

# Verpackungsbranche ist Wachstumstreiber der indonesischen Druckindustrie

11.07.2018

## Inhalt

- ▶ Druckgewerbe
  - ▶ Allgemeine Markttrends
  - ▶ Zeitungen/Zeitschriften: Junge Menschen lesen digital
  - ▶ Bücher: Ein Nischensegment
  - ▶ Verpackungsdruck und Etiketten: Nahrungsmittelbranche treibt den Bedarf an
- ▶ Werbung
  - ▶ Druckmedien verlieren Werbeanteile
- ▶ Kontaktadressen

## Zeitungs-, Magazin- und Buchdruck entwickeln sich schwächer / Deutschland wichtiger Zulieferer von Offset-Maschinen / Von Frank Malerius

Jakarta (GTAI) - Die Druckbranche in Indonesien profitiert vom hohen Wirtschaftswachstum. Die kaufffreudige Gesellschaft fragt zunehmend hochwertige Konsumgüter nach und treibt so das Geschäft mit Verpackungsmitteln an. Klassische Printprodukte können hingegen nicht Schritt halten. Sie sehen sich mit sinkenden Anteilen an den Werbeeinnahmen konfrontiert, während die Digitalisierung voranschreitet. Bei Drucktechnik ist Indonesien auf Importe angewiesen. Deutsche Produkte bleiben gefragt. (Kontaktadressen)

## Druckgewerbe

### ALLGEMEINE MARKTTRENDS

Die Größe der indonesischen Druckindustrie zu bestimmen, ist mangels zuverlässiger Zahlen schwierig. Die Branchenverbände bieten kaum Informationen. Es gibt zwei größere Interessenvertretungen. Dies ist zum einen die Indonesian Master Printers Association (IMPA). Sie hatte zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Artikels weder eine Webseite noch nutzbare Daten. Außerdem besteht die Vereinigung der indonesischen Printmedien (Persatuan Perusahaan Grafika Indonesia - PPGI). Auch sie veröffentlicht keine systematischen Daten. Die Schätzungen internationaler Quellen bezüglich der Marktgröße unterscheiden sich teils deutlich voneinander.

Die aktuellsten Branchenzahlen des indonesischen Statistikamtes Badan Pusat Statistik (BPS) datieren aus dem Jahr 2015. Demnach gibt es rund 600 größere sowie etwa 25.000 kleinere Unternehmen mit zusammen 140.000 Beschäftigten. Ihr gemeinsamer Umsatz wird mit etwa 3 Milliarden US-Dollar (US\$) angegeben, wovon mehr als drei Viertel auf größere und mittlere Betriebe entfallen.

## VERPACKUNGSBRANCHE IST WACHSTUMSTREIBER DER INDONESISCHEN DRUCKINDUSTRIE

### Übersicht Druckindustrie in Indonesien 2015 1)

Anzahl Betriebe, davon	25.971
.mittlere und größere 2)	616
Angestellte, davon	140.654
.in mittleren und größeren Betrieben 2)	54.561
Output (in Mio. US\$), davon 3)	3.003
.von mittleren und größeren Betrieben 2) 3)	2.370

1) einschließlich der Sparte Medienproduktion; 2) es werden keine Definitionen beziehungsweise Schwellenwerte zur Einordnung der Unternehmen in größere oder kleinere Betriebe angegeben; 3) Umrechnung zum Jahresdurchschnittskurs 2015: 1 US\$ = 13.485,13 Rupiah (IDR)

Quelle: BPS

Den besten Eindruck über den Stand der Branche erhält man auf Messen. Die größeren Player des Landes treffen sich alle zwei Jahre auf der Indoprint. Sie findet zusammen mit der Indoplas und Indopack statt und firmiert daher unter dem Namen The Indonesian International Plastics, Processing, Packaging and Printing Exhibition. Ihr Schwerpunkt ist der Verpackungsdruck. Zur letzten Veranstaltung im September 2016 kamen nach offiziellen Angaben 372 Aussteller aus 20 Ländern. Die Besucherzahl wurde mit 22.500 angegeben. Die nächste Messe findet vom 19. bis 22. September 2018 in Jakarta statt.

Die jährlich stattfindende Messe Allprint Indonesia ist vor allem auf die Produktion von Printmedien via Offsetdruck und Digitaldruck sowie die Weiterverarbeitung ausgerichtet. Sie wirbt mit 15.000 Besuchern und 148 Ausstellern aus 17 Ländern bei ihrer letzten Ausrichtung im November 2017. Nächster Termin ist der 17. bis 20. Oktober 2018.

Laut Experten entfallen etwa 50 Prozent der indonesischen Branchenumsätze auf den Verpackungsdruck. Und dieser Anteil wird in Zukunft weiter steigen, denn mit der seit Jahren um etwa 5 Prozent wachsenden Wirtschaft verändern sich die Lebens- und Konsumgewohnheiten der Indonesier. Ihr Einkauf findet immer seltener auf traditionellen Märkten, sondern immer häufiger in Supermärkten und den unzähligen Malls statt. Shopping ist ein beliebter Zeitvertreib der wachsenden urbanen Mittelschicht. Je hochwertiger die Verpackung ist, desto eher wird das Produkt gekauft.

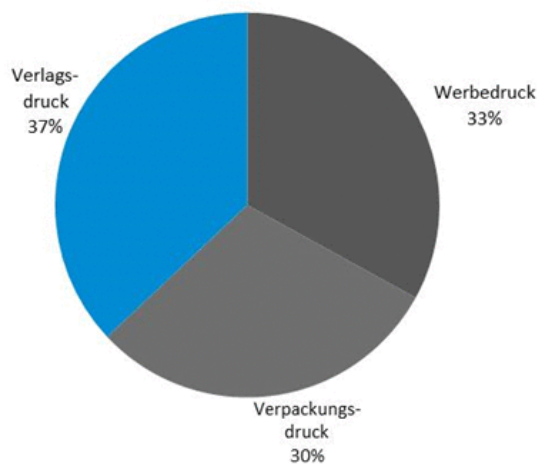
Nach Schätzungen der Indonesian Packing Federation erzielte der indonesische Verpackungsmarkt 2017 Umsätze in Höhe von 6,7 Milliarden US\$, was einem Plus von 6 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Dabei entfallen 45 Prozent auf flexible Verpackungen, 28 Prozent auf Papier- und Kartonverpackungen und 16 Prozent auf Hartplastik für Trinkflaschen.

Auch der Verlagsdruck verzeichnete in den vergangenen Jahren Wachstum. Nach Angaben des indonesischen Statistikamtes ist die Produktion der größeren Unternehmen aus dem Bereich Druck- und Reproduktionsmedien zwischen 2010 und 2017 um 35 Prozent gestiegen (Durchschnitt aller Industriebranchen: 37 Prozent). Bei den kleineren Branchenbetrieben lag das Wachstum im selben Zeitraum sogar bei 83 Prozent (Durchschnitt aller Industriebranchen: 44 Prozent).

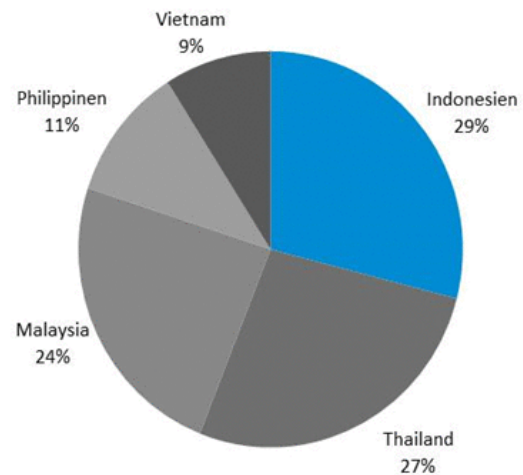
Das Beratungsunternehmen Schlegel und Partner taxiert den gesamten indonesischen Druckmarkt in einer aktuellen Studie auf ein Volumen von 9,1 Mrd. US\$. Davon entfallen gut ein Drittel auf den Verlagsdruck und knapp zwei Drittel auf den Verpackungs- und Werbedruck. Indonesien ist demnach der größte Druckmarkt Südostasiens mit einem Anteil von 29 Prozent unter den fünf größten Märkten der Region.

## VERPACKUNGSBRANCHE IST WACHSTUMSTREIBER DER INDONESISCHEN DRUCKINDUSTRIE

**Druckmarkt Indonesiens**  
(Gesamtvolumen 9,1 Mrd. US\$)



**Druckmarkt der ASEAN**  
(Gesamtvolumen 31,7 Mrd. US\$)



Quelle: Schlegel und Partner  
MKT201807108003.14

Der private Informationsanbieter Smithers Pira schätzte das Volumen des gesamten Druckmarktes im Jahr 2013 auf 10,4 Milliarden US\$. Damit lag der Archipel asienweit auf Rang sechs. Für 2018 wird ein Wert von 14,5 Milliarden US\$ erwartet. Das entspricht einem jährlichen Nominalwachstum von knapp 7 Prozent. Damit könnte die Inselrepublik innerhalb Asiens auf den fünften Platz vorrücken.

### Druckmarkt in Asien (in Mrd. US\$, durchschnittliches nominales Wachstum in %)

Land	2013	2018 *)	jährliches Wachstum
China	144,3	210,4	7,8
Japan	116,9	108,3	-1,5
Indien	24,6	32,5	5,7
Südkorea	18,0	19,1	1,1
Taiwan	10,5	11,7	2,0
Indonesien	10,4	14,5	6,8
Andere	24,9	31,0	4,9
Insgesamt	349,6	427,5	4,1

\*) Prognose

Quelle: Smithers Pira

Der Maschinenpark der meisten Branchenfirmen gilt als veraltet. Der Modernisierungsdruck ist vergleichsweise hoch. Trotzdem hielten sich viele Unternehmen 2015 und 2016 mit Neuanschaffungen zurück. Ein Großteil der Geräte muss importiert werden, denn in Indonesien gibt es keine Hersteller von kompletten Offset-Druckmaschinen. Es existieren lediglich einige Anbieter von Hilfsprodukten wie Druckplatten, -farben und -chemikalien.

Die Schwäche der indonesischen Rupiah hat die Preise für Druckmaschinen, Hilfsprodukte und Betriebsmittel in die Höhe getrieben. Seit 2011 hat die indonesische Rupiah ein Drittel an Wert gegenüber dem US-Dollar verlo-

## VERPACKUNGSBRANCHE IST WACHSTUMSTREIBER DER INDONESISCHEN DRUCKINDUSTRIE

ren. Immerhin gab es in den letzten drei Jahren wieder eine Wechselkursstabilisierung. Da indonesische Banken nur ungern Kredite an Privatfirmen vergeben, ist die Modernisierung der Maschinenparks vielerorts ein Kraftakt. Wenn sie es dennoch tun, sind die Zinsen hoch.

Hinzu kommt, dass die Behörden seit einiger Zeit Einfuhren behindern. Weil die Ausfuhren vor allem aufgrund des Verfalls der Rohstoffpreise gesunken sind, sollen auch die Importe schrumpfen, um ein Handelsbilanzdefizit zu verhindern. So sind die Importe zwischen 2012 und 2016 um 30 Prozent zurückgegangen. Bei ihren Bemühungen setzen die Behörden vor allem auf nichttarifäre Handelshemmnisse, etwa eigene nationale Standards, die kaum etwas mit international üblichen Standards gemeinsam haben.

Eine Trendwende gab es 2017 mit einem Einfuhrplus von 16 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Auch die Druckbranche hat das vergangene Jahr offenbar für Neuanschaffungen genutzt. Die Einfuhr von Drucktechnik stieg laut UN Comtrade gegenüber 2016 leicht auf 1,1 Milliarden US\$. Die Einfuhr von Offset-Druckmaschinen machte einen Sprung auf 151 Millionen US\$, den höchsten Wert seit 2013. Allerdings ist das Geschäft schwankend. Ein Großauftrag kann die Statistik nach oben ausschlagen lassen.

### Indonesiens Einfuhren von Drucktechnik (in Mio. US\$)

Jahr	Drucktechnik 1), davon	.Offset-Druckmaschinen 2)	Druckfarben 3)
2013	1.191,4	194,1	149,4
2014	1.270,0	143,1	147,4
2015	1.113,7	118,2	149,3
2016	1.043,6	84,3	168,8
2017	1.100,4	151,0	149,0

1) Druck- und Buchbindemaschinen (einschließlich Teile) der HS-Zolltarifpositionen 8440, 8442, 8443; 2) HS-Zolltarifpositionen 8443.11 bis 19; 3) HS-Zolltarifpositionen 3215.11 bis 19

Quelle: UN Comtrade

Mehr als die Hälfte aller Drucktechnikimporte entfielen 2017 auf Japan und China. Deutschland rangierte auf der Liste der Lieferanten auf Rang 6, etwa auf dem Niveau von Thailand, Taiwan und Malaysia. Gerade Thailand ist zuletzt ein zunehmend wichtiger Lieferant geworden.

Deutschland gehörte 2017 zu den wichtigsten vier Lieferanten von Offset-Druckmaschinen. Führend waren Japan, China und Taiwan. Die Schweiz, die 2016 noch die Lieferangliste angeführt hatte, hat 2017 gerade einmal entsprechende Maschinen im Wert von 1,4 Millionen US\$ nach Indonesien exportiert. China hingegen hat die Lieferungen gegenüber 2016 verdoppelt, Japan sogar vervierfacht. Das zeigt die Sprunghaftigkeit des Geschäfts.

## VERPACKUNGSBRANCHE IST WACHSTUMSTREIBER DER INDONESISCHEN DRUCKINDUSTRIE

Indonesiens Einfuhren von Drucktechnik 2017 nach wichtigsten Lieferländern (in Mio. US\$)

Land	Insgesamt, davon 1)	.Offset-Druckmaschinen 2)
Japan	367,2	45,6
China	320,2	24,9
Singapur	92,1	3,6
Vietnam	53,2	0,0
Thailand	38,6	1,0
Deutschland	36,1	18,4
Taiwan	34,6	23,2
Malaysia	33,4	0,9
Italien	23,8	14,1
Hongkong	11,1	1,7

1) Druck- und Buchbindemaschinen (einschließlich Teile) der HS-Zolltarifpositionen 8440, 8442, 8443; 2) HS-Zolltarifpositionen 8443.11 bis 19

Quelle: UN Comtrade

Der größte Nachteil deutscher Anbieter besteht darin, dass sie oftmals keine Finanzierung anbieten können. Allerdings gibt es in dem indonesischen Marktumfeld, das vielfach durch Oligopole und daraus resultierend durch einen geringen Konkurrenzdruck geprägt ist, immer noch genügend finanzstarke Firmen, die die besten Maschinen einkaufen und skeptisch gegenüber chinesischer Technik sind.

### ZEITUNGEN/ZEITSCHRIFTEN: JUNGE MENSCHEN LESEN DIGITAL

Die Zeitungs- und Zeitschriftenbranche ist nach wie vor ein wichtiger Absatzmarkt der indonesischen Druckindustrie. Sie entwickelt sich aber weit weniger dynamisch als die Verpackungsbranche. Ihre Größe ist in dem Archipel mit seinen 6.000 bewohnten Inseln genauso schwer zu bestimmen wie der Druckmarkt selbst. Die Anzahl der täglich erscheinenden Zeitungen schätzen Branchenkenner auf über 200 (Deutschland: circa 360). Zwar gibt es Abonnementlieferungen, aber der größte Teil der Zeitungen wird als Einzelexemplar gekauft.

Zeitungen erscheinen zumeist in der Landessprache Bahasa Indonesia und werden vor allem in den Städten herausgegeben. Die Jakarta Post ist die einzige englischsprachige Tageszeitung, nachdem der Jakarta Globe 2015 nach acht Jahren seine Druckausgabe eingestellt hat. Ihre Auflage dürfte höchstens im unteren fünfstelligen Bereich liegen.

Die Auflagen der Zeitungen lassen sich allenfalls grob schätzen, da es keine unabhängige Erhebung gibt. Auch die Anzeigenkunden tapen also im Dunkeln. Die Anzahl der Zeitungskäufer ist proportional zur Bevölkerungszahl weitaus geringer als in westlichen Ländern. Dafür dürfte ein Exemplar von mehr Personen gelesen werden. Ärmere Bevölkerungsschichten leisten sich keine Zeitungen. Bei der Informationssuche werden das Fernsehen oder das persönliche Gespräch präferiert. Allenfalls in der urbanen Mittelschicht gibt es einen substantiellen Lesermarkt. Das Zeitunglesen als habituelle Handlung praktiziert nur ein kleiner Bevölkerungsteil.

Mangels zuverlässiger Daten lässt sich schwer abschätzen, ob die Zeitungsauflagen in Indonesien aufgrund des Wirtschaftswachstums und des Aufstiegs immer größerer Teile der Bevölkerung in die Mittelschicht noch steigen oder ob sie durch die zunehmende Beliebtheit digitaler Nachrichtenkanäle bereits sinken. Mittelfristig wer-

## VERPACKUNGSBRANCHE IST WACHSTUMSTREIBER DER INDONESISCHEN DRUCKINDUSTRIE

den die Auflagen sinken, so wie überall auf der Welt. Jüngere Indonesier lesen kaum Zeitung. Sie sind digitalafin: Wo immer das Smartphone das Leben erleichtert, wird es augenblicklich eingesetzt, gerne auch den gesamten Tag lang. Eine Furcht vor einer daraus resultierenden Verkümmern anderer Fähigkeiten gibt es nicht.

