



Die Branchen- Sieger im Westen

Der dritte Teil unserer Serie über die „heimlichen Gewinner“ befasst sich mit der Druckindustrie in Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Hessen und im Saarland. Ein Drittel des insgesamt im Druckgewerbe erwirtschafteten Umsatzes wird in den westlichen Bundesländern, und hier vor allem in Nordrhein-Westfalen, generiert. **Von Christoph Näpelt**

Nahm der Umsatzrückgang im Druckgewerbe in Deutschland in den ersten sechs Monaten des Jahres gegenüber dem Vorjahreszeitraum noch zu, so gehen seit Juli die Umsätze im Vergleich zum Vorjahresmonat weniger stark zurück. Bestätigt wird diese Entwicklung durch die Beurteilung der Geschäftslage in der Druckbranche, die seit August – ausgehend von einem denkbar niedrigen Niveau – kontinuierlich besser eingeschätzt wird. Auch die Entwicklung bei den Werbeeinnahmen in den klassischen Medien zeigt eine vergleichbare Trendumkehr. So werden die Umsatzrückgänge seit Mai dieses Jahres von Monat zu Monat geringer. Die schlimmsten Auswirkungen der Wirtschaftskrise haben die Druckunternehmen also hinter sich gelassen. Dennoch werden die Umsätze im Druckgewerbe 2009 um voraussichtlich sechs bis sieben Prozent zurückgehen.

Auch in den Bundesländern Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Hessen und dem Saarland, die in diesem Teil der Serie beschrieben werden, wird die rückläufige Entwicklung bei den Umsätzen in der Druckbranche dazu führen, dass Unternehmen durch Liquidation, Insolvenz oder Übernahme vom Markt verschwinden. Wie im Bundesdurchschnitt liegt

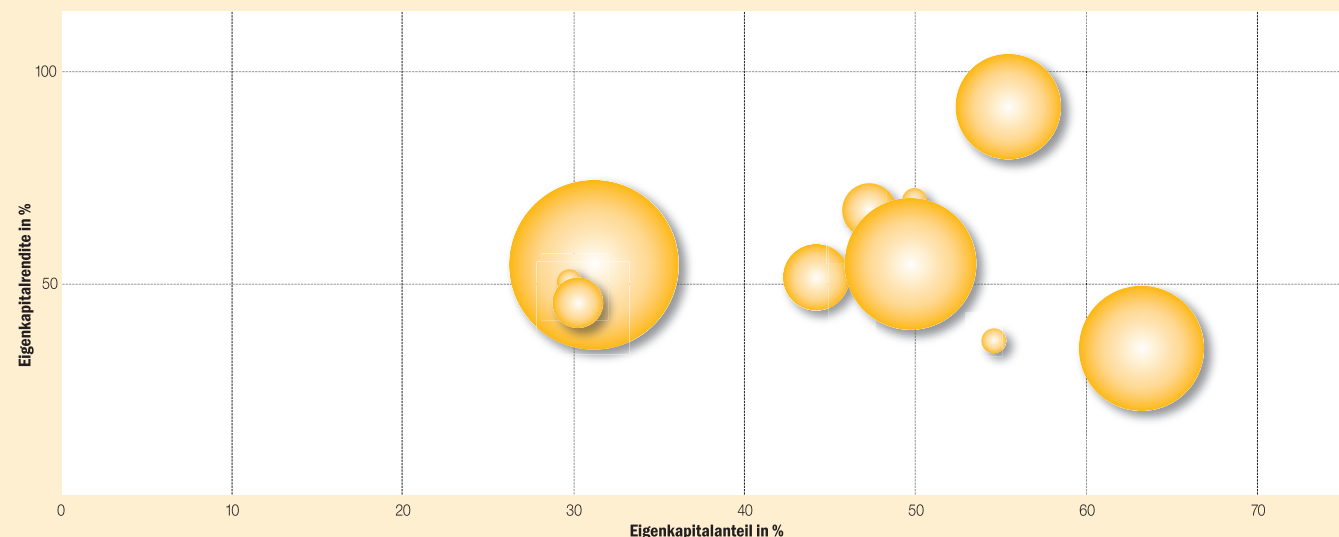
der Anteil der „Hidden Champions“ – also der gemessen an den Kennzahlen Eigenkapital und Eigenkapitalrentabilität erfolgreichsten Druckunternehmen – an der Gesamtheit der Unternehmen des Druckgewerbes auch in diesen Bundesländern zwischen ein bis zwei Prozent.

Größter Umsatz im Ruhrpott

Laut Umsatzsteuerstatistik 2007 waren in den hier analysierten Bundesländern 4.058 steuerpflichtige Druckunternehmen tätig (ohne Zeitungsdruckereien). Ihr Umsatz belief sich auf insgesamt 6,09 Milliarden Euro. Damit werden 33 Prozent des Gesamtumsatzes im Druckgewerbe in diesen vier Bundesländern erzielt. Der durchschnittliche Umsatz je Unternehmen lag in diesen Bundesländern bei 1,5 Millionen Euro pro Jahr, wobei der Umsatz je Unternehmen mit 1,7 Millionen Euro pro Jahr in Nordrhein-Westfalen am größten ist. In Rheinland-Pfalz ist der Umsatz je Unternehmen und Jahr mit 935.000 Euro am geringsten.

