



Papiermangel bringt Verlage unter Druck

Obwohl immer weniger Printmedien konsumiert werden, wird das Zeitungspapier knapp. Eine Entspannung ist nicht in Sicht.



Die Rohmaterialausgaben machen bei Printmedien oft bis zu 20% der gesamten Kostenbasis aus.

FRANK HEINIGER

Die traditionellen Printmedien stehen gehörig unter Druck: Schwindende Leserzahlen und sinkende Anzeigenvolumen sind nur zwei der Herausforderungen, denen sich Verlage weltweit stellen müssen. Das Onlinegeschäft wächst zwar kräftig, reicht aber vielerorts bei weitem noch nicht aus, die Einnahmелücke zu schliessen.

Umso erstaunlicher mutet es an, dass die Branche gegenwärtig von einem weiteren Problem geplagt wird – dem akuten

Mangel an Zeitungspapier. Unter anderem gab jüngst etwa der «Tagesanzeiger» bekannt, über die kommenden zwei Wochen den Publikationsumfang durchschnittlich um vier Seiten zu reduzieren.

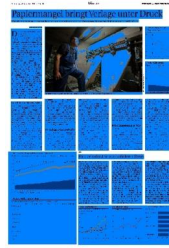
Die bereits seit einigen Monaten angespannte Versorgungslage hat sich wegen einem Feuer in einer polnischen Fabrik des US-Papiergiganten International Paper Mitte März weiter akzentuiert. Das schlägt sich in der Preisentwicklung nieder: Nach einem fast stetigen Rückgang seit 2012 sind die europäischen Zeitungspapierpreise in den letzten Wochen nach

oben geschossen (vgl. Grafik 1).

Dieser Anstieg schmerzt die Verlage durchaus. Denn die Rohmaterialausgaben (vor allem für Papier) machen in der Regel bis zu 20% der Kostenbasis aus – was nur geringfügig unter dem Personalaufwand der Redaktion liegt (rund 25%).

Deutlicher Strukturwandel

Doch was sind die Auslöser dieser Knappheit? Der Hauptgrund ist in der Restrukturierung der globalen Papierbranche zu finden (vgl. Textbox unten). Jahrelang litten die Wettbewerber an Überkapazitäten,



die spürbar auf der Profitabilität lasteten. Als Gegenmassnahme wurden inzwischen viele Fabriken geschlossen respektive die Fertigung auf einträglichere, höhermarginige Segmente verschoben.

Ein Blick auf die Entwicklung seit der Finanzkrise macht diesen Strukturwandel deutlich: Noch 2010 lag der globale Jahresbedarf für Zeitungspapier bei über 32 Mio. Tonnen pro Jahr. Inzwischen hat er sich um ein Drittel auf knapp 20 Mio. verringert. Der Abwärtstrend ist dabei in allen Regionen erkennbar (vgl. Grafik 2).

Parallel dazu haben Verpackungsmaterialien wie Wellkarton für Produzenten weiter an Attraktivität gewonnen. Entwicklungen wie das starke Wachstum des E-Commerce – mit Heimlieferung per Post – dürften die Nachfrage über die nächsten Jahre ankurbeln.

Grosses Potenzial wird auch den Hygienepapieren zugestanden – also Küchen- und Toilettenpapier oder Taschentücher. Mit einer jährlichen Expansionsrate von 3,5% hat die Produktgruppe seit 2010 alle anderen Marktsegmente hinter sich gelassen (vgl. Grafik 3). Als Treiber wirken hier – gerade in den Schwellenländern – die Urbanisierung sowie das Wachstum einer konsumkräftigen Mittelschicht.

US-Verlage in der Bredouille

Mit dem Preisanstieg von Zeitungspapier haben gegenwärtig auch diverse amerikanische Verlage zu kämpfen. Zwar wurzelt das Problem wie in Europa in den stetig gesunkenen Produktionskapazitäten. Die vor kurzem eingeführten Strafzölle auf Importe aus Kanada haben das Fass allerdings zum Überlaufen gebracht – liefert der nördliche Nachbar doch gegenwärtig rund 75% des in den USA verbrauchten Zeitungspapiers.

Ausgelöst hat den Handelskonflikt die North Pacific Paper Company (Norpac), ein US-Papierproduzent, der sich im Besitz des Hedge Funds One Rock Capital Partners befindet. Im letzten August reichte das Unternehmen beim US-Han-

delsministerium eine Klage gegen die kanadischen Konkurrenten ein. Diese würden – so der Vorwurf von Norpac – gleich auf mehreren Ebenen von staatlichen Subventionen profitieren. Das erlaube es ihnen, auf dem amerikanischen Markt mit Dumpingpreisen aufzutreten, die aus der Reichweite der US-Wettbewerber lägen.

Anfang Jahr traten die Behörden nun tatsächlich auf die Beschwerde ein und belegten die Papiereinfuhren aus Kanada mit einem Strafzoll von 4,4 bis 9,9%. Im März wurden die Abgaben zusätzlich um bis zu 22 Prozentpunkte erhöht. Laut Paul Boyle, Vertreter der Branchenorganisation News Media Alliance, kommen so auf grössere Zeitungen Mehrausgaben von bis zu 3 Mio. \$ pro Jahr zu. Breiter aufgestellte Verlage können solche Kosten zwar stemmen – kleinere Wettbewerber dürften aber in finanzielle Schwierigkeiten geraten.

Ein Umschwenken auf lokale Lieferanten stelle dabei keine Option dar. Über die letzten Jahre haben viele US-Papierfabriken ihre Tätigkeit eingestellt. Selbst wenn alle verbliebenen Produktionsstätten auf Maximalkapazität liefen, würde das nur rund 60% des Binnenbedarfs abdecken.

Keine Entspannung in Sicht

Bereits haben diverse Lokalblätter Notmassnahmen angekündigt – darunter etwa, den Umfang und den Veröffentlichungsrhythmus der Publikationen zu verringern, die Preise zu erhöhen oder Mitarbeiter zu entlassen. Zwar wird die International Trade Commission spätestens im September über die Rechtmässigkeit der Zölle entscheiden. Bis dahin dürfte an den Abgaben aber festgehalten werden. Damit verschärft sich die schwierige Lage der Printmedien weiter: Allein seit 2000 hat sich die Zahl der Beschäftigten in der US-Zeitungsindustrie um rund zwei Drittel auf 150'000 verringert.

Ganz allgemein ist sowohl in den USA als auch in Europa nicht mit einer raschen Entspannung zu rechnen. Laut Medienportal Meedia rechnet etwa der Bundes-

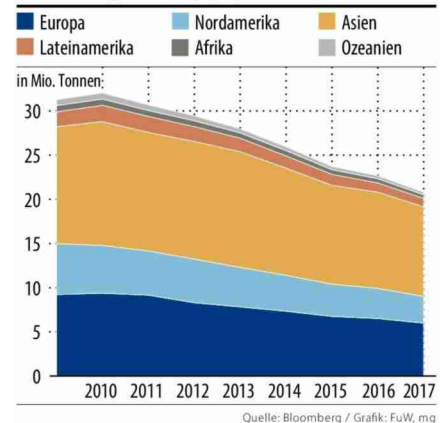
verband Deutscher Zeitungsverleger damit, dass die Preise für Zeitungspapier weiter zulegen. Angesichts der negativen Branchenaussichten werde die Industrie kaum mit einem Aufbau von Fertigungskapazitäten antworten – den höheren Notierungen zum Trotz. Zudem dürften sich parallel dazu Inputfaktoren wie Energie und Altpapier ebenfalls verteuern.

Eine ähnliche Prognose stellt auch das Beratungsunternehmen McKinsey auf: Über die kommenden Jahre werden Segmente wie Verpackung und Hygiene kräftig expandieren – vor allem in Regionen wie Asien und Lateinamerika. Die Nachfrage nach Zeitungspapier dürfte weltweit aber weiter sinken (vgl. Grafik 4).

1 Preise Zeitungspapier Europa

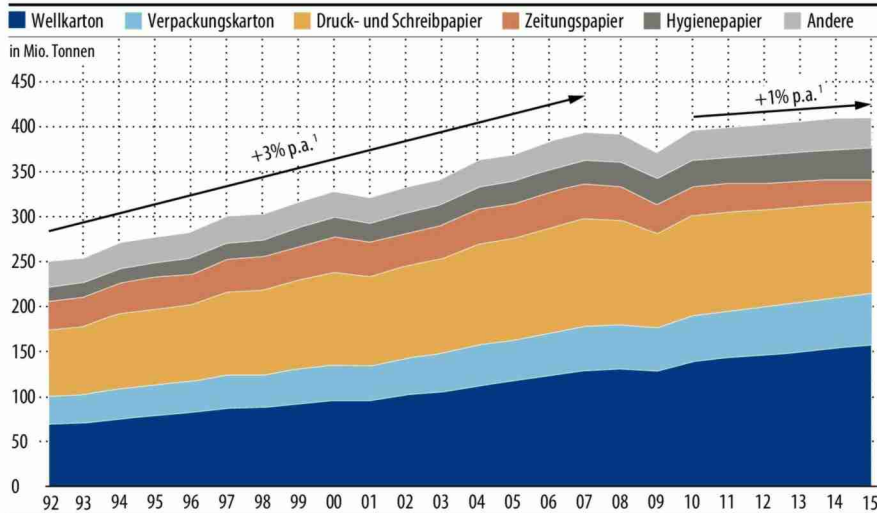


2 Nachfrage Zeitungspapier





3 Nachfrageentwicklung im globalen Papier- und Kartonmarkt



1) Durchschnittliche Wachstumsrate pro Jahr 1992 bis 2007 respektive 2010 bis 2015

