**PRESSEMITTEILUNG**

15.Mai 2018

**2018 PRINT CENSUS LÄSST STRATEGISCHE REAKTION AUF NACHFRAGEWACHSTUM ERKENNEN**

*Ergebnis unterstreicht stabiles Wachstum bei Erträgen und Anziehen der Investitionen in kundenorientierte Digitaltechnik*

Die FESPA gibt heute die wichtigsten Ergebnisse des Print Census 2018 bekannt. Diese Umfrage wurde in Zusammenarbeit mit dem Beratungsunternehmen InfoTrends (Keypoint Intelligence) durchgeführt.

An der Umfrage nahmen 1405 Unternehmen teil, 12 % mehr als beim letzten Print Census 2015. Mit Teilnehmern aus 102 Ländern hatte die Umfrage eine wesentlich größere geografische Reichweite als 2015 (+59 %). Daten wurden ganzjährig auf FESPA-Veranstaltungen und bei Verbandsmitgliedern in Europa, Eurasien, Mexiko, Brasilien, Thailand und Südafrika gesammelt.

Als Hauptgeschäftszweig gaben von den befragten Unternehmen 17 % Digitaldruck, 15 % Siebdruck, 10 % Werbetechnik/Display, 10 % Textildruck, 13 %) Akzidenzdruck und Reprografie, 11 % Grafik und Werbung und 4 % Verpackungsdruck an.\*

**Hauptergebnisse des Print Census 2018**

Das Umfrageergebnis zeigt, dass die Haupttrends der Umfrage von 2015 weiterbestehen und zum Teil, bedingt durch den wirtschaftlichen Aufschwung und Technologieentwicklungen für die kundenindividuelle Massenproduktion, sogar verstärkt wurden.

**1. Optimismus**

Der 2015 geäußerte Optimismus ist 2018 noch größer:83 % der Befragten sagten aus, dass sie die Zukunft ihres Unternehmens optimistisch sehen (2015: 80 %). Das ist kein Wunder angesichts des anhaltenden Wachstums des Großformat-Digitaldrucks und einer laut Umfrageergebnis kumulierten jährlichen Wachstumsrate von 4,2 % seit 2007. Heute werden 44 % der Einnahmen mit Digitaldruck erzielt, in den nächsten zwei Jahren sollen es 53 % werden.

**2. Kundennachfrage**

Der stetige Wandel der Druckindustrie zur kundenorientierten Servicebranche ist mit dem Trend zur kundenindividuellen Massenproduktion heute noch deutlicher als vor drei Jahren. Die Befragten berichten von einer größeren Nachfrage nach kürzeren Produktionszeiten (72 %), kleineren Auflagen (61 %) und Just-in-Time-Produktion (59 %).

**3. Entwicklung zu neuen Produkten im Großformatdruck**

Banner machen heute den Löwenanteil der Werbetechnik-/Displayanwendungen aus. 68 % der befragten Unternehmen produzieren regelmäßig Banner und die Hälfte sieht hier Potenzial für dauerhaftes Wachstum. Schilder und Plakatwände haben ihren Rang unter den Spitzenplätzen der Anwendungen behalten.

Im POS-/POP-Bereich vermelden 59 % der Unternehmen Wachstum. Über die Hälfte macht sich Entwicklungen bei digital bedruckbaren, selbstklebenden Substraten zunutze und produziert Hüllen, Fahrzeugwerbung und andere selbstklebende Produkte.

Ein weiteres Wachstumsgebiet ist die gedruckte Innendekoration. 74 % der Befragten sehen bei Tapeten und Dekoprodukten Potenzial für geschäftliches Wachstum.

**4. Investitionen in Digitaldrucktechnologie**

Auf die Nachfrage nach schneller Produktion, kleinen Auflagen und JIT-Erfüllung reagieren Druckereien mit strategischen Investitionen in digitale Technologie.

Angesichts steigender Druckvolumen hat Kapazitätserhöhung bei Investitionen Priorität. Für 54 % der Befragten ist dies der Hauptantrieb für Investitionen (2015: 34 %). 53 % möchten Kosten senken und ebenso viele erstreben mit Investitionen eine Diversifizierung und Erschließung neuer Märkte.

Auch Kundenzufriedenheit und Qualität stehen verstärkt im Mittelpunkt von Investitionen. 34 % der Befragten planen Investitionen in die Qualitätskontrolle, 28 % in Web-to-Print und je 27 % in Content Management in der Cloud sowie Farbmanagement, begleitet von Ausgaben für entsprechende Weiterbildung.

Die technische Entwicklung setzt sich 2018 wie gehabt fort: Einnahmen in den Bereichen UV-, Latex-, Direkt- und Sublimationsdruck wachsen, während der Druck mit lösemittel- und wasserbasierten Tinten und der Analogdruck zurückgehen. 27 % der Befragten aus dem Segment Werbetechnik und Display planen den Kauf eines UV-Direktdruckers (Flachbett oder Hybrid), weitere 18 % möchten in den UV-Rollendruck oder den Latexdruck investieren.

Hauptkriterium bei diesen Einkäufen ist die Produktivität. Für 63 % der Befragten ist eine höhere Druckgeschwindigkeit der Hauptaspekt beim Kauf eines neuen Druckers. Das durchschnittliche Investitionsvolumen in Technik für den Werbetechnik- und Displaydruck ist mit 144.600 Euro 43 % höher als 2015.

**5. Textildruck**

Der Print Census 2018 wurde auf den Erhalt detaillierterer Daten zum wachsenden Segment des Textildrucks ausgelegt. Die Gruppe der Befragten setzt sich zusammen aus Siebdruckereien, die hauptsächlich Textilprodukte herstellen, reine Textildruckereien und Textildirektdruckereien.

In allen Zweigen dominieren Bekleidungsartikel, wobei Sportbekleidung, Kleiderstoffe und Fast Fashion zu den am schnellsten wachsenden Bereichen gehören.

Die Umstellung auf Digitaldruck geht beim Textildruck langsamer vonstatten als anderswo, es dominieren hier weiterhin analoge Prozesse. Allerdings haben auch 56 % der Textildruckereien bereits in digitale Technologie investiert und 19 % planen eine solche Investition in den kommenden beiden Jahren, um von kürzeren Produktionszeiten, der Möglichkeit individueller Kollektionsgestaltung und Herstellung von Prototypen und von dem geringeren Wasser- und Stromverbrauch zu profitieren.

Die Produktionsgeschwindigkeit hat für 69 % der Textildruckereien Priorität, 55 % möchten direkt auf unbehandelte Textilien drucken. Den Antrieb für solche Investitionen bildet die Forderung von Markenartiklern nach zeitkritischer Produktion mit entsprechenden Verbesserungen in der Lieferkette (z. B. Abfallvermeidung), einer besseren Reaktion auf saisonbedingte Spitzen und der lokalen Erfüllung.

Unternehmen im Siebdruck- und Textildrucksegment erwarten für die kommenden beiden Jahre ein Wachstum des Digitaldruckanteils am Textildruck von 12 %.

**6. Umweltschutz**

Der Fragenkatalog des Print Census 2018 wurde erweitert, um aktuelle Informationen zur Bedeutung einer nachhaltigen und umweltfreundlichen Produktion zu gewinnen.

Es zeigt sich, dass Investitionen in umweltfreundliche Technik stark von Kundenerwartungen bezüglich nachhaltiger Produktion und Materialien beeinflusst sind. 76 % der Befragten sagten aus, dass Kundenforderungen nach umweltfreundlichen Produkten in die Geschäftsstrategie einfließen, für über ein Fünftel gehören sie sogar zu den Top-Prioritäten.

32 % erfüllen entsprechende Forderungen durch den Einsatz energiesparender oder zertifizierter Technik, weitere Bemühungen bestehen in Schulungen zum Thema Nachhaltigkeit, dem Einsatz VOC-freier Tinten und recycelbarer Substrate und in Programmen für das Recycling von Altausrüstung.

72 % der Druckdienstleister konnten ohne Notwendigkeit einer Preiserhöhung investieren und sich so ihre Verkaufszahlen und preisliche Wettbewerbsfähigkeit erhalten.

Sean Holt, Executive Director der FESPA, erklärt: „Wir freuen uns über die Ergebnisse des Print Census 2018, die zeigen, dass eine rege, globale Gemeinde von Druckereien ein stabiles Wachstum genießt, Kapazitäten ausweitet und sich mit neuen Produkten und Dienstleistungen hervortut. Die Daten belegen die steten Bemühungen der Druckdienstleister, veränderliche Kundenerwartungen zu erkennen und zu bedienen. Diese Unternehmen haben kundenorientierte Entwicklungsstrategien mit gut geplanten Investitionen in Technologie und Fortbildung.“

Holt fasst zusammen: „Der FESPA Print Census birgt äußerst relevantes Marktwissen, denn er spiegelt die kommerzielle Realität von fast 1500 Druckereien wider. Wir glauben, dass wir mit diesen Informationen von vorderster Front und weitere Forschung in wichtigen Wachstumsbereichen unseren Mitgliedern beim Treffen fundierter Entscheidungen für ein langfristiges Wachstum konkret helfen können.“

„Die FESPA festigt seit fast einem Jahrzehnt mit kontinuierlichen Investitionen in die Forschung ihre Vordenkerstellung in der Branche“, so Ron Gilboa, Group Director, Production Technology bei Keypoint Intelligence. „Die Ergebnisse des Print Census 2018 werden FESPA-Mitgliedern bei der strategischen Geschäftsplanung helfen und können der globalen Gemeinde der drucken Spezialdienstleister als Leitfaden für wichtige Wachstumsbereiche dienen. Der Print Census unterstreicht die Rolle der FESPA als Quelle aktueller Informationen für Innovatoren weltweit.“

Der vollständige Print Census 2018 ist für Mitglieder der nationalen FESPA-Branchenverbände und von FESPA Direct kostenlos. Der Preis für Nichtmitglieder beträgt 2000 Euro.

– ENDE –

**Hinweis an die Redaktion:**

\*20 % der Befragten antworteten mit „Anderer“.

**FESPA**

Die FESPA ist eine 1962 gegründete Vereinigung von Handelsverbänden und organisiert Ausstellungen und Konferenzen für die Sieb- und Digitaldruckbranchen. Die beiden Ziele der FESPA sind die Förderung von Siebdruck und Digitalbildgebung sowie der Wissensaustausch über Sieb- und Digitaldruck unter ihren Mitgliedern auf der ganzen Welt zur Unterstützung der Expansion ihrer Geschäfte und zu ihrer Information über die neuesten Entwicklungen in ihren schnell wachsenden Branchen.

**FESPA Profit for Purpose**
Unsere Teilhaber kommen aus der Industrie. FESPA hat in den vergangenen sieben Jahren mehrere Millionen Euro in die weltweite Druckindustrie investiert und damit das Wachstum des Marktes unterstützt. Weitere Informationen finden Sie unter [www.fespa.com](http://www.fespa.com).

**FESPA Print Census**

Die FESPA-Umfrage zum Druckbereich ist ein internationales Forschungsprojekt zum besseren Verständnis der Community im Großformat-, Sieb- und Digitaldruck. Sie ist das größte Datenerfassungsprojekt ihrer Art

**Nächste FESPA-Veranstaltungen:**

* FESPA Global Print Expo, 15-18 Mai 2018, Berlin Messe, Berlin, Deutschland
* European Sign Expo, 15-18 Mai 2018, Berlin Messe, Berlin, Deutschland
* FESPA Awards, 16 Mai 2018, Berlin, Deutschland
* FESPA Africa, 12-14 September 2018, Gallagher Convention Centre, Johannesburg, Südafrika
* FESPA Mexico, 20-22 September 2018, Centro Citibanamex, Mexiko-Stadt, Mexiko
* FESPA Eurasia, 6-9 Dezember 2018, CNR Expo, Istanbul, Türkei
* FESPA Brasil, 20 – 23 März 2019, Expo Center Norte, Sao Paulo, Brasilien
* FESPA Global Print Expo, 14-17 Mai 2019, Messe München, Munich, Germany
* European Sign Expo, 14-17 Mai 2019, Messe München, Munich, Germany

**Im Auftrag der FESPA von AD Communications herausgegeben**

**Weitere Informationen:**

Ellie Martin Sarah Farrell

Tel: + 44 (0) 1372 464470 Tel: +44 (0) 1737 240788

Email: emartin@adcomms.co.uk Email: sarah.farrell@fespa.com

[www.adcomms.co.uk](http://www.adcomms.co.uk) [www.fespa.com](http://www.fespa.com)

**Informationen zu Keypoint Intelligence**

Keypoint Intelligence ist ein führender globaler Anbieter von Daten und Marktwissen für die digitale Bildgebungsbranche mit über 125 Experten weltweit. Zu den Serviceleistungen für geschäftliche Planung und Vermarktung gehören detaillierte Marktforschung, Competitive Intelligence, Vertriebsschulungen, Produkttests, Erstellung von Inhalten und Kundendialog.

Mike Fergus

Tel.: +1 973 7972150 464470

E-Mail: mike.fergus@keypointintelligence.com

[www.keypointintelligence.com](file:///C%3A/Users/emartin/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/Content.Outlook/OW7H9OTD/www.keypointintelligence.com)