

Victor Buck

Das Ende des klassischen Druckgewerbes in Luxemburg?

Am 25. Juni 2009 gab die Druckerei Qatena, früher unter dem Namen Imprimerie Victor Buck tätig, nach mehr als 155 Jahren ihre Schließung bekannt. Die Welle der Entrüstung in der Presse, wie es sie im Falle Villeroy & Boch gegeben hatte, blieb aus.

Kyra
Fischbach

Eine Schließung aber keine Pleite

Eine weitere Schließung. Aber wohlgemerkt eine Schließung und keine Pleite. Strukturelle Probleme hätten die Verantwortlichen dazu genötigt, das Unternehmen zu „reorganisieren“ (Erklärung der Victor-Buck-Gruppe am 25.6.2009), so die offizielle Begründung. Diese Erklärung lässt Fragen offen. In den wenigen und kurzen Artikeln in der nationalen Presse finden sich erste Antworten. Es ist die Rede von Delokalisierung, Gewinnmaximierung, zu hohen Ausgaben, einer schwierigen Auftragslage, der Krise als Vorwand bzw. Alibi für die Schließung.

Wie zu erwarten, war vor allem im *tageblatt* die Position des OGB-L und der Arbeitnehmer vertreten; diese fühlten sich betrogen und erhoben den Verdacht, seit der Eröffnung des Standortes in der Slowakei 2007 sei der Standort in Leudelange lediglich als Organisationsbeispiel für den slowakischen Ableger benutzt worden. Als der Know-how-Transfer beendet war, habe der luxemburgische Teil von Qatena ausgedient gehabt, seien doch die Produktionskosten in der Slowakei viel niedriger.

86 Menschen waren zu diesem Zeitpunkt noch in Leudelange beschäftigt, 73 davon verloren ihre Arbeit, 2 wurde der Vertrag verlängert, um in Schwangerschaftsurlaub gehen zu können, die 11 übrigen konnten innerhalb der Victor-Buck-Gruppe reintegriert werden. Schon im Jahr zuvor waren einige Mitarbeiter entlassen worden, nachdem einer der größten Kunden der Drucke-

rei, Nokia Deutschland, seine Türen geschlossen und die Produktion nach Ungarn und Rumänien verlagert hatte. Victor Buck hatte sich in den letzten Jahren stark dem internationalen Markt zugewandt und sich ein Standbein im Druck von Verkaufs- und Anleitungsliteratur aufgebaut. Im Gegenzug hatte das Unternehmen vor einigen Jahren vielen „kleinen“ lokalen Kunden zu verstehen gegeben, dass sie nicht mehr ins Auftragsprofil der Druckerei passen würden.

In einem Sektor, der hierzulande über etwa 1 200 Angestellte verfügt, fällt die Zahl 73 durchaus ins Gewicht. Welche Unternehmen werden fortan die qualifizierten Mitarbeiter aufnehmen, wo es doch allgemein zu kriseln droht? Selbst die größte Druckerei, saint-paul, sah sich derweilen gezwungen, auf Kurzarbeit zurückzugreifen. Nach einer schrittweisen Reduzierung sollen ab 2014 in Gasperich nur noch Zeitungen gedruckt werden, so heißt es in der Branche, unterdessen sollen die überschüssigen Maschinen verkauft und die Belegschaft graduell reduziert werden. Die Situation ist so kritisch, dass das Familiensilber neu geordnet wird und die Filetstücke ausgelagert werden: das ehemalige Produktionsareal zwischen der Rue Bourbon und der Rue Origer am Bahnhof wurde vor kurzem von der Imprimerie saint-paul an eine andere Firma der Gruppe saint-paul verkauft.

Das rote Tuch der „Delokalisierung“

Die Gruppe Victor Buck verzichtete auf die Möglichkeit der Kurzarbeit und setzte schon vor drei

**Dem Drucksektor
gehe es im
Allgemeinen
dermaßen
schlecht, die
Schließung von
Qatena sei nur
der Anfang.**

Jahren auf eine Exit-Strategie: Sie verlegte einen Teil ihrer Produktion ins Ausland in die Slowakei. Ein Ausland, in dem die Produktion um Einiges billiger ausfällt, da die Löhne erheblich tiefer gestaffelt sind. Schließlich kam es soweit, eine Produktionsstätte zugunsten der anderen zu schließen. So zumindest die Überzeugung der Gewerkschaft.

