



Es lebe das Papier

DOMINIK FELDGES

Gedruckte Zeitungen und Magazine sind schon oft totgesagt worden, aber ganz wegstreifen lassen sie sich anscheinend doch nicht. Die Pandemie traf die Branche hart, wurden Werbebudgets in vielen Firmen doch radikal zusammengestrichen. Doch jetzt, wo sich die Leute verstärkt wieder in die Läden, in Restaurants oder auf Auslandsreisen trauen, gibt es prompt steigende Umsätze. Es werden vermehrt Anzeigen geschaltet, und auch Beilagen erfreuen sich in Printmedien wachsender Beliebtheit.

Davon profitiert der Schweizer Hersteller CPH, der im luzernischen Perlen eines der letzten europäischen Werke für die Herstellung von Zeitungspapier betreibt. Die Geschäfte der Firma laufen auf einmal so gut, dass sie nicht nur für das erste Semester, sondern für das gesamte laufende Jahr zuversichtlich gestimmt ist. So soll das Betriebs- und Konzernergebnis 2022 einen hohen zweistelligen Millionenbetrag erreichen. Dank der steigenden Nachfrage konnte CPH die Preise jüngst, anders als noch 2021, erhöhen. Hinzu kommt, dass Kapazitäten im bis vor kurzem überversorgten europäischen Papiermarkt beschleunigt reduziert werden. Der finnische Branchenriese Stora Enso hatte Ende März angekündigt, vier seiner fünf Werke in Europa zu veräußern. Dass er für alle einen Abnehmer finden wird, ist nicht anzunehmen.

Zudem profitierte CPH ab Anfang Jahr von einem Streik bei einem weiteren gewichtigen Konkurrenten, UPM. Die Produktion bei dieser ebenfalls finnischen Firma wurde dadurch während 16 Wochen lahmgelegt. Dieser Effekt wird sich nicht wiederholen, doch könnte sich die Strategie von CPH, im Papiergeschäft auszuharren, noch eine Weile lang auszahlen. Je mehr Konkurrenten sich nämlich zurückziehen, desto stärker verspricht die Preismacht der wenigen verbleibenden Anbieter zuzunehmen.