Quelle: RISI / Grafik: FuW, mg

4 Prognostizierte Nachfrageentwicklung

Jährliches Nachfragewachstum 2016 bis 2021: ■ mehr als 2% ■ 0% bis 2% ■ unter 0%

	Japan	Westeuropa	Nordamerika	China	Asien ¹	Osteuropa	Lateinamerika
Produktgruppen							
Hygienepapier							
Mechanisches Papier							
Zeitungspapier							
Holzfreies Papier							
Kraftpapier							
Verpackungskarton							
Wellkarton							

1) ohne Japan und China

Quelle: McKinsey / Grafik: FuW, mg



Papierindustrie auf soliderer Basis

Nach einigen harzigen Jahren steht die globale Papierindustrie wieder auf deutlich soliderem Fundament. **Der Abbau von Überkapazitäten sowie die Fokussierung auf höhermarginige Produktsegmente haben die Profitabilität deutlich gesteigert.**

Die besseren Geschäftsaussichten spiegeln sich auch am Aktienmarkt. **So haben sich die Notierungen wichtiger Branchenvertreter wie Stora Enso oder Sappi deutlich von ihren Tiefst gelöst** (vgl. Grafik 5). Auch der Branchenindex MSCI World Paper & Forest Products hat sich seit Anfang 2016 mehr als verdoppelt (vgl. Grafik 6).

Die globale Papierindustrie ist allerdings ziemlich heterogen, was allgemeingültige Aussagen erschwert. Viele Wettbewerber sind unterschiedlich stark in den einzelnen Marktsegmenten präsent und produzieren meist eine breite Palette an Produkten – von Hygienepapier bis hin zu Verpackungen.

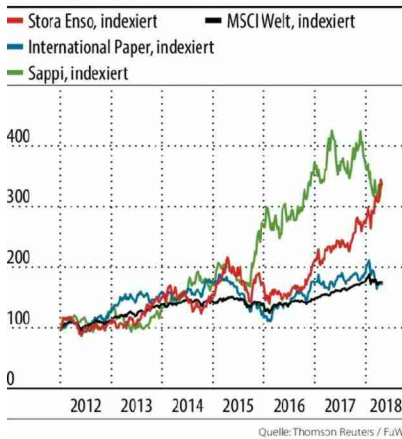
Gemessen am Umsatz im Papiersegment führen die Unternehmen Stora Enso (Finnland/Schweden), Nippon Paper (Japan), International Paper (USA) und Sappi (Südafrika) die globale Rangliste an. **Sappi trat in den letzten Monaten auch in der Schweiz in Erscheinung, als sie der traditionsreichen Cham Paper das Spezialpapiergeschäft abkaufte.** Unter dem Namen Cham Group konzentriert sich die Gesellschaft nun auf das Immobiliengeschäft.

Der weltweit grösste Hersteller von Zeitungspapier ist Resolute Forest Products. Das kanadische Unternehmen mit Sitz in Montréal, das früher unter AbitibiBowater firmierte, weist gegenwärtig eine Produktionskapazität von rund 1,8 Mio. Tonnen auf, was ungefähr 8% der globalen Kapazität entspricht. Damit liegt das Unternehmen knapp vor Norske Skog (Norwegen) und UPM-Kymmene aus Finnland (vgl. Grafik 7).

Eine Flurbereinigung hat über die vergangenen Jahre auch in der Schweizer Papierindustrie stattgefunden. Im letzten Herbst musste etwa die Papierfabrik Utzenstorf ihre Pforten schliessen. Die dadurch erzielte Kapazitätsverringering kommt nun dem einzig verbliebenen Zeitungspapierhersteller CPH (Chemie+Papier Holding) zugute, dessen Marktanteil in der Schweiz von etwa 30 auf 50% steigen dürfte.

Vorteilhaft wirkt sich für CPH gleichzeitig auch aus, dass man von Utzenstorf die Altpapieraufbereitung übernehmen konnte. Damit hat sich die Abhängigkeit vom internationalen Altpapiermarkt reduziert, der vergangenes Jahr auf den Margen lastete. **Die deutlich besseren Aussichten sind den Anlegern nicht verborgen geblieben: Gegenüber dem Jahresbeginn notieren die Valoren von CPH rund 40% im Plus** (vgl. Seite 17).

5 Bedeutende Produzenten



6 Branchenentwicklung



7 Produktionskapazitäten Zeitungspapier

