

Branchenbetrachtung

Druckerei-Sterben in Deutschland?

- **Kurzbilanz für die deutsche Druckindustrie Januar bis September 2011**
- **Große Konzerne beherrschen den Markt, kleine Druckereien müssen aufgeben – auch im Online-Bereich**
- **Online-Druckerei Flyerpilot weiter auf Erfolgskurs**

Kurzbilanz für die deutsche Druckindustrie Januar bis September 2011

Die deutsche Druckindustrie ist ein Industriezweig, der von kleinen und Betrieben mittlerer Größe geprägt ist. Aktuell arbeiten in dieser Branche etwa 157.000 Beschäftigte in 10.000 Betrieben. 83 Prozent aller Unternehmen haben weniger als 20 Beschäftigte. Der Branchenumsatz wird für 2011 auf 19,8 Mrd. Euro geschätzt. Die Wirtschaftsentwicklung der deutschen Druckindustrie bleibt auch im Jahr 2011 von der guten Entwicklung der Gesamtindustrie abgekoppelt. Bis September 2011 konnte bei der Produktion zwar um 2,5 Prozent zugelegt werden, beim Umsatz sogar um 5,1 Prozent. An der Gesamtindustrie gemessen, die mit einem Umsatzwachstum von 14 Prozent aufwarten kann, relativieren sich die positiven Ergebnisse allerdings wieder (Quelle: [bvdm](#)).

Werbeverluste im Printbereich – kleine Druckereien haben es schwer

Bei den Bruttowerbeausgaben mussten Zeitungen weitere Werbeverluste hinnehmen. Andere Printprodukte konnten nur leichte Zuwächse verzeichnen. Eine fatale Entwicklung für die Druckbranche: Denn für ihr Produktionsvolumen spielen die Werbeerzeugnisse mit einem Anteil von 63 Prozent eine bedeutende Rolle (Quelle: [bvdm](#)). Mit verbesserten Produktions- und Umsatzergebnissen könnte es im [Drupa](#)-Jahr 2012 für die Druckindustrie wieder leicht aufwärts gehen: Bleiben die Wirtschaftsverhältnisse 2012 stabil oder verbessern sich noch, so schätzt der Bundesverband Druck und Medien einen Umsatzzuwachs für die Druckindustrie von 1,5 Prozent.

Gerade kleine Druckereien haben es schwer. Ihre Wettbewerbsfähigkeit nimmt angesichts der starken Konkurrenz aus dem Netz immer weiter ab. Das ist auch aus den Zahlen herauszulesen, die der Bundesverband Druck und Medien bekannt gegeben hatte: Zwischen 2000 und 2009 ist die Zahl der Betriebe in der Druckindustrie auf 10.301 zurückgegangen, was einen Rückgang um ca. 26 Prozent bedeutet.

Online-Druckereien: Hart umkämpfter Markt

Neben rund 11.400 herkömmlichen Druckereien teilen sich rund 1.400 Online-Druckereien den Markt im Web. Mit rund 243 Millionen Ergebnissen gehört heute das Wort „Flyer“ zu den gefragtesten Suchworten in Google. Nicht ohne Folgen: Die Kosten bei Adword-Schaltungen haben sich bei dem Keyword in den letzten drei Jahren um 100 Prozent erhöht. Das vermittelt einen Eindruck, wie hart umkämpft die Online-Druck-Branche ist.

Dabei herrschte noch vor sieben Jahren wahre Goldgräber-Stimmung: Seit dem Jahr 2005 wurden rund 5.000 Online-Shops für Digitaldruck gegründet. Dahinter standen sowohl klassische Medien- und Kreativagenturen als auch Druckdienstleister, Einzelhändler oder schlicht Internet-Goldgräber. Doch was tun, wenn man heute als kleiner Unternehmer mit dem Niedrig-Preis-Diktat von etwa zwei Dutzend Groß-Druckereien nicht mithalten kann?

Dienstleistung ist Trumpf

88,1 Prozent der Internetnutzer achten beim Einkauf auf das Preis-Leistungsverhältnis, 76,7 Prozent von ihnen sind bereit, für Qualität mehr Geld auszugeben (Quelle: AGOF Berichtsband zur internet facts 2011-12). Dabei ist der Begriff „Qualität“ heute nicht mehr nur auf Produkte bezogen. Nutzer legen beim Online-Shopping auch großen Wert auf Kundenservice.

Die Gründe liegen auf der Hand: Zusätzliche Dienstleistungen von Shop-Betreibern sparen Usern Zeit und Nerven. Bei Online-Druckereien heißt das konkret: Persönliche Betreuung, Hilfestellung bei den Druckdaten und anschauliche Darstellung der Haptik und Optik des Materials. [Flyerpilot](#) stellt etwa seinen Usern im neu gelaunchten Online-Shop professionelle Produktvideos in HD-Qualität sowie erklärende Audiofiles zur Verfügung. Diese beraten Nutzer direkt online zu den diversen Produkten. Ein weiteres Highlight: Viele Produkte sind ab sofort in freien Formaten verfügbar. Der Kunde kann in der Konfiguration sein Wunschmaß individuell eingeben. Das ist ein echter USP im Markt, denn normalerweise sind User an Standardformate gebunden. Auch an Wiederverkäufer hat die Online-Druckerei bei ihrem Kundenservice gedacht - schließlich sollten kleine Unternehmen auch die Möglichkeit haben, die Kapazitäten großer Druckereien zu nutzen und Kundenaufträge weiterzureichen. Den Versand mit neutraler Verpackung können Wiederverkäufer im Flyerpilot Web Shop ganz einfach per Klick festlegen. Somit wird der ausführende Drucker erst gar nicht ins Spiel gebracht. Um kleine Druckereien als Kunden zu gewinnen, garantieren die fränkischen Online-Drucker absoluten Kundenschutz.

Der Servicegedanke bei Flyerpilot geht auf: Das Unternehmen, das sich dieses Jahr bereits im zehnten Betriebsjahr befindet, konnte seinen Umsatz 2011 um 30 Prozent steigern. Auf dem unabhängigen Bewertungsportal eKomi wird Flyerpilot von Nutzern mit 4,7 von fünf möglichen Punkten bewertet.

Flyerpilot: Fakten

Gründung: 2003

Produktionsstandort: Deutschland

Umsatzsteigerung in 2011: 30 Prozent

Anteil des Umsatzes im Ausland: 20 Prozent

Anzahl beliefelter Länder: aktuell 27, in 2012 weltweite Belieferung geplant

Relaunch Web-Shop: Mai 2012

Besonderer Service: Fachkräfte an Hotline, Online-Shop: Webvideos in HD-Qualität, individuelle Auftragsabwicklung, Wiederverkäufer-Service, freie Formate; Mobile Commerce via Flyerpilot App

Internet: www.flyerpilot.de

Social Media Marketing: [Flyerpilot Blog](#), [Facebook Fanpage](#), [YouTube Channel](#), [Twitter](#)