Zeitschriften dürften in dem Archipel eine bessere Zukunft haben als Zeitungen. Allerdings ist auch ihre Titelanzahl und Auflage bezogen auf die Bevölkerungsgröße klein. Während sich die meinungsbildenden politischen Magazine noch keine hohe Papier- und Druckqualität leisten können, sind internationale Hochglanzmagazine vor allem bei Frauen beliebt.

### BÜCHER: EIN NISCHENSEGMENT

Indonesier lesen kaum Bücher. Selbst in Mittel- und Oberschichtshaushalten sind nur selten welche zu finden. Aufgrund der mangelnden Lesetradition haben sich auch E-Reader noch nicht durchgesetzt. Klassische Buchläden gibt es praktisch nicht. Einige Ketten betreiben in größeren Shoppingmalls einen kombinierten Verkauf von Büchern und Zeitschriften, gegebenenfalls zusammen mit Elektrogeräten.

Dort bestimmen vor allem Ratgeber und Lifestyle-Bücher sowie bebilderte Hochglanzbände über Themen wie Reisen, Architektur oder Kochen das Segment - so wie man sie aus den Presseshops internationaler Flughäfen kennt. Eine weitere Domäne bilden einfach gestaltete Lernmaterialien, auf die - zusammen mit Schulbüchern - ein erheblicher Anteil des Druckvolumens entfällt. Das Angebot an Romanen ist verschwindend klein.

## VERPACKUNGSDRUCK UND ETIKETTEN: NAHRUNGSMITTELBRANCHE TREIBT DEN BEDARF AN

Es gibt keine Aufstellung darüber, wie viele Verpackungsunternehmen es in Indonesien gibt. Die letztverfügbare Zahl stammt aus einer wissenschaftlichen Studie, wird mit 35.000 Unternehmen angegeben und stammt aus dem Jahr 2010. Die meisten dieser Firmen dürften kleine und Kleinstbetriebe sein, die vor allem Handarbeit leisten. Dagegen gibt es vor allem im Nahrungsmittelsektor aber auch einige hochtechnisierte Großunternehmen wie Indofood, Wings, Mayora oder GarudaFood. Außerdem sind westliche Branchenkonzerne wie Nestlé, Danone, Heinz und Unilever vor Ort vertreten.

Verpackungen spielen nicht nur bei Nahrungsmitteln, sondern auch bei anderen Ver- und Gebrauchsgütern in der statusgeprägten und konsumfreudigen indonesischen Gesellschaft eine wichtige Rolle. Sie können gar nicht bunt und hochwertig genug sein. So ist der Markt für Beschichtungsdruck, etwa das UV coating, groß (wenn auch nicht in Zahlen bestimmbar). Beim Druck von Zeitschriften, Büchern, Verpackungen oder der Etikettierung wird er in hohem Umfang eingesetzt. Zubehör sowie Farben werden zumeist importiert. Laut Fachexperten wird das sogenannte LED coating mangels verfügbarer Materialien bisher wenig eingesetzt. Zudem soll demnach der Digitaldruck in Zukunft eine größere Rolle spielen.

## Werbung

### DRUCKMEDIEN VERLIEREN WERBEANTEILE

Die dauerhaften und hohen Wirtschaftswachstumsraten in Indonesien beflügeln den Optimismus und damit die Kauflust der Menschen. Der private Konsum trägt weit mehr als die Hälfte zur Entstehung des BIP bei. Befeuert wird er durch Werbung, für die es etwa im Fernsehen kaum zeitliche Beschränkungen gibt. Die Druckmedien sind in besonderem Maße von Werbung abhängig, denn das Erlösmodell der Zeitungen und Zeitschriften kann sich in Indonesien viel weniger als in entwickelten Ländern auf Vertriebseinnahmen stützen. Ein wirtschaftlicher Abschwung und damit verbundener Rückgang von Anzeigen würde ganz direkt auf ihre Existenzfähigkeit durchschlagen.

## VERPACKUNGSBRANCHE IST WACHSTUMSTREIBER DER INDONESISCHEN DRUCKINDUSTRIE

Doch bisher steigen die Ausgaben für Werbung in Indonesiens Medien kontinuierlich. Das Beratungsunternehmen eMarketer prognostiziert ein Wachstum von 2,4 Milliarden auf 3,5 Milliarden US\$ zwischen 2015 und 2020. Das entspricht einer Steigerungsrate von 47 Prozent oder einer durchschnittlichen jährlichen Steigerung von 8 Prozent. Mehr als die Hälfte davon entfällt auf das Fernsehen, wengleich mit einem abnehmenden Anteil.

### Werbeausgaben nach Werbeträgern in Indonesien (in Mio. US\$)

Jahr	TV	Zeitungen	Zeitschriften	mobil/digital	Radio	Außenplakate
2015	1.474,8	441,1	54,6	70,2	31,5	59,5
2016	1.585,4	460,0	53,4	124,4	33,3	67,4
2017	1.680,5	477,4	52,1	189,4	34,9	75,5
2018	1.774,6	494,1	50,6	254,0	36,3	83,7
2019	1.890,0	513,4	49,5	312,0	38,0	93,3
2020	1.997,7	529,3	48,0	367,3	39,5	102,6

Quelle: eMarketer

Bei den Printmedien ist das Bild uneinheitlich. Die Werbeausgaben für Zeitungen stiegen im selben Zeitraum um 20 Prozent, verlieren aber prozentual am Gesamtmarkt. Bei Zeitschriften sind sogar die Werbeausgaben fallend. Nutznießer ist die digitale Werbung im Internet, mit jährlichen Wachstumsraten von 30 Prozent. Sie wird schon in wenigen Jahren mehr Umsätze generieren als die Zeitungswerbung.

### Entwicklung der Anteile von Werbeträgern an den Werbeausgaben in Indonesien (Anteile in %)

Jahr	TV	Zeitungen	Zeitschriften	mobil/digital	Radio	Außenplakate
2015	62,6	18,7	2,3	3,0	1,3	2,5
2016	61,1	17,8	2,1	4,8	1,3	2,6
2017	60,1	17,1	1,9	6,8	1,2	2,7
2018	59,1	16,5	1,7	8,5	1,2	2,7
2019	58,8	15,9	1,5	9,7	1,2	2,9
2020	57,7	15,3	1,4	10,6	1,1	3,0

Quelle: eMarketer

Die langfristige Konsequenz dieses Trends wird eine Schwächung der Printmedien sein. Wenn die Werbebudgets kontinuierlich in das Internet gelenkt werden, werden auch die redaktionellen Inhalte dorthin folgen. Mit dem Rückgang der Auflagen wird sich auch das Auftragsvolumen für die Druckindustrie verringern.

# VERPACKUNGSBRANCHE IST WACHSTUMSTREIBER DER INDONESISCHEN DRUCKINDUSTRIE

## Kontaktadressen

Bezeichnung	Kontakt	Anmerkung
Persatuan Perusahaan Grafika Indonesia (PPDI)	<a href="https://ppgi.or.id">https://ppgi.or.id</a> ▶	Verband der Printmedien
Indonesian Packing Federation	<a href="http://www.packindo.org">http://www.packindo.org</a> ▶	Verpackungsverband
Indoprint	<a href="http://www.indoprintpackplas.com/">http://www.indoprintpackplas.com/;</a> ▶ <a href="http://www.indoprint.net">http://www.indoprint.net</a> ▶	Fachmesse
Allprint Indonesia	<a href="http://allprint.co.id">http://allprint.co.id</a> ▶	Fachmesse
Ekonid	<a href="http://indonesien.ahk.de">http://indonesien.ahk.de</a> ▶	Deutsche Auslandshandelskammer
Badan Pusat Statistik (BPS)	<a href="http://www.bps.go.id">http://www.bps.go.id</a> ▶	Nationales Statistikamt

Weitere Informationen zu Wirtschaftslage, Branchen, Geschäftspraxis, Recht, Zoll, Ausschreibungen und Entwicklungsprojekten in Indonesien können Sie unter <http://www.gtai.de/indonesien> ▶ abrufen. Die Seite <http://www.gtai.de/asien-pazifik> ▶ bietet einen Überblick zu verschiedenen Themen in Asien-Pazifik.

## KONTAKT

Anna Westenberger

☎ +49 30 200 099 393

✉ [Ihre Frage an uns](#)

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt.

© 2018 Germany Trade & Invest

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.