

**Herbstbefragung Verlage und Druckereien
November 2004***

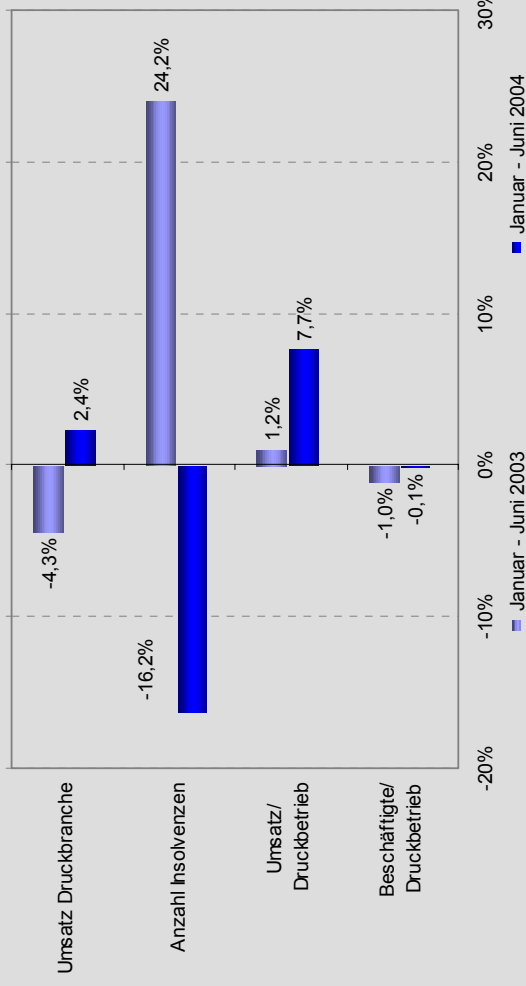
*92 Verlage und Druckereien wurden im Oktober und November 2004 telefonisch befragt

Gliederung

- Die Druckbranche 2004
- Die Verlagsbranche 2004
- Ergebnisse der Herbstbefragung
- Unternehmensprofil Apenberg+Partner
- Kontakt

Die Druckbranche im 1. Halbjahr 2004

- 2004 Umsatzwachstum 2,4%
- Rückgang der Insolvenzen auf 155 (Vorjahreszeitraum 185)
- Strukturwandel hält an: 5% weniger Druckereien als 2003
- Umsatz je Betrieb nimmt mit 7,7% deutlich zu
- Überproportionaler Umsatzrückgang und Personalabbau bei Zeitungsdruckereien



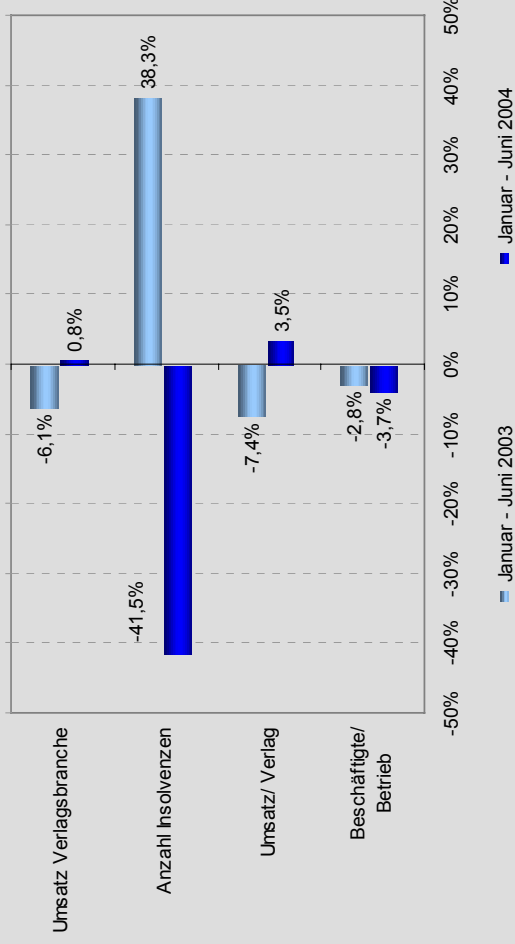
Erstmals seit drei Jahren verzeichnet die Druckbranche wieder Umsatzzuwächse. Die Anzahl der Betriebe und Beschäftigten geht jedoch weiter zurück: Damit zeichnet sich eine positive Trendwende in der Phase des Strukturwandels der Branche ab.

Trends in der Druckbranche

- Kapazitätsauslastung steigt um 1,4%-Punkte auf 82,5%
- Investitionen gehen weiter zurück, mit -5% jedoch nicht mehr so stark, wie in den Vorjahren (-10%)
- Umsätze mit Geschäftsberichten, Endlosformularen und Kalendern und Karten gehen überproportional zurück
- Umsätze mit Wertpapieren, Adress- und Telefonbüchern sowie Wochen- und Sonntagszeitungen verzeichnen ein überdurchschnittliches Wachstum
- Kooperationen und Zusammenschlüsse von Druckereien
- Digitaldruck etabliert sich

Die Verlagsbranche im 1. Halbjahr 2004

- 2004 stabiler Umsatz +0,8%
- Rückgang der Insolvenzen auf 38 (Vorjahreszeitraum 65)
- 2,6% Betriebe weniger als 2003
- Umsatz je Verlag steigt um 3,5%
- 18 Zeitungsverlage weniger als 2003, Anzahl der Beschäftigten und geleistete Arbeitsstunden gehen hier am stärksten zurück
- Zeitschriftenverlage erreichen Umsatzplus (+2,5%) bei Beschäftigungsrückgang (-6,3%)

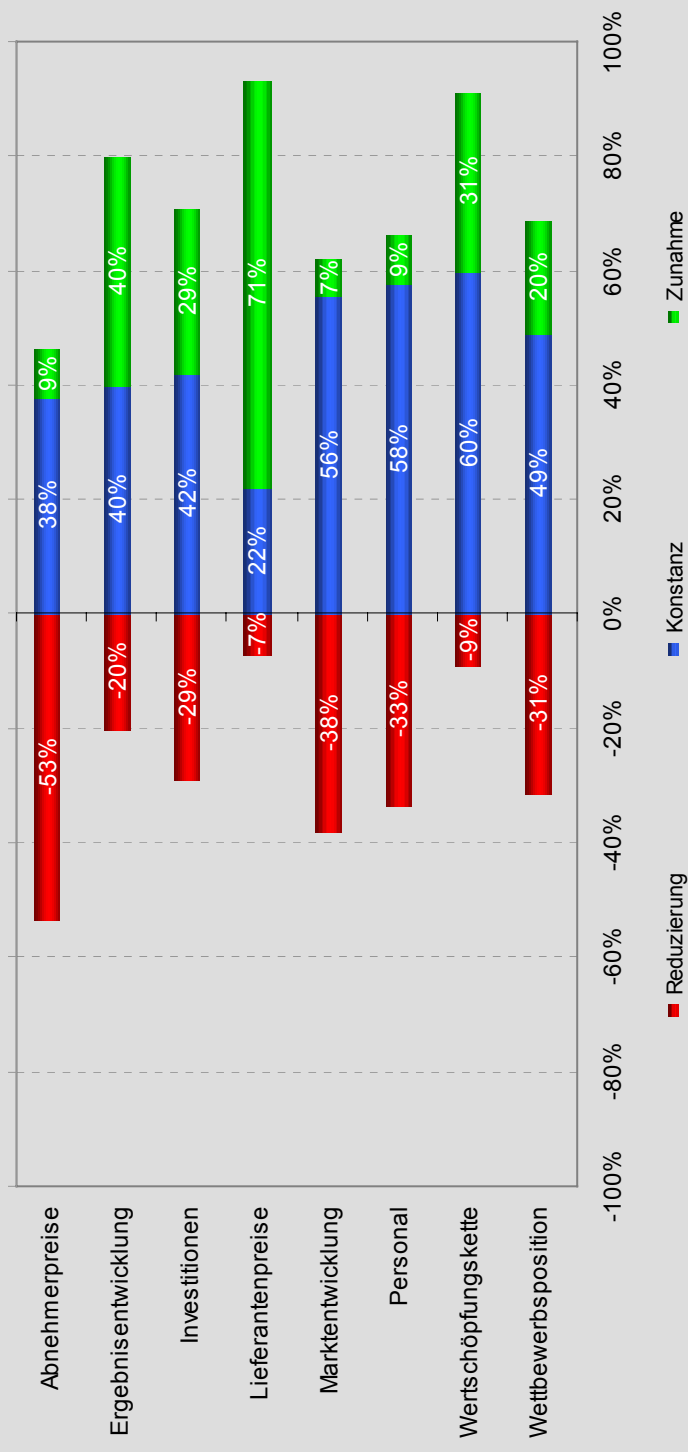


Während die Buch- und Zeitschriftenverlage ein Umsatzwachstum erzielen, sind die Erlöse bei den Zeitungsverlagen rückläufig. Diese bauen auch stärker als die anderen Verlage ihr Personal ab (-7%).

Trends im Verlagswesen

- Anzeigenvolumen stabilisiert sich, der Preisdruck nimmt weiter zu
- Outsourcing von Funktionen und Straffung der Prozesse
- Konsolidierungsprozesse auf dem deutschen Markt
- Ausbau der Auslandsmärkte
- Fusionen und Kooperationen

Ergebnisse der Herbstbefragung 2004: Erwartungen der Druckereimanager für 2005

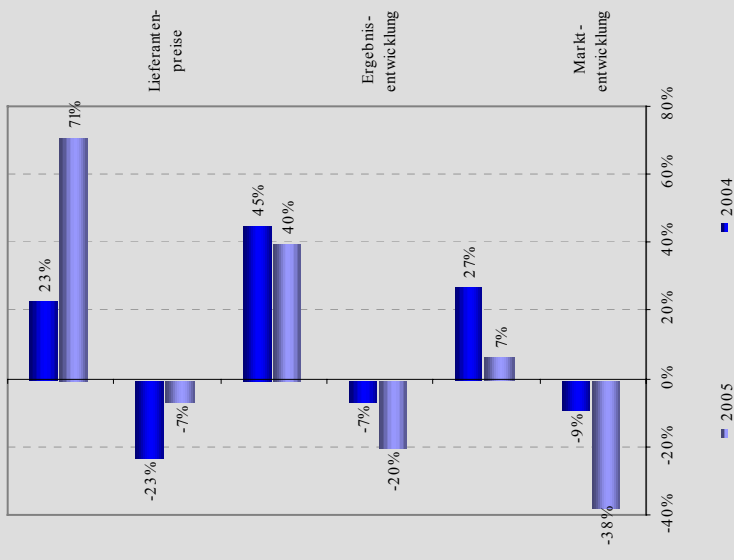


Beschreibung der Ergebnisse: Druckbranche

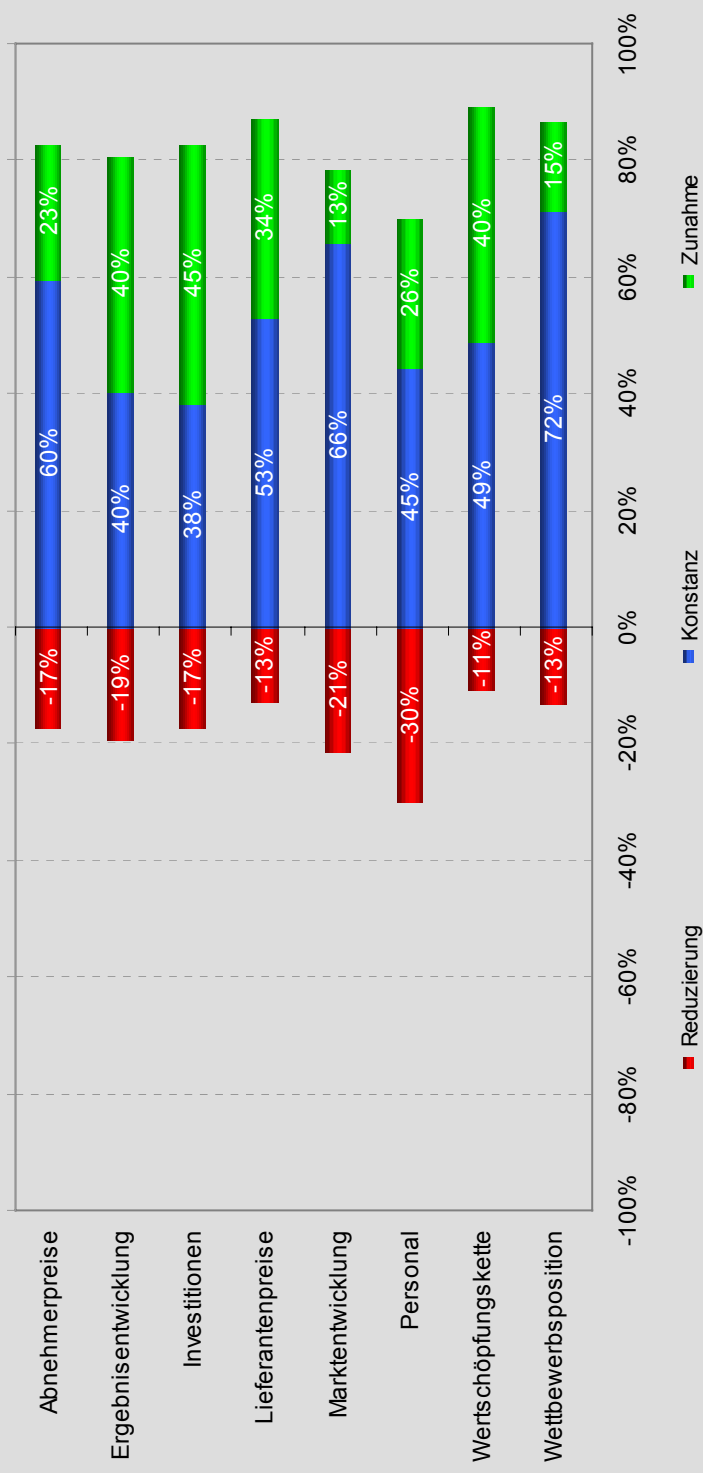
- Hinsichtlich der allgemeinen Marktentwicklung rechnen nur 7% der befragten Manager für das kommende Jahr mit einer Verbesserung.
- 31% der Befragten gehen davon aus, dass sich ihre Wettbewerbsposition verschlechtern wird.
- 90% der Druckmanager wollen ihre Fertigungstiefe in der Wertschöpfungskette erhalten oder sogar ausbauen.
- 53% der Druckereien rechnen mit weiter sinkendem Preisniveau für die eigenen Leistungen und Produkte.
- 71% der Befragten rechnen mit Preiserhöhungen bei ihren Lieferanten
- Dennoch, so schätzen 80%, werden sie das Ergebnis halten oder sogar noch verbessern können.
- 30% der Unternehmen gaben an, im kommenden Jahr die Investitionen und den Personalstand weiter zu reduzieren, nur 9% der befragten sehen hier eine Zunahme.

Vergleich der Erwartungen 2004 und 2005: Druckbranche

- Während im Herbst 2003 noch 23% der Befragten mit sinkenden Einkaufspreisen rechneten, erwarten dies nur noch 7% für 2005. Umgekehrt gehen 71% von steigenden Einkaufspreisen im kommenden Jahr aus. Für 2004 erwarteten nur 23% einen Anstieg der Einkaufspreise.
- Erwarteten für 2004 noch 45% der Druckereimanager eine positive Ergebnisentwicklung, so erwarten dies nur noch 40% für das kommende Jahr. Auch rechneten nur 7% der befragten Druckereien für 2004 mit einer negativen Ergebnisentwicklung, für 2005 sind es 20%.
- Rechneten für 2004 noch 27% der Druckmanager mit einer positiven Marktentwicklung, tun dies für 2005 nur noch 7%. Gleichzeitig rechnen 38% mit einer negativen Marktentwicklung für 2005, für 2004 gaben dies 9% an



Ergebnisse der Herbstbefragung 2004: Erwartungen der Verlagsmanager für 2005

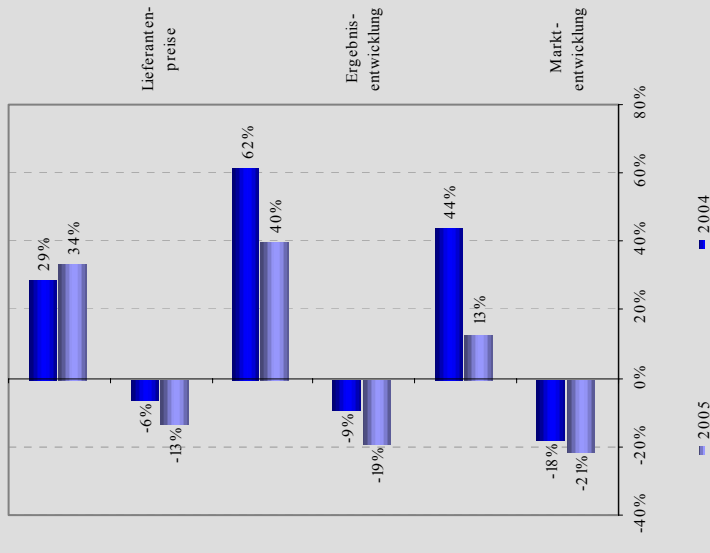


Beschreibung der Ergebnisse: Verlage

- 13% der befragten Verlagsmanager rechnen mit einer positiven Marktentwicklung, 21% der Befragten erwarten ein schwieriges Marktumfeld.
- Die Mehrzahl der Befragten will ihr Investitionsniveau halten (38%) bzw. wieder stärker investieren (45%).
- 30% der befragten Verlage gaben an, weiter Mitarbeiter abzubauen, 25% der Unternehmen wollen wieder Mitarbeiter einstellen.
- 34% der Verlagsmanager gehen von steigenden Preisen im Einkauf aus, 13% rechnen mit sinkenden Einstandspreisen.
- 80% der befragten Unternehmen rechnen damit im kommenden Jahr ihr Ergebnis zu halten (40%) oder zu verbessern (40%).

Vergleich der Erwartungen 2004 und 2005: Verlage

- Rechneten im Herbst 2003 noch 6% der Befragten mit sinkenden Einkaufspreisen, erwarten 13% diese Entwicklung für 2005. 34% gehen davon aus, dass die Einkaufspreise in 2005 anziehen. Für 2004 erwarteten 29% einen Anstieg der Einkaufspreise.
- Erwarteten für 2004 noch 62% der Verlagsmanager eine positive Ergebnisentwicklung, so erwarten dies nur noch 40% für das kommende Jahr. 9% der Verlage rechneten für 2004 mit einer negativen Ergebnisentwicklung, für 2005 sind es 19%.
- Rechneten für 2004 noch 44% der Verlage mit einer positiven Marktentwicklung, tun dies für 2005 nur noch 13%. Mit 18% (2004) und 21%(2005) erwartet in etwa der gleiche Anteil an Verlagsmanagern wie im Vorjahr eine schwierigere Marktentwicklung.



Apenberg+Partner: Veränderung braucht Partner

- Apenberg+Partner wurde 1987 gegründet und ist heute eine der führenden Unternehmensberatungen der Medien und Druckindustrie.
- Zu unseren Klienten zählen Verlage, Druckereien und Konzerne der grafischen Zulieferindustrie.
- Unsere Auftraggeber sind Beiräte, Aufsichtsräte, Inhaber, Geschäftsführer und das Management der Unternehmen.

- Unsere Standorte:

- Hamburg
- Meißen



Apenberg+Partner: Geschäftsfelder

■ Branchenanalysen

Mit qualifizierten Branchenanalysen zeigen wir Marktentwicklungen und Markttrends frühzeitig auf und schaffen so die Grundlage für richtige unternehmerische Entscheidungen.

■ Strategieberatung

Mit unseren Kunden erarbeiten wir Unternehmensstrategien und setzen diese erfolgreich um.

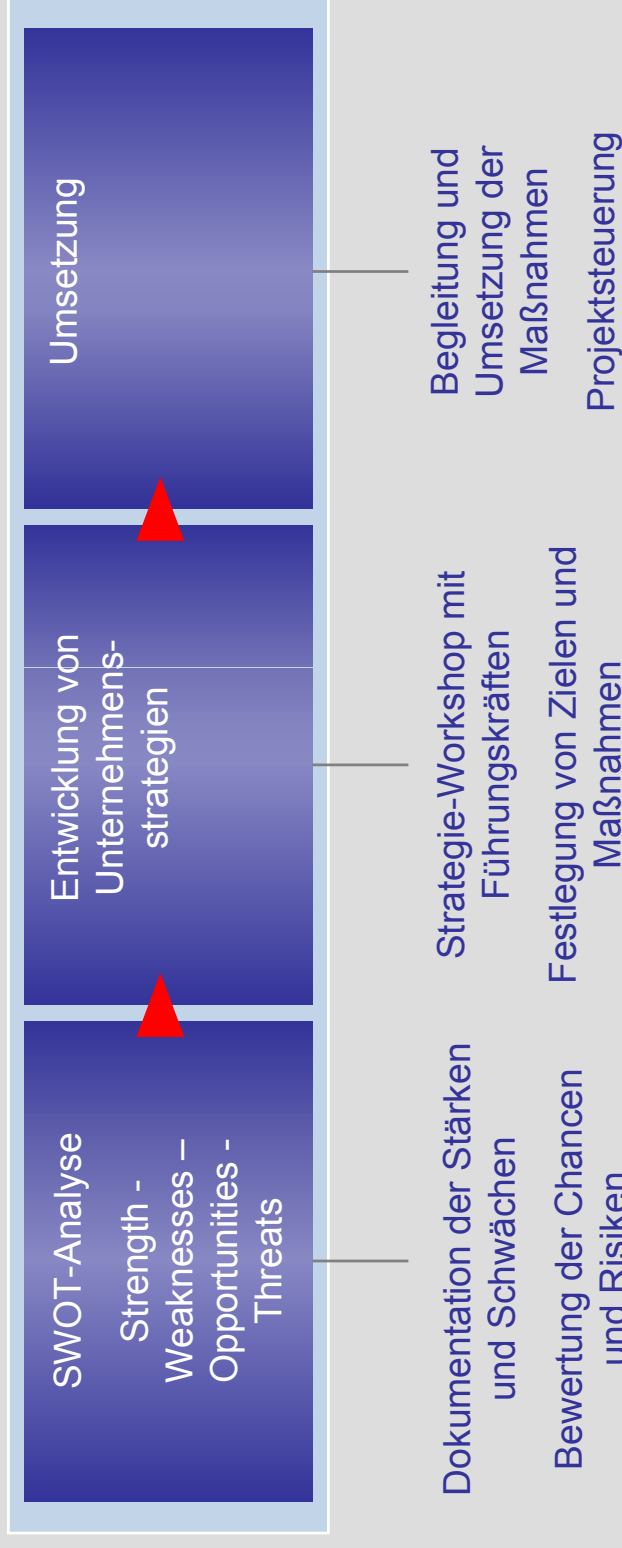
■ Personalberatung

Unsere Personalberater besetzen Führungspositionen der ersten und zweiten Führungsebene und vermitteln bei der Unternehmensnachfolge.

■ Medienprozessberatung

Mit der Medienprozessberatung erarbeiten wir Lösungen, wie sich administrative Herstellungsprozesse in Marketingorganisationen effizienter gestalten lassen. Die Ergebnisse lassen sich in Kosten- und Zeitersparnissen messen.

Strategie und Umsetzung



“Strategie ist die Fähigkeit, alle Ressourcen des Unternehmens so zu entwickeln und einzusetzen, dass ein langes und profitables Wachstum gesichert wird.”

Kontakt

Apenberg+Partner GmbH, Hamburg

Ulmenstraße 21

22299 Hamburg

Tel.: ++49 (0) 40 450 121-0

Fax: ++49 (0) 40 450 121-20

www.apenberg.de

Ihr Ansprechpartner:

Michael Apenberg

Geschäftsführer

Tel.: ++49 (0) 40 450 121-11

E-Mail: m.apenberg@apenberg.de



Ihr Ansprechpartner:

Christoph Schlutz

Management Consultant

Tel.: ++49 (0) 40 450 121-33

E-Mail: schlutz@apenberg.de