Von den insgesamt 4.058 Unternehmen hatten allein 2.333 ihren Sitz in Nordrhein-Westfalen. 920 Druckereien waren in Hessen gemeldet, 717 in Rheinland-Pfalz und 88 Druckereien sind im Saarland tätig. Wählt man den Umsatz pro Kopf, gemessen als das Verhältnis von Druckereiumsatz zur Anzahl der Einwohner des jeweiligen Bundeslandes, als Maßstab für die Wettbewerbsintensität in den Bundesländern, ist diese in Nordrhein-Westfalen mit 230 Euro pro Einwohner am höchsten, im Saarland mit 87 Euro am geringsten. Der Bundesdurchschnitt liegt bei 227 Euro pro Einwohner.

Die Top-Ten-Druckbetriebe in den westlichen Bundesländern, gemessen am Eigenkapital*



*Basisdaten 2007, ohne Zeitungsdruckereien

Der Bilanzgewinn des jeweiligen Unternehmens wird anhand der Blasengröße dargestellt. Hier – wie auch bei den Druckbetrieben in den anderen bislang untersuchten Bundesländern – ist deutlich zu erkennen, dass – anders als allgemein hin angenommen – Größe allein kein Kriterium für den wirtschaftlichen Erfolg sein muss. In dieser Region sind 4.058 steuerpflichtige Druckunternehmen tätig.

Methode

Für die Marktuntersuchung „Hidden Champions im Druckgewerbe“ wurden bundesweit die Kennzahlen der Druckereien, die im elektronischen Bundesanzeiger ihre Jahresabschlüsse veröffentlichen, herangezogen. Analysiert wurden Druckereien, die überwiegend im Bogenoffset und Digitaldruck sowie im Siebdruckverfahren produzieren. Die Druckereien wurden für den Kennzahlenvergleich in fünf regionale Gebiete eingeteilt.

Wie in den vorangegangenen Teilen der Analyse wurden die geprüften Bilanzkennzahlen Eigenkapitalquote, Bilanzgewinn und Eigenkapitalrendite herangezogen, um den wirtschaftlichen Erfolg der unterschiedlichsten Druckereien transparent zu machen. Auf diese Weise wurden die „Hidden Champions“ der Druckindustrie in den westlichen Bundesländern ermittelt. Die Abbildung, die anhand der Blasengröße den Bilanzgewinn der Unternehmen ausweist, zeigt auch für die westlichen Bundesländer, dass Größe allein kein Kriterium für den wirtschaftlichen Erfolg sein muss.

Kleiner Bilanzgewinn im Westen

Lag der Eigenkapitalanteil bei den besten Druckereien in der

Region Norddeutschland bei etwa 45 Prozent und in den östlichen Bundesländern bei 51 Prozent, so liegt die Eigenkapitalquote in den westlichen Bundesländern bei 46,8 Prozent. Die Eigenkapitalrendite der besten Unternehmen liegt bei 25,6 Prozent, die „Hidden Champions“ des Druckgewerbes im Norden Deutschlands weisen eine Eigenkapitalverzinsung von 36 Prozent aus, in den östlichen Bundesländern verzinst sich das Eigenkapital bei den besten Unternehmen mit 27 Prozent. Der durchschnittliche Bilanzgewinn lag in den westlichen Bundesländern im Jahr 2007 bei 184.000 Euro und ist damit deutlich niedriger als bei den nördlichen und östlichen Top-Druckereien mit jeweils rund 300.000 Euro Bilanzgewinn.

Die Eigenkapitalrendite der Top-Ten-Unternehmen in den westlichen Bundesländern weist einen Wert von 56,5 Prozent aus, die „Hidden Champions“ in östlicher Nachbarschaft schaffen 54,5 Prozent. Mit 44,2 Prozent ist der Eigenkapitalanteil in dieser Gruppe gleichauf mit den nördlichen (46,4 Prozent) und östlichen Bundesländern (43,1 Prozent).

Zu den ausgewählten „Champions“ des Druckgewerbes in den westlichen Bundesländern zählen:

- Richard Liebenau GmbH, Düsseldorf
- Altstadt-Druck Dieter Anthöfer GmbH, Dreieich
- Gilbert & Gilbert Gestaltung, Satz + Druck GmbH, Essen
- Heider Druck GmbH, Bergisch Gladbach

- Weide-Homm Druckservice GmbH, Bad Vilbel
- Die Qualitoner Gesellschaft zur Produktion von Druckmedien mbH, Düsseldorf
- Steingass Offsetdruck GmbH, Köln
- Graphische Technik und Druckerei Gesellschaft mbH, Offenbach
- Incentive Medien GmbH, Dortmund
- Scherr Kreativmanagement GmbH, Dortmund

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.