

# druck|medien

## MAGAZIN



## Happy Birthday

### Go ahead

Bewegte 150 Jahre – eine Zeitreise mit Meilensteinen und Herausforderungen.

### Druck im Wandel

Präsident Gerald Watzal und Medienhistoriker Fritz Hausjell im Interview.

### Best Practice

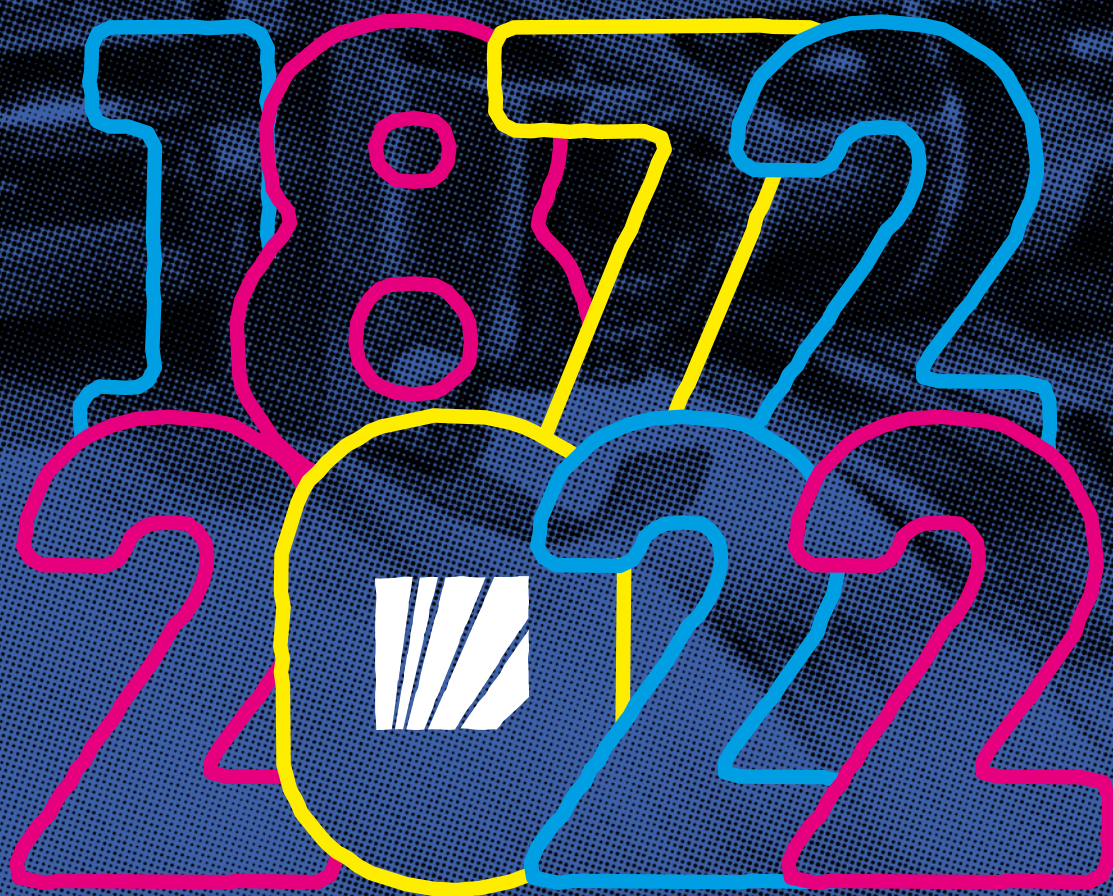
Was eint Traditionsunternehmen und Young Stars? Ihre Faszination für Gedrucktes.





VERBAND  
DRUCK|MEDIEN  
ÖSTERREICH

**DRUCK AUFBAUEN. CHANCEN FÜR DIE  
DRUCK- UND MEDIENBRANCHE.**



**DRUCK MEDIEN TAG**

13. OKTOBER 2022

WOLKE19 IM ARES TOWER

Donau-City-Straße 11, 1220 Wien



**JETZT ANMELDEN**

[druckmedien.at/dmt2022/#anmelden](https://druckmedien.at/dmt2022/#anmelden)



## Go ahead: 150 Jahre Verband Druck Medien

- 4** 150 Jahre Verband Druck Medien – eine Zeitreise
- 12** Druck- und Medienbranche in Zahlen
- 20** Alles Gute zum Jubiläum!

## Druck im Wandel

- 9** Interview Gerald Watzal: „Für die Menschen in der Branche da sein“
- 32** Interview Fritz Hausjell: „Was liegt, das pickt“?

## Best Practice

- 14** In dritter Generation auf Erfolgskurs
- 16** Österreichisch-italienische Erfolgsgeschichte
- 18** Druckerei im XXL-Format

## Young Stars

- 36** Wenn das Studium nie langweilig wird
- 38** Innovativ? Innovase!
- 40** Exklusives schön verpackt

## Frisch gedruckt: Für Sie gelesen

- 42** Buchtipps vom Krimi bis zum Fachbuch

## Glossar

- 44** Hätten Sie's gewusst? Vergessene und alltägliche Fachbegriffe

## Internes

- 3** Editorial
- 26** Aktionswoche der offenen Druckereien
- 30** Jubiläums-Gautschfeier
- 49** Termine und Veranstaltungen
- 49** Impressum

# 150 Jahre im Dienst und Geist der Branche!

HERZLICHE GRATULATION  
ZUM JUBILÄUM  
UND WEITER MIT VIEL  
ENERGIE UND ELAN

---

print<sup>and</sup>  
Publishing

---

VISUAL  
COMMUNICATION

---

print<sup>and</sup>  
Publishing  
europe

---

Packaging  
AUSTRIA



---

**EUROPEAN**  
MEDIA GROUP

**EMGroup GmbH**

Meytensgasse 27, 2. Stock | 1130 Wien | Austria  
T +43-1 983 06 40 | F +43-1 983 06 40-18  
E office@europeanmediagroup.at

---

**www.printernet.at | www.packaging-austria.at**

## Partner:innen Verband Druck Medien

**GMUND**  
PAPIER



**KYOCERA**

**FUJIFILM**  
Value from Innovation

**KOENIG & BAUER**

**PRINTPLUS**  
Software, die begeistert.

**gmg** color

**MÜLLER MARTINI**

**KONICA MINOLTA**

**AGFA** Agfa

**Canon**

**CHROMOS**  
GROUP

**HEIDELBERG**

**IGEPA**  
Vielfalt. Service. Mehrwert.

**trotec**

**MCA PRO**  
Inkjet und mehr

**ÖÖNachrichten**

**print and  
Publishing**

**sappi Austria Vertriebs-GmbH & Co. KG**

### Werden auch Sie Partner:in!

Alle Vorteile einer Partnerschaft finden Sie  
auf unserer Website unter

[www.druckmedien.at/partnerschaft](http://www.druckmedien.at/partnerschaft)

oder rufen Sie uns an unter: +43 1 512 66 09 23.



### Liebe Leserinnen und Leser,

150 Jahre wird der Verband Druck Medien heuer alt. Zeit, in unseren Archiven zu kramen. Denn unsere Geschichte ist Teil der industriellen Revolution und Teil der digitalen Revolution. Statt händischer Druckpressen sind heute digitale und automatisierte Druck-Prozesse üblich. Und dennoch: Manche Dinge sind unverändert geblieben. So hat sich der Verband Druck Medien bewährt, weil ein geeinte Branche immer stärker ist als einzelne Unternehmen. Und auch unsere Produkte, wie Bücher, Zeitungen, Magazine, Werbematerialien, Kataloge, Verpackungen, Einladungen, Etiketten, Plakate u.v.m. sind heute, zwar bunter, auffälliger und vielfältiger. Doch sie erfüllen heute wie damals ihren Nutzen als wichtiger, günstiger und nachhaltiger Informationskanal.

Wir führen Sie daher in dieser Jubiläums-Ausgabe durch unsere Geschichte und blicken mit den Young Stars, den vorgestellten Traditionsunternehmen und mit dem Medienhistoriker Fritz Hausjell in eine hoffentlich spannende Zukunft.

Viel Spaß beim Lesen

**Ihr Gerald Watzal**

Präsident Verband Druck Medien





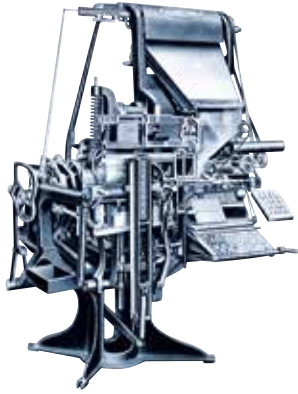
# Eine Zeitreise

1872 als „Deutsch-Österreichischer Buchdruckverein“ gegründet, ist der Verband Druck Medien die älteste Interessensvertretung der Druck- und Medienbranche in Österreich.

Der Verband Druck Medien blickt auf eine bewegte Geschichte zurück, die von technischen Entwicklungen, gesellschaftlichen Veränderungen und dem Ringen um faire Arbeitsbedingungen geprägt war. Gegründet wurde der Verband als Gegenpol zu den sich formierenden Gewerkschaften in der Druckbranche. Die sogenannten Prinzipal:innen, also die Unternehmer:innen, wollten bei den Verhandlungen mit ihren Angestellten geeinter und damit stärker auftreten. Gründer waren der damals erst 25 Jahre alte Friedrich Jaspar sowie Moritz Gerold und Carl Fromme, die beide als erste Vorsteher fungierten. Ab 1873 erschien das Vereinsorgan, die „Österreichische Buchdruckerzeitung“. Der Verein verhandelte aber nicht nur die Lohntarife und Arbeitsbedingungen, sondern machte sich vor allem für eine einheitliche und professionelle Aus- und Weiterbildung in der Branche stark, forcierte eine einheitliche Rechtschreibung im deutschsprachigen Gebiet und rief 1904 den ersten „Österreichischen Buchdruckertag“ ins Leben, den ersten Vorläufer des heutigen Druck Medien Tags. Mehrmals wurde der Verein aufgelöst, mehrfach wurde er umbenannt: vom Gründungsnamen „Deutsch-Österreichischer

Buchdruckerverein“ über den „Reichsverband österreichischer Buchdruckereibesitzer“ (1889) und den „Hauptverband der graphischen Unternehmungen“ (1930) bis zum Verband Druck Medien, wie er seit 2021 heißt.

„Wir sind stolz auf unsere Geschichte. Einerseits haben wir in der grafischen Branche doch viel früher als allgemein üblich bessere Arbeitsbedingungen geschaffen. Andererseits haben wir für die Unternehmer:innen ein stabiles Netzwerk geschaffen und uns immer für ihre Anliegen eingesetzt – von der Aus- und Weiterbildung bis zu betriebswirtschaftlichen und rechtlichen Themen“, sagt Peter Sodoma, Geschäftsführer des Verband Druck Medien. Heute umfasst der Verband Druck Medien mehr als 200 Unternehmen – vom Kleinbetrieb bis zum internationalen Konzern. An den Aufgaben des Verbands hat sich bis heute wenig geändert. „Wir vertreten nach wie vor die Interessen der Unternehmen, setzen uns für den Druckstandort Österreich, Nachhaltigkeit und faire Marktbedingungen für die heimischen Betriebe ein und unterstützen bei der Aus- und Weiterbildung“, berichtet Sodoma.

Verband Druck Medien	Jahr	Technische Entwicklungen
	1863	Erste Rollendruckmaschine (William Bullock)
Gründung „Deutsch-Österreichischer Buchdruckerverein“ (16. Dezember)	1872	
<b>START MIT GROSSEN AUFGABEN</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Ausgabe der „Österreichischen Buchdruckerzeitung“</li> <li>■ Erste Tarifverhandlungen mit „Gehilfenverband“</li> <li>■ Einigung über Lehrlingsregulativ</li> <li>■ Gründung des „Unterstützungsvereins der Buchdrucker und Schriftgießer Niederösterreichs“ für Krankengeld, Begräbniskosten, Witwen- und Waisenunterstützung, Invalidengelder, Pensionszuschüsse und Viatikumszahlungen. (Gesetzlich wurde die Unfall- und Krankenversicherung für Arbeiter:innen erst 1888 verankert)</li> </ul>	1873	
	1875	Erfindung Offsetdruck (Robert Barclay)
Gründung „Graphischer Club“ für die Aus- und Weiterbildung	1878	
Einheitlicher Lohntarif für Wien	1880	
Selbstauflösung des Buchdruckervereins (18. März)	1881	
	1884	Erfindung Setzmaschine, Linotype (Ottmar Mergenthaler)
Gründung der Graphischen Lehr- und Versuchsanstalt in Wien	1888	
Neugründung als „Reichsverband österreichischer Buchdruckereibesitzer“, 1. Präsident: Adolf Holzhausen	1889	
Einführung Normallohntarif und Arbeitsbegrenzung auf 9 Stunden/Tag für ganz Österreich. (Normalarbeitszeit damals 11 Stunden/Tag)	1895	
Erstmals Tarife für Maschinensetzer	1898	
7. Auflage Duden wird Grundlage für einheitliche deutsche Rechtsschreibung	1902	
Erster „Österreichischer Buchdruckertag“ als Netzwerkveranstaltung	1904	Erste Offsetdruckmaschine für Papierdruck (Ira W. Rubel, Caspar Hermann)
Neue Gewerbeordnung: Verpflichtung zur Aus- und Fortbildung sowie Regeln für Lehrlingsausbildung und -bezahlung	1907	
Erstmals bezahlter Urlaub in Druckereien: 3 Tage pro Jahr nach 3 Jahren Betriebszugehörigkeit, 1 Woche nach 5 Jahren (allgemeiner Urlaubsanspruch in Österreich erst 1919)	1909	

Verband Druck Medien	Jahr	Technische Entwicklungen
	1912	Erste fertiggestellte Rollenoffsetmaschine in Leipzig aufgestellt (Caspar Hermann)
Konflikte um Lohnerhöhungen und Streiks in Druckereien	1913 – 14	
Während der Kriegsjahre Auflösung von Publikationen, Wegbrechen von Aufträgen und Arbeitslosigkeit	1914 – 1918	
Auf Wunsch der Regierung Umwandlung des Verbands in einen Wirtschaftsverband für Buchdrucker	1918	
Umbenennung in Hauptverband der Druckereibesitzer Österreichs	1929	
Eingliederung der Steindruckereien und Zusammenschluss zum „Hauptverband graphischer Unternehmungen“	1930	Entwicklung Serigrafie, Siebdruck (Carl Zigrosser, Anthony Velonis)
Im Ständestaat Verpflichtung zur Mitgliedschaft im Bund der Gewerbetreibenden. Das Grafische Gewerbe musste eine Innung bilden. Der Hauptverband blieb – vorerst – weiter bestehen.	1935	
Auflösung des „Hauptverbands graphischer Unternehmungen“. Eingliederung der grafischen Unternehmen in die Reichsgruppe Industrie, Hauptgruppe V. (19. August)	1938	
Gründung der „Wirtschaftsgruppe Druck“ durch Reichswirtschaftsministerium. Die Mitgliedschaft war verpflichtend.	1939	
Wiedererrichtung des „Hauptverband der graphischen Unternehmungen Österreichs“ (9. November)	1945	
Erste Hauptversammlung. Präsident: Fritz Ross Erster österreichische Buchpreis, gestiftet unter Beteiligung der graphischen Unternehmen	1946	
Bestätigung der Kollektivvertragsfähigkeit durch Obereinigungsamt	1948	
	1949	Erste Kopiermaschine auf dem Prinzip der Elektrofotografie (Haroid Xeros)
	1962	Umstieg auf EDV-Einsatz bei Satzherstellung
	1971	Entwicklung Lasertechnologie (Xerox)
Gründung des „Dr.-Willi-Maiwald-Instituts“ zur Förderung der Aus- und Weiterbildung in den grafischen Gewerben. Das Gründungskapital wurde durch den Hauptverband und die Landesgruppen aufgebracht.	1980	



## 150 Jahre und weiter geht's



Wir gratulieren dem Verband Druck Medien  
zum 150. Jubiläum



**Die Rapida 106 X. Der neue Leistungsmaßstab  
im industriellen Druck.**

[rapida106x.koenig-bauer.com](http://rapida106x.koenig-bauer.com)

we're on it.

Verband Druck Medien	Jahr	Technische Entwicklungen
	1982	Erster Tischlaserdrucker (Canon) Einführung von PostScript für Druckvorstufe (Adobe)
	1993	Entwicklung Digitaldruck (basierend auf Prinzip der Elektrofotografie) Einführung von PDF (Adobe)
Umbenennung in „Verband Druck & Medientechnik Österreich“	1995	
Erstes CSR-Gütezeichen für Druckereien, auf Basis der CSR-Norm ISO 2600 und der CSR-Norm ONR 192500	2016	
Zurücklegung des Kollektivvertrags-Mandats durch qualifizierte Stimmenmehrheit bei Hauptversammlung und Öffnung des Verbands für alle Berufe der Druck- und Medienbranche	2017	
Neuer Lehrberuf: Buchbindetechnik und Postpresstechnologie	2020	
Umbenennung in „Verband Druck Medien Österreich“	2021	
Erste Aktionswoche der offenen Druckereien	2022	

# Die Präsidenten ab 1945



**Fritz Ross**  
(1946–1949)



**Rudolf Rosenbaum**  
(1949–1959)



**Walter Stockinger**  
(1959–1965)



**Walter Stein**  
(1965–1968)



**Willi Maiwald**  
(1968–1989)



**Richard Gerin**  
(1989–1995)



**Michael Hochenegg**  
(1995–2009)



**Rudolf A. Cuturi**  
(2009–2014)



**Gerald Watzal**  
(2014–heute)





## „Für die Menschen in der Branche da sein“

Seit 2014 ist Gerald Watzal Präsident des Verband Druck Medien. Er ist mit dem Ausspruch „Es ist fünf vor zwölf“ angetreten. Tatsächlich führte und führt er den Verband durch bewegte Zeiten.

### Wie hat sich die Druck- und Medienbranche aus Ihrer Sicht verändert?

Die Branche ist definitiv digitaler und bunter geworden. Viele Kolleg:innen haben Online als Absatzmarkt für Printprodukte entdeckt. Wir sehen stark wachsende Segmente wie etwa bei Produktverpackungen. Und die neuen Technologien haben neue Produkte ermöglicht. Wer hätte etwa vor ein paar Jahren gedacht, dass wir mittlerweile auch Digitaldruck veredeln oder dass wir im Spielesektor Print und Online durch QR-Codes oder Augmented Reality miteinander verknüpfen? Die Druck- und Medienbranche war immer eine sehr technikgetriebene Branche. Das sieht man auch daran, dass in unserer Branche die Digitalisierung bereits sehr früh, also noch vor der Jahrtausendwende, eingesetzt hat. Die Abläufe in den Druck- und Medienunternehmen wurden seither immer stärker digitalisiert und automatisiert.

### Was bedeutet das für einen Verband wie den Verband Druck Medien?

Wir denken, ein Verband muss für die Menschen in einer Branche da sein. Und wenn sich die Branche verändert, dann sollte dies auch der Branchenverband tun. Unsere Mitglieder sind nicht nur – wie in unseren Anfängen – Offset- und Zeitungsdruckereien. Sie kommen aus dem Digitaldruck, Etikettendruck, Online-Druck, Siebdruck, aus der Agentur- und Kreativszene oder sind Printproducer:innen. Wir bilden im Verband Druck Medien die gesamte Druck- und Medienbranche ab und haben jährlich Zuwächse. Dass uns diese Öffnung gelungen ist, ist das Ergebnis unserer Arbeit für die Branche. Wir sind nicht nur Sprachrohr nach außen und setzen uns für unsere Mitglieder ein, sondern wir bieten sehr intensive Schulungen und Vorträge und haben mit dem Druck Medien Tag ein wichtiges Branchenevent und einen Impulsgeber geschaffen. ►

## Welche Aufgaben und Themen sind über all die Jahre gleich geblieben?

Die Grundaufgaben des Verbandes stehen schon in den Statuten von 1872: Der Verband ist eine Interessensvertretung der Unternehmen in der Druck- und Medienbranche und hat sich von Anfang an für die Aus- und Weiterbildung eingesetzt. Schon zu den ersten Taten zählte etwa ein eigenes Branchenmedium, die Harmonisierung der Lehre und der Weiterbildungsangebote. Daran hat sich bis heute nicht geändert. Wir haben etwa eine eigene Verbandsakademie und bieten dort unter anderem auch eigene Kurse für Quereinsteiger:innen an oder für Personen, die innerhalb eines Unternehmens aufsteigen möchten – aktuell sind es Kurse für Zeitungsdruck.

Was in den letzten Jahren sogar stark gestiegen ist, ist das Bewusstsein für verantwortungsvolles, nachhaltiges Handeln. Nachhaltigkeit ist leider ein Modewort geworden, aber tatsächlich leistet ökonomisch, sozial und ökologisch nachhaltiges Handeln einen wichtigen Beitrag zum Geschäftserfolg. Es gibt sehr erfolgreiche Beispiele in der Branche, wie aus einer nachhaltigen Überzeugung auch neue Geschäftsfelder entdeckt und erobert wurden. Der Verband Druck Medien unterstützt hier seine Mitglieder mit Zertifizierungen, etwa dem CSR-Gütesymbol, Printed in Austria oder dem Klimarechner Druck.

**„Wir konnten unseren Mehrwert unter Beweis stellen.“**

## „Es ist fünf vor zwölf“ haben Sie bei Ihrem Antritt als Präsident gesagt. Wo stehen wir jetzt?

Es war wirklich eine turbulente Zeit. Bis Anfang der 2010er Jahre sind sowohl der Branchenumsatz als auch die Zahl Beschäftigten und – in einem geringeren Ausmaß – die Zahl der Unternehmen zurückgegangen. Das war eine Folge sinkender Preise bei Druckerzeugnissen, Wettbewerbsdruck aus dem EU-Ausland, Fusionen und Unternehmensverkäufen, aber auch der zunehmenden Digitalisierung und Automatisierung. Mittlerweile hat sich der



**Gerald Watzal** ist Präsident des Verband Druck Medien Österreich und Gesellschafter von offset 5020.

Markt konsolidiert und stabilisiert mit einem Umsatzvolumen von rund 1,6 Milliarden Euro pro Jahr. 2014 aber standen wir wirklich vor einem Umbruch, auch als Verband. Ich bin sehr stolz, dass wir, auch nachdem wir unser Mandat für den Kollektivertrag zurückgelegt haben, unseren Mehrwert unter Beweis stellen konnten. Ein gutes Beispiel dafür ist etwa unser Einsatz für den finanziellen Ausgleich unserer Produktionsbetriebe während der Corona-Pandemie. Die Branche hat noch immer Sorgen, vor allem auf Grund der explodierenden Energie- und Papierpreise. Das wird uns noch weiter beschäftigen. Aber ich bin zuversichtlich, dass wir auch diese Krise bewältigen werden.

## Was sind Ihre persönlichen Highlights aus den letzten Jahren?

Ein Erfolgserlebnis für mich ist die Aktionswoche der offenen Druckereien, in der mehr als 1.100 Schüler:innen in ganz Österreich Druckereien besucht haben. Es war einfach schön zu sehen, wie



begeistert die jungen Menschen waren und wie sich so manche Vorurteile gegenüber „altmodischem“ Druck aufgelöst haben. In den Druckereien stehen heute hochautomatisierte Maschinen, der gesamte Workflow funktioniert digitalisiert. Trotzdem kommt am Ende ein haptisches Druckprodukt heraus, das man angreifen und spüren kann. Wenn wir etwas für den Nachwuchs tun wollen, dann müssen wir die Schulen abholen und in die Druckereien bringen. Und das ist uns in der Aktionswoche gelungen. So gut, dass wir den 20. Mai als Tag des Drucks ausgerufen haben, wo wir jedes Jahr Aktivitäten anbieten werden.

### Wie begeistert man junge Menschen für den Verband Druck Medien?

Print hat sich in der letzten Zeit bei den Jungen wichtig gemacht. Das Haptische ist wieder wichtiger geworden, und die Vielseitigkeit des Drucks. Nicht nur, weil Print erwiesenermaßen mehr Aufmerksamkeit und Interesse weckt. Wir sehen gerade bei Einladungen oder Mailings, dass

viele die gedruckte Form als viel persönlicher und bedeutsamer sehen. Es werden derzeit etwa viele Einladungen mit Veredelungen produziert. Aber auch Branchen, die viele Jahre stark auf digitale Kommunikation gesetzt haben, kommen wieder verstärkt zum Druck zurück. Mit Print kann man Akzente setzen, Emotionen einfangen, Bilder schaffen – und in die digitale Welt weiterleiten. Dieses Bewusstsein haben zunehmend auch junge Menschen, die sich das Beste aus beiden Welten holen.

### Wo sehen Sie den Verband Druck Medien in der Zukunft?

Wir werden weiterhin eine Anlaufstelle für die Druck- und Medienbranche sein und einerseits die Vernetzung der einzelnen Sparten und Geschäftsfelder weiter vorantreiben, andererseits die Aus- und Weiterbildung mit attraktiven Kursangeboten fördern. Wir bleiben eine Stimme der Branche, und sehen uns als Brückenbauer zwischen den Unternehmen. ■



KONICA MINOLTA

## NUTZE DEINE MÖGLICHKEITEN

Wie kann Print heute noch seine volle Wirkung entfalten, wenn überall Massenprodukte die Sinne fluten? Ganz einfach: Schöpfe Dein gesamtes Potential aus und entdecke die Welt von **GLAMPRINT**. So wird Print zum einmaligen Erlebnis, denn die Zeit ist reif für mehr Glamour.

**GLAMPRINT!**



Code scannen, einsteigen  
und die spannende Welt  
von **GLAMPRINT** erleben!  
[konicaminolta.at/glamprint](http://konicaminolta.at/glamprint)



Giving Shape to Ideas

# Druck- und Medienbranche in Zahlen

Druck- und Medienunternehmen arbeiten im Hintergrund, aber ihre Produkte – von Zeitungen und Büchern über Werbematerialien, wie Plakate, Flyer oder Kataloge, bis zu Verpackungen – sind Alltagsbegleiter. Ein Blick auf die Daten und Fakten der Branche.

## 9.100 Beschäftigte

arbeiten in Österreichs Druckereien.<sup>1</sup>



## 23,3 % Reichweite

hat die Kronenzeitung und ist damit die meistgelesene Tageszeitung in Österreich.<sup>2</sup>

## 1,873 Mio. Euro

betrugen 2021 die Werbeausgaben in Printmedien. Das sind rund 30 Prozent des Gesamtwerbebudgets in Österreich.<sup>4</sup>



## 284 Tages- und Wochenzeitungen

einschließlich Gratisblätter gibt es in Österreich.<sup>5</sup>

## 8.400 Bücher

mit Erscheinungsort Österreich kommen pro Jahr auf den Markt.<sup>6</sup>

## 760 Druckereien

gibt es in Österreich.<sup>1</sup>



## 594.425 Tonnen

grafisches Papier wurden 2021 in Österreichs Druckereien verarbeitet.<sup>3</sup>

## 1,6 Mrd. Euro

Umsatz pro Jahr erwirtschaften Österreichs Druckereien.



## Sonntag ist Zeitungstag

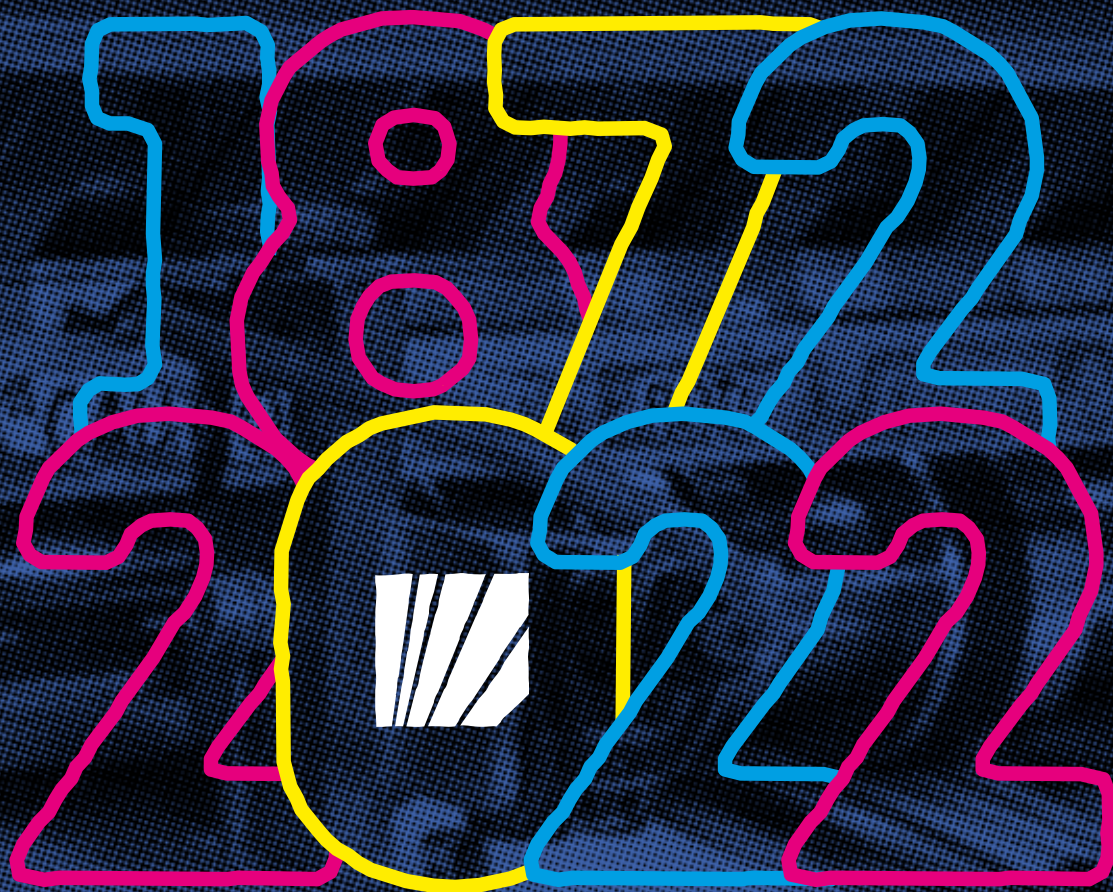
an diesem Tag lesen signifikant mehr Österreicher:innen eine Tageszeitung.<sup>2</sup>

## 150 Jahre alt

wird der Verband Druck Medien heuer.

Quellen: 1. Statistik Austria, Stand 2020, 2. Media-Analyse, 3. Austropapier, 4. Werbebarometer 2021 Focus MR, 5. Statista 2022, 6. Österreichische Nationalbibliothek





# JETZT TICKETS SICHERN

**DRUCK MEDIEN TAG**  
**13. OKTOBER 2022**  
**WOLKE19 IM ARES TOWER**  
Donau-City-Straße 11, 1220 Wien

*Wir haben richtig Grund zum Feiern! Trotz unseres stolzen Alters von 150 Jahren starten wir beim diesjährigen Druck Medien Tag druckfrisch in die Zukunft. Jetzt anmelden unter*  
**[www.druckmedien.at/dmt2022](http://www.druckmedien.at/dmt2022)**







Gerhard Aichhorn, seine Tochter Lisa Frost und sein Neffe Markus Ramsbacher (v. l. n. r.) lenken Samson Druck gemeinsam.

# In dritter Generation auf Erfolgskurs

Samson Druck, beheimatet im Salzburger Lungau, ist eine der renommiertesten Offset-Druckereien Österreichs und wird bereits in dritter Generation als Familienunternehmen geführt.

Der Gründer der Druckerei Samson, Erich Aichhorn, wurde 1934 in Oberösterreich geboren. Bereits sein Vater war in der Druckbranche als Buchbindermeister tätig, er selbst lernte den Beruf des Setzers. So entschloss er sich 1978 dazu, im Salzburger Lungau einen Bauernhof zu pachten und eine Druckerei zu gründen. Heute wird eben diese Druckerei – Samson Druck – erfolgreich als Familienunternehmen in dritter Generation geführt: Von Erich Aichhorns Sohn Gerhard Aichhorn, seiner Tochter Lisa Frost und deren Cousin Markus Ramsbacher. Was mit vier Mitarbeiter:innen begann, ist eine Erfolgsgeschichte, die sich sehen lassen kann. Denn Samson Druck hat sich zu einer der renommiertesten Offset-Druckereien Österreichs entwickelt.

## Keine Scheu vor Neuem

Dass Samson Druck so gewachsen ist, ist unter anderem auf den Pioniergeist von Gerhard Aichhorn zurückzuführen. Der gelernte Druckformenhersteller & Reprofotograf übernahm die Druckerei 1988 von seinem Vater, kurz danach wurde neu – und größer – gebaut. Aichhorn steckte viel Zeit und Herzblut in die Entwicklung

des Betriebs. Und er war immer offen dafür, Neues auszuprobieren. Egal ob es um technische Innovationen oder das Thema Nachhaltigkeit ging – er war gerne vorne dabei. So war Samson Druck die erste österreichische Druckerei, die Apple-Computer verwendete. Auch chemiefreie Druckplatten im Format 70 x 100 hielten sehr früh Einzug ins Unternehmen.

## Dritte Generation am Zug

Dass die Branche auch für Jüngere spannend und interessant ist, zeigt das Führungsteam von Samson Druck: Seit etwa neun Jahren ist Lisa Frost, Gerhard Aichhorns Tochter, im Unternehmen tätig. „Ich war schon als Kind viel in der Druckerei. Man könnte sagen, das Büro war mein Spielplatz“, erzählt sie. „Es gab aber nie den Druck, dass ich einsteigen muss.“ Bereits mit ihrer Ausbildung legte sie jedoch den Grundstein für eine Karriere in der Branche: Nach der Matura absolvierte sie das Kolleg Druck- und Medientechnik an der Höheren Graphischen Bundes-Lehr- und Versuchsanstalt in Wien. Um die wirtschaftliche Ausbildung zu vertiefen, setzte sie das Studium Unternehmensführung an der FH Wien drauf. Dann begann sie tatsächlich eher zufällig bei



Samson Druck zu arbeiten, da sie interimistisch die Agenden der Assistentin ihres Vaters übernahm, als diese sich neu orientierte. Vor vier Jahren entschied sich auch Lisa Frosts Cousin, Markus Ramsbacher, dazu, in den Betrieb einzusteigen. Auch er hat die Druckerei als Kind schon gemeinsam mit seiner Cousine als Spielplatz genutzt und im Laufe seines wirtschaftswissenschaftlichen Studiums immer wieder im Betrieb gearbeitet. Nach Abschluss seiner Ausbildung sammelte er aber erst einmal Erfahrung in mehreren großen Konzernen, bevor es ihn ins Familienunternehmen zurückzog.

Die Zusammenarbeit über die Generationen hinweg läuft im Großen und Ganzen sehr harmonisch ab, Diskussionen gehören aber natürlich dazu. „Entscheidungen treffen wir aber zu dritt, das ist uns wichtig. Und wir lernen viel voneinander, denn jede:r von uns bringt andere Erfahrungen mit,“ betont Markus Ramsbacher.

### Nachhaltigkeit, Regionalität und Umdenken

Doch nicht nur das voneinander Lernen, sondern auch die partnerschaftlichen Beziehungen zu den Kund:innen und die hohen Qualitätsansprüche sind wichtig für den Erfolg der Druckerei. Auch Nachhaltigkeit spielt eine Rolle. Chemiefreie Druckplatten waren ein Anfang. Seit 2016 wird außerdem nur mit Ökostrom gearbeitet und seit 2020 bietet Samson Druck Cradle to Cradle zertifizierte Druckprodukte an. Doch Nachhaltigkeit bedeutet für Samson Druck auch mehr Aufmerksamkeit auf Regionalität zu lenken. „Mich ärgert es sehr, wenn ich ein Druckprodukt in die Hand bekomme, in dem es um etwas mit Österreich-Bezug geht, das vielleicht noch von einer österreichischen Institution gefördert wurde – und dann von einer Druckerei im Ausland gedruckt wurde“, so Lisa Frost. „Hier braucht es ein Umdenken. Denn bei Lebensmitteln z. B. ist Regionalität schon lange ein Thema, bei Gedrucktem leider noch nicht. Die Kapazitäten sind aber vorhanden und sollten auch genutzt werden.“

### Flexibilität als Stärke

Für die Zukunft ist Samson Druck als Familienunternehmen jedenfalls gut aufgestellt, denn das Führungsteam ist in der Lage, schnelle Entscheidungen zu treffen und flexibel zu bleiben. Neuen Trends und Entwicklungen gegenüber sind zudem alle drei offen. „Das zeichnet uns sicher auch aus. Durch unsere jahrelange Erfahrung in Kombination mit unserem jungen Team bieten wir professionelle Beratung gepaart mit Flexibilität“, gibt Aichhorn zu bedenken. All das sind gute Voraussetzungen in einer Branche, die in Anbetracht herausfordernder Zeiten aufgrund von Papierknappheit und anderen Krisen flexibel und dynamisch bleiben muss.

Zudem sind mit Lisa Frost und Markus Ramsbacher zwei junge Führungskräfte am Ruder, die das teilweise verstaubte Image der Branche umkrempeln wollen. Und gerade hier sieht Lisa Frost als Frau noch viel Bedarf, dass sich etwas ändert: „Sich als junge Frau in einer Branche zu behaupten, die vor allem von Männern geprägt ist, ist schon manchmal schwierig. Ich stoße nicht immer auf positives Feedback. Aber umso wichtiger ist es, dass eine jüngere Generation in die Führungsebene kommt, vielleicht ja auch mehr Frauen.“ ■



*„Es braucht ein Umdenken bei Druckprodukten. Bei Lebensmitteln z. B. ist Regionalität schon lange ein Thema, bei Gedrucktem leider noch nicht.“*

**Lisa Frost**

# Österreichisch-Italienische Erfolgsschichte

Das Medienhaus Wimmer ist seit 1843 ein Familienunternehmen und zu 100 % im Besitz der Familie Cuturi. Heute ist die 6. Generation der Familie am Ruder.

Mit rund 650 Mitarbeiter:innen ist die Wimmer Holding eines der erfolgreichsten Unternehmen in Oberösterreich und durch seine Medien – vom Flaggschiff OÖ Nachrichten über die Wochenzeitung Tips bis hin Life Radio und TV 1 – eine starke Stimme in der Region. Neben dem Medienverlag gehören zur Wimmergruppe zudem das OÖN Druckzentrum, OÖN Logistik- und Zustellservice sowie eine Immobiliensparte. Am Anfang stand jedoch eine Linzer Druckerei mit elf Druckern und Setzern.

## Meilensteine

1843 übernahm der gelernte Buchdrucker Josef Wimmer nach dem Tod seiner Frau deren Druckerei sowie das Haus in der Linzer Herrengasse. Wimmer baute die Druckerei stetig aus und gründete 1865 mit der Tagespost eine eigene Zeitung, auch um die Druckmaschinen auszulasten. 1871 hatte die Zeitung bereits eine Auflage von 2.000 Exemplaren pro Nummer und schrieb Gewinne. 1876 stieg der älteste Sohn Julius in die Druckerei ein. 1886 übersiedelte das Unternehmen in die Promenade 23, den heutigen Stammsitz. Julius Wimmer expandierte weiter und investierte in neue Drucktechnologien und -maschinen. Eine von Wimmers Erfindungen, das Serviceheft „Wimmers gelber Fahrplan“ mutierte zum Aushängeschild und erreichte im Jahr 1913 eine Rekordauflage von 215.000 Stück. Die Pläne der Familie wurden selbst durch den 1. Weltkrieg nur kurz gedämpft. Schon 1929 beschäftigte das Unternehmen rund 300 Mitarbeiter:innen. Eine Zäsur war jedoch der Anschluss Österreichs an Deutschland. Das nationalsozialistische Regime unterband den Einfluss der Familie auf die Zeitung, nur das Eigentumsrecht auf die Tagespost blieb. 1945 wurden die Oberösterreichischen

Nachrichten mit Hilfe der amerikanischen Alliierten unter der Herausgeberschaft von Alfred Maleta gegründet. 1946 bestätigte eine unter US-Führung geleitete Untersuchung, dass die Familie Wimmer-Streit „have never been Nazis“ und hob die Zwangsverpachtung der Druckerei auf. Die Familie erhielt die Erlaubnis zur Wiederbelebung der Tagespost, die 1955 mit den Oberösterreichischen Nachrichten fusioniert wurde. An der operativen Geschäftsführung war die Familie Wimmer-Streit jedoch vorerst nicht beteiligt.

## Geschichtslücken

Grund für diese Pausen ist die Liebe. Julius Wimmers Enkelin Ilse Streit verliebte sich in einen italienischen Diplomaten, Antonio Cuturi. Am 4. November 1938 heiraten die beiden, 1944 kam Rudolf Andreas Cuturi in Eberswalde in der Nähe von Berlin zur Welt. Aufgewachsen in Rom, begann Rudolf Cuturi 1967 an „der Graphischen“ in Wien eine Ausbildung zum Drucker und arbeitete anschließend in mehreren Druckereien, unter anderem bei der Kleinen Zeitung in Graz. 1973 schickten ihn die Eltern nach Linz, wo er das Wimmer Medienhaus übernahm. Cuturi sollte das auf Grund von unterschiedlichen Interessen strauchelnde Medienhaus wieder auf Erfolgskurs bringen. Rudolf Cuturi kämpfte sich durch. Er stellte auf Fotosatz um,



modernisierte, baute um und kaufte 1986 schließlich die Anteile des Herausgebers der Oberösterreichischen Nachrichten, Alfred Maleta, zurück.

### „Cuturi-Clan“

Rudolf Andreas Cuturi sah die Stärke des Medienhauses in Oberösterreich und setzte stark auf Regionalisierung der Inhalte. Dazu gehörte der Ausbau der Lokalnachrichten, auch mit den Tips, der Braunaauer Warte oder der Rieder Volkszeitung, aber auch der Bau des neuen Druckzentrums in Pasching, das 2003 eröffnet wurde. Privat hat Cuturi sein Glück mit seiner Frau Daniela gefunden, gemeinsam haben sie fünf Söhne. Vier davon arbeiten im Unternehmen.

2003 startete der erste Sohn, Paolo Cuturi, zunächst bei den Tipps und dann im Immobilienbereich, 2004 folgte Gino im damals neuen Druckzentrum in Pasching, 2015 Lorenz im Bereich Werbung und digitale Medien. 2016 fixierten die Brüder die Aufteilung neu: Gino wurde Geschäftsführer der Druckerei und für den Leser:innenmarktbereich verantwortlich, Lorenz für Werbung und digitale Medien und Paolo für das Immobilienmanagement im Medienhaus Wimmer. 2019 erfolgte der lang geplante Generationenwechsel. Rudolf Cuturi zog sich aus der operativen Geschäftsführung zurück und blieb Herausgeber. Seine Söhne Gino, Lorenz und Paolo übernahmen die Leitung. Mit Leonardo ist seit kurzem auch der jüngste Bruder im Unternehmen – er startete im Leser:innenservice. ■

## Nachgefragt bei Gino Cuturi

### Wie haben sich die OÖ Nachrichten in den letzten Jahren verändert?

Das Interesse für regionale Nachrichten ist nach wie vor sehr hoch. Was sich aber verändert hat, ist die Art, wie wir Inhalte konsumieren, und das hat auch die Medien verändert. Redaktionen sind heute nicht nur für die gedruckten Inhalte verantwortlich, sondern auch für Online-Inhalte und Videos. Die Medien verschmelzen also immer mehr ineinander. Die Oberösterreichischen Nachrichten mit rund 400.000 Leser:innen sind nach wie vor unser Flaggschiff und Leitmedium in Oberösterreich. Gleichzeitig müssen wir uns weiterentwickeln.

### Was heißt das konkret?

Wir müssen mit und für jüngere Zielgruppen arbeiten, damit wir Inhalte bieten, die relevant sind. Und wir müssen diese Menschen in leitende Positionen holen. Mit Susanne Dickstein haben wir etwa eine der wenigen Chefredakteurinnen. Auch das ist ein Schritt in Richtung Diversität.

### Wie begeistert man junge Menschen für Print?

Wir bieten seit zehn Jahren die Kindernachrichten an, in denen wir uns speziell an ein junges Publikum wenden und auch mit Kinderreporter:innen

arbeiten. Kinder stellen oft andere Fragen, und das tut gut.

### Welche Vorteile hat Print aus Ihrer Sicht?

Wir haben viele Leser:innen, die ihre Zeitung in gedruckter Form haben möchten. Print hat einfach Charme und der Vorteil, den das Land Österreich hat, ist das Abo-Modell. Die Zeitung wird direkt vor die Wohnungstür zum Frühstück geliefert. Das ist ein enormer Pluspunkt für viele Menschen.

### Was sind aktuell Ihre Herausforderungen?

Wir sind durch die Pandemie seit zwei Jahren im Krisenmodus. Der Werbemarkt ist vor allem 2020 eingebrochen, wir mussten Kosten reduzieren. 2021 war relativ gut, aber heuer haben wir neue Herausforderungen. Einerseits treiben Papierpreis und Energie unsere Kosten in die Höhe, andererseits agiert der Werbemarkt derzeit sehr verhalten. Wir fahren auf Sicht.

### Gino Cuturi (47)

ist seit 2019 Geschäftsführer der Wimmer Mediengruppe und Sprecher der Geschäftsführung. Er verantwortet die Bereiche Druck, Vertrieb sowie Leser:innenmarkt.







# Druckerei im XXL-Format

Ein Jahr älter als der Verband Druck Medien ist die Druckerei Gerin in Wolkersdorf. 1871 gegründet, ist Gerin nicht nur eine der ältesten Druckereien Österreichs, sondern mit 126 Mitarbeiter:innen eine der größeren Bogendruckereien im Verband Druck Medien.

Wenn Geschäftsführer Michael Braun (57) auf die Geschichte der Druckerei Gerin zurückblickt, dann fallen ihm vor allem die Worte „innovativ“ und „Geschäftssinn“ ein. Tatsächlich war die Familie Gerin bekannt für ihr gutes Gespür für Geschäftsfelder und ihr kaufmännisches Geschick, sich durch Zukäufe und Übernahmen von kleineren Druckereien zu vergrößern. Schon 1978 Jahren wurde die erste Produktionsstätte in der Wiener Zirkusgasse zu klein, und das Großprojekt

*„Wir agieren immer noch eigenständig am Markt.“*

**Michael Braun**

Übersiedlung nach Wolkersdorf startete. Seit 1996 ist die gesamte Druckerei in Wolkersdorf zuhause. 2004 fiel die Entscheidung, in XXL-Formate zu investieren, bis heute ist Gerin die einzige Druckerei in Österreich, die Plakate im 4fach Bogenformat druckt. 2009 übernahm Gerin die Buchdruckerei Holzhausen und sicherte sich damit den Einstieg in den Buchdruck.

## Vom Familienunternehmen zum Konzern

Braun selbst kam 1992, also vor 30 Jahren, zur Druckerei Gerin – durch eine Übernahme. „Ich war im Verkauf bei der Druckerei Adametz tätig, als diese von Gerin gekauft und die Belegschaft mitübernommen wurde“, erinnert sich Braun an seine Anfänge. Braun arbeitete sich zum Vertriebsleiter hoch. 2009 holte ihn Ing. Richard Gerin mit in die Geschäftsführung. Als dieser 2015 in Pension ging, blieb Braun alleiniger Geschäftsführer. 2017 wurde die Druckerei an die MTH Gruppe verkauft. Gerin blieb als eigenständiges Unternehmen erhalten, aber das bisherige Familienunternehmen wurde damit Teil eines Konzerns. „Wir agieren immer noch eigenständig am Markt, aber manches hat sich verändert. Früher gab es Bauchentscheidungen, jetzt werden alle Investitionen wirtschaftlich überdacht. Damals hat Ing. Richard Gerin neue innovative Maschinen gekauft, ohne teilweise die Aufträge dazu zu haben. Heute gibt es ein Reporting-System“, berichtet Braun. Allerdings: So ganz nach dem Bauchgefühl ging es wohl auch früher nicht zu. Schon die Familie Gerin legte immer viel Wert auf nachhaltige Investitionen. Ein Beispiel ist für Braun die Positionierung im XXL-Plakatbereich: „Dass wir heute von XXS- bis XXL-

Bogenformate drucken können, hat uns zu einer der führenden Plakatdruckereien in Österreich gemacht. Aber die Entscheidung, diesen Weg zu gehen, hat auch eine große Investition bedeutet. Wir haben von der Druckvorstufe bis zur Endverarbeitung einen komplett neuen Bereich aufgebaut.“ Durch die MTH Gruppe ist Gerin Druck jetzt auch mit der Print Alliance in Bad Vöslau verbunden. Deren Geschäftsführer Robert Plaschko und Martin Wlácil sind auch bei Gerin Mitgeschäftsführer und umgekehrt Michael Braun bei der Print Alliance. Dennoch legt Braun Wert darauf, dass Gerin Druck weiterhin wie ein Familienunternehmen geführt wird.

### Herausforderung Mitarbeiter:innen

Die aktuellen Herausforderungen sieht Braun in der „umgedrehten Alterspyramide im Unternehmen“. „Wir haben sehr viele langjährige Mitarbeiter:innen, aber das große Problem ist das Finden von Facharbeiter:innen“, berichtet Braun. Bei Gerin wurden und werden zwar immer Lehrlinge ausgebildet, aber das reiche nicht. „Deshalb haben wir uns auch bei der Aktionswoche der offenen Druckereien beteiligt und Schulexkursionen angeboten. Hier wünschen wir uns auch Unterstützung vom Verband Druck Medien“, so Braun. Er persönlich ist auch noch nach mehr als dreißig Jahren in der Branche und unterschiedlichen Stationen – von Druckvorstufe über Vertrieb bis zur Geschäftsführung – von seinem Beruf begeistert. „Ich liebe es, wenn ich das fertige Produkt in der Hand halten kann und die Farben rieche. Ich finde, man spürt den Drucksaal“, verrät Braun. Diese Begeisterung für Gedrucktes ist übrigens nicht geschlechtsspezifisch. Gerade erst hat bei Gerin Druck eine Druckerin ihre Lehre erfolgreich abgeschlossen und wird weiter im Unternehmen bleiben. Wie man junge Menschen im Unternehmen hält? Braun setzt vor allem auf eine fundierte Ausbildung: „Wichtig bei der Ausbildung ist auch die richtige Führung, dass man mit fachlich versierten Mitarbeiter:innen zusammenarbeitet und auch rasch eigenständig arbeiten darf.“ ■



**Michael Braun (57)** ist Geschäftsführer von Gerin Druck und leitet die Druckerei in Wolkersdorf und ist Mitgeschäftsführer der Print Alliance.



*„Wichtig bei der Ausbildung ist die richtige Führung.“*

**Michael Braun**

# Alles Gute zum Jubiläum!

Zum 150. Geburtstag erreichten den Verband Druck Medien zahlreiche Glückwünsche von Verbänden, Ausbildungsinstitutionen, der Politik sowie Kooperationspartner:innen.



## Unter Druck entstehen Diamanten

Im Namen des DMVÖ gratuliere ich herzlich zum Jubiläum. Der Verband Druck Medien ist ein wichtiger Teil der Interessensvertretung in Österreich mit langer Tradition.

Ganz besonders in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten ist es wichtig, eine Plattform zu haben, die für die Interessen der Druckbranche eintritt, den Stakeholdern Zugang zu Wissen und Informationen bietet, sowie die Branche sichtbar macht und die Herausforderungen in Verwaltung und Politik adressiert. Gleichzeitig sollte durch den Austausch der Mitglieder untereinander auch die Entwicklung von Lösungen

gefördert werden. Vor allem Innovation ist ein großes Thema in der Druckbranche, die nicht nur durch massive Preissteigerungen, sondern auch durch ökologische Aspekte unter „Druck“ gerät. Jedoch besagt ein Sprichwort: „Unter Druck entstehen Diamanten“, und der Verband Druck Medien wird somit die Druckbranche weiterhin erfolgreich vertreten und für seine Mitglieder den einen oder anderen Diamanten formen. Innovation und Zukunftsausrichtung haben die Druckbranche schon durch manch schwierige Zeiten gebracht, und so wird dies auch weiterhin passieren. Denn Gedrucktes wird auch die nächsten 150 Jahre seine Berechtigung haben.

**Alexandra Vetrovsky-Brychta**, Präsidentin des Dialog Marketing Verband Österreich (dmvö)

## Ein Partner für die Kommunikationsbranche

Es ist unbestritten: Der Aufstieg der Digitalkommunikation in den vergangenen 20 Jahren hat die Arbeit von uns Kommunikator:innen massiv verändert. Die Informationsflut im Netz, die täglich auf uns einprasselt, hat aber nicht nur positive Auswirkungen. Mediennutzer:innen fühlen sich vielmehr überfordert bei der Bewältigung und Einordnung von Nachrichten und Inhalten. Gerade für das Verstehen von Hintergründen und Zusammenhängen ist der virtuelle Raum oft nicht der richtige Ort. Je komplexer unsere Welt und die Wissensgesellschaft, umso wichtiger sind verlässliche Fakten und seriöse Quellen. Hier kann das gedruckte Wort seine große Stärke ausspielen und nachhaltige Wirkung entfalten.

Und Druckwerke haben aus diesem Grund für PR-Verantwortliche einen hohen Stellenwert. Der Verband Druck Medien und seine rund 200 Mitgliedsbetriebe sind deshalb wichtige Partner für Österreichs Kommunikationsbranche, um ihre Vorhaben in die Tat umzusetzen, integrierte Kampagnen zu realisieren und einen ausgewogenen Kommunikationsmix herzustellen. Deshalb freue ich mich, dem Verband Druck Medien zu seinem 150-jährigen Bestehen zu gratulieren und wünsche eine mindestens so lange dauernde, glänzende Zukunft!

**Karin Wiesinger**, Präsidentin des Public Relations Verband Austria (PRVA)





### Gemeinsam feiert es sich am schönsten!

Noch nie hat ein neues Medium ein altes verdrängt. Das hat sich nach der Erfindung des Fernsehens mit dem Fortbestand des Radios bewahrheitet und gilt auch heute noch für Bücher, Zeitungen, Magazine und viele weitere bunte, kreative und vielfältige Druck-Erzeugnisse, die ihre Bedeutung und große gesellschaftliche Relevanz trotz digitaler Transformation und Online-Boom nicht verloren haben. Der Verband Druck Medien ist eine nicht

mehr wegzudenkende heimische Institution, und es ist uns eine besondere Freude, das 150-jährige Bestehen unserer beiden Verbände gemeinsam zu feiern. In diesem Sinne wünscht Austropapier allen Mitarbeiter:innen sowie den über 200 Mitgliedern ein erfolgreiches Jubiläumsjahr und noch viele spannende, gemeinsame Projekte!



**Sigrid Eckhardt**, Geschäftsführerin Austropapier



### Alles Gute zum Runden!

Der Verband der Regionalmedien fühlt sich dem Verband Druck Medien eng verbunden, setzen sich doch beide Verbände dafür ein, die Bedeutung und den Nutzen gedruckter Informationen

bewusst zu machen: Dies gegenüber der Politik, der Werbewirtschaft, aber auch in der breiten Öffentlichkeit. Das gedruckte Wort ist noch immer DAS Mittel, um Meinungen zu verbreiten,

Hintergründe zu analysieren, Wissenschaft zu pflegen etc. – es ist DAS Mittel für wohlüberlegte, durchdachte Kommunikation. Druckwerke können von den Menschen genutzt werden wie kaum ein anderes Medium: unabhängig von allen technischen Hilfsmitteln oder Energie, unabhängig von Ort und Zeitpunkt. Das macht diese Medien so einzigartig. Und deshalb wird es den Verband Druck Medien sicher in 150 Jahren auch noch geben. Alles Gute zum runden Geburtstag!

**Josef Gruber**, Präsident des Verbands der Regionalmedien Österreichs (VRM)

### Wichtige Anlaufstelle

Verbände wie der Verband Druck Medien sind wichtige Anlaufstellen für die gesamte Branche, um mediale Aufmerksamkeit zu generieren, die Mitglieder über aktuelle Themen zu informieren und als Austauschplattform zu fungieren. Dass diese Funktionen schon seit 150 Jahren erfüllt

werden, zeigt die enorme Bedeutung des Verbandes. Ich hoffe, dass diese große Relevanz noch weitere Jahrhunderte überdauert und wünsche dem Verband alles Gute zu seinem beeindruckenden Jubiläum.



**Niko Pabst**, Geschäftsführer Marketing Club Österreich (MCO)



### Zusammenwirken von Schule und Wirtschaft

Die Graphische als ähnlich alte Institution freut sich, dem Verband Druck Medien zu seinem 150-jährigen Jubiläum gratulieren zu dürfen. Unsere Schule ist schon kurz nach der Gründung eine wesentliche Ausbildungsstätte für das Druckgewerbe geworden und ist nach wie vor in Österreich eine Unikatschule im Bereich des Graphischen Gewerbes. Wir schätzen die Zusammenarbeit mit dem Verband, da gerade in den wirtschaftlichen Fächern zahlreiche arbeitsrechtliche wie sozialpartnerschaftliche und

organisationstechnische Themenbereiche am letzten Stand der Praxis nicht zuletzt durch Mitarbeiter:innen des Verbandes in den Unterricht einfließen. Außerdem unterstützt der Verband das Zusammenwirken von Schule und Wirtschaft, was nicht zuletzt gerade für den HTL-Bereich eine unabdingbare Notwendigkeit für die Qualität unserer Ausbildung ist. Dies zeigt sich auch bei der Vermittlung von Feriapraxen, Werbemaßnahmen und vielem mehr. Wir bedanken uns auf diesem Weg für die gute Zusammenarbeit und wünschen uns weiterhin einen Ausbau der Synergien.

**Kurt Kölli**, Direktor Höhere Graphische Bundes-Lehr- und Versuchsanstalt (die Graphische)

### Impulsgeber

Ich gratuliere dem „Verband Druck Medien Österreich“ ganz herzlich zum 150. Jubiläum. Eine Interessensvertretung, wie sie der Verband darstellt, ist vor allem in herausfordernden Zeiten eine wichtige Stütze für Medienschaffende und die gesamte Druckbranche. Ich wünsche dem Verband

Druck Medien Österreich und seinen Mitarbeiter:innen weiterhin viel Erfolg als impulsgebende und innovationstreibende Vertretung der Branche.



**Martin Kocher**, Bundesminister für Arbeit und Wirtschaft



### Lebensbegleiter Buchhandel und Druckbranche

Der Verband Druck Medien wurde 1872 gegründet. Der Hauptverband des Österreichischen Buchhandels kurz davor, im Jahr 1859. So nahe wie die Gründungsdaten sind auch die Verbandsadressen, denn VDM und HVB teilen sich seit vielen Jahrzehnten die Räumlichkeiten im Palais Fürstenberg, wir arbeiten Tür an Tür. Aber noch wichtiger: Wir arbeiten als Branchen Hand in Hand, es gibt kein Buch ohne Buchdruck.

Und nun, 2022, mitten im 150. Jubiläumsjahr, sind wir gemeinsam mittendrin in einer der herausforderndsten Zeiten für den Buchdruck, die Buchverlage und den Buchhandel. Aber wie auch schon in der Vergangenheit werden Buch und Druck gemeinsam diese Krisen bewältigen und überstehen. Wir gratulieren dem VDM zu seinem Jubiläum und wünschen ihm und all seinen Mitgliedern und Mitarbeiter:innen: „ad multos annos“!

**Gustav Soucek**, Geschäftsführer, Hauptverband des Österreichischen Buchhandels

**Alles Gute für viele weitere Jahre!**

Das Gründungsjahr des Verband Druck Medien 1872 steht exemplarisch für eine damals herrschende Aufbruchsstimmung. In diesem Jahr erfolgte die Gründung der Universität für Bodenkultur in Wien, der Beginn der österreichischen Nordpol-Expedition sowie die erste Ausgabe des „Illustrierten Wiener Extrablattes“, welche eine der auflagenstärksten Zeitungen Österreichs war. Die Vielzahl an Druckbetrieben und Printmedien erforderte eine Interessenvertretung – eine Aufgabe, der der Verband 150 Jahre später immer noch nachkommt. Wenngleich die Welt seit der

Gründung wesentlich komplexer geworden ist und das Phänomen der Digitalisierung manche Zielsetzungen des Verbandes neu definiert haben, der Netzwerkgedanke eines Industrieverbands hat ungebrochen Gültigkeit. In diesem Sinne darf ich namens der befreundeten Verbände – des Verbands Österreichischer Zeitungen sowie des Österreichischen Zeitschriften und Fachmedienverbands – alles erdenklich Gute für die Zukunft wünschen. Ad multos annos!



**Gerald Grünberger**, Geschäftsführer des Verbands Österreichischer Zeitungen (VÖZ) und des Österreichischen Zeitschriften- und Fachmedienverbands (ÖZV)

# Einen Oldtimer restaurieren

Nur ein Vorschlag, was Sie mit dem Geld machen können, das Sie dank unserer Software sparen.



[www.printplus.ch/opto-rechner](http://www.printplus.ch/opto-rechner)





Advertorial

### Lebendige Plattform!

Bei 150 Jahren Verband Druck Medien denke ich an eine ebenso verlässliche wie lebendige Plattform, die es uns Farbmanagement-Expert:innen ermöglicht, mit Druckereien und anderen

Unternehmen der grafischen Industrie wichtige

**Michael WeiHING**, Head of Sales DACH, GMG

Trends zu erörtern. Neue Technologien sorgen für rasante Veränderungen, und der Verband nimmt speziell in Zeiten des Wandels eine zentrale Rolle ein: Know-how-Transfer, Kooperationen – kurz: Er bringt die Branche an den Tisch. Da sind wir mit unseren innovativen Lösungen gern dabei.

### Dreh- und Angelpunkt für die Branche

Die CHROMOS Gruppe gratuliert dem Verband Druck Medien herzlich zum 150-jährigen Jubiläum. Wenige Industrien waren in dieser Zeit ähnlich starken Veränderungen ausgesetzt. In solchen Zeiten ist ein Verband von besonderer Bedeutung, indem er eine Plattform bildet, um zu diskutieren,

Impulse zu geben und Innovation zu fördern. Möge sich darum Ihre wichtige Institution auch weiterhin so kompetent für die Belange der Branche einsetzen und ein wertvoller Dreh- und Angelpunkt für seine Mitglieder bleiben.

**Stefan Bachmayer**, Geschäftsführer CHROMOS Österreich GmbH



Advertorial



Advertorial

### 150 Jahre – das soll und darf gefeiert werden!

Der Verband Druck Medien blickt auf eine bewegte Geschichte zurück. Eine Geschichte von permanentem Wandel und zahlreichen Umbrüchen in der Druckindustrie. Vom

Druckhandwerk zu Print 4.0. Das Jubiläum ist sicherlich auch Anlass für eine Standortbestimmung und einen Blick in die Zukunft. Ich nehme hier im Verband viel Kreativität, Wachheit und nach vorne ausgerichtetes und an den Markt angepasstes konzeptionelles Denken wahr und eine Arbeit, die immer wieder bereit ist, neue Wege zu gehen.

**Florian Kohler**, Inhaber Gmund Papier

Ich sehe große Parallelen zu Gmund Papier. Die Firma wurde 1829 gegründet und somit blicken auch wir schon auf eine lange Geschichte zurück. Aber aus Tradition richten wir unseren Fokus ebenso klar nach vorne. Wir bei Gmund Papier halten es mit Antoine de Saint-Exupéry, der sagte: „Die Zukunft sollte man nicht vorhersehen wollen, sondern möglich machen.“

In diesem Sinne alles Gute für die nächsten 150 Jahre von der Papierfabrik, die nur einen Katzensprung von Österreich entfernt liegt!



# Jubiläums-Papier

Gmund Papier hat in enger Zusammenarbeit mit der Stiftung Bauhaus Dessau die Kollektion „Gmund Bauhaus Dessau“ auf den Markt gebracht.

Gmund Papier ist eine moderne Designpapierfabrik mit Sitz am Tegernsee. Produktions- und Umwelttechnologien arbeiten auf höchstem Niveau. Es entstehen maßgeschneiderte Lösungen für nachhaltige Markenauftritte. Das Sortiment umfasst über 100.000 verschiedene Papiervarianten. Rund 75 Prozent der Papiere werden exportiert. Geliefert wird in 70 Länder auf allen Kontinenten. Gmund Papier ist in Familienbesitz und wird heute von Florian Kohler in vierter Generation und Herbert Eibach geleitet.

## Gmund Bauhaus Dessau

Gmund Papier steht für Innovation und Kreativität in der Papierbranche. Das Bauhaus Dessau steht für Modernität und Aufbruch. Beide sind weltweit bei kreativen Köpfen und Gestaltern bekannt und geschätzt. Eine ideale Partnerschaft, um zusammen eine „Gmund Bauhaus Dessau“ Papierkollektion zu entwickeln, deren hohe Qualität als Standard angelegt ist. Das Bauhaus hat nicht allein die Architekturgeschichte geprägt, sondern die Moderne im Ganzen. 1919 von Walter Gropius in Weimar gegründet, erlebte das Bauhaus in Dessau von 1925 bis 1932 seine Blütezeit und auch 100 Jahre nach seiner Gründung sind die Grundsätze, die Methoden und die Visionen der Meister:innen und Schüler:innen am Bauhaus noch lebendig.

Der Dialog zwischen Material und Gestaltung hatte am Bauhaus eine besondere Bedeutung. Gerade auch Papier spielte dabei eine zentrale Rolle. „First

we seek contact with material...“ so beschrieb der Bauhausmeister Josef Albers sein pädagogisches Wirken am Bauhaus rückblickend. Das Bauhaus Dessau Papier besticht durch reine Materialität und Qualität. Modern, geradlinig und schlicht. In seiner radikalen Modernität mit der Reduzierung auf Weiß und Schwarz folgt es den Bauhaus-Prinzipien. Es eignet sich für alle gängigen Druckverfahren.



## druck medien Magazin auf Bauhaus Dessau

Sie halten das Papier übrigens gerade in den Händen, denn diese Jubiläumsausgabe wurde gedruckt auf Gmund Bauhaus Dessau. Informationen zum Papier finden Sie unter [www.gmund.com](http://www.gmund.com). ■

# Aktionswoche der offenen Druckereien

Mehr als 1.100 Schüler:innen, von der Volksschule bis zur HTL, nahmen an der ersten Aktionswoche der offenen Druckereien teil.



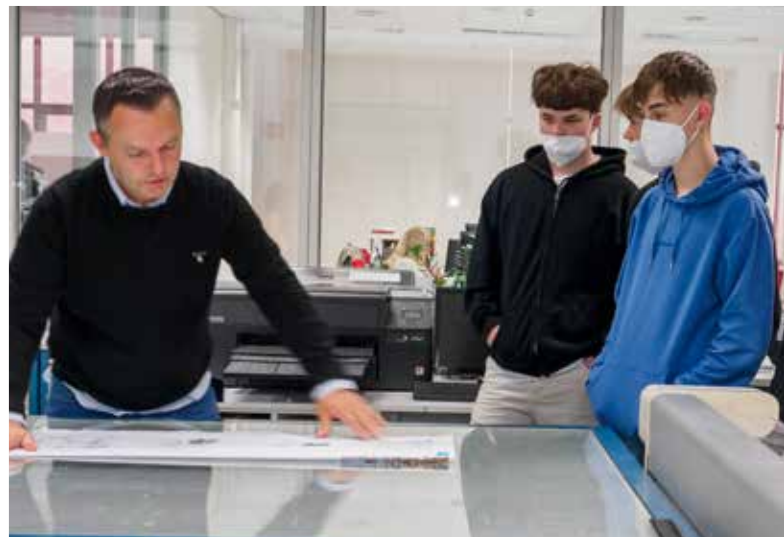
Mehr als 20 Druckereien, 40 Schulklassen und rund 1.100 Schüler:innen sowie mehr als 40 Lehrer:innen – das ist die Bilanz der Aktionswoche der offenen Druckereien, die der Verband Druck Medien heuer erstmals ins Leben gerufen hat. Viele Kinder und Jugendliche, aber auch viele Lehrer:innen waren das erste Mal in einer Druckerei und konnten den Produktionsprozess eines Druckproduktes verfolgen.

## Spannung bis zum letzten Tag

Manche Schulen meldeten sich erst in der Woche vor der Aktionswoche und fragten um einen Termin an. Für manche Schulklassen musste wiederum eine Ersatzdruckerei gefunden werden, weil die Wunschdruckerei keine Termine mehr frei hatte. Und manche Druckereien führten mehr als 100 Kinder und Jugendliche durch ihre Produktionshallen. Der Verband Druck Medien und die teilnehmenden Druckereien ermöglichten allen interessierten Schulen eine Exkursion.

## Tag des Drucks am 20. Mai

Aufgrund des großen Erfolges der Aktionswoche rief der Verband Druck Medien am letzten Tag, dem 20. Mai, den Tag des Drucks aus. Damit soll einmal im Jahr dem ►



*„Guten Abend! Ich wollte mich noch einmal im Namen der Klasse für euren tollen Einsatz heute bedanken! Es war ein sehr spannender Vormittag!“* **Lehrerin**







Internes



*„Ich wollte mich noch einmal im Namen der Klasse ganz herzlich für die Organisation des Druckereibesuchs bedanken. Es war großartig. Wir waren alle sehr beeindruckt. Für den Großteil der Kinder war es überhaupt das erste Mal, dass sie eine Produktionsstätte gesehen haben.“* Direktorin



Nicht nur die Schüler:innen hatten viel Spaß, sondern auch die Druckereien. Sie zeigten alle Stationen eines Druckproduktes – von der Datenannahme über die Druckvorstufe und Farbkammer bis zum eigentlichen Drucken auf den Druckmaschinen und weiter bis zur Logistik und Lagerhaltung.



Fotos: Verband Druck Medien/Handler, Papp/Dieberger/Kalman, APA-Fotoser, Vice/Greindl/Fiedler/Haslinger/Hollneder/Mathis/Reichmann



Kulturgut Drucken gedacht werden. Künftig wird es immer rund um den 20. Mai Aktivitäten der Druck- und Medienbranche geben. Fix für 2023 ist bereits eine Neuauflage der Aktionswoche der offenen Druckereien.

### Danke an alle Druckereien der Aktionswoche!

- Bösmüller Print Management GesmbH & Co. KG, Stockerau
- BuLu - Buchdruckerei Lustenau GmbH, Lustenau
- Dataform Print GmbH, Groß-Ebersdorf
- Druckerei Ferdinand Berger & Söhne Gesellschaft m.b.H., Horn
- Druckerei Hans Jentzsch & Co GmbH, Wien
- Druckhaus Scharmer GmbH, Feldbach und Fürstenfeld
- Druckwerk Krems, Krems-Stein
- Estermann GmbH, Aurolzmünster
- Gaugeler GmbH Produktion: Wulfenia Druck, Feldkirchen
- Gerin Druck GmbH, Wolkersdorf
- Glandruckerei Marzi, St. Veit/Glan
- GreenPrint Osttirol e.U., Ainet
- Hutter Druck GmbH, St. Johann
- Intergraphik GmbH, Innsbruck
- Kontext Druckerei GmbH, Linz
- offset5020 Druckerei & Verlag GmbH, Siezenheim
- ÖKI Österreichische Kuvertindustrie GmbH, Hirm
- Print Alliance HAV Produktions GmbH, Bad Vöslau
- Samson Druck GmbH, St. Margarethen
- Seebacher GmbH, Hermagor
- Walstead Leykam Druck GmbH & CO KG, Neudörfel
- Winkler Kuvert GmbH, Graz ■



*„Ich möchte mich ganz herzlichen für den heutigen Tag der offenen Tür im Druckhaus Scharmer bedanken! Die Führung war äußerst professionell, die Schülerinnen und Schüler konnten Fachwissen erwerben und danach sogar selbst Hand anlegen.“* Lehrerin

Bei den Druckereiführungen warteten auch Aufgaben auf die Schüler:innen: Sie bestimmten Farben, rätselten über Papiergrammaturen, bearbeiteten Bilder oder hielten am Ende sogar ein fertiges Druckwerk in der Hand.

Was vielen nicht bewusst war: Die meisten Beschäftigten in Druckereien sind hoch spezialisierte Fachkräfte. Sie haben entweder eine fachspezifische Lehre gemacht oder eine technische Ausbildung absolviert.



# Welche Vorteile bringt die Anwendung von Lasertechnologie im Bereich Druck & Medien



Der Laser ermöglicht eine produktive, saubere und zuverlässige Lösung, um verschiedene Geometrien und Materialien zu bearbeiten. Im Gegensatz zu anderen Maschinen gelingt mit dem Laser ein optimales Finishing und bringt so qualitative und reproduzierbare Ergebnisse. Das schafft einen Wettbewerbsvorteil und reduziert zugleich Kosten und Aufwand. Mit

dem Laser können unterschiedlichste Arten von Materialien wie Papier, Karton, Pappe, Kork, Holz, Kunststoffe und viele weitere bearbeitet werden. Der Bearbeitungsprozess verläuft berührungslos und ermöglicht so das effiziente Schneiden, Ritzen und Perforieren von hochwertigen Einladungskarten, Visitenkarten, Verpackungen, Flyern, Broschüren sowie Bucheinbände und viele mehr. Ein Laser eröffnet Ihnen ungeahnte Möglichkeiten in der Papierveredelung. Mit der Laserbearbeitung kann die Produktivität sowie die Qualität gesteigert werden, außerdem bietet sie vollste Flexibilität beider Druckweiterverarbeitung.

## Die Vorteile auf einen Blick

- Kostengünstige und schnelle Herstellung.
- Beliebige Konturgestaltung für individuelle Produkte.
- Hervorragende Schnittqualität bei hoher Schnittgeschwindigkeit.
- Leise und saubere Prozesse.
- Kontaktlose Bearbeitung für feinste Geometrien.

Besuchen Sie uns unter [www.troteclaser.com](http://www.troteclaser.com) und erfahren Sie mehr zum Thema Laserbearbeitung in der Druckindustrie.

## CONNECT YOUR BUSINESS



Ganz gleich, ob Sie in der konventionellen oder digitalen Produktion zu Hause sind: Vernetzen Sie Ihre Produktion und profitieren Sie von neuen Geschäftsmodellen. Müller Martini hat als Vernetzungs-Spezialist die passende Lösung für Sie.

[mullermartini.com](http://mullermartini.com)

Your strong partner.

MÜLLER MARTINI





# Jubiläums-Gauschfeier

Gauschen hat in der Druckbranche seit dem 16. Jahrhundert Tradition. Zum 150-Jahres-Jubiläum des Verband Druck Medien ging es besonders festlich zu – und nass.

Zu seinem Jubiläumsjahr veranstaltete der Verband Druck Medien gemeinsam mit der Schule der Medien, kurz die Graphische, die traditionelle Gauschfeier der Absolvent:innen. Gegauscht wurden insgesamt 55 sogenannte Kornut:innen – neben den Schüler:innen der beiden Abschlussklassen auch die Drucker:innen der Druckerei Gerin. Sie alle landeten – gemäß des strengen Gauschprotokolls – im großen Wasserbottich beim Gutenbergdenkmal am Lugeck in Wien. Mit Ausdrücken eines nassen Schwamms und dem Untertauchen im Wasserbottich wurden ihre Fehler der Ausbildungszeit symbolisch abgewaschen – und die nunmehr Gegauschten offiziell zu Jünger:innen der schwarzen Kunst.

## Bekannte Gäste

Bei der diesjährigen Jubiläums-Gauschfeier fand nicht nur ein historischer Umzug vom Haus des Verband Druck Medien in der Grünangergasse über den Stephansplatz und die Rotenturmstraße zum Lugeck statt, auch viele bekannte Gäste aus der Druck- und Medienbranche waren mit dabei oder

beteiligten sich an der Zeremonie. Gesehen wurden unter anderem Ingeborg Dockner (Geschäftsführerin Dockner Medien), Armin Kreiner (Geschäftsführer Kreiner Druck), Bernhard Dockner (Dockner Medien), Peter Sodoma (Geschäftsführer Verband Druck Medien), Karl Schauer (Vertriebsleiter Koenig&Bauer), Christian Janetschek (Gesellschafter Druckerei Janetschek), Christine Schwarz-Fuchs (Geschäftsführerin Buchdruckerei Lustenau BuLu), Kurt Kölli (Direktor die Graphische) u. v. m

## UNESCO Kulturerbe Gauschen

Gauschen bezeichnet ursprünglich den ersten Entwässerungsvorgang beim Schöpfen des Papiers und seit dem 16. Jahrhundert auch die Freisprechungszeremonie am Ende der Ausbildungszeit. Gegauscht wird bis heute jedes Jahr an der Graphischen und in den Druckereien in ganz Österreich und dem deutschsprachigen Raum. Deshalb wurde das Gauschen am 4. November 2021 offiziell ins österreichische Verzeichnis des Immateriellen Kulturerbes der UNESCO aufgenommen. ■





Vor dem Gutenbergdenkmal am Lugeck wurde es für die Kornut:innen ernst bzw. nass. Der Ruf des Gautschmeisters Clemens Leopold Ulrich „Packt an“ ist das Zeichen für die Packer:innen. Diese versuchen die Kornut:innen zu fassen und in den aufgestellten Wasserbottich zu werfen. Das kühle Wasserbad war an diesem heißen Sommertag eine willkommene Abkühlung. Und die so Gegautschten bereit für die Aufnahme in die „Schwarze Kunst“ der Druckbranche.







# „Was liegt, das pickt“?

Gedrucktes ist nicht umsonst ein Kulturgut. Im Gespräch mit Medienhistoriker Fritz Hausjell über die Bedeutung von Print für Medien, Medienfreiheit und Geschichtsschreibung.

## Was bedeutet „Drucken ist ein Kulturgut“?

Mit der Erfindung des industriellen Drucks wurde es möglich, in großen Auflagen, schnell und verlässlich Inhalte auszugeben und öffentlich zugänglich zu machen. Der große Vorteil von bedrucktem Papier ist auch die Aufbewahrung. Bücher wegzuerwerfen ist bis heute eine Art Sakrileg. Aber auch Zeitungen und Zeitungsausschnitte werden aufbewahrt. Die nachfolgenden Medien sind viel flüchtiger, erfordern ein eigenes Gerät für die Aufzeichnung. Die Speichermedien sind von begrenzter Haltbarkeit, während wir Bücher viele Jahrhunderte lang lesen können.

## Das heißt, der Vorteil liegt vor allem auf der Hinterlassenschaft von Print?

Wenn ich auf etwas zurückgreifen möchte, das vor meiner Zeit liegt, dann ist das bei Gedrucktem sehr einfach, aber beim Radio und Fernsehen sehr aufwändig, weil es kaum öffentlich zugängliche Archive gibt. Im Bereich der digitalen Medien haben wir nur sehr rudimentär Abspeicherungen. Wenn etwas gelöscht wird – auch nachträglich, ist es nicht

mehr verfügbar. Das ist bei einer Zeitung anders. Selbst wenn eine Ausgabe beschlagnahmt wurde, ist diese trotzdem heute noch verfügbar, etwa in der Nationalbibliothek.

## Wird es mit den Sozialen Medien einfacher, die Geschichte zu verfälschen?

Wir beobachten, dass ganze Social-Media-Accounts gelöscht werden. In den Archiven der Plattformen ist der Account zwar noch eine Zeit gespeichert, aber weder öffentlich noch unbegrenzt abrufbar. Das wird uns in der Geschichtsforschung noch beschäftigen, weil politische Debatten schwerer rekonstruierbar sind. Vor allem, wenn wir von einer demokratischen Geschichtsschreibung ausgehen und uns nicht nur auf Politiker:innen und Amtsträger:innen fokussieren.

## Warum ist es so wichtig, diese Daten zu archivieren?

Im Unterschied zur Zeitung, die für alle ihre Leser:innen gleich aussieht, bekommen wir in den sozialen Medien individualisierte Informationen.



Wir können nicht sagen, das Medium Facebook hatte diese Inhalte, weil auf Basis von Algorithmen einzelnen Personen unterschiedliche Inhalte ausgespielt werden. Es wäre selbstverständlich von hoher Relevanz zu wissen, wer bei Wahlkonfrontationen welche Inhalte gesehen hat. Bei klassischen Medien kann man auf Grund von Abonnent:innen Rückschlüsse ziehen, bei sozialen Medien fehlt dies. Der Vorteil von Printmedien ist, dass sie leichter einordenbar sind. Das Mediengesetz verpflichtet sie zur Offenlegung ihrer Blattlinie und Eigentümerverhältnisse. Das funktioniert bei Online-Medien, die ja zum Großteil mit Printmedien verbunden sind, ebenfalls. Aber bei den sozialen Medien funktioniert es nicht mehr. Da gibt es derzeit keine Verpflichtung, diese Informationen transparent zu machen.



**„Medien sind zentrales Demokratiegut.“**

**Fritz Hausjell**

#### **Welchen Beitrag leisten Medien, und hier vor allem Printmedien, für Demokratien?**

Medien sind neben ihrer Funktion als Kulturgut auch ein zentrales Demokratiegut. Dazu braucht es jedoch ein hohes Maß an Transparenz. Diese fehlt in Österreich. Wir haben bis heute kein Informationsfreiheitsgesetz, stattdessen hängen wir noch immer am Amtsgeheimnis. Das ist strukturell problematisch, denn Demokratie verspricht die Teilhabe aller am politischen Prozess. Das funktioniert aber nur, wenn Informationen öffentlich zugänglich sind. In Österreich ist etwa das

Einkommen ein Tabuthema. Wir sind so sozialisiert, dass man nicht darüber redet. In skandinavischen Ländern ist das für niemanden ein Problem, und jede:r kann durch eine einfache Eingabe feststellen, was die Kolleg:innen oder Nachbar:innen verdienen. Wenn sich dort die Politik oder Unternehmen auf die Fahnen heften, dass sie Frauen und Männer gleich behandeln, kann ich als Bürger:in jederzeit prüfen, ob das stimmt. Transparenz schafft damit Vertrauen. In Österreich gibt es dagegen ein hohes Maß an Misstrauen gegenüber der Politik. Das ist unter anderem eine Folge der mangelnden Transparenz. Auch für die Medien ist es nur auf den ersten Blick ein Vorteil, wenn vieles geheim ist. Wenn ich viel problemloser recherchieren kann, weil Informationen einfacher zugänglicher sind, können sich Medien viel früher mit den essenziellen Fragen beschäftigen. Aber auch die Bürger:innen könnten eine Geschichte prüfen, wenn sie etwa dem Medium nicht trauen.

#### **Wie gut schützen denn professionelle Redaktionen vor Fake News?**

Die Frage ist immer: Wer setzt aus welchen Gründen unwahre Informationen in Umlauf. Wir hatten im Medienbereich immer das Phänomen von graduell unterschiedlich schwerwiegenden Falschmeldungen. Die harmlosen Lügengeschichten wurden Zeitungssente genannt. Diese traten oft bei einer schlechten Nachrichtenlage auf, waren Meldungen, die man glauben konnte, die aber auch keinen Schaden angerichtet haben. Schlimmer ist journalistische Nachlässigkeit. In Österreich haben die Journalismuskritiker Arthur Schütz und Karl Kraus bereits Anfang des 20. Jahrhunderts die spezifische Zeitungslüge erfunden, Grubenhund genannt – mit dem Ziel, journalistische Nachlässigkeit aufzudecken. Der Name Grubenhund geht auf einen fiktiven Leserbrief von Arthur Schütz zurück, der sich 1911 als Bergbauingenieur und Überlebender eines Erdbebens ausgab und einen Grubenhund erfand, der das Erdbebens zwanzig Minuten vor dem Ausbruch angezeigt hätte. Die Neue Freie Presse druckte diesen Brief kommentarlos ab – und wurde prompt von der sozialdemokratischen Arbeiterzeitung überführt. Einer der schönsten Grubenhunde ist Anfang der 1990er dokumentiert. Damals erweckten zwei Autor:innen einen eingestellten Literaturpreis wieder zum Leben, ►



**Fritz Hausjell** ist Medienhistoriker, Universitätsprofessor am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien sowie dort seit 2014 stellvertretender Vorstand. Er ist Autor und Herausgeber mehrerer Bücher sowie der Fachzeitschrift Medien & Zeit und setzt sich im Qualitätsbeirat der Austria Presse Agentur und als Präsident von „Reporter ohne Grenzen Österreich“ für unabhängigen Journalismus ein.

indem sie ausgewählte Qualitätsmedien kurz vor Redaktionsschluss ein Fax mit den angeblichen Preisträger:innen schickte. Jede Redaktion erhielt andere Preisträger:innen, sodass der Grubenhund enttarnt werden konnte. Aber fast alle namhaften Kulturressorts haben die Meldung aufgegriffen.

#### **Wenn es so einfach ist, Lügenschichten zu lancieren – welchen Wert haben dann Redaktionen?**

Viele Lügengeschichten sind gar nicht erschienen, weil sie die Recherche nicht überlebt haben. Die viel zitierten leeren Recherchekilometer, die man absolviert hat, sind ärgerlich, aber wichtig. Das Problem heute ist, dass die Geschichten oft beim Publikum sind, bevor die Medien berichten. Wenn ich dann in der Redaktion draufkomme,

dass diese Geschichte nicht wahr ist oder gar die Urheber:innen ausfindig mache, ist das dann eine neue Geschichte? Es gibt in vielen Redaktionen Faktencheck-Teams. Aber die Angst der klassischen Medien ist, dass die Menschen dann noch mehr in die sozialen Medien schauen. Diese Angst ist einerseits berechtigt, weil es die Gratiskonkurrenz ist. Andererseits raubt diese Konkurrenz zwar das Publikum, übernimmt aber nicht die Funktion von Medien, sondern ist nur Distributionskanal. Da gibt es alle Inhalte ungefiltert – von seriös bis zu tendenziös und manipulativ.

#### **Viele Anhänger:innen von Verschwörungstheorien werfen aber den klassischen Medien vor, dass sie gekauft sind und manipulieren. Wie unabhängig sind die Medien heute?**

Ich habe oft den Einfluss der werbenden Wirtschaft und der Politik kritisiert. Denn eine Werbung, die es notwendig hat, ihre Wirtschaftsmacht für die Berichterstattung zu nutzen, zerstört Vertrauen. Ein kritisches Publikum merkt, wenn redaktionelle Inhalte durch Werbung mitgesteuert werden. Mir ist klar, dass Medien um jedes Inserat laufen müssen und Werbung ihre wichtigste Einnahmequelle ist. Aber hier ist auch der Gesetzgeber gefordert. Gerade in ökonomischen Krisen sind Medien gefährdet. Hier muss der Staat eine Co-Finanzierung sicherstellen. Die Medienförderung muss so gesichert sein, dass sie nicht Jahr für Jahr verhandelt werden muss.

#### **Wie viel Zukunft hat Print?**

Es spricht vieles dafür, dass Printmedien weiterhin ein wichtiger Bestandteil unserer Medienlandschaft sind. Das beginnt mit dem Grundgedanken, dass die meisten von uns eine „Bildschirmarbeit“ haben, Medien aber größtenteils in der Freizeit genutzt werden. Eine gedruckte Zeitung, ein Buch, eine Zeitschrift ermöglichen eine Abgrenzung vom Bildschirm als Arbeitsgerät. Zudem haben Printprodukte bei Fotos und Formaten viel mehr Möglichkeiten und verbrauchen keinen Strom. Der größte Vorteil liegt für mich aber darin, dass wir uns mit Printprodukten eine Auszeit von der digitalen Welt und vom Beruf gönnen. Wir sind nicht so souverän, dass wir beim Lesen auf dem Smartphone nicht doch noch das eine oder andere E-Mail checken. ■

# Die beste Flachbett-Qualität zum optimalen Preis

Profitieren Sie vom bestmöglichen ROI beim Druck.



Buchen Sie  
jetzt Ihre  
Produktdemo oder  
fordern Sie ein  
Druckmuster an.

Suchen Sie den optimalen ROI für ein Flachbett-System? Die Acuity Prime bietet eine maximale Produktivität von 150 m<sup>2</sup>/h und generiert gleichzeitig eine hervorragende Qualität. So bietet sie zukünftig die Grundlage für die Wirtschaftlichkeit Ihres Unternehmens.

In Kombination mit einer unglaublichen Vielseitigkeit ist dieses branchenführende Flachbett-System ideal für jeden Druckdienstleister, der die beste Qualität zum besten Preis erzielen möchte.

**Acuity Prime**

Die neue Blaupause für das Großformat



**FUJIFILM**



Ihr sicherer und leistungsstarker Partner in den Bereichen  
**KUVERTS | VERSANDTASCHEN | VERPACKUNGSLÖSUNGEN**

ÖSTERREICHISCHE KUVERTINDUSTRIE GMBH | HAYDNSTRASSE 1 | 7024 HIRM | T: +43 2687 47 551 | INFO@OEKI.AT

## DRUCKVEREDELTE KUVERTPRODUKTE

UNSERE KUVERT- UND VERSANDTASCHENLÖSUNGEN,  
DIE EINEN BESONDEREN EINDRUCK HINTERLASSEN.

GEFERTIGT NACH IHREN WÜNSCHEN UND ANREGUNGEN.  
UNSER TEAM FINDET DIE PASSENDE LÖSUNGEN  
FÜR IHR PROJEKTE.

VOLLFLÄCHIGER DRUCK AUSSEN + INNEN | LACKIERT  
GEPRÄGT | PERFORIERT | SONDERPAPIERE | SONDERFENSTER

100 %  
IHRE IDEE

**ÖKI  
INDIVIDUAL**

IHR KUVERT AUS ÖSTERREICH

 [WWW.OEKI.AT](http://WWW.OEKI.AT) 

**ÖKI  
CLASSIC**



**ÖKI  
NATUR**



**ÖKI  
PRO**



**ÖKI  
PRIME**



**ÖKI  
VERPACKUNG**



**ÖKI  
INDIVIDUAL**



**ÖKI  
SERVICE**





# Wenn das Studium nie langweilig wird

Die Druckbranche ist vielseitig und dadurch ein attraktiver Arbeitgeber. Das weiß auch Melanie Mader, die nach Abschluss des Kolleg Druck- und Medientechnik derzeit berufsbegleitend Verpackungstechnologie an der FH Campus Wien studiert.

Melanie Mader hat bereits zwei Semester des berufsbegleitenden Studiums Verpackungstechnologie an der FH Campus Wien hinter sich, vier stehen ihr noch bevor. Aufmerksam wurde sie auf die Druckbranche als Arbeitgeber eher durch Zufall, wie sie erzählt: „Ich habe nach der Matura ein Jusstudium begonnen. Das war aber nicht ganz das Richtige für mich. Über eine Freundin bin ich dann auf die Graphische aufmerksam geworden. So bin ich ans Kolleg Druck- und Medientechnik gekommen.“

## Es wird nie langweilig

Dann führte eines zum anderen: Im Zuge ihrer Ausbildung an der Graphischen besuchte sie Vorlesungen an der FH. „Das hat mich sehr begeistert, denn ich konnte mir anfangs gar nicht vorstellen, wie viel bei der Konzeption einer Verpackung hineinspielt, gerade wenn es um Nachhaltigkeit oder auch Rohstoffgewinnung geht“, erklärt sie. An ihrem Studium schätzt Melanie Mader vor allem, dass es nie langweilig ist. Es gibt immer wieder neue Projekte und neue Problemstellungen zu lösen.

## Weniger technisch, als man denken könnte

Dass die Graphische eine gute Basis für das Studium ist, bestätigt Mader. Aber ein Muss ist es in ihren Augen nicht. Denn als besonders techniklastig stuft sie die Ausbildung nicht ein, dafür wird den



### In Kürze

**Alter:** 25 Jahre

**Beruf:** Innendienst und Druckvorstufe bei der Firma Dataform Media GmbH

**Meine Stärken:** Lösungsorientiert, Zielstrebigkeit, Lernbereitschaft und Eigeninitiative

**Das mag ich:** Sport, Reisen, gutes Essen

**Das mag ich nicht:** Unordnung, eintöniges Arbeiten

Naturwissenschaften mehr Platz eingeräumt, als man sich zunächst einmal vorstellt. Insbesondere wenn es um Lebensmittelverpackungen geht, ist dieser Einfluss spürbar. Aber auch die Zusammensetzung von Kunststoffen ist ein wichtiges Thema in ihrem Studiengang.

## Job in der Verpackungsindustrie als Ziel

Neben ihrer Ausbildung arbeitet Mader bei dataform, wo der Schwerpunkt unter anderem auf Werbedrucksorten und Mailings liegt. Sie beschäftigt sich hier auch damit, ob und wie dataform den Bereich Verpackung abdecken könnte. Für die Zukunft wünscht sich Mader jedenfalls einen Job in der Verpackungsindustrie, denn sie arbeitet gerne mit Kund:innen zusammen, löst gerne Probleme und konzipiert gerne neue Verpackungen. Also ideale Voraussetzungen für einen erfolgreichen Berufsweg. ■



# Cash-machine = 1.000.000 pro Monat

**Das superschnelle Inkjet-Produktionsdrucksystem TASKalfa Pro 15000c mit herausragender Leistung ist die Antwort auf Kostendruck bei individualisierten Direct-Mailings und Rechnungen.**

- Schneller „Return on Investment“: Digitales High-End-System zu moderaten Anschaffungskosten
- Geringe Verbrauchskosten: Extrem niedrige Seitenpreise bei bestechender Bildqualität
- Leistungsstark: Bis zu 1.000.000 Drucke pro Monat mit der einzigartigen, zuverlässigen und kostensparenden patentierten Kyocera-Technologie
- Höchste Flexibilität: Bedruckung von Papiergrammaturen bis 360 g/m<sup>2</sup>
- Unterbrechungsfreie Produktion: Während der Produktion können Tintentanks und Papier aufgefüllt werden
- Benutzerfreundlich: Hoher Bedienkomfort und effizientes Dokumentenhandling



Für mehr Infos  
QR-Code scannen



v. l. n. r.: Christina Wu und Annelie Leonhart

# Innovativ? Innovase!

Zwei Absolventinnen der Graphischen haben als Abschlussprojekt eine sichere und innovative Verpackung mit Zusatznutzen für Schnittblumen entwickelt – die „Innovase“, die bereits vom Verein Druck & Medien mit dem „Gutenberg Award“ ausgezeichnet wurde.

Annelie Leonhart und Christina Wu sind Absolventinnen der Abteilung Druck- und Medientechnik der Höheren Graphischen Bundes-Lehr- und Versuchsanstalt in Wien. Für ihr Abschlussprojekt haben die beiden eine smarte Verpackung für Schnittblumen entwickelt – die Innovase. Innovativ ist die Idee auf jeden Fall, denn die Innovase verpackt Schnittblumen nicht nur sicher für den Transport, sondern ist auch eine Vase.

## Ein „Pizzakarton“ für Blumen

Die Idee kam Annelie Leonhart, als sie mit ihrem Vater einen Blumenstrauß unbeschadet im Auto transportieren musste – eine Herausforderung, wie wir alle wissen. „In dem Moment habe ich mir gedacht, eine Art Pizzakarton für Blumen wäre toll“, erzählt die frisch gebackene Absolventin.

## In Kürze

### Christina Wu

**Alter:** 19

**Nächste Station:** FH St. Pölten

**Meine Stärken:** offen, flexibel, Kreativität, Ehrgeiz, emphatisch, lebensfroh

**Das mag ich:** Essen, Spaß, Familie, Freund:innen, Zeichnen

**Das mag ich nicht:** Unhöflichkeit, Intoleranz

### Annelie Leonhart

**Alter:** 19

**Nächste Station:** in Planung

**Meine Stärken:** Engagement, Lernbereitschaft, Optimismus

**Das mag ich:** frische Bettwäsche

**Das mag ich nicht:** Ungerechtigkeit



Mit ihrer Projektpartnerin Christina Wu ging es dann schnell in die Umsetzung, die durchaus auch Herausforderungen mit sich brachte. Neben der richtigen Form für die Verpackung war es nämlich nicht so einfach, das Kartonmodell für den Einsatz als Vase wasserfest zu gestalten. Da den beiden eine möglichst ökologische Lösung wichtig war, wollten sie auf Klebstoffe verzichten, was ihnen schließlich auch gelungen ist. Begleitet wurden sie auf ihrem Weg von ihrem Projektlehrer Walter Rauscher, der mit Rat und Tat für das Projekt zur Seite stand.

## Verpackung mit Zusatznutzen

Die Innovase wird nur gefaltet. Der Fokus der Verpackung liegt zwar auf dem Transport – die Schnittblumen sind dank Innovase sicher und werden nicht beschädigt – doch es gibt eben auch einen wesentlichen Zusatznutzen: Dank des wasserfesten Innenlebens aus Steinpapier ist sie tatsächlich eine richtige Vase. So wird das volle Potenzial der Verpackung ausgeschöpft. Da das Steinpapier problemlos von der Verpackung getrennt/entfernt werden kann, ist Mülltrennung ebenfalls einfach.

## Zwei Varianten für jeden Anspruch

Im Zuge des Projektes haben Wu und Leonhart zwei Versionen der Innovase entwickelt. Annelie Leonhart hat sich auf die Entwicklung der kommerziellen Version fokussiert. Sie ist günstiger und für den alltäglichen Einsatz konzipiert. Christina Wu hat sich währenddessen um ein High-Budget-Modell gekümmert. Es ist optisch und technisch aufwendiger gestaltet und für den Einsatz als Geschenkverpackung gedacht, etwa für Geburtstage oder Hochzeiten.

## Mehr geht immer

Dass den beiden ihr Abschlussprojekt ernst war, zeigt ein Zusatzprodukt, das quasi nebenbei mitentwickelt wurde. Die Absolventinnen interessieren sich nämlich sehr für 3D-Druck und haben daher kurzerhand noch eine Umhüllung für PET-Flaschen entwickelt. Sie macht das Wiederverwenden von Kunststoffflaschen als Vase attraktiv und schenkt damit einem Abfallprodukt ein zweites Leben. ■



Oben: Im Zuge der Abschlussarbeit entstanden zwei Produkte: Die Innovase, die dank Steinpapier wasserfest ist. Und eine Umhüllung für PET-Flaschen, um diese auch als Vase zu verwenden.

Unten: Für ihre Arbeit wurden Christina Wu und Annelie Leonhart mit dem „Gutenberg Award“ ausgezeichnet.





v. l. n. r.: Gabor Mayerhofer, Claudia Payer, Benedikt Nenning und Marikar Plaza

# Exklusives schön verpackt

Die Graphische bietet mit dem Kolleg Druck- und Medientechnik auch ein Programm für diejenigen, die den Berufsweg erst nach der Matura einschlagen wollen. Ein Abschlussprojekt der diesjährigen Absolvent:innen hat für die handgefertigten Produkte der Marke „Klimt Deluxe“ der Klimt Villa hochwertige Verpackungen – teilweise mit Mehrfachnutzen – entworfen.

Wer sich erst nach der Matura entschließt, eine Ausbildung an der Graphischen zu machen, der ist im Kolleg gut aufgehoben. Diesen Weg hat auch Claudia Payer gewählt. Sie absolvierte zuerst eine AHS, dann den Bachelor für Sprachwissenschaft und schließlich das Kolleg Druck- und Medientechnik. „Die Verbindung von Kreativität und Technik hat mich immer schon interessiert. Man muss sich in beiden Welten auskennen, und das ist spannend“, erzählt die Absolventin, die heute bei Mayr-Melnhof arbeitet, im Gespräch.

## Verpackung mit Mehrwert

Für ihr Abschlussprojekt hat Claudia Payer gemeinsam mit Gabor Mayerhofer, Benedikt Nenning und Marikar Plaza Verpackungen für die Marke „Klimt Deluxe“ der Klimt Villa in Hietzing entworfen. Dabei handelt es sich um exquisite Produkte, die in Österreich in Handarbeit hergestellt werden. Bei derartigen Erzeugnissen waren die Anforderungen an die Verpackung natürlich ebenfalls hoch. Um dem Rechnung zu tragen,

wurden für vier Artikel hochwertige Verpackungen entwickelt, von denen drei auch gleich eine Nachnutzung ermöglichen. So entstand etwa ein Brillenetui, das in weiterer Folge als Windlicht verwendet werden kann, eine Verpackung für ein Tablet Sleeve, das gleich als Tabletständer zum Einsatz kommen kann und eine Verpackung für einen Kissenbezug, der als Blumentopf weiterverwendet werden kann.

## Organisation und Konstruktion als Herausforderungen

Das Abschlussprojekt stellte die Gruppe auch vor Herausforderungen. Besonders hebt Payer die Kommunikation und die interne Abstimmung innerhalb des Teams hervor: „Es war schon herausfordernd, immer allen alles zu kommunizieren und die Deadlines einzuhalten“, erzählt sie. „Und man stellt es sich leichter vor, einfach nur etwas zu konstruieren“, ergänzt Payer. Nichtsdestotrotz können sich die Endprodukte jedenfalls alle sehen lassen. ■





ÖSTERREICHISCHES  
CSR-GÜTESIEGEL  
FÜR DRUCKEREIEN

ÖKONOMISCH – ÖKOLOGISCH – SOZIAL

## Österreichische Druckereien sind unverzichtbar für eine nachhaltige Produktion

**Stärken Sie Ihre Position am Markt!**

Mit dem CSR-Gütesiegel für Druckereien zeigen Sie ökonomisches, ökologisches und gesellschaftliches Engagement. Erhöhen Sie die Attraktivität Ihres Betriebes – für bestehende und zukünftige Mitarbeiter:innen und Partner:innen!



VERBAND  
DRUCK|MEDIEN  
ÖSTERREICH

**GMG ColorCard:**  
die smarte Farbreferenz  
für den Verpackungsdruck



[www.gmgcolor.com](http://www.gmgcolor.com)



Halle 7A, Stand 503

Gratis-  
Mustermappe  
bestellen:



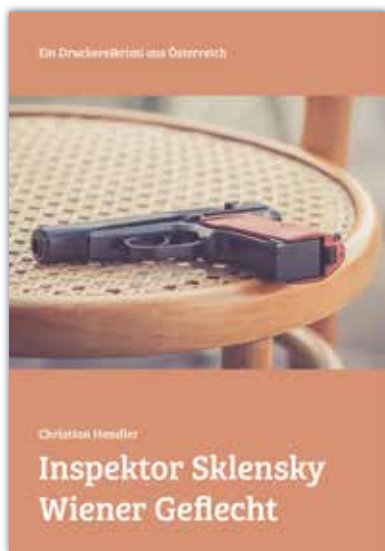
**gmg** color

# Frisch gedruckt

## Für Sie gelesen

Für diese Ausgabe haben wir uns eine besondere Buch-Auswahl überlegt. Allen gemeinsam ist der Bezug zur Druckbranche – aus unterschiedlichen Blickwinkeln. So können Sie mit Inspektor Sklensky, der von Christian Handler ins Leben gerufen wurde, in einen unbarmherzigen Thriller in der Druckbranche eintauchen. Oder Sie machen sich daran, mit Thomas Kaufmann die „Digital Natives“ etwas genauer zu betrachten, um die „Generation Luther“ besser zu verstehen. Wenn das nicht passt, dann interessiert Sie vielleicht, was Lauren Lucia rund um investigativen Journalismus in Österreich ans Licht gebracht hat.

Alle Bücher sind direkt bei den Verlagen, in deren Webshops, oder aber im gut sortierten österreichischen Buchhandel, stationär oder online, zu kaufen.



ISBN: 978-3950489132  
180 Seiten, Taschenbuch

## Inspektor Sklensky: Wiener Geflecht

von Christian Handler, im Eigenverlag erschienen

Inspektor Sklensky ist Leiter der Sonderkommission für die Aufklärung von Verbrechen in Druckereien in Österreich. Die Krimis zeigen Druckereien von einer völlig neuen Seite und werfen auch einen tiefen Blick in die österreichische Seele. Der aktuelle Fall von Inspektor Sklensky ist ein unbarmherziger Thriller voll erschreckend aktueller politischer Dimension, gepaart mit schwarzem Humor und österreichischer Lässigkeit.

### Über den Autor

Christian Handler, Jahrgang 1963, arbeitet als Spezialist für Betriebswirtschaft, Technik und Zertifizierungen im Verband Druck Medien Österreich, als Lehrer an der Graphischen und als Vortragender für das WIFI und die FH Wien. Handler stammt selbst aus einer alten Druckereifamilie, die bis in die 1990er Jahre eine eigene Druckerei besaß und sammelte durch seine langjährige Tätigkeit in verschiedenen Druckereien ein profundes Insider-Wissen.



# Die Druckmacher

von Thomas Kaufmann, erschienen bei C.H.Beck

Der Buchdruck veränderte die Welt, doch es bedurfte einer zweiten Generation von „Printing Natives“, die mit Ablassbriefen, Thesen, Diffamierungen und Sensationsmeldungen als Massware einen tiefgreifenden Kulturwandel entfesselte. Der renommierte Kirchenhistoriker Thomas Kaufmann zeigt in seinem anschaulichen, Augen öffnenden Buch, warum wir die „Generation Luther“ besser verstehen, wenn wir die heutigen „Digital Natives“ betrachten – und umgekehrt. Denn Innovationen werden zunächst in den gewohnten Bahnen genutzt, bevor eine zweite Generation die neuen Möglichkeiten ausschöpft.

## Über den Autor

Thomas Kaufmann ist Professor für Kirchengeschichte an der Universität Göttingen, Mitglied der Akademie der Wissenschaften zu Göttingen. 2020 wurde er mit dem Leibniz-Preis der DFG ausgezeichnet. Bei C.H.Beck erschienen von ihm u. a. „Erlöste und Verdammte. Eine Geschichte der Reformation“ (2017) sowie „Martin Luther“ (C.H.Beck Wissen 2017).



ISBN: 978-3406781803  
350 Seiten, gebundene Ausgabe



ISBN: 978-3963171932  
280 Seiten, broschiert

# Investigativer Journalismus in Österreich

von Lauren Lucia Seywald, erschienen im Böhner Verlag

Ein Präsident, der sein Amt jahrelang missbraucht, um einen Krieg anzufachen. Eine Regierung, die Menschen sterben lässt und einen Unfall vortäuscht, um Geld von der Versicherung zu bekommen. Ein Konzern, der seine Fabrikarbeiter:innen ausbeutet, um seinen Gewinn zu maximieren. Die Protagonist:innen dieser Fälle verbindet der Glaube daran, dass ihre Macht sie vor der Justiz schützen könnte. Fakt ist allerdings, dass in all diesen Fällen integre Journalist:innen die Missbräuche und Lügen aufdeckten. In ihrem Buch befasst Lauren Lucia Seywald sich mit den Entwicklungen

und Einflussfaktoren des investigativen Journalismus in Österreich. Sie beleuchtet auch das berufliche Selbstverständnis von investigativen Journalist:innen, wofür sie Medienmacher:innen und Wissenschaftler:innen interviewte.

## Über die Autorin

Lauren Lucia Seywald ist freie Journalistin in Österreich. Sie studierte Publizistik- und Kommunikationswissenschaften an der Universität Wien. Derzeit ist die Salzburgerin an mehreren Buchprojekten beteiligt und leitet das Projekt ichschreibe.at.

# Hätten Sie's gewusst?

Wer kennt noch Rasterpunkte? Oder Bleiläuse? Und wann wurden die letzten Setzer:innen ausgebildet? Das druck|medien Magazin hat die wichtigsten Begriffe aus der Druck- und Medienbranche gesammelt.

<b>Bleiläuse</b>	Bleiläuse sind nicht existierende Lebewesen, mit denen Berufsanfänger:innen in Druckereien früher gerne in die Irre geführt wurden. Auch Schriftsetzer:innen bezeichneten sich scherzhaft als Bleiläuse.
<b>Bleisatz</b>	Bleisatz ist ein Verfahren zur Herstellung von Druckformen für den Buchdruck. Einzelne Lettern oder Einzelbuchstaben, die aus Letternmetall gegossen sind, werden zu Zeilen und schließlich zu einer Seite zusammengesetzt. Der Bleisatz wurde längst von digitalen Methoden wie dem Foto- oder Computersatz abgelöst, viele der typografischen Begriffe und Regeln sind aber bis heute gültig.
<b>Blindmaterial</b>	Als Blindmaterial bezeichnete man Hilfsmittel, um eine Seite formschön zu gestalten. Es ist weniger dick als das tatsächliche Satzmaterial und wird nicht mitgedruckt.
<b>Bogenoffset</b>	Beim Bogenoffsetdruck werden einzelne Papierbögen bedruckt. Die Vorteile des Bogenoffsetdrucks sind die breite Papierausswahl, die flexible Formatwahl und die Einsatzmöglichkeit für verschiedene Auflagenhöhen.
<b>Digitaldruck</b>	Der Digitaldruck ist das jüngste Druckverfahren. Da er ohne feste Druckform auskommt, ist er auch für kleine Auflagen und personalisierte Drucke geeignet.
<b>Druckfahne</b>	Eine Druckfahne bezeichnet im klassischen Letternsatz (Bleisatz) einen auf losen Blättern hergestellten Abzug eines gesetzten Druckwerkes das zur Fehlerüberprüfung dient. Bis heute hört man noch gelegentlich die Begriffe Fahne oder Fahnenausdruck, selbst wenn längst ein digitales PDF zur Überprüfung geschickt wird.
<b>Farbskala</b>	2000 wurden mit der Norm ISO 2846-1 weltweit einheitliche Qualitätskriterien für Farben definiert. Diese lösten die verschiedenen Farbskalen ab.
<b>Formproof oder Blaupause</b>	Bei Formproofs durchlaufen die Daten den gleichen Workflow, mit dem auch die Druckplatten produziert werden – daher bietet der Formproof auch die Möglichkeit zu kontrollieren, ob alle Teile an der richtigen Stelle gesetzt wurden und Schriften, Bilder und Grafiken korrekt dargestellt sind. Farbverbindlich ist der Formproof nicht.
<b>Gautschen</b>	Gautschen bezeichnet ursprünglich den ersten Entwässerungsvorgang beim Schöpfen des Papiers. Ab dem 16. Jahrhundert ist Gautschen jedoch auch beim Lehrabschluss als eine Art Freisprechungszeremonie belegt. Dabei werden die Lehrlinge in einer mit Wasser gefüllten Bütte untergetaucht oder auf einen nassen Schwamm gesetzt, um symbolisch die Fehler der Ausbildungszeit abzuwaschen.
<b>Geviert</b>	Geviert ist eine veraltete Bezeichnung für Quadrat und ist eine Maßeinheit in der Typografie. Es definiert den Mindestzeilenabstand einer Schrift und in der Waagrechten den Abstand zwischen Wörtern und Satzzeichen. Ein Leerzeichen entspricht einem Viertelgeviert.

<b>Goldener Schnitt</b>	Die Kunst beim Satz ist, eine Seite so zu gestalten, dass sie den Betrachtenden harmonisch erscheint. Um dieses subjektive Ziel zu erreichen, bediente sich das Druckereihandwerk verschiedener Regeln und Systeme, wie eben der Theorie des Goldenen Schnittes. Dabei wurde der Satzspiegel so angelegt, dass sich das Verhältnis Bundsteg: Kopfsteg: Außensteg: Fußsteg wie 2:3:5:8 verhielt. Dieses Verhältnis wird bis heute in der Fachliteratur empfohlen.
<b>Grundfarben</b>	Im Druck werden alle Farben aus Grundfarben zusammengemischt. Das Standard-Farbmodell ist dabei ein subtraktives Vierfarben-Modell, das sich aus den drei Grundfarben Cyan, Magenta und Yellow sowie einem Tiefen- und Schwarzanteil mit der Bezeichnung Key oder Key Colour zusammensetzt, kurz CMYK. Wenn von 4c die Rede ist, dann ist CMYK gemeint. Um farbtreue Druckergebnisse zu erzeugen, wurden diese mit ISO-Standards genormt.
<b>Gutenberg, Johannes</b>	Johannes Gensfleisch, genannt Gutenberg, wurde um 1400 in Mainz geboren und gilt als Erfinder des modernen Buchdrucks. Schlüssel war die Verwendung von beweglichen Lettern. Damit wurde das Abschreiben von Hand durch eine Maschine abgelöst. Die ersten maschinellen Druckwerke entstanden um 1450.
<b>Hurenkind</b>	Damit wird in der Druckbranche keine Person beschimpft, es handelt sich vielmehr um die Bezeichnung eines schweren, typografischen Fehlers. Als H... wird die letzte Zeile eines Absatzes bezeichnet, wenn diese alleine auf einer neuen Seite oder Spalte steht. Sie heißt so, weil sie ihre „Herkunft“, also den inhaltlichen Zusammenhang, verloren hat und dies die Ästhetik des Satzspiegels sowie – was gravierender ist – den Lesefluss beeinträchtigt. Weitere Bezeichnungen sind Hundesohn, seit den 1980er Jahren manchmal Witwe (englisch »widow«).
<b>Impressum</b>	Impressum kommt aus dem Lateinischen und bedeutet „Hineingedrücktes“ bzw. „Aufgedrücktes“. Nach §24 Mediengesetz muss jedes Medienwerk im Impressum folgende Angaben offen legen: Name oder Firma der Medieninhaber:innen (Verleger:in) und der Hersteller:innen (z. B. Druckerei) sowie der Verlags- und der Herstellungsort. Periodische Medienwerke sind darüber hinaus zur Bekanntgabe (Offenlegung) der Herausgeber:innen und Beteiligungsverhältnisse sowie zur verpflichtet. Wird kein oder ein falsches Impressum mitgedruckt, so kann diese Verwaltungsübertretung die Medieninhaber:innen bis zu 20.000 Euro Geldstrafe kosten.
<b>Imprimatur</b>	Imprimatur ist der lateinische Begriff für „Es möge gedruckt werden!“. Unter Imprimatur versteht man die Druckfreigabe für die Druckerei. Mit ihrer Unterschrift bestätigen die Kund:innen, dass alles richtig für den Druck verarbeitet wurde und gedruckt werden kann.
<b>Konkordanz</b>	Die Konkordanz ist ein Begriff aus der Typografie. Damit wird ein Schriftgrad im Bleisatz mit einer Kegelhöhe von 48 Didot-Punkten bezeichnet, das entspricht 18,048 mm oder vier Cicero.
<b>Layout-Proof</b>	Layout-Proofs zeigen, ob Texte und Bilder inhaltlich korrekt und an den richtigen Stellen platziert sind. Für diesen Zweck genügt mitunter auch ein verkleinerter Ausdruck. Sie sind aber nicht farbverbindlich.

Agfa Large Format Drucklösungen  
von MCA PRO



**MCA PRO**  
Inkjet und mehr

THINK INKJET  
THINK **AGFA**





# Vier Viertel. Eine Nummer 1.

361.000\*  
Leserinnen  
und Leser  
täglich

361.000\* Leserinnen und Lesern vertrauen täglich auf die OÖNachrichten!  
Damit sind wir die Tageszeitung mit der größten Reichweite im Bundesland  
und bieten die beste Sichtbarkeit für die Werbung Ihres Unternehmens.

**Wir sagen Danke für Ihr Vertrauen!**

\*Media-Analyse 2021, Leser pro Ausgabe Mo – Sa, Tageszeitungen oberösterreichweit,  
Verein Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen, 2.309 Interviews, Jan - Dez 2021, Schwankungsbreite +/-1,8



Lies was G'scheits!

<b>Mettage</b>	Die Mettage kommt aus dem Französischen von mettre = setzen und bedeutet Umbruch. Als Mettage wurde der Raum in Druckereien bezeichnet, in dem die fertig gesetzten Artikel und Überschriften zu einem Seitenlayout gesetzt (mettiert) wurden. In der Zeitungsproduktion wurden früher eigene Metteure beschäftigt. Heute wird diese Arbeit in der Druckvorstufe digital mit dem Computer erledigt.
<b>Offsetdruck</b>	Der Offsetdruck ist das heute am häufigsten verwendete industrielle Druckverfahren. Es wird von einer Metallplatte über einen Gummizylinder indirekt (deshalb der Name „Offset“) auf das Papier gedruckt.
<b>Proof</b>	Mit einem Proof vor dem Druck lassen sich Fehler vermeiden, denn damit können Druckereien und ihre Kund:innen nochmals prüfen, ob alle Daten korrekt verarbeitet wurden. Bis Ende des 20. Jahrhunderts wurden Proof-Drucke auf Basis von Druckfilmen und meist mit fotografischen Mitteln erstellt. Heute dominieren digitale Proofverfahren.
<b>PSO</b>	PSO steht für ProzessStandard Offsetdruck. Dieser Standard wurde auf Basis der internationalen Norm ISO 12647 entwickelt und gibt den Kund:innen die Sicherheit hochwertiger und normierter Produktion.
<b>Raster</b>	Im Druck wird das Druckbild meistens in einzelne, für das Auge praktisch nicht mehr wahrnehmbare Punkte aufgeteilt, den sogenannten Raster. Die Rasterweite gibt dabei an, wie viele Punkte pro Zentimeter gedruckt werden. Für viele Drucksorten kommen heute Raster mit einer Rasterweite von 60 bis 80 Linien pro cm zum Einsatz (oder kurz 60er bzw. 80er Raster).
<b>Rasterpunkte</b>	Der Auftrag, ein Sackel Rasterpunkte zu holen, ließ und lässt wohl viele Lehrlinge eher ratlos zurück. Tatsächlich handelt es sich um einen Scherz, es gibt keine Rasterpunkte.
<b>Rechts- und farbverbindlicher Proof</b>	Diese sogenannten Contract Proofs werden meist mit Tintenstrahldruckern erzeugt, die mit einem eingebauten Farbmanagementsystem angesteuert werden. Für die Anerkennung als rechts- und farbverbindliche Grundlage müssen sie gemäß der internationalen Norm ISO 12647-7 hergestellt sein und benötigen den Aufdruck des Ugra/Fogra-Medienkeils.
<b>Regletten</b>	Regletten bezeichneten im Bleisatz diejenigen Teile des Blindmaterials, die zum Anpassen des Zeilendurchschusses zwischen den einzelnen Zeilen verwendet werden. Die verschiedenen Größen richteten sich nach dem Schriftsatzmaß. Mit der Ablöse des Bleisatzes verschwanden auch die Regletten.
<b>Rollenoffset (Heatset-Rollenoffsetdruck)</b>	Beim Rollenoffsetdruck wird das Papier in Bahnen bedruckt. Beim Heatset-Verfahren läuft die Papierbahn nach dem Druck durch einen Trockner. Der Rollenoffsetdruck eignet sich für hohe Auflagen.
<b>Schusterjunge</b>	So wird eine am Seiten- oder Spaltenende stehende Zeile eines neuen Absatzes bezeichnet, die auf der Folgeseite fortgesetzt wird. Vereinzelt werden Schusterjunge auch als Waisen- oder Findelkind (englisch „orphan“) bezeichnet.
<b>Schwarze Kunst</b>	Zur Schwarzen Kunst gehören alle handwerklichen oder künstlerischen Tätigkeiten, die mit dem Drucken zu tun haben. Namensgeber für die Schwarze Kunst ist die ursprünglich ausschließlich schwarze Druckfarbe in Büchern und Zeitungen. Gegautschte dürfen sich übrigens „Jünger:innen der Schwarzen Kunst“ „Schwarzkünstler:innen“ oder „Jünger:innen Gutenbergs“ nennen.

<b>Serifen</b>	Serifen sind kurze, dünne Querstriche, die einen Buchstaben begrenzen. Klassische Serifenschriften sind etwa Helvetica oder Times New Roman. Vor allem bei gedruckten Werken werden gerne Serifenschriften verwendet, da das Auge beim Lesen weniger schnell ermüdet als bei serifenlosen Schriften. Digital ist es umgekehrt. Eine Schrift ohne Serifen ist einfacher lesbar.
<b>Setzer:in</b>	Schriftsetzer:innen setzten aus Blei gegossene Lettern zu einer Druckseite zusammen und waren für die Gestaltung der Seite mit Bild, Text und Schriftarten verantwortlich. Die Schwierigkeit war, dass alle Buchstaben verkehrt, also auf dem Kopf stehend und spiegelverkehrt von rechts nach links, gesetzt wurden. Anfangs wurde händisch mit einem Setzkasten gesetzt, später maschinell. Mit der Entwicklung des modernen Offset-Drucks ab dem 20. Jahrhundert verlor der Bleisatz zunehmend an Bedeutung und verdrängte ihn schließlich ganz. Schriftsetzer:innen wurden abgelöst durch die Fachkraft für Medientechnik (in Deutschland Mediengestalter:in Digital und Print, in der Schweiz Polygraf:in).
<b>Siebdruck</b>	Im Siebdruck wird die Farbe durch ein Sieb auf das Papier aufgebracht. Hier sind hohe Schichtdicken und damit besondere Farben und Effekte möglich.
<b>Spatien</b>	Das Spatium (lat. für „Zwischenraum“, Pl.: Spatien) oder die Trennfuge ist in der Typografie ein nicht druckendes Blindmaterial im Bleisatz und ermöglicht das Erweitern (Spationieren) der Wort- und Zeichenabstände im Handsatz.
<b>Spieß</b>	Ein Spieß ist ein Druckfehler. Ursprünglich kommt die Bezeichnung aus der Zeit des Bleisatzes und bezeichnete versehentlich mitgedrucktes Blindmaterial.
<b>Typografie</b>	Typografie oder Typographie stammt von den griechischen Worten „typos“ = Schlag und „graphie“ = zeichnen. Typografie bezieht sich ursprünglich auf die Gestaltung von Druckwerken mit beweglichen Lettern, den sogenannten Typen. Heute steht Typografie für die Gestaltung von Kommunikationsmedien mittels Schrift, Bildern, Linien, Flächen und Leerräumen.
<b>Typographus</b>	Als typographus wurde in der Frühen Neuzeit ein:e Buchdrucker:in bezeichnet, wobei im 16. und 17. Jahrhundert auch Verleger:innen gemeint sein konnten.
<b>Zeitungsdruck (Coldset-Rollenoffsetdruck)</b>	Im Zeitungsdruck wird in hohen Geschwindigkeiten und unterschiedlichen Auflagen und Umfängen produziert. Zeitungsrotationsmaschinen bestehen aus modularen Druckeinheiten, die flexibel angepasst werden können.



*The Magic* ✨  
OF SOCIAL SELLING  
Exklusiv für Druckereien!

Lernen Sie in 5 x 90 Minuten online Sessions wie Sie Ihre Druckerei in den sozialen Medien richtig positionieren und Ihren digitalen Vertrieb mit LinkedIn und Instagram erfolgreich machen.

Für Mitglieder des Verbands Druck und Medientechnik statt 149,-

**nur 99,-** pro Teilnehmer mit dem Rabattcode: **VERBAND**

Alle Preise exkl. Ust.

Details unter:  
oder: <https://bit.ly/workshopdruck>

powered by **Canon**



SCAN ME



# Termine und Veranstaltungen

## Aus- und Weiterbildung in der Verbandsakademie

### Zusatzqualifikation Zeitungsdruck Prozess- technik Teil 2

Die fachspezifische Zusatzqualifizierung verbessert Kompetenzen von bestehenden Mitarbeiter:innen und entwickelt zusätzliche berufliche Perspektiven.

**13**  
SEP  
2022 BIS **15**  
SEP  
2022

### Zusatzqualifikation Zeitungsdruck Prozess- technik Teil 1

Für bestehende Mitarbeiter:innen und Quereinsteiger:innen. Alles über Papier, Platte und Feuchtmittel.

**21**  
SEP  
2022 BIS **22**  
SEP  
2022

### Kompaktlehrgang „Zielorientiertes Führen“

Für Manager:innen der Druck- und Medienbranche mit Jürgen Schmidt-Hillebrand.

**26**  
SEP  
2022 BIS **31**  
JAN  
2023

### Schulungen „CarWrap“ und „Steinschlagschutz“

Mitglieder erhalten 30 % vom Verband refundiert.

**3**  
OKT  
2022 BIS **6**  
OKT  
2022

### Druck Medien Tag 2022 „Druck aufbauen – Chancen für die Druck- und Medienbranche“

Der Verband Druck Medien lädt zur Feier des 150-jährigen Jubiläums zum Druck Medien Tag mit anschließendem Galadiner – und Get-together am Vorabend.  
Ort: Wien.

**12**  
OKT  
2022 BIS **13**  
OKT  
2022



[www.druckmedien.at/  
veranstaltungen/](http://www.druckmedien.at/veranstaltungen/)



[www.druckmedien.at/  
verbandsakademie/](http://www.druckmedien.at/verbandsakademie/)

## Impressum

### Medieninhaber und Herausgeber:

Verband Druck Medien Österreich,  
Grünangergasse 4, 1010 Wien, Tel. +43 1 5126609,  
Geschäftsführung: Peter Sodoma, [www.druckmedien.at](http://www.druckmedien.at)

**Anzeigen:** Elisabeth Rapp, [verband@druckmedien.at](mailto:verband@druckmedien.at)

**Redaktion:** Katharina Scheyerer-Janda  
[office@meinungsbild.at](mailto:office@meinungsbild.at), Magdalena Lechner

**Grafik:** Daniela Vallaster

**Bildnachweis Cover:** Richard Rizk

**Lektorat:** Christine Berzsenyi

**Offenlegung:** [www.druckmedien.at/druckmedien-magazin](http://www.druckmedien.at/druckmedien-magazin)

**Datenschutz:** [www.druckmedien.at/datenschutz](http://www.druckmedien.at/datenschutz)

**Druck:** Samson Druck GmbH, 5581 St. Margarethen 117

**Papier:** zur Verfügung gestellt von Gmund Papier;  
Kern: Gmund Bauhaus Dessau, Weiss 2, 120 g/m<sup>2</sup>,  
Umschlag: Gmund Bauhaus Dessau, Weiss 2, 250 g/m<sup>2</sup>

### Blattlinie:

Das druck medien Magazin erscheint 2x/Jahr mit Reportagen, Interviews und Standpunkten zu jeweils aktuellen Themen und liefert Impulse für Druckereien, Agenturen und Kreative, Medienunternehmen sowie Kommunikator:innen. Die Standpunkte unserer Gastautor:innen geben deren persönliche Meinung wieder.



# Cradle to Cradle Certified® Druckprodukte von Samson Druck.

---

- › Denken und Handeln in Kreisläufen
- › 100% Produktion in Österreich
- › Nachhaltige Printprojekte
- › Recyclingfähig

*Im Einklang  
mit der Natur.*

**samson**  
DRUCK

Samson Druck Straße 171 | AT-5581 St. Margarethen  
Telefon: +43 6476 833-0 | [office@samsondruck.at](mailto:office@samsondruck.at)  
[www.samsondruck.at](http://www.samsondruck.at)



[samsondruck.at/c2c](http://samsondruck.at/c2c)