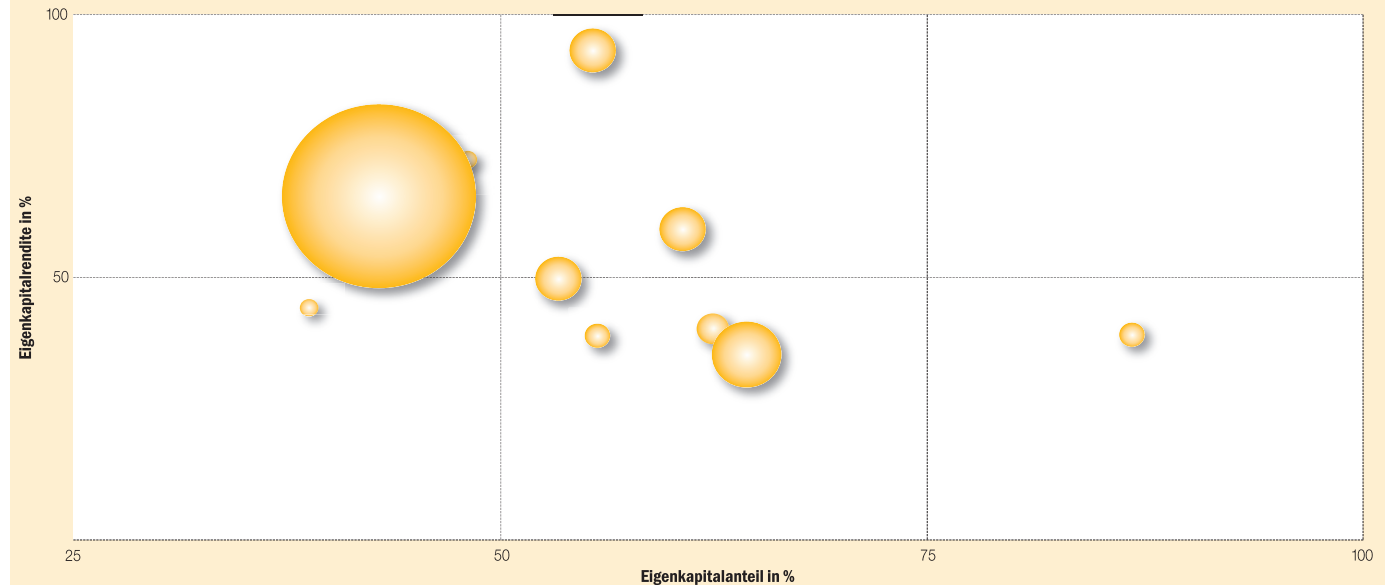
Es kommt nicht auf die Größe an

Scheinbar unbeeindruckt von dieser Branchenentwicklung ist es einigen wenigen Unternehmen gelungen, gegen den Trend weiter zu wachsen. Das Interessante daran: Die Analyse dieser Unternehmen zeigt deutlich, dass Kennzahlen wie Unternehmensgröße, Zahl der Druckwerke oder Breite der Produktpalette und Leistungen nicht entscheidend für den wirtschaftlichen Erfolg sind. Vielmehr scheint ein Kriterium für den nachhaltigen Erfolg entscheidend zu sein: die Konzentration auf die Stärken des Unternehmens.

„Stärke“ bedeutet hier nicht eine singuläre Kraft, sondern die Fähigkeit, alle Kräfte im Unternehmen auf ein Ziel oder ein Zielsystem zu fokussieren. Für den nachhaltigen Erfolg müssen strategische Ausrichtung, Zielkundenbearbeitung, Anfragen- und Angebotsmanagement, Einkauf, Disposition, Produktion und Versand Hand in Hand arbeiten. Nicht zuletzt verfügen die Führungskräfte in diesen Unternehmen über Informationen, die es ihnen ermöglichen, zeitnah die richtigen Entscheidungen zu treffen.

Im letzten Teil unserer Serie über die Hidden Champions im Druckgewerbe wurden aus der Datenbasis der Unternehmensberatung Pier 18 (www.pier18.de) die Hidden Champions sämtlicher

Die Spitzenreiter der Branche



*Basisdaten 2007, ohne Zeitungsdruckereien

Der Bilanzgewinn des jeweiligen Unternehmens wird anhand der Blasengröße dargestellt. Hier bestätigt sich einmal mehr ein Phänomen, das auch in den ersten Teilen der Serie schon offenkundig wurde: Die Unternehmensgröße allein ist – anders als vielfach vermutet – kein zwingendes Kriterium für den wirtschaftlichen Erfolg eines Druckdienstleisters.

Bundesländer in eine separate Auswertung gebracht. Aus diesen deutschlandweiten Top-Unternehmen der Druckindustrie wurden dann in einem weiteren Schritt nur die Unternehmen ausgewählt, die eine Eigenkapitalquote von mehr als 40 Prozent auswiesen und deren Eigenkapitalrendite mindestens zehn Prozent betrug. Diese Spitzenunternehmen wurden dann noch einmal insgesamt nach ihren 2007 erzielten Eigenkapitalrenditen bewertet.

Hohe Eigenkapitalrenditen

Wie in den ersten Teilen der Serie wurden die Kennzahlen Bilanzgewinn, Eigenkapitalquote und Eigenkapitalrendite ermittelt, um den Erfolg der verschiedenen Betriebe transparent zu machen. Bei den na-

tionalen Champions lag die durchschnittliche Eigenkapitalquote bei 56,6 Prozent, die Eigenkapitalrendite betrug im Mittel der Top-Ten-Betriebe 53,5 Prozent. Der durchschnittliche Bilanzgewinn lag – bei einer Schwankungsbreite von 41.000 Euro bis 3,7 Millionen Euro – bei rund 560.000 Euro.

Der Vergleich zu den jeweiligen Top-Ten-Druckereien in den verschiedenen Bundesländern macht noch einmal die außergewöhnliche Performance dieser Spitzenunternehmen deutlich: Die Top-Druckereien in den verschiedenen Regionen mit einem Eigenkapitalanteil von über 40 Prozent erreichen Eigenkapitalrenditen von 16 bis 93 Prozent. Schon diese Renditen sind bemerkenswert, zumal diese Kennzahlen nicht einmalig, sondern

nachhaltig erzielt werden. Die Besten der Besten erreichen eine Verzinsung des eingesetzten Kapitals von durchschnittlich 54 Prozent.

An dieser Stelle sollen die Betriebe nicht unerwähnt bleiben, die mit einem Eigenkapitalanteil zwischen 25 und 40 Prozent ebenfalls zweistellige Renditen erzielen. Allein dies ist schon eine herausragende Leistung in einem Markt, der teilweise unter deutlichen Überkapazitäten leidet.

Zu den absoluten Top-Betrieben der Hidden Champions im deutschen Druckgewerbe zählen die folgende Unternehmen (in alphabetischer Reihenfolge):

- Aumüller Druck GmbH & Co. KG, Regensburg
- CKS Megaprint GmbH, Hamburg

- Lotos Druck GmbH, Dippoldiswalde
- Omniprint GmbH, Freiburg
- Richard Liebenau GmbH, Düsseldorf
- SDW GmbH, Pforzheim
- Stoba Druck GmbH, Lampertswalde
- Trigger Medien GmbH, Berlin
- Union Druckerei Dresden GmbH, Dresden
- Werbe- & Sofortdruck GmbH, Leipzig

Der Autor ist Inhaber der Hamburger Unternehmensberatung Pier 18, die sich auf das mittelständische Druckgewerbe spezialisiert hat. Der Fokus der Beratung liegt auf Strategie, M&A, Vertrieb und Finanzen.