



Rabobank Cijfers & Trends

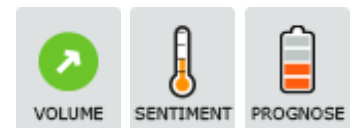
Branche-informatie

Grafische Industrie

Visie

Perspectief

Licht aantrekkende omzet maar nog steeds sprake van prijsconcurrentie. Voor 2017 verwacht de Rabobank voor de grafische industrie een volumestijging van circa 2% (2016: 2,5%). Hoewel de sector na jaren van volumedaling in 2016 een lichte stijging laat zien, is er sprake van veel dynamiek. Enerzijds is dat het gevolg van structurele druk op prijzen doordat er nog steeds sprake is van overcapaciteit. Anderzijds komt dat door structurele veranderingen in klantbehoeften als het gaat om de inzet van druk/print (zoals de aansluiting van offline en online media). Bovendien ontstaan nieuwe producten, diensten en ondernemingen op het snijvlak van druk, print, media, communicatie, marketing en overige dienstverlening.



Herkenbaarheid van deze 'nieuwe' diensten door (potentiele) klanten is essentieel voor het verdienmodel en het laten slagen van een transitie van drukkerij naar een andersoortige onderneming met bijbehorend businessmodel. Denk daarbij aan specialisatie óf transformatie naar een volwaardige grafimedia-onderneming. Veel klanten verdelen hun budget voor reclame en marketing niet alleen over print/drukwerk, maar over alle crossmediale uitingen. Er is sprake van forse druk op de marges. Dat komt door de aanhoudende overcapaciteit in de branche en doordat veel ondernemers hun productieapparaat draaiende willen houden.

Ondernemerschap is key

Voor de middellange termijn verwacht de Rabobank een neutrale ontwikkeling. Voorwaarde daarvoor is wel dat grafische bedrijven zich volledig focussen op hun onderscheidend vermogen in relatie tot de klantbehoefte. ICT en aanverwante (online) dienstverlening bieden hiervoor volop kansen. Voorbeelden zijn databasebeheer, vormgeving, web-to-print, printing on demand of het leveren van een complete mediastrategie. Crossmediaal en meer persoonlijk communiceren is daarbij van wezenlijk belang. Grafische bedrijven kunnen hierin met elkaar samenwerken, maar ook nieuwe verdienmodellen ontwikkelen met branchevreemde partijen. Zoals ICT-bedrijven, logistieke ondernemers of communicatiebureaus. Het ontstaan van deze crossovers biedt kansen voor grafische bedrijven. Het verzilveren ervan vraagt om stevig en flexibel ondernemerschap.

De Rabobank ziet als kritische succesfactor het hebben én succesvol implementeren van een transitiestrategie. Bovendien is een directie/managementteam nodig met de skills om deze transitie te gelde te maken.

Trends

- Toenemende behoefte aan crossmediacommunicatie leidt tot nieuwe producten en diensten;
- Niet de pers of het printstelsel, maar de klant staat centraal. Hierbij spelen ICT, smartdata en online toepassingen een steeds grotere rol;
- Competenties en knowhow van ondernemers en medewerkers sluiten aan op het gewenste business- en verdienmodel;
- Schaalvergroting (door overnames en fusies) leiden tot een verdere professionalisering van de branche en verbetering van de productiviteit (lean productie).

Kansen en bedreigingen

- De doorontwikkeling van nieuwe technologieën zoals 'printed intelligence';
- Het aanbieden van aanvullende diensten, zoals vormgeving, marketing, media-activiteiten, ICT-ondersteuning en distributie;
- Export van grafimedia-producten en diensten;
- Een uitgebalanceerd workflowmanagement, lean and mean productieapparaat en het optimaal benutten van pers en (digitale) printsystemen met behulp van ICT;
- Nieuwe toetreders (veelal uit andere branches) met een voorsprong op online en crossmedia dienstverlening.

Omschrijving

De grafische industrie behoort tot de grotere branches binnen het midden- en kleinbedrijf. De ondernemingen in de branche houden zich bezig met het bewerken en vermenigvuldigen van informatie. Drukwerk is daarbij een belangrijk product. De grafische industrie kent specifieke deelsectoren, zoals grafimedia, drukkerijen, grafische voorbereidingsbedrijven (prepress-bedrijven) en grafische afwerkingsbedrijven.

Bedrijf en markt

Markt

Vraag

De grafische industrie is gevoelig voor conjuncturele schommelingen en technologische vernieuwing zoals slimme ICT-toepassingen. Dit uit zich vooral in de hoeveelheid en soort vraag. Reclame- en gebruiksdrukwerk is steeds vaker het sluitstuk van een complete crossmediastrategie.

Binnen de marketing wordt steeds meer getracht kleine groepen consumenten of zelfs de individuele gebruiker te bereiken. Dit leidt tot een gevarieerdere vraag naar drukwerk, waarbij seriegroottes afnemen. Bovendien moet het drukwerk op afroep beschikbaar zijn. Het gevolg daarvan is een behoefte aan kortere doorlooptijden en een lean-en-mean productieproces. De wensen van de klanten variëren en steeds vaker zal dit leidend zijn voor de producten en diensten die grafische bedrijven bieden. De belangrijkste opdrachtgevers van de grafimedia zijn de industrie (19% van de omzet), de reclamebranche (13%) en de grafische industrie zelf (19%). Particulieren vormen een kleine groep afnemers (3%).

Aanbod

De grafische industrie kenmerkt zich door relatieve kleinschaligheid. Ruim 85% van de bedrijven telt minder dan 10 medewerkers. De Rabobank verwacht een verdere concentratietendens in de branche op basis van toenemende specialismen, overcapaciteit en een dalende economische levensduur van de infrastructuur. Forse investeringen in infrastructuur zullen voor een aantal partijen noodzakelijk zijn.

Aantal bedrijven grafische industrie

	2011	2012	2013	2014	2015
ZZP	1.650	1.740	1.750	1.765	1.715
Bedrijven	2.065	1.990	1.845	1.720	1.605
Totaal	3.715	3.730	3.595	3.485	3.320
Aandeel ZZP	44%	47%	49%	51%	52%

Bron: CBS, 2015

Bedrijven naar hoofdactiviteit en grootteklasse per 1-1-2015

	ZZP	2-	5-	10-	20-	50-	100+
Prepressbedrijven	365	100	25	15	15	5	0
Drukkerijen	990	660	290	165	105	25	20
Verpakkingsdrukkerijen	10	5	0	5	5	0	0
Grafische afwerking	350	90	30	20	15	5	0
Totaal	1.715	855	345	205	140	35	20

Bron: CBS, 2015

Omzet

In de afgelopen zes jaar nam de totale omzet in de grafimedia branche af met zo'n 20%. Er is echter wel een duidelijk verschil waarneembaar tussen de binnenlandse (-30%) en buitenlandse markt (+15%).

Door cultuurverschillen en de kleinschaligheid van de meeste grafische bedrijven is export van producten marginaal. Samenwerking met andere (grafimedia) bedrijven die elkaar aanvullen in dienstverlening kan exportkansen vergroten.

Rabobank Cijfers & Trends

Al meer dan vijfendertig jaar biedt de Rabobank met Cijfers & Trends betrouwbare branche-informatie. Via www.rabobank.nl/cijfersentrends is deze informatie gratis te raadplegen. U vindt er onze thema-updates, branche-informatie en sectorprognoses. Ook kunt u de prestaties van uw bedrijf vergelijken met die van andere bedrijven in uw branche.