Unternehmensleiter Nicolas Buck kann die Gewerkschaft nicht überzeugen, dass es sich nicht um eine Delokalisierung aus Profitgründen handelt. Laut dem „Unternehmer des Jahres 2004“ sei die Schließung in Luxemburg unumgänglich gewesen. Doch „das schlechte Gefühl“ seitens der Arbeitnehmer bleibt. Die Eröffnung des neuen Standorts habe gleichzeitig das Ende des alten eingeläutet und diese Stellungnahme der Gewerkschaft wird nicht zurückgezogen: Die Zahlen seien zwar schlecht gewesen, aber dieser Entwicklung hätte die Unternehmensleitung durch Engagement im Lande selber begegnen sollen. Auch ist festzustellen, dass die gesamte Unternehmenskonstruktion mit der Zeit undurchsichtig geworden ist.

Innerhalb der Buck-Gruppe wird der Vorwurf der Delokalisierung vehement zurückgewiesen, die Bilanzzahlen hätten unmissverständlich für eine Schließung des Standortes gesprochen. „Kein Kommentar“, lautete die erste Antwort des designierten Pressekontaktes, Steve Decker, auf die Frage nach den Umständen der Schließung und vor allem auf die Nachfrage nach der Position der Gewerkschaft. Mit der Presse hätte man schlechte Erfahrungen gemacht: diese habe dem Unternehmen die Wörter im Munde verdreht. Dem Drucksektor gehe es im Allgemeinen dermaßen schlecht, die Schließung von Qatena sei nur der Anfang. Die Kunden hätten seit Ausbruch der Krise ihre Budgets substantiell gekürzt, so dass das Produktionsvolumen Anfang des Jahres um die Hälfte zurückgegangen sei. Die falsche Strategie habe die Druckerei nicht gewählt, da sie aus der Schließung von Nokia letztes Jahr gelernt hätte. Hat Nokia als Beispiel für Qatena gedient?

Schwere Zeiten

Tatsächlich ist das Leben der Drucker schwer geworden. Die größte Konkurrenz für das klassische Druckgewerbe sind mittlerweile Online-Anbieter; diese arbeiten kostengünstig und versprechen eine schnelle Ausführung des Auftrags. Eine personalisierte Kundenbetreuung findet dabei natürlich nicht statt, der Auftrag wird per E-Mail an den „Drucker“ verschickt. Der Kunde ignoriert in den meisten Fällen sowohl den Ort der Ausführung wie auch die Arbeitsbedingungen im ausführenden Unternehmen. Bei Unzufriedenheit bleibt der Kunde oft auf seinem Material sitzen; das Umtauschen mangelhafter Ware erweist sich in vielen Fällen nämlich als schwierig.



© Kyra Fischbach

Eine weitere Bedrohung des klassischen Drucks sind die elektronischen Fassungen von Zeitungen und Informationsmaterial: So wird beim morgentlichen Kaffee heute nicht mehr die Zeitung sondern der Laptop aufgeschlagen. Außerdem gibt es ebenso Abos für die digitale Version der Nachrichten.

Der digitale Druck, der ohne feste Druckvorlage auskommt, im Gegensatz zum Offsetdruck etwa, hat zudem die Kosten und um so mehr die Preis-erwartungen der Kunden gedrückt. Aber auch die Erwartungen an die Qualität der Produkte scheinen nach Aussage der Branchenvertreter gesunken zu sein.

Ein weiteres Problem sind die günstigen Drucktarife in der Grenzregion; sowohl die Gewerkschaft als auch der Vertreter der Victor-Buck-Gruppe sprachen es an: Selbst luxemburgische Parteien würden mittlerweile auf Druckereien im nahen Ausland zurückgreifen, um ihre Kosten zu senken.

Schließlich werden die Druckereien noch von „Zwischenhändlern“, die häufig aus der eigenen Branche stammen, in die Zange genommen. Es handelt sich um regelrechte Broker, die dem Kunden die Suche nach der billigsten Druckerei abnehmen und die günstigsten Angebote zum Zeitpunkt X für den Auftrag Y einholen. Ähnlich wie bei Online-Versteigerungen können die Druckereien dann mit den günstigsten Preisen und Lieferbedingungen untereinander um den Auftrag kämpfen. In Luxemburg steht unter anderem „Print solutions“ für das Aufkommen des Maklerwesens im Druckereigewerbe.

Unternehmensleiter Nicolas Buck kann die Gewerkschaft nicht überzeugen, dass es sich nicht um eine Delokalisierung aus Profitgründen handelt.



