VERBAND
DRUCK | MEDIEN
ÖSTERREICH

VERBAND DRUCK | MEDIEN ÖSTERREICH
TÄTIGKEITSBERICHT 2021/2022

WIR BEKENNEN SEIT 150 JAHREN FARBE

1872 GEGRÜNDET
FEIERN WIR 2022
150 JAHRE VERBAND
DRUCK|MEDIEN
ÖSTERREICH

VERBAND
DRUCK|MEDIEN
ÖSTERREICH

VERBAND DRUCK | MEDIEN ÖSTERREICH

TÄTIGKEITSBERICHT 2021/2022

EDITORIAL

Liebe Kolleg:innen,

Der Verband Druck Medien wurde 1872 als „Deutsch-Österreichischer Buchdruckverein“ mit dem Ziel gegründet, Unternehmen in ihrer wirtschaftlichen Betriebsführung zu unterstützen und ihre Interessen zu vertreten. An diesen Aufgaben hat sich bis heute nichts geändert – und sie sind angesichts der aktuellen Herausforderungen wichtiger denn je.

Das diesjährige 150-Jahr-Jubiläum wurde aber auch verstärkt dazu genutzt, um auf die Bedeutung von Druckprodukten und der Druck- und Medienbranche als attraktiver Arbeitgeberin aufmerksam zu machen:

So machten im Rahmen der „Aktionswoche der offenen Druckereien“ österreichweit Druckereien ihre Produktionshallen für interessierte Schüler:innen zugänglich. Dabei erfuhren diese Wissenswertes über den Weg von der Idee bis zum Druckprodukt und die vielen Berufsbilder in der Druck- und Medienbranche. Begleitend dazu gab es ein Video mit interessanten Einblicken in die Tätigkeiten.

Um auch künftig mit unterschiedlichen Aktivitäten das Kulturgut Drucken und Druckereien sichtbar zu machen, rief der Verband am 20. Mai 2022 zudem erstmals den Tag des Drucks aus.

Als ältester Interessenverband der Druck- und Medienbranche sieht sich der Verband aber auch als Bewahrer von Tradition. So richtete er anlässlich seines Jubiläums gemeinsam mit der „Graphischen“ die traditionelle Gautschfeier der Absolvent:innen, mit einem Umzug in historischen Gewändern zum Gutenberg-Denkmal im ersten Wiener Bezirk, aus.

Den aktuellen Herausforderungen unserer Branche wie Energiekrise, Rohstoffmangel, Preisexplosion und Fachkräftemangel widmete sich wiederum der diesjährige Druck Medien Tag, an welchem zahlreiche Expert:innen Impulse sowie Insights gaben und über Lösungen diskutierten. So blieb der Verband auch im 150. Jahr seinem Ziel treu, Gedrucktes sichtbarer zu machen, Aufmerksamkeit für die Leistungsfähigkeit seiner Mitglieder zu schaffen und Impulsgeber der Branche zu sein. Denn Print ist und bleibt ein starkes Kommunikationsmedium.

Ihr Gerald Watzal
Präsident Verband Druck Medien Österreich

INHALTSVERZEICHNIS

Editorial 2

DAS BEWEGT DIE BRANCHE

Verzicht auf Print ist nicht nachhaltiger 6
Österreicher:innen bevorzugen Print 8

UMWELT & ZERTIFIZIERUNGEN

CSR-Berichterstattung 12
PRINTED IN AUSTRIA
PIA für Verlage 15

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN

Branchenzahlen 18

150-JAHR-JUBILÄUM

Das leistet der Verband 24
Aktionswoche der offenen Druckereien 26
Jubiläums-Gautschfeier 2022 28
Meilensteine 30

INTERNA

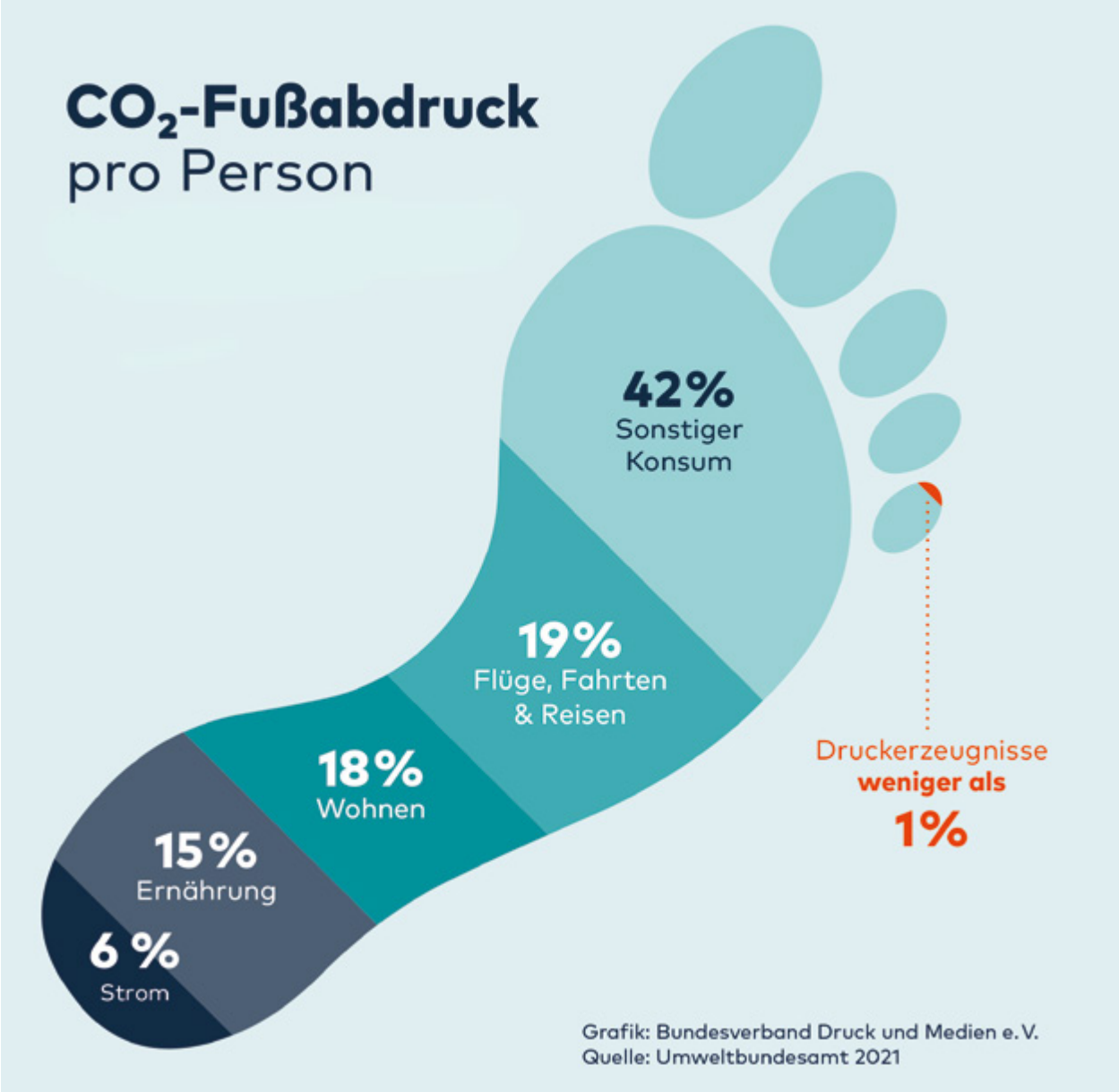
Nachruf auf Vizepräsident Kurt Kribitz 34
Präsidium & Hauptvorstand 35
Team & Partner:innen im Jubiläumsjahr 35
Druckipedia 37

EVENTS

Druck Medien Tag 2022 40
Verbandsakademie 42
Stammtische 43

Impressum 45

DAS BEWEGT DIE BRANCHE



VERZICHT AUF PRINT IST NICHT NACHHALTIGER

Immer mehr Unternehmen überlegen, ob sie angesichts steigender Preise lieber auf gedruckte Prospekte verzichten. Der Verband Druck Medien kritisiert, dass fälschlicherweise Umweltgründe als Argumente dienen und wirft Unternehmen und Politik Greenwashing vor.

Der Verband für Aufklärung

Der Verband Druck Medien setzt sich für eine transparente Kommunikation ein und möchte mit dem Mythos aufräumen, dass für Prospekte Bäume sterben müssten. Nachfolgend die wichtigsten Umweltfakten zu Print:

84% der grafischen Papiere werden recycelt

In der Druckproduktion wird bereits beim Einsatz verschiedener Materialien (Papier, Pappe, Farben, Lacke, Klebstoffe) darauf geachtet, dass diese den Recyclingprozess nicht behindern bzw. dass sie recyclebar sind. Papierfasern können bis zu sieben Mal wiederverwendet werden und bieten so einen guten Rohstoff für neues Recyclingpapier. Das Ergebnis: Heute werden 84% der grafischen Papiere recycelt.

Für Druckprodukte wird kein Wald gerodet

Das Stammholz ausgewachsener Bäume ist viel zu wertvoll für die Papier- und Druckindustrie. Es wird vor allem für Häuser und Möbel verwendet. Frischfasern für Papier kommen überwiegend aus Durchforstungsholz und Sägewerksabfällen. Insgesamt werden nur 14-19% des geschlagenen Holzes für die Papierproduktion verwendet, 27-32% für die Möbelproduktion und rund die Hälfte wird verheizt.

Altpapier ist kein Müll, sondern ein gefragter Rohstoff

Für viele Papierprodukte werden schon lange keine, oder kaum noch, Frischfasern aus Holz verwendet. Die Produzent:innen von Zeitungen, Büchern, Haushalts- und Hygieneartikeln, Verpackungen und vielem mehr arbeiten mit dem deutlich günstigeren Rohstoff Altpapier. Dadurch werden zahlreiche Ressourcen wie z.B. Wasser und Energie eingespart. Zeitungen sind heute zu 100% recycelbar bzw. werden aus 100% Altpapier hergestellt.

Die Wälder in Europa schrumpfen nicht – sie wachsen

Rund 80% der Holzfasern, die in der europäischen Papierindustrie verwendet werden, stammen aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern Europas. Da fortlaufend mehr aufgeforstet als abgebaut wird, werden die Wälder immer größer – jeden Tag um 1.500 Fußballfelder.

Printprodukte sind CO2 freundlich

Druckprodukte machen weniger als ein Prozent der Gesamt-Emissionen aus. Der CO2-Fußabdruck von Printprodukten ist also verhältnismäßig gering. Wer zudem auf regionale Druckereien setzt und damit Transportwege reduziert, spart noch mehr CO2. Mit dem Herkunftssiegel PRINTED IN AUSTRIA sind etwa Druckprodukte gekennzeichnet, die zu 100% in Österreich gedruckt wurden.

Lacke und Farben sind keine Umweltsünder:innen

In Europa dürfen gefährliche Stoffe, die ein Risiko für die menschliche Gesundheit darstellen könnten, bei der Herstellung von Druckfarben grundsätzlich nicht verwendet werden. In den letzten Jahren kommen zudem vermehrt sogenannte Bio-Farben zum Einsatz, die biologisch abbaubar sind.

> ***„Auf Print zu verzichten und auf Online-Werbung zu setzen, ist eine legitime Entscheidung. Aber weder Wälder noch Umwelt werden damit geschont. Die digitale Kommunikation mit ihrem deutlich höheren Energiebedarf und dem Einsatz von nicht nachwachsenden Rohstoffen ist nicht umweltfreundlicher als Druckprodukte. Das ist Greenwashing und macht eine Branche schlecht, die sich seit vielen Jahren für den Umwelt- und Klimaschutz einsetzt.“***
>
> **Peter Sodoma, Geschäftsführer Verband Druck Medien**

Print ist nicht nur gut für's Klima, Print wirkt

Ob sich die neue Sparsamkeit bei Printprodukten tatsächlich für Unternehmen und Politik rechnet, bezweifeln einige Branchenkenner:innen. Auch für den Verband Druck Medien ist das Hauptargument für Print dessen Wirksamkeit: Denn gedruckte Werbung ist nicht nur unaufdringlicher, sondern bleibt auch länger im Gedächtnis.

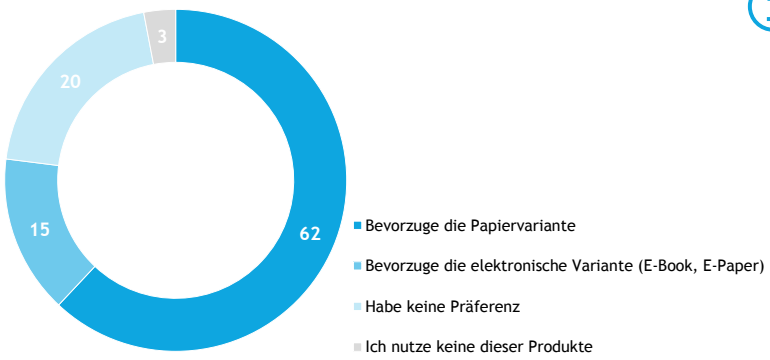
UMFRAGE DES VERBANDS ZEIGT: ÖSTERREICHER:INNEN BEVORZUGEN PRINT

Print oder Digital? Diese Frage stellen sich viele Unternehmen. Geht es nach den Österreicher:innen, dann haben gedruckte Bücher, Zeitungen, aber auch Prospekte und Einladungen klar die Nase vorn. Nur eine Minderheit von 15 bis 22% bevorzugt jeweils digitale Varianten. Zu diesem Ergebnis kommt eine Umfrage, die Integral im Auftrag des Verband Druck Medien durchgeführt hat.

Im September 2022 wurden ingesamt 1.000 Österreicher:innen zwischen 18 und 69 Jahren befragt. 62% der Menschen im Land lesen Bücher, Zeitungen und Magazine lieber in gedruckter Form. Die Affinität zum Printprodukt steigt zwar mit dem Alter, doch auch bei den 18- bis 29-Jährigen liegt die Papiervariante klar vorne (52%). Bei Werbeprospekten ist die Printversion ebenfalls beliebter. Vor allem Prospekte aus dem Lebensmittelhandel wollen 61% der Einkäufer:innen eher gedruckt in Händen halten. Nur 16% bevorzugen die elektronische Variante. Prospekte von anderen Handelsunternehmen, wie Möbel, Elektronik oder Baumärkten werden von 51% der Österreicher:innen in Papierform bevorzugt, bei Urlaubsprospekten sind es immer noch 41%. Je jünger, desto aufgeschlossener sind die Österreicher:innen gegenüber digitaler Werbung. Dennoch bevorzugen selbst bei den 18- bis 29-Jährigen nur zwischen 23 bis 26 Prozent die digitale Variante. Obwohl die Umfrage online durchgeführt wurde, also bei online-affinen User:innen, ist das Ergebnis eindeutig zugunsten von Print ausgefallen.

Bevorzugte Nutzungsform Buch & Medien – Print vs. elektronisch

Die Mehrheit bevorzugt Bücher, Magazine oder Zeitungen in gedruckter Form. Lediglich rund jede:r Siebente bevorzugt die digitale Variante. Ein Fünftel weist keine Präferenz auf.



- Erwartungsgemäß steigt die Affinität zum Printprodukt mit dem Alter. So präferieren zwei Drittel (69%) der 50-69jährigen die herkömmliche Nutzungsform. Bei den 30-49jährigen sind es drei Fünftel (60%).
- Aber auch bei den 18-29jährigen liegt die Papiervariante in der Gunst klar vorne (52%). Digital wird von den Jungen im Altersvergleich zwar überdurchschnittlich stark präferiert - erzielt aber dennoch einen Wert von lediglich einem Viertel (24%).

Fr. 8: Nehmen Sie ein Buch, Magazin oder eine Zeitung lieber in Papierform zur Hand oder möchten Sie diese Produkte lieber elektronisch nutzen?

Angaben in %

Basis: Alle Befragten
n= 1.000

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung (CAWI), repräsentativ für die 18 bis 69-jährige Bevölkerung in Österreich, n=1.000
Studie 7194. September 2022

Mehr Aufmerksamkeit für Print

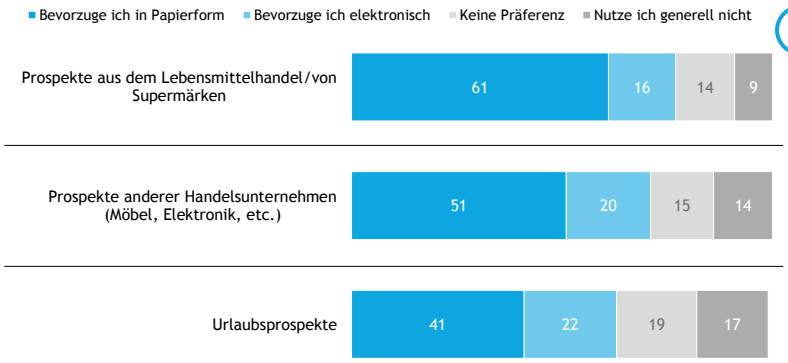
Gedrucktes bekommt nach Meinung der Österreicher:innen zudem deutlich mehr Aufmerksamkeit, als die digitale Variante. Das gilt insbesondere für Einladungen. 78% der Österreicher:innen sind der Meinung, dass eine gedruckte Einladung mehr Aufmerksamkeit erhält als ein E-Mail. Nur 7% denken, dass die elektronisch verschickte Einladung mehr Aufmerksamkeit erhält, und für 11% macht die Form keinen Unterschied. Auch bei den sogenannten Digital Natives, also den 18- bis 29-Jährigen, sind 58% von der Wirksamkeit der Papierform überzeugt, in allen anderen Altersgruppen liegt die Präferenz für die Papierform bei 80% und mehr.

Keine Gedanken um Kosten

Nur ein Viertel der Österreicher:innen macht sich Sorgen, dass Bücher deutlich teurer werden könnten und nur 16% befürchten, dass Tageszeitungen oder Magazine ihr Erscheinen vorübergehend einstellen könnten. Jede:r Dritte hat sich zu diesen beiden Szenarien überhaupt noch keine Gedanken gemacht. Ein weiteres Drittel glaubt nicht, dass dies eintreten könnte.

Bevorzugte Prospektform - Print vs. elektronisch

Auch beim Prospekt wird der Printvariante gegenüber der elektronischen Form klar der Vorzug gegeben. Dies gilt insbesondere im Hinblick auf Prospekte aus dem LEH-Bereich.



- Auch hier zeigt sich ein Zusammenhang zwischen der Affinität zum LEH-Prospekt und dem Alter.
- Wenn sich auch die 18-29jährigen hinsichtlich digitalen Prospekten aufgeschlossener zeigen als die älteren Gruppen, liegt dennoch das herkömmliche Flugblatt in ihrer Gunst klar vorne.

Fr. 9: Denken Sie nun bitte an Werbeprospekte von Unternehmen. Nutzen Sie diese lieber in Papierform oder lieber elektronisch?

Angaben in %

Basis: Alle Befragten
n= 1.000

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung (CAWI), repräsentativ für die 18 bis 69-jährige Bevölkerung in Österreich, n=1.000
Studie 7194. September 2022

„Die Umfrage zeigt deutlich, wie wichtig Print den Menschen in Österreich ist. Nicht nur Bücher, Zeitungen und Magazine, sondern auch Werbung wird in der gedruckten Variante bevorzugt. Unternehmen sollten sich bewusst sein, dass sie manche Zielgruppen nur mit Printwerbung erreichen und selbst die Digital Natives der Papier-variante mehr Aufmerksamkeit zugestehen“.

Peter Sodoma, Geschäftsführer
Verband Druck Medien

UMWELT & ZERTIFIZIERUNGEN

EU BESCHLIESST AUSWEITUNG DER BERICHTS-ERSTATTUNG FÜR NACHHALTIGKEIT

Die EU-Kommission veröffentlichte im April 2022 den Entwurf einer neuen Richtlinie für die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen (CSRD - Corporate Sustainability Reporting Directive). Dadurch sollen mehr Unternehmen berichtspflichtig werden. Der Entwurf zielt auf eine bessere Vergleichbarkeit durch Standardisierung und digitale Dokumentation ab.

Die bisherige NFRD (Non-Financial Reporting Directive) der EU verpflichtete Unternehmen mit mehr als 500 Dienstnehmer:innen, neben den finanziellen Kennzahlen einen eigenen Bericht zur Nachhaltigkeit zu veröffentlichen. In Österreich wurde diese Direktive durch das Nachhaltigkeits- und Diversitätsverbesserungsgesetz (NaDiVeG) umgesetzt.

Das neue CSRD soll Unternehmen umfassen, die mehr als 250 Dienstnehmer:innen beschäftigen, eine Bilanzsumme größer als 20 Mio. Euro oder Nettoumsatzerlöse von mehr als 40 Mio. Euro haben.

Bis Oktober 2022 sollen dafür einheitliche Sustainability Reporting Standards entwickelt werden. Hier sollen Umwelt-, Sozial- und Governance-Faktoren berücksichtigt sein. Das entspricht den typischen Dimensionen der internationalen ESG-Berichterstattung. Unter ESG werden die Bereiche Umwelt (Environment), Soziales (Social) und verantwortungsvolle Unternehmensführung (Governance) verstanden. Eine bekannte internationale Vorgabe für solche Berichterstattungen sind die GRI-Standards der Global Reporting Initiative.

Es wird erwartet, dass ab 2024 oder 2025 mit der verpflichtenden Berichterstattung zu rechnen ist. Mit dieser Initiative wird die Nachhaltigkeitsberichterstattung in der EU in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen.

Unternehmen, die ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten durch Zertifizierungen wie dem CSR-Gütesiegel des Verbandes dokumentieren, werden es leichter haben, sich an die neuen Richtlinien anzupassen.

CSR-Gütesiegel für Druckereien

Corporate Social Responsibility (CSR) bezeichnet eine verantwortungsvolle Unternehmensführung zur Erreichung von mehr Nachhaltigkeit.

Warum CSR-Zertifizierung?

Auch auf Betriebe, die aufgrund ihrer Unternehmensgröße derzeit noch nicht unter die Berichtspflicht ihrer CSR Aktivitäten fallen, nimmt der Druck zu, ein aktives und professionelles Nachhaltigkeitsmanagement zu verfolgen.

Denn berichtspflichtige Unternehmen sind es, die im Rahmen der Auftragsvergabe von ihren Geschäftspartner:innen adäquate Nachweise einfordern werden. Wer hier nicht mithalten kann, der:dem wird so mancher Auftrag entgehen.

Aus diesem Grund wurde das Österreichische CSR-Gütesiegel für Druckereien auf den Grundlagen der internationalen Norm ISO 26000 sowie der ÖNORM 192500 entwickelt.

Alle Details und Informationen finden Sie unter:

ÖSTERREICHISCHES CSR-GÜTESIEGEL FÜR DRUCKEREIEN

www.druckmedien.at/csr-guetesiegel

Was sind die Vorteile einer CSR-Zertifizierung?

- Kosteneinsparungen durch Energie und Ressourceneffizienz
- Erschließung neuer Kund:innensegmente
- Halten und Gewinnen der besten Köpfe als gute:r Arbeitgeber:in
- Größere Wahrscheinlichkeit in puncto Erhalt von Aufträgen berichtspflichtiger Unternehmen
- Differenzierung gegenüber Mitbewerber:innen
- Vorbereitung auf zunehmende Regulierungen im Bereich Nachhaltigkeit
- Glaubwürdigkeit und Vertrauen als verantwortungsvolle:r Akteur:in in der Gesellschaft

Wertschöpfung in Österreich - Regionale Produktion - Sicherung österreichischer Arbeitsplätze

PRINTED IN AUSTRIA

100% Qualität aus Österreich trägt ein Zeichen:
PRINTED IN AUSTRIA

www.druckmedien.at/printed-in-austria

PRINTED IN AUSTRIA

Der kurzfristige Gewinn von heute, durch die Vergabe von Druckaufträgen ins Ausland, ist der volkswirtschaftliche Schaden von morgen. Kurzsichtiges Profitdenken verleitet oft zu Schnäppchen, die sich dann als teurer Trugschluss entpuppen.

In Zeiten der Rückbesinnung auf mehr Regionalität steht das Herkunftssiegel PRINTED IN AUSTRIA für Druck in Österreich, und zwar zu 100 Prozent.

Druckereien, die die geschützte Wort-Bild-Marke PRINTED IN AUSTRIA führen, garantieren, dass ihre Druckwerke mit österreichischem Know-how und damit in Top-Qualität im Inland produziert wurden.

Das Herkunftssiegel kann auf dem jeweiligen Druckprodukt angebracht werden, wobei das Siegel für jede bedruckte Ware verwendet werden kann.

Auftraggeber:innen von Printwerken zeigen durch das Führen von PRINTED IN AUSTRIA, dass sie auf eine Produktion in Österreich Wert legen und durch ihren Druckauftrag zur Stärkung der österreichischen Wirtschaft und zum Erhalt österreichischer Arbeitsplätze beitragen. Damit leisten sie einen wertvollen gesellschaftspolitischen Beitrag und übernehmen Verantwortung für mehr Regionalität.

Dafür steht PRINTED IN AUSTRIA

- Der Druck wurde zu 100% in Österreich durchgeführt. D.h. keine Produktion bei einem Tochterunternehmen im Ausland, keine Sub-Vergabe an einen ausländischen
- Das produzierende Unternehmen garantiert, dass diese Kriterien in der gesamten Druck-Liefer-Kette eingehalten werden.

Jetzt neu!

Auch Verlage haben die Möglichkeit, das PRINTED IN AUSTRIA Gütesiegel unter der Voraussetzung zu führen, dass der Druck der verlegten Printwerke ausschließlich in Österreich erfolgte.

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN

Produktion im Druckbereich im Zeitverlauf

Der Produktionswert österreichischer Druckprodukte ist in den letzten Jahren leicht rückläufig. Das Corona-Jahr 2020 weist hier krisenbedingt ein sehr deutliches Minus auf.

Produktionswert der gedruckten Produkte in Österreich in Euro

Produkt	Wert 2020	Anteil in %
Werbung	325.326.897	29,8
Etiketten	136.080.664	12,5
Zeitungen	114.357.735	10,5
Bücher inkl. Schulbücher	60.844.917	5,6
Kataloge	29.063.537	2,7
Sicherheitsdruck	62.969.128	5,8
Notizbücher	17.240.631	1,6
Postkarten	3.511.770	0,3
Kalender	10.651.677	1,0
Sonstiges	331.346.687	30,4
Summe	**1.091.393.643**	**100**

Quelle: Intergraf Economic Report auf Basis der Daten der Eurostat

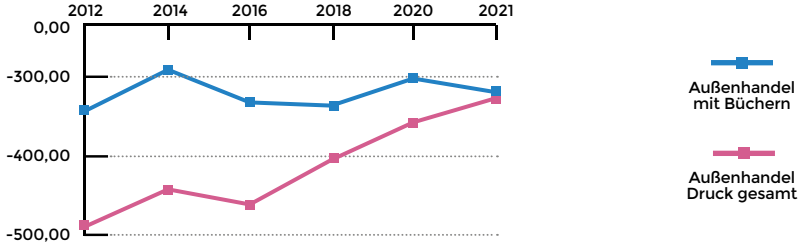
Außenhandelsstatistik

Betrachtet man den Import & Export, sieht man zunächst ein deutliches Minus in der Bilanz, da Verlagsprodukte und Bücher vor allem von Deutschland importiert werden. In anderen wichtigen Kategorien wie Werbedrucksorten (Flugblätter, Werbebroschüren, etc.) schlagen sich die österreichischen Druckereien recht gut. Österreich exportiert hier teilweise mehr als es importiert.

Entwicklung Exporte und Importe in Mio. Euro

Exporte	2012	2014	2016	2018	2020	2021
Bücher (49.01)	82,42	59,74	69,33	61,29	59,68	48,18
Druck gesamt (49.01)	**406,04**	**334,20**	**414,67**	**462,22**	**387,23**	**401,29**
Importe	**2012**	**2014**	**2016**	**2018**	**2020**	**2021**
Bücher (49.01)	424,78	350,96	401,54	397,74	362,11	367,28
Druck gesamt (49.01)	**893,19**	**775,40**	**875,30**	**866,24**	**745,10**	**728,49**
Saldo Import/Export in Mio. Euro	**2012**	**2014**	**2016**	**2018**	**2020**	**2021**
Außenhandel mit Büchern	-342,36	-291,22	-332,21	-336,45	-302,43	-319,11
Außenhandel Druck gesamt	-487,14	-441,20	-460,63	-404,02	-357,87	-327,19

Saldo Importe/Exporte in Mio. Euro



Quelle: Intergraf Economic Report auf Basis der Daten der Eurostat

Umsatzentwicklung der Druckbranche nach der Produktionsstatistik

Hier zeigt sich nah dem Krisenjahr 2020 eine signifikante Erholung im Jahr 2021.

Zahlen der Produktionsstatistik Prodcomm 2008–2020

Jahr	18.11	18.12	18.13	18.14	18
2008	153.138	1.614.185	76.852	29.337	2.374.754
2009	127.762	1.473.468	75.994	27.742	2.171.048
2010	128.852	1.478.041	75.442	26.183	2.434.222
2011	133.854	1.442.998	60.395	35.906	2.240.928
2012	139.179	1.413.167	53.631	32.995	1.984.752
2013	131.275	1.412.359	51.941	32.264	1.893.933
2014	124.400	1.404.468	45.359	36.013	1.858.411
2015	110.434	1.382.992	49.138	40.724	1.821.926
2016	111.851	1.389.866	44.467	42.439	1.854.210
2017	115.005	1.372.571	39.637	38.943	1.839.743
2018	G	1.300.079	40.971	38.870	1.729.846
2019	G	1.222.251	41.584	35.535	1.594.656
2020	G	1.033.119	36.745	26.002	1.344.740
2021	G	1.113.157	36.930	27.236	1.403.055

NACE Klasse 18.11: Zeitungsdruck
NACE Klasse 18.12: Druck allgemein
NACE Klasse 18.13: Druckvorstufe
NACE Klasse 18.14: Binden von Druckerzeugnissen und damit verbundene Dienstleistungen
NACE Klasse 18: Druckerzeugnisse; Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern

G: Seit 2018 sind die Daten der Zeitungsproduktion 18.11 wegen einer gegengleichen Geheimhaltung in der 18.2er-Klasse geheim

Quelle: Statistik Austria, Abfrage Oktober 2021

Entwicklung der Beschäftigten in der Druckbranche

Unselbstständig Beschäftigte 2010 – 2021 * nach Stellung im Beruf

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Unselbstständig Beschäftigte insgesamt **	10.508	10.075	9.770	9.550	9.102	8.900	8.701	8.123	8.111	7.514	7.004	6.733
Angestellte	3.880	3.736	3.635	3.603	3.457	3.497	3.474	3.174	3.193	2.958	2.825	2.778
Arbeiter:innen	6.263	6.010	5.847	5.681	5.402	5.201	5.052	4.775	4.735	4.366	4.002	3.783
Lehrlinge	365	329	289	267	244	202	175	174	184	190	178	172
Frauen	3.472	3.332	3.230	3.147	3.019	2.998	2.947	2.717	2.728	2.604	2.457	4.341
Männer	7.036	6.742	6.540	6.403	6.084	5.902	5.754	5.406	5.384	4.910	4.547	2.392
geringfügig Beschäftigte	641	580	536	520	494	462	439	389	395	387	342	337

* Jahresdurchschnittswerte; Beschäftigungsverhältnisse; einschließlich geringfügig Beschäftigte
** Beschäftigungsverhältnisse; einschließlich geringfügig Beschäftigte; Lehrlingszuordnung nach Tätigkeitsschwerpunkt des Unternehmens, deshalb deutliche Abweichungen zu anderen Statistiken möglich

Quelle: WKO (Beschäftigungsstatistik)

Entwicklung der Gründungen in der Druckbranche

Gründungsstatistik: Unternehmensneugründungen im Fachverband Druck

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Neugründungen (Fachgruppenmitgliedschaften)[1]	116	117	140	61	33	20	31	24	34	29	47	43
Neugründungen (Schwerpunktzuordnung)[2]	92	97	114	49	30	15	25	20	30	13	37	35
Aktive Fachgruppenmitgliedschaften[3]	1.844	1.838	1.845	1.756	1.654	1.557	1.505	1.415	1.351	1.309	1.301	1.296
Gründungsquote[4]	6,3	6,4	7,6	3,5	2,0	1,3	2,1	1,7	2,5	2,2	3,6	3,3

* 2010–2020: endgültige Daten; 2021 vorläufig
[1] Mehrfachzählung bei Mitgliedschaft in mehreren Fachgruppen
[2] Einmalzählung (näherungweise Schwerpunktzuordung zu Fachverbänden)
[3] per 31.12.
[4] Neugründungen in % der aktiven Wirtschaftskammermitglieder

Quelle: WKO (Gründungsstatistik)

Entwicklung der Lehrlinge in der Druckbranche

Lehrlinge 2010–2021* nach Bundesländern

Jahr	B	K	NÖ	OÖ	S	ST	T	V	W	Ö
2010	12	29	65	61	36	13	38	57	65	376
2011	11	23	54	46	35	25	35	57	49	335
2012	10	22	48	46	33	38	27	50	37	311
2013	7	18	53	39	33	41	23	44	26	284
2014	8	16	40	38	25	44	18	37	25	251
2015	7	11	36	41	18	26	15	35	20	209
2016	7	6	29	38	19	26	15	35	14	189
2017	9	10	30	37	16	26	14	34	14	190
2018	8	10	39	40	16	24	9	30	15	191
2019	10	14	50	32	10	29	6	28	13	192
2020	8	13	47	21	9	29	5	30	8	170
2021	5	18	49	20	5	26	7	25	8	163
Anteil 2021 in %	**3,1**	**11,0**	**30,1**	**12,3**	**3,1**	**16,0**	**4,3**	**15,3**	**4,9**	**100,0**
Veränderung 2010– 2021 in %	**-58,3**	**-37,9**	**-24,6**	**-67,2**	**-86,1**	**+100,0**	**-81,6**	**-56,1**	**-87,7**	**-56,6**

* Stand: jeweils 31.12.;
im Rahmen der WKO-Lehrlingsstatistik erfolgt die Zuordnung der Lehrlinge gemäß Lehrberuf lt. Lehrvertrag; dadurch kann es zu teilweise erheblichen Abweichungen von den Daten der WKO-Beschäftigungsstatistik kommen, wo die Zuordnung der Lehrlinge dem Tätigkeitschwerpunkt des Unternehmens entspricht

Quelle: WKO (Lehrlingsstatistik)

Branchenprofil Druck

Branchenprofil DRUCK

	Werte	%-Anteil an gewerblicher Wirtschaft insgesamt **
Fachgruppenmitgliedschaften insgesamt (Mehrfachzählung)	1.501	0,2
Aktive Fachgruppenmitgliedschaften (Mehrfachzählung)	1.296	0,2
Unternehmensneugründungen (Fachgruppenmitgliedschaften)	43	0,1
Unternehmensneugründungen (Schwerpunktzuordnung)	35	0,1
Unternehmen (Schwerpunktzuordnung)	899	0,2
Arbeitnehmer:innen (Beschäftigungsverhältnisse; ohne geringfügig Beschäftigte)	6.396	0,3
Arbeitnehmer:innen (Beschäftigungsverhältnisse; inkl. geringfügig Beschäftigