

22 september 2016

Export door drukkerijen neemt flink toe

Eén zwaluw maakt geen zomer. Toch is de omzetgroei van 1,3% van drukkerijen in 2016 tot nu toe opmerkelijk. In het tweede kwartaal groeide zelfs voor het eerst sinds eind 2007 de binnenlandse omzet weer. De totale productie zal dit jaar toenemen. Dat komt mede door de Nederlandse concurrentiepositie; wij verwachten een groei in export van drukwerk van 5% over 2016. Ook zijn er enkele kansrijke groeimarkten, waaronder de zeer efficiënt opererende 'internetdrukkerijen'. Aan de andere kant hebben traditionele, verouderde drukkerijen het zwaar. Naar verwachting neemt de werkgelegenheid door prijsdruk en verdere automatisering verder af en moeten traditionele drukkerijen fuseren om een vuist te maken.

Digitalisering laat sporen na

De digitalisering van de samenleving heeft bijna nergens zo hard toegeslagen als in de grafische sector. Sinds het uitbreken van de crisis verdwenen 860 drukkerijen, verdampte 37% aan omzet en verdwenen tienduizend banen in de branche.

Er is een overcapaciteit aan drukpersen, en grote prijsdruk. Vooral traditionele drukkerijen met verouderde machines zitten in de hoek waar de klappen vallen. Zij kunnen de vervangingsinvesteringen niet bekostigen, en kampen vaak met problemen rond bedrijfsopvolging. Het gaat vaak om kleine bedrijven.

Positieve signalen

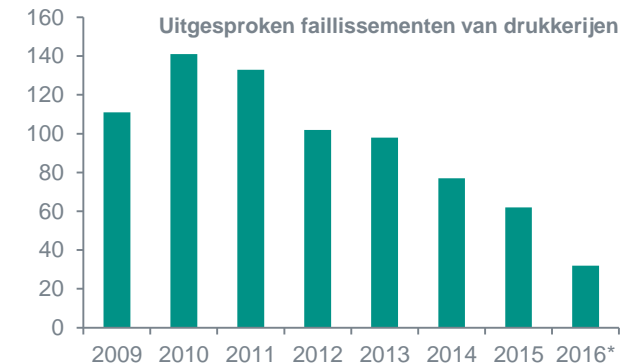
Toch zien we positieve signalen uit de sector. Zo is het ondernemersvertrouwen al vier kwartalen op rij positief, en er is ook sprake van een dalende trend in het aantal faillissementen (zie Figuur 1).

Faillissementen die plaatsvinden, bieden bestaande drukkerijen kansen om klanten over te nemen. Zo profiteerde een aantal Nederlandse drukkerijen recentelijk van een faillissement in het VK. Binnen de landsgrenzen vonden sluitingen van drukkerijen van De Persgroep (Apeldoorn) en TMG (Alkmaar) plaats. Hierbij volgt herverdeling van drukvolume.

Figuur 1: Minder faillissementen van drukkerijen

Bron: CBS. Bewerking ABN AMRO

*Verwachting ABN AMRO Economisch Bureau

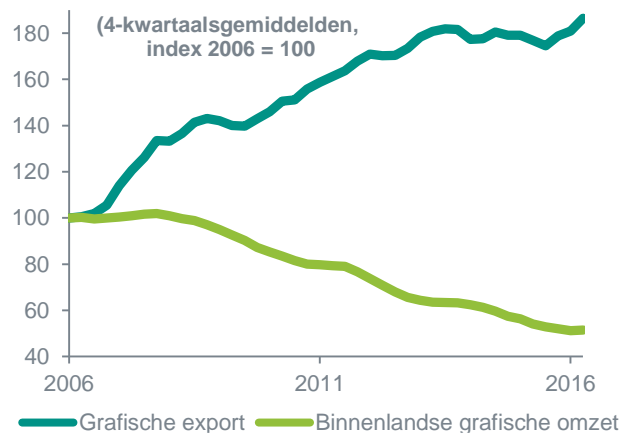


Een ander positief signaal is de toename in de export van drukwerk. Volgens het CBS steeg deze in de eerste zeven maanden van 2016 met 7,9%, ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder. Gemeten vanaf 2007 is sprake van een stijging van 37% (zie Figuur 2). De export naar buitenlandse dochters van Nederlandse bedrijven is hierbij ook meegerekend. Daar staat tegenover dat drukkerijen aan de grensstreek flink worden beconcurrerd vanuit België.

Sommige drukkerijen hebben zelfs de productie verplaatst om dichterbij de afzetmarkt (vaak een grote klant) te zitten. De exporttoename is opmerkelijk, omdat ook in het buitenland sprake is van digitalisering.

Figuur 2: Export drukwerk flink in de lift

Bron: CBS. Bewerking ABN AMRO



De exportstijging zegt iets over de sterke concurrentiepositie van Nederlandse bedrijven ten opzichte van buitenlandse drukkerijen.

Wat betekenen deze positieve signalen? Waar liggen de kansen? Wat betekenen de sectorontwikkelingen voor traditionele drukkerijen en voor de vooruitzichten van de branche? Deze vraagstukken behandelen we in de rest van deze publicatie.

Innovatie in de branche

Innovatie vindt in de sector volop plaats. Deze wordt bevorderd door internationale leveranciers die nieuwe, betere machines op de markt brengen. In Europa zijn de Inkjet-printers in opmars, geschikt voor gepersonaliseerd lagevolume-drukwerk en 'printing-on-demand'.

Bij printing-on-demand wordt een uitgegeven boek pas gedrukt als deze besteld wordt door een consument.

Investeren in nieuwe machines is essentieel. Zowel rond digitale drukpersen (geschikt voor variabel drukwerk in kleine volumes) als offset (machines geschikt voor grote volumes) vindt innovatie plaats (KVGGO). Bedrijven met slagkracht investeren in nieuwe, grote machines. Zo kwam de laatste jaren de 10-kleurenpers, die in één drukgang zowel de bovenkant als de onderkant bedrukt.

Veel innovatie is gericht op een efficiënter productieproces (met minder handelingen) en verdere automatisering van het machinepark. Dit is noodzakelijk, door de grote prijsdruk die nog steeds in de markt gevoeld wordt. Wij verwachten dat die prijszlag in de rest van 2016 en in 2017 aanhoudt. Dit leidt tot technologische vooruitgang, maar ook tot nieuwe banenreducties. Sinds 2009 verdween al bijna een derde van alle banen, en dit proces zal de komende jaren voortzetten. Reorganisaties zijn aan de orde van de dag.

Ook kansrijke markten in branche

Ondanks de voortzetting van de digitalisering, zijn er binnen de grafische sector ook relatief kansrijke markten. Denk aan internetdrukkerijen, drukkerijen die zich richten op verpakkingen en sommige nichedrukkerijen.

Internetdrukkerijen

De zogeheten 'internetdrukkerijen' hanteren een zeer efficiënte formule.

Klanten plaatsen op een online platform een order, en hebben daarbij de keuze uit standaarddrukwerk met keuze-opties. Het prepress-gedeelte (tussen ontwerp en printen in) vindt bijna geheel geautomatiseerd plaats. Vervolgens verzamelen de internetdrukkers kleine orders met dezelfde kenmerken, om deze tegelijk op één drukvel te printen.

Door dit efficiënte productieproces kan een internetdrukkerij zich veroorloven om lage prijzen te bieden, terwijl een opdracht snel geplaatst kan worden. Een ander groot voordeel voor de klant is dat deze vaak direct inzicht heeft in de prijs van de order. Deze factoren dragen er aan bij dat internetdrukkerijen in de lift zitten.

Er zijn internetdrukkerijen die zelf over een machinepark beschikken, zoals de multinational Cimpres (hoofdkantoor in Venlo). Ook bestaan veel internetdrukkerijen die enkel het platform online bieden en de binnengekomen opdrachten zo efficiënt mogelijk in de markt uitbesteden. Internetdrukkerijen bepalen nog een klein deel van de markt, maar groeien naar verwachting verder door.

Naarmate de concurrentie hierbij toeneemt, wordt het merk belangrijker en liggen investeringen in 'digital marketing' meer voor de hand. Een internetdrukkerij heeft immers volume nodig om optimaal te functioneren.

Verpakkingsdrukkerijen

Ook verpakkingsdrukkerijen doen het relatief goed. De opkomst van papieren verpakkingen in de winkels en de groei van e-commerce dragen hier aan bij. Verpakkingsdrukkerijen zijn dan ook positief over hun prestaties (zie kader). Ook is groei mogelijk in afzetmarkten als China, India en Brazilië. Volgens de Duitse leverancier van verpakkingsdrukkerspersen KBA is er in die markten een groeipotentie van de verpakkingsmarkt van 35 tot 65 kilo per hoofd van de bevolking (via vakblad Graficus).

Verpakkingsdrukkerijen: beter resultaat

Uit onderzoek van beroepsstichting GOC blijkt dat bedrijven die als hoofdactiviteit verpakkingen bedrukken, relatief positief zijn over hun financiële prestaties. Van onderzochte verpakkingsdrukkerijen stelt slechts 4% dat het bedrijfsresultaat negatief is over afgelopen jaar. Bovendien geeft twee derde van de verpakkingsdrukkerijen aan dat het bedrijfsresultaat in 2015 gegroeid is en stelt 60% dat de omzet in afgelopen jaar is toegenomen. De steekproef is hier wel beperkt qua omvang (26), omdat deze markt ook beperkt is. Volgens het CBS zijn er 30 verpakkingsdrukkerijen in ons land.

Mogelijke afzetmarkten voor de verpakkingsdrukkerijen zijn bijvoorbeeld de food-industrie, de cosmetica-industrie en de farmaceutische industrie.

Drukkerijen met specialisatie of goede focus

Tot slot zijn er drukkerijen die zich weten te onderscheiden door zich te richten op een nichemarkt waar veel potentie in zit. Denk bijvoorbeeld aan het bedrukken van metalen onderdelen voor de maakindustrie.

Bij een dergelijke specialisatie is de gevoeligheid voor digitalisering kleiner. Het kan er wel toe leiden dat de afhankelijkheid van een kleine groep klanten groter is.

Wat betekent dit voor de traditionele drukkerij en voor de branche?

Hoe speel je als traditionele drukkerij in op deze ontwikkelingen? Naar verwachting winnen internetdrukkerijen meer terrein, wat bijdraagt aan de grote prijsdruk. Investerings in automatisering en nieuwe drukperstechnologieën dreigen de kloof in de sector tussen sterke en minder sterke partijen groter te maken.

Structuur van branche

In de drukkerijbranche zijn verschillende typen bedrijven actief. Van respectievelijk prepress-bedrijven, bedrijven die zich op afwerking richten en drukkerijen die zich op reclame, zijn er meer dan 500. Verder zijn er 125 boekdrukkerijen, 45 drukkerijen van tijdschriften en 40 drukkerijen die zich vooral richten op formulieren. Van zowel dagbladdrukkerijen en verpakkingsdrukkerijen bestaan er 30. Wat resteert zijn 1380 drukkerijen in de categorie 'overig'.

In totaal zijn er nu 860 drukkerijen minder dan voor de crisis, verdeeld over vele categorieën. Er zijn wel meer drukkerijen op het gebied van afwerking en het aantal drukkerijen op het gebied van verpakkingen bleef gelijk.

Veel partijen hebben dan ook niet de mogelijkheid om een transitie naar een groeimarkt te maken, of de benodigde vervangingsinvesteringen te doen.

Een mogelijkheid kan zijn door meer toegevoegde waarde aan de klant te bieden door het completer aanbod te bieden (inclusief design, prepress, afwerking, bedrijfscommunicatie en/of voorraadmanagement). Dit kan een goede stap zijn, wanneer het drukwerk secundair wordt. Dit is echter gemakkelijker gezegd dan gedaan.

Om die transitie goed te maken en een nieuw duurzaam winstgevend bedrijfsmodel te creëren, is echter ook financiële slagkracht nodig. Verkoop van vastgoed (en eventueel drukwerk uitbesteden) kan – mits mogelijk – een stap zijn om liquiditeit te creëren.

Een behoorlijk deel van de sector is ook hier moeilijk toe in staat. Voor hen is het belangrijk om snel schaalgroottes te zoeken, via samenwerkingen en fusies. Dit biedt mogelijkheden om meer efficiëntie te bewerkstelligen en om weer te kunnen investeren.

Een interessant voorbeeld van samenwerking is [Grafiplaza](#) uit Amsterdam. Hierbinnen hebben vijftien drukkerijen de krachten gebundeld. Zij herverdelen alle orders onder elkaar, waarbij wordt bekeken welke order het best bij een specifieke drukkerij past. Zo kunnen vergelijkbare orders worden gecombineerd tijdens het drukproces en vindt het proces efficiënter plaats dan de bedrijven individueel zouden opereren.

Randvoorwaarde voor goed functioneren van een dergelijk consortium is wel dat leden elkaar de orders (en dus volumes) gunnen.

Gevolgen en verwachting

Na de krimp van 6,8% in 2015, heeft de grafische sector in de zeven maanden van het huidige jaar een opmerkelijke 1,3% omzetgroei laten zien. De productie steeg 5,3%. Binnen deze sector wordt door het CBS onderscheid gemaakt tussen de 'binnenlandse omzet' en de export. De (door de crisis en de digitalisering zwaar getroffen) binnenlandse omzet daalde in de eerste zeven maanden van 2016 met 1,6%. Dat is een aanzienlijke krimpvertraging ten opzichte van de daling van 11,1% die in de zelfde periode van 2015 werd neergezet.

De aanwezigheid van 'groeibedrijven' als internetdrukkerijen hebben hierbij een positieve invloed, evenals de aantrekkende economie. De export van drukwerk nam in de eerste zeven maanden van 2016 met een indrukwekkende 7,9% toe. De sterke concurrentiepositie speelt hierbij een rol.

Dit groeitempo houdt de sector naar verwachting in de rest van het jaar niet vol, gezien de uitdagende situatie in de sector. Wij verwachten dat de export van drukwerk over geheel 2016 een toename van 5% laat zien.

Kortom; de drukkerijsector presteert door verschillende factoren beter dan verwacht. Dit geeft hoop voor de rest van 2016. De economische groei houdt immers aan en groeibedrijven (als internetdrukkerijen) kunnen hebben nog groeiruimte.

Tegelijkertijd blijven de omstandigheden voor traditionele drukkerijen zwaar. De prijsdruk (door overcapaciteit en de concurrentie van internetdrukkerijen) houdt aan. Dat drukpersen van gesloten fabrieken soms tegen bodemprijzen worden overgenomen en daarmee in de markt blijven, draagt aan die marktomstandigheden bij.

Vanwege die omstandigheden verwachten we een daling van de totale omzet in de tweede helft van het jaar. Wij voorzien dat de omzet over geheel 2016 een mutatie van 0% zal laten zien. Daarmee komt de krimp tot stilstand, en hebben drukkerijen in dat opzicht het beste jaar sinds 2007. Voor 2017 verwachten we 2% daling.

Naar verwachting neemt de werkgelegenheid in de branche verder af: door sluitingen, de beperkte aanwas in de sector, de aanhoudende prijsdruk en de voortdurende automatisering.

Dit zal onder traditionele drukkerijen tot meer fusies leiden. Over 2016 en 2017 zullen naar verwachting in totaal ongeveer 70 fusies onder drukkerijen plaatsvinden. In de laatste tien jaar waren er al zo'n 300 fusies in de sector.

Economisch Bureau | Nederland

Contactgegevens ABN AMRO | Economisch Bureau Nederland:

	Aandachtsgebied	Telefoonnummer:	E-mailadres:
Jacques van de Wal (hoofd)	Algemeen	020 628 0499	jacques.van.de.wal@nl.abnamro.com
Kasper Buiting	Zakelijke Dienstverlening	020 628 2138	kasper.buiting@nl.abnamro.com
Casper Burgering	Industrie (w.o. industriële materialen)	020 383 2693	casper.burgering@nl.abnamro.com
Nadia Menkveld	Transport & Logistiek	020 628 6441	nadia.menkveld@nl.abnamro.com
Frank Rijkers	Agrarisch, Food, Agrarische grondstoffen	020 628 6437	frank.rijkers@nl.abnamro.com
Sonny Duijn	Retail, TMT	020 343 6535	sonny.duijn@nl.abnamro.com
Hans van Cleef	Olie & Gas	020 343 4679	hans.van.cleef@nl.abnamro.com
Madeline Buijs	Bouw, Real Estate	020-383 8201	madeline.buijs@nl.abnamro.com
Nico Klene	Macro-economie	020-625 4204	nico.klene@nl.abnamro.com
Philip Bokeloh	Woningmarkt, Macro-economie	020-383 2657	philip.bokeloh@nl.abnamro.com
Theo de Kort	Informatieanalist, Autoretail	020 628 0489	theo.de.kort@nl.abnamro.com

Volg ons ook op Twitter: [@ABNAMROeconomen](https://twitter.com/ABNAMROeconomen)

Disclaimer

This document has been prepared by ABN AMRO. It is solely intended to provide financial and general information on economics. The information in this document is strictly proprietary and is being supplied to you solely for your information. It may not (in whole or in part) be reproduced, distributed or passed to a third party or used for any other purposes than stated above. This document is informative in nature and does not constitute an offer of securities to the public, nor a solicitation to make such an offer.

No reliance may be placed for any purposes whatsoever on the information, opinions, forecasts and assumptions contained in the document or on its completeness, accuracy or fairness. No representation or warranty, express or implied, is given by or on behalf of ABN AMRO, or any of its directors, officers, agents, affiliates, group companies, or employees as to the accuracy or completeness of the information contained in this document and no liability is accepted for any loss, arising, directly or indirectly, from any use of such information. The views and opinions expressed herein may be subject to change at any given time and ABN AMRO is under no obligation to update the information contained in this document after the date thereof.

Before investing in any product of ABN AMRO Bank N.V., you should obtain information on various financial and other risks and any possible restrictions that you and your investments activities may encounter under applicable laws and regulations. If, after reading this document, you consider investing in a product, you are advised to discuss such an investment with your relationship manager or personal advisor and check whether the relevant product –considering the risks involved- is appropriate within your investment activities. The value of your investments may fluctuate. Past performance is no guarantee for future returns. ABN AMRO reserves the right to make amendments to this material.

© ABN AMRO, 2016