© Kyra Fischbach

Das Ende des traditionellen Drucks?

Traditionelle Druckereien, die sich ausschließlich dem Drucken widmen, gibt es heute kaum noch. Das Angebot ist vielfältig, abhängig von der Größe des Unternehmens werden entweder Nischenprodukte oder Rundumbetreuung angeboten: „Ein Unternehmen muss heute ein ganzes Package anbieten können“, so der Verkaufsleiter der Imprimerie Faber in Mersch, Simon Truffelli.

Durch die Digitalisierung, d. h. der Verarbeitung und Verwaltung von Daten und Informationen in digitaler Form, ging den Druckereien ein Teil des Marktes verloren; außer Zweifel steht jedoch, dass der Print bestehen bleiben wird. Die meisten Druckereien bieten daher privaten Kunden oder solchen mit personalisierten Aufträgen auch die digitale Lösung an. „Flexibilität“ und „Innovation“ sind Begriffe, die in der Debatte um die Zukunft der Druckereien unumgänglich geworden sind. Kleinere Unternehmen müssen eine gewisse Flexibilität gegenüber den Kunden beweisen, nur so haben sie eine Chance zu bestehen. Denn die Investitionen, die größere Betriebe sich leisten können, bleiben ihnen verwehrt. Eine breit gefächerte Kundschaft verringert zudem das Risiko. Auch hier hatte Qatena eigentlich alles richtig gemacht: Qatena hatte im Lande auf hochqualitative Druckerzeugnisse und für die Massenware auf den internationalen Markt gesetzt. Daneben war mit Victor Buck Financial Services ein Standbein aufgebaut worden, das Finanzinformationen verarbeitet, die zum Teil gar nicht mehr auf Papier sondern nur noch digi-

tal abgebildet werden. Dieser Teil der Aktivitäten bleibt Luxemburg übrigens erhalten.

Schlagwort Innovation

Nur wer seinen Betrieb auf den neuesten Stand bringt, sei dies in umweltfreundlichem oder technischem Sinne, hat Chancen, auf dem schwierigen Markt zu bestehen.

Einige Betriebe bieten eine Rundumbetreuung an, vom Entwurf bis zum Verschicken des fertigen Produkts. Andere setzen auf Outsourcing, etwa indem sie Aufträge für Banken übernehmen. Kontoauszüge drucken impliziert eine rigorose Kontrolle und äußerste Vorsicht, es dürfen keine Informationen nach außen dringen, geschweige denn darf ein Fehler beim Verschicken unterlaufen. Eine hauseigene Werbeagentur oder die Ausdehnung des potentiellen Kundenkreises auf die Großregion sind weitere Strategien, um auf die prekäre Auftragslage zu reagieren.

Die meisten Druckereien führen heute zudem ein Umweltlabel: z. B. für das verwendete Papier FSC (Forest Stewardship Council) oder PEFC (Program for the Endorsement of Forest Certification Schemes) – beides Zertifizierungssysteme für nachhaltige Waldbewirtschaftung. Der Drucker garantiert damit, dass er auf Papier zurückgreift, das mehreren sozialen, ökonomischen und ökologischen Kriterien genügt. Die „Verarbeitungskette“ des Holzes, vom Wald bis zum fertigen Produkt, wird somit rückverfolgbar. Wirklich innovativ

Durch die Digitalisierung, d. h. der Verarbeitung und Verwaltung von Daten und Informationen in digitaler Form, ging den Druckereien ein Teil des Marktes verloren.

sind diese Labels mittlerweile jedoch nicht mehr, neue Konzepte wurden bereits entwickelt.

Klimaneutrales Drucken

Umweltbewusstsein liegt im Trend, jetzt auch in der ziemlich chemielastigen Druckereibranche. Die durch den Druck verursachten klimarelevanten Emissionen können mittlerweile für jedes Druckerzeugnis einzeln berechnet und in einen Geldwert umgewandelt werden. Eine Agentur, die Emissionszertifikate verwaltet, bietet dem Kunden, in diesem Fall der Druckerei, eine Reihe von Projekten an, die an anderer Stelle CO₂ einsparen sollen. 12 Euro zahlt der Kunde zurzeit pro Tonne CO₂-Emissionen. Dieses Geld wird integral an die Agentur weitergeleitet, die die Kompensationsmaßnahmen abwickelt. Es handelt sich dabei also um eine Kompensation, die nicht notgedrungen mit einer Reduktion von Emissionen einhergeht. In Luxemburg bietet zurzeit ausschließlich die Imprimerie Faber in Mersch eine „klimaneutrale“ Lösung für ihre Druckerzeugnisse an.

