

Struktur und Wachstum
Reihe Industrie

Heft 45

Druckindustrie

Strukturwandlungen und Entwicklungsperspektiven

Von

Klaus Grefermann



Duncker & Humblot · Berlin

IFO-INSTITUT FÜR WIRTSCHAFTSFORSCHUNG

STRUKTUR UND WACHSTUM

REIHE INDUSTRIE

Heft 45

IFO-INSTITUT FÜR WIRTSCHAFTSFORSCHUNG

Druckindustrie

Strukturwandlungen
und Entwicklungsperspektiven

Von

Klaus Grefermann



DUNCKER & HUMBLOT / BERLIN - MÜNCHEN

CIP-Titelaufnahme der Deutschen Bibliothek

Grefermann, Klaus:

Druckindustrie: Strukturwandlungen und
Entwicklungsperspektiven / Klaus Grefermann. –
Berlin; München: Duncker u. Humblot, 1990
(Struktur und Wachstum: Reihe Industrie; H. 45)
ISBN 3-428-06840-8
NE: Struktur und Wachstum / Reihe Industrie

Alle Rechte vorbehalten

© 1990 Duncker & Humblot GmbH, Berlin 41
Satz: Werksatz Marschall, Berlin 45
Fotoprint: Color-Druck Dorfi GmbH, Berlin 49
Printed in Germany

ISSN 0536-1621
ISBN 3-428-06840-8

Vorwort

Das Ifo-Institut für Wirtschaftsforschung sieht eine seiner Hauptaufgaben darin, den strukturellen Umschichtungen innerhalb einer wachsenden Wirtschaft nachzugehen. Es hat deshalb die Schriftenreihe „Struktur und Wachstum“ ins Leben gerufen.

In zwangloser Folge erscheinen Studien über den strukturellen Wandel und die sich daraus ergebenden Wachstumschancen dieser Bereiche. Die vorliegende „Reihe Industrie“ vermittelt einen Einblick in Strukturwandlungen und deren Ursachen in wichtigen Industriegruppen der Bundesrepublik. Die Untersuchungen werden in den Branchenreferaten der Abteilung Industrie und Struktur durchgeführt.

Im Mittelpunkt der vorliegenden Untersuchung steht die Analyse der Anpassungsreaktionen der „Druckerei, Vervielfältigung“ an die sich ändernden technischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Darauf aufbauend werden die Chancen und Risiken für die künftige Entwicklung der Branche insgesamt und ihrer wichtigsten Teilbereiche (Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, Kataloge und Werbedrucksachen sowie Geschäftspapiere) herausgearbeitet.

Der Bundesminister für Wirtschaft hat die Studie finanziell unterstützt.

München, im November 1989

Prof. Dr. Karl Heinrich Oppenländer

Präsident
des Ifo-Instituts für Wirtschaftsforschung
München

Inhaltsverzeichnis

I.	Problemstellung und Aufbau der Untersuchung	17
	1. <i>Rahmenbedingungen und Problemstellung</i>	17
	2. <i>Aufbau der Untersuchung</i>	20
II.	Bedeutung und Aufbau der Druckindustrie in der Bundesrepublik Deutschland	22
	1. <i>Bedeutung und Abgrenzung der Branche</i>	22
	1.1 Charakterisierung der Druckindustrie	22
	1.2 Bedeutung der Branche in der Bundesrepublik	24
	1.3 Bedeutung der Branche in der EG	25
	1.4 Regionale Verteilung	26
	2. <i>Aufbau der Druckindustrie</i>	27
	2.1 Unternehmenstypen	27
	2.2 Anzahl und Größe der Unternehmen und Betriebe	29
	2.3 Konzentration	31
	2.4 Verflechtung mit anderen Wirtschaftsbereichen	32
III.	Die Nachfrage nach Druckerzeugnissen	35
	1. <i>Bestimmungsfaktoren der Nachfrage</i>	35
	1.1 Einleitung	35
	1.2 Werbung	36
	1.2.1 Überblick	36
	1.2.2 Gesamtentwicklung der Werbung	39
	1.2.3 Entwicklung der Printwerbung	41
	1.3 Änderungen in der Informationsübertragungs- und speicherungstechnik	43
	1.3.1 Übersicht	43
	1.3.2 Trends in der Bürotechnik	45

1.3.3	Trends in der Speichertechnik	46
1.3.4	Trends beim Informationstransport	47
1.4	Medienverhalten der Bevölkerung	48
1.4.1	Überblick	48
1.4.2	Zeitaufwand für die Mediennutzung	48
1.4.3	Verbraucherausgaben für Medien	50
2.	<i>Entwicklung der Nachfrage</i>	50
2.1	Entwicklung der Inlandsnachfrage	50
2.2	Auslandsnachfrage	53
2.2.1	Handelsströme bei Druckerzeugnissen	53
2.2.2	Exporte der Bundesrepublik	54
3.	<i>Entwicklung des Angebots</i>	56
3.1	Das ausländische Angebot am deutschen Markt	56
3.2	Innerdeutscher Handel	58
3.3	Produktion	58
3.3.1	Bruttoproduktion und Umsatz	58
3.3.2	Nettoproduktion	60
3.3.3	Veränderungen der Produktionsstruktur	61
IV.	Produktionsfaktoren	63
1.	<i>Einsatz von Sachkapital</i>	63
1.1	Investitionstätigkeit im Inland	63
1.2	Miete und Pacht von Anlagen	64
1.3	Motive für Investitionen im Inland	65
1.4	Altersstruktur des Anlagevermögens	67
1.5	Kapitalintensität und Kapitalproduktivität	69
1.6	Kapitalverflechtung mit dem Ausland	70
1.6.1	Deutsche Direktinvestitionen im Ausland	71
1.6.2	Ausländische Direktinvestitionen im Inland	72
2.	<i>Arbeitseinsatz</i>	72
2.1	Vorbemerkung	72
2.2	Beschäftigtenzahl und Arbeitsvolumen	73
2.3	Qualitative Aspekte der Beschäftigung	75
3.	<i>Produktionsfaktor Technik</i>	77
3.1	Übersicht	77
3.2	Änderungen in der Druckvorbereitung	78

3.3	Änderungen im Druckbereich	80
3.4	Änderungen bei der Weiterverarbeitung	83
4.	<i>Forschung und Entwicklung</i>	84
5.	<i>Energie</i>	86
6.	<i>Rohstoffe</i>	86
6.1	Übersicht über den Rohstoffverbrauch	86
6.2	Druckpapiere	87
6.3	Druckfarben	89
7.	<i>Umwelt</i>	91
V.	Kosten- und Ertragsentwicklung	95
1.	<i>Überblick</i>	95
2.	<i>Kostenentwicklung</i>	96
2.1	Materialkosten	96
2.2	Arbeitskosten	99
2.3	Sonstige Kosten	101
3.	<i>Entwicklung der Verkaufspreise</i>	102
4.	<i>Ertragsentwicklung</i>	102
VI.	Entwicklung in wichtigen Produktbereichen	104
1.	<i>Vorbemerkung</i>	104
2.	<i>Bücher und Broschüren</i>	105
2.1	Abgrenzung	105
2.2	Buchmarkt in der Bundesrepublik Deutschland	105
2.3	Druckproduktion	107
2.4	Außenhandel	109
3.	<i>Zeitungen</i>	111
3.1	Abgrenzung	111
3.2	Zeitungsmarkt in der Bundesrepublik Deutschland	112
3.3	Druckproduktion	114
3.4	Außenhandel	115

4. <i>Zeitschriften</i>	116
4.1 Abgrenzung	116
4.2 Zeitschriftenmarkt in der Bundesrepublik Deutschland	116
4.3 Druckproduktion	120
4.4 Außenhandel	121
5. <i>Kataloge und Werbedrucksachen</i>	123
5.1 Abgrenzung	123
5.2 Markt für Kataloge und Werbedrucksachen in der Bundesrepublik Deutschland	123
5.2.1 Kataloge	123
5.2.2 Werbedrucksachen	124
5.3 Druckproduktion	126
5.4 Außenhandel	128
6. <i>Geschäftspapiere und ähnliche Drucksachen</i>	129
6.1 Abgrenzung	129
6.2 Markt für Geschäftspapiere in der Bundesrepublik Deutschland	129
6.3 Druckproduktion	132
6.4 Außenhandel	133
7. <i>Übrige Erzeugnisse der Druckindustrie</i>	134
7.1 Übrige Druckerzeugnisse	134
7.2 Sonstige Leistungen der Druckindustrie	137
VII. Zusammenfassung und Ausblick	140
1. <i>Das wirtschaftliche Umfeld der Druckindustrie im Wandel</i>	140
2. <i>Änderungen im technologischen Umfeld der Druckindustrie</i>	141
3. <i>Künftige Chancen der Druckindustrie</i>	143
3.1 Ausgangslage	143
3.2 Entwicklungsperspektiven	147
Literaturverzeichnis	152
Tabellenanhang	156

Verzeichnis der Tabellen

Tabellen im Text

Tab. T1:	Durchschnittliche Zahl der Betriebe pro Unternehmen in der Papierwirtschaft, 1983	31
Tab. T2:	Regionalstruktur der Importe und Exporte von Druckerzeugnissen und von Gütern insgesamt, 1987	57
Tab. T3:	Wachstum des Umsatzes der Druckindustrie	59
Tab. T4:	Entwicklung der Mietinvestanteile, 1970-1987	65
Tab. T5:	Anteile der Druckverfahren an der Gesamtproduktion von Druckerzeugnissen	81
Tab. T6:	Energieverbrauch in der Druckindustrie	86
Tab. T7:	Anteil der Investitionsarten an den Umweltschutzinvestitionen der Druckindustrie, 1986	92
Tab. T8:	Entwicklung der Materialkosten in der Druckindustrie und im verarbeitenden Gewerbe insgesamt, 1977-1986	97
Tab. T9:	Beförderte Briefsendungen, 1977-1987	130
Tab. T10:	Druckverfahren bei Verpackungsdrucksachen	136
Tab. T11:	Anteile der Druckverfahren bei Reproleistungen	138

Tabellen im Anhang

Tab. 1:	Stellung und Entwicklung der Druckerei und Vervielfältigung im Rahmen des verarbeitenden Gewerbes, 1977 und 1988	156
Tab. 2:	Indikatoren der Druckindustrie in der EG, 1986	158
Tab. 3:	Anteil einzelner EG-Länder am Warenaustausch mit Ländern außerhalb der Gemeinschaft bei Druckerzeugnissen, 1988	159
Tab. 4:	Regionale Verteilung der Druckerei und Vervielfältigung, 1988	160
Tab. 5:	Unternehmen, Betriebe, Betriebsteile und Beschäftigte in der Druckerei und Vervielfältigung, 1988	161

Tab. 6:	Umsatz- und Beschäftigtenstruktur in der Druckindustrie, 1987	162
Tab. 7:	Entwicklung der Konzentration von Beschäftigung und Umsatz in der Druckerei und Vervielfältigung	164
Tab. 8:	Absatzproduktion und Anteile der größten Anbieter in den Güterklassen der Druckindustrie, 1978-1986	166
Tab. 9:	Vorleistungen für Erzeugnisse der Druckerei und Vervielfältigung, 1984	168
Tab. 10:	Herkunft der Druckerzeugnisse nach Wirtschaftszweigen (Unternehmenskonzept), 1986	170
Tab. 11:	Output von Erzeugnissen der Druckerei und Vervielfältigung nach Absatzbereichen, 1984	172
Tab. 12:	Kriterien der Festlegung von Werbeetats	173
Tab. 13:	Struktur der Werbeumsätze in ausgewählten europäischen Ländern, 1986	174
Tab. 14:	Monatliche Aufwendungen für Massenmedien, 1970 und 1987	175
Tab. 15:	Entwicklung der Inlandsnachfrage nach Druckerzeugnissen und wichtiger Vergleichsaggregate, 1977-1988	176
Tab. 16:	Ausfuhr von Druckerzeugnissen nach Abnehmerländern, 1977-1987	177
Tab. 17:	Länderstruktur der Ausfuhr von Druckerzeugnissen, 1977-1987	178
Tab. 18:	Warenstruktur der Ausfuhren von Druckerzeugnissen, 1977-1987	179
Tab. 19:	Einfuhr von Druckerzeugnissen nach Herkunftsländern, 1977-1987	180
Tab. 20:	Länderstruktur der Einfuhr von Druckerzeugnissen, 1977-1987	181
Tab. 21:	Warenstruktur der Einfuhren von Druckerzeugnissen, 1977-1987	182
Tab. 22:	Entwicklung des innerdeutschen Warenverkehrs mit Druckerzeugnissen, 1977-1988	183
Tab. 23:	Produktionsstruktur bei Druckerzeugnissen, 1977-1988	184
Tab. 24:	Entwicklung der Kapitalintensität in der Druckerei und Vervielfältigung, 1977-1987	185
Tab. 25:	Investitionsintensität und -quote der Druckerei und Vervielfältigung	186
Tab. 26:	Investitionstätigkeit der Druckerei und Vervielfältigung im Inland	187
Tab. 27:	Altersstruktur der Ausrüstungen in der Druckerei und Vervielfältigung sowie im verarbeitenden Gewerbe, 1973 und 1986	188
Tab. 28:	Kapitalproduktivität in der Druckerei und Vervielfältigung, 1972-1987	189

Tab. 29:	Unmittelbare und mittelbare deutsche Direktinvestitionen im Ausland: Kenngrößen der deutschen Investoren aus der Druckerei und Vervielfältigung	190
Tab. 30:	Unmittelbare und mittelbare deutsche Direktinvestitionen im Ausland: Kennziffern der Investitionsobjekte in der Druckerei und Vervielfältigung	191
Tab. 31:	Unmittelbare und mittelbare ausländische Direktinvestitionen in der Druckerei und Vervielfältigung der Bundesrepublik Deutschland	192
Tab. 32:	Entwicklung des Arbeitseinsatzes in der Druckerei und Vervielfältigung, 1972-1987	193
Tab. 33:	Arbeitszeiten in der Druckindustrie Westeuropas, 1988	194
Tab. 34:	Materialeingang in der Druckerei und Vervielfältigung, 1986 ..	195
Tab. 35:	Verbrauch von Druckpapier und Druckfarben in der Bundesrepublik Deutschland, 1977-1988	196
Tab. 36:	Marktversorgung mit grafischen Papieren, 1977 und 1988	197
Tab. 37:	Entwicklung der Arbeitskosten in der Papierwirtschaft, 1977-1987	198
Tab. 38:	Bruttostundenverdienste in der Druckindustrie wichtiger Länder der EG	199
Tab. 39:	Arbeitskosten in der Papierwirtschaft, 1978-1986	200
Tab. 40:	Entwicklung des Jahresüberschusses in der Druckindustrie und im verarbeitenden Gewerbe insgesamt, 1977-1987	201
Tab. 41:	Kennziffern zum Büchermarkt in der Bundesrepublik Deutschland	202
Tab. 42:	Kennziffern zur Situation der Tageszeitungen in der EG, 1986	203
Tab. 43:	Entwicklung der Verkaufsauflagen bei Zeitungen, 1977-1988 ...	204
Tab. 44:	Kennziffern zum Zeitungsmarkt in der Bundesrepublik Deutschland, 1977-1988	206
Tab. 45:	Struktur des Druckvolumens bei Zeitschriften, 1978, 1981 und 1986	208
Tab. 46:	Entwicklung der Verkaufsauflagen bei Zeitschriften, 1977-1988	209
Tab. 47:	Struktur des Druckvolumens bei Publikumszeitschriften, 1978 und 1986	210
Tab. 48:	Struktur des Druckvolumens bei Fachzeitschriften, 1978 und 1986	211
Tab. 49:	Struktur des Druckvolumens bei übrigen Zeitschriften, 1978 und 1986	212
Tab. 50:	Kennziffern zum Zeitschriftenmarkt in der Bundesrepublik Deutschland, 1977-1988	213

Tab. 51:	Kennziffern zum Markt für Kataloge und Werbedrucksachen, 1977-1988	214
Tab. 52:	Druckproduktion von Katalogen und Werbedruckschriften nach Druckverfahren, 1982 und 1987	215
Tab. 53:	Kennziffern zum Sektor Geschäftspapiere, 1977-1988	216
Tab. 54:	Produktionsentwicklung übrige Erzeugnisse der Druckindustrie, 1977-1988	217

Verzeichnis der Abbildungen

Abb. 1:	Einflußkomplexe der Nachfrage nach Druckerzeugnissen	35
Abb. 2:	Internationaler Vergleich der Werbeausgaben 1985	37
Abb. 3:	Anteil der Werbeausgaben am Bruttosozialprodukt 1985	37
Abb. 4:	Zusammenhang zwischen gesamtwirtschaftlicher Entwicklung und Werbetätigkeit	40
Abb. 5:	Struktur der Netto-Werbeumsätze ausgewählter Werbeträger ...	41
Abb. 6:	Indikatoren zur Entwicklung der Inlandsnachfrage nach Druckerzeugnissen 1977-1987	52
Abb. 7:	Investitionsquote in der Druckindustrie und im Verarbeitenden Gewerbe	64
Abb. 8:	Investitionsziele und Kapazitätswachstum in der Druckindustrie	66
Abb. 9:	Entwicklung der Preise für Vormaterial in der Druckindustrie ...	98

I. Problemstellung und Aufbau der Untersuchung

1. Rahmenbedingungen und Problemstellung

Die Druckindustrie¹ ist eine recht alte und traditionsreiche Branche, ihre Erzeugnisse umgeben jeden Menschen im täglichen Leben, sei es im privaten, sei es im beruflichen Bereich. Ihr Produktionswachstum hat sich in der Vergangenheit sehr ähnlich demjenigen des verarbeitenden Gewerbes insgesamt vollzogen.

Hinter dieser scheinbar glatten Entwicklung verbergen sich zahlreiche Veränderungen auf den Absatzmärkten, bei den Wettbewerbsverhältnissen, den Produkten und den Produktionsmethoden. Es ist davon auszugehen, daß diese Strukturwandlungen sich in Zukunft wesentlich beschleunigen werden, woraus sich für die Hersteller von Druckerzeugnissen große Herausforderungen ergeben werden. Angesichts dieser sich abzeichnenden Änderungen ist es angebracht, den wichtigen Trends, wie sie sich aus den Entwicklungen der letzten Jahre abzeichnen, nachzugehen. Folgende *Arbeitshypothesen* lagen daher der vorliegenden Studie zugrunde.

Verschiebungen im Mediengefüge

Die stärksten Impulse sind aus den Verschiebungen im Mediengefüge zu erwarten. Hier besteht schon lange eine Konkurrenz zwischen den Printmedien und den elektronischen Medien (Radio, Fernsehen) um die Werbeetats der Wirtschaft. Bisher ist diese Konkurrenz aber nur deswegen vergleichsweise wenig sichtbar geworden, weil die Werbezeiten in den öffentlich-rechtlichen Medien limitiert waren. Die Tatsache, daß diese Zeiten ständig überbucht waren, zeigt, daß ein ungedeckter Bedarf vorlag. Mit dem Ausbreiten eines anders strukturierten Privatfernsehens, verbreitet über Satellit, Kabel oder regional auch terrestrisch, stehen nun zunehmend auch mehr Werbezeiten zur Verfügung, so daß bei gegebenem Gesamt-Werbepbudget tendenziell mehr Werbeausgaben von den Printmedien abgezogen werden.

¹ Diese Bezeichnung wurde im folgenden für Druckerei, Vervielfältigung entsprechend SYPRO-Wirtschaftszweig 57 gewählt.

Konkurrenz der elektronischen Informationssysteme

Es zeichnet sich ab, daß Druckerzeugnisse auch als Informationstransport- und -speichermedien an Bedeutung einbüßen. Die Elektronik in Form von Datennetzen und -banken, von Informations- und Kommunikationssystemen beginnt in Wirtschaft und Verwaltung, künftig vielleicht auch im privaten Bereich, verstärkt Einzug zu halten.

Konkurrenz des „Print-it-yourself“

Zwar hat sich die Furcht vor dem „paperless office“ als unbegründet erwiesen, es hat noch nicht einmal das „less paper office“ gegeben, aber es ist nicht auszuschließen, daß ein steigender Anteil dieses Papiers nicht mehr von der Druckindustrie bedruckt wird. Vielmehr erfolgt dies zum einen durch „Copyshops“, die gerade bei den kleineren Akzidenzen (z. B. Handzettel, Wurfsendungen, Dissertationen, Briefpapier) den Druckereien viele Aufträge weggenommen haben. Zum anderen konkurrieren hier die „Hausdruckereien“, also Druckkapazitäten, die außerhalb der Druckindustrie in anderen Wirtschaftszweigen installiert sind. Diese Druckereien, die bisher überwiegend mit kleinen (Bogen-)Offsetmaschinen arbeiteten, haben neuerdings in Form des Desktop-Publishing die Möglichkeiten, einfachere Prospekte, Bedienungsanleitungen, Preislisten, Briefbögen und ähnliche Erzeugnisse mit Hilfe von Personal-Computern, Layout-Software, Scannern und Matrix- oder Laserdruckern gleichsam vom Schreibtisch aus in einer sich den traditionellen Druckverfahren angleichenden Qualität herzustellen und somit vom Auftragsvolumen der Druckindustrie abzuziehen. Auch im Bereich des Formulardrucks mit Hilfe der EDV und entsprechender Masken sind ähnliche Entwicklungen zu beobachten.

Sättigungstendenzen in der privaten Nachfrage

Neben dieser Konkurrenz durch andere Medien bzw. „branchenfremde“ Hersteller von Druckerzeugnissen wirken auf die Entwicklung der Druckindustrie aber auch noch soziodemographische Faktoren, und zwar per Saldo offensichtlich zunehmend negativ. So zeichnen sich bereits heute auf einigen Gebieten zunehmend Sättigungstendenzen ab: Dies gilt beispielsweise für den Konsum von Zeitschriften und Zeitungen pro Kopf bzw. pro Haushalt. Hinzu kommt, daß das „gedruckte Wort“ im Freizeitverhalten der Bevölkerung anscheinend an Bedeutung zu verlieren beginnt, sich mithin ein Wertewandel abzeichnet. Dies kann noch dadurch verstärkt werden, daß elektronische Speichermedien die gedruckten Informationen abzulösen beginnen.

Internationalisierung im Druckbereich

Bisher waren die Drucker in der Bundesrepublik Deutschland von Konkurrenzdruck aus dem Ausland noch vergleichsweise wenig betroffen. Immerhin sind aber in den letzten zehn Jahren die Importe um 40 %, die Exporte sogar um fast 60 % gestiegen. Durch das Entstehen multinationaler Medienkonzerne und die Bemühungen um die Schaffung eines gemeinsamen Binnenmarktes könnte sich hier jedoch eine Verstärkung der Internationalisierung auch auf den Druckmärkten ergeben. Neue Methoden der Übertragung von Druckvorlagen via Kabel, terrestrischem oder Satellitenfunk werden dies begünstigen. Unterschiedliche Normen und technische Standards werden zunehmend harmonisiert und büßen ihre hemmende Wirkung ein. Die Bedeutung von sprachlichen Barrieren wird für die Zukunft als weniger wirksam angesehen.

Wandel in der Drucktechnik

Die Investitionsquote der Druckindustrie, also der Anteil der Investitionsausgaben am Umsatz, belief sich in den letzten zehn Jahren durchschnittlich auf 6,5-7 %. Hier stand zunächst die Ablösung des traditionellen Bleisatzes durch elektronische Verfahren im Vordergrund. Diese Umstellung ist inzwischen abgeschlossen; die Ablösung des Hochdrucks durch den Offsetdruck ist ständig weitergegangen. Die Druckmaschinen der neuen Generation sind wesentlich schneller und größer geworden (die neuesten Konstruktionen für Tiefdruck sind 3,30 m breit) sowie flexibler, bedienungsfreundlicher (beschleunigter Farbwechsel, geringe Anfahrverluste) und präziser. Damit steigen die Investitionskosten, was besonders kleinere, kapitalschwächere Unternehmen trifft. Der Anteil der Druckindustrie am gesamten verarbeitenden Gewerbe ist beim Brutto-Anlagevermögen in den letzten Jahren denn auch ständig gestiegen.

Auf die Ansprüche an die Qualifikation der Beschäftigten hat der technische Fortschritt in zweierlei Hinsicht gewirkt: die Vorbereitung des Satzes, teilweise auch der Satz selbst, sind, vereinfacht gesagt, heute bereits vom Schreibtisch des Autors aus möglich oder können zumindest von angelernten Kräften durchgeführt werden. Damit sind traditionelle und hochqualifizierte Berufe wie der des Schriftsetzers neu zu definieren. Andererseits erfordern die Druckmaschinen wegen der gestiegenen Produktivität zwar weniger, dafür aber höher qualifizierte Kräfte.

Die vorliegende Studie soll dazu dienen, die Strukturwandlungen und die Entwicklungschancen der Druckindustrie in der Bundesrepublik Deutschland vor dem Hintergrund dieser sich abzeichnenden Tendenzen unter einer