Gut fürs Image ist das Zertifikat allemal, es erlaubt auch dem Endkunden, sich umweltfreundlich zu positionieren. Dabei ist das Konzept der „klimaneutralen Produktion“ unter Klimaexperten durchaus umstritten. Die Nachfrage bei Mouvement écologique und Klimabündnis ergab Folgendes: Kompensieren darf nicht mit Reduzieren gleichgestellt werden und es sollte vermieden werden, den Eindruck zu erwecken, dass eine Art Ablasshandel möglich ist. Die Bedingung, wirklich klimafreundlich zu produzieren, verlange ein ganzheitliches Konzept. Ob die Zertifikate nicht mehrmals verkauft werden und wie seriös die Projekte jeweils sind, sei darüber hinaus schwer zu überprüfen. Der Kunde (also hier die Druckerei) hat meist nicht die Zeit und das Geld, sich an Ort und Stelle zu vergewissern.

Trotz dieser Vorbehalte ist es zu begrüßen, dass gerade im Druckgewerbe offensiv über die Klimaproblematik nachgedacht wird. Nachahmer sind dabei sicherlich willkommen und eine Investition/Kompensation in lokale und überprüfbare Projekte wird sich mittelfristig durchsetzen.

Nachwuchs

Als ein Problem für die Zukunft erweist sich vor allem die Reintegration der ausgebildeten Drucker. Offene Arbeitsstellen gebe es im Moment in der Branche keine, meint Jean-Paul Schmitz. Seit 13 Jahren vertritt er als Präsident die Interessen der Drucker innerhalb der AMIL, der „Association des maîtres imprimeurs“. Im internationalen Vergleich mache Luxemburg dabei keine schlechte Figur, da die Mehrheit der Druckereien besonders gut ausgestattet sei. Allerdings liegen die Preise hierzulande auch höher, da die laufenden Kosten wie Löhne und Mieten beachtlich sind.

Gerade die Löhne machen den Arbeitgebern Sorgen, wie uns ein anderer Unternehmensleiter erklärt. Die in den Boom-Jahren aufgebauten Ansprüche seien jetzt ein Klotz am Bein auch vieler kleiner Betriebe. Die Gewerkschaften müssten sich die Frage stellen, ob sie nur hohe Löhne (und Abfindungssummen für die Entlassenen) verteidigen oder doch eher die Existenz der Arbeitsstellen sichern wollen.

Ein Anliegen des Präsidenten ist trotzdem der Nachwuchs im Druckereisektor, der im städtischen Lycée des arts et métiers ausgebildet wird. Die klassischen Sparten Drucker und Buchbinde werden seit einigen Jahren zudem durch eine Bac+2 Fachausbildung „Printmedienoperator“ ergänzt. Ganz im Sinne der technischen Neuerungen auf dem Gebiet wurde die Ausbildung angepasst; der Printmedienoperator arbeitet am Computer, bereitet Aufträge elektronisch auf, um sie schließlich weiterverarbeiten zu können.

Doch alles richtig gemacht?

Auf den ersten Blick sieht es so aus, als hätte der Unternehmer des Jahres 2004 alles richtig gemacht. Kreative Investitionen, neue Produkte, Verteilung der Risiken durch Aufspaltung der verschiedenen Geschäftstätigkeiten und schließlich Auslandsinvestitionen: die ehemalige Imprimerie Victor Buck war bekannt als eines der modernsten Unternehmen ihrer Branche in Europa. Und dennoch hat sie das Kerngeschäft dicht gemacht. Was ist schief gelaufen?

Womöglich gar nichts. ♦

Gut fürs Image sind Emissionszertifikate, sie erlaubt auch dem Endkunden, sich umweltfreundlich zu positionieren.

Ausverkauf der Menschenrechte?

Vortrag mit Dr. Daniel Bogner

am Freitag, den 25. September 2009 um 20.00 Uhr

Veranstaltungsort:

ErwuesseBildung, 5, avenue Marie-Thérèse, Luxemburg
Saal Maria Rheinsheim

Eintritt 4 Euro

Der Autor Dr. Daniel Bogner war lange Jahre Mitglied im Leitungskreis des deutschen Forums Menschenrechte und Referent für Menschenrechtsfragen bei der Deutschen Kommission Justitia et Pax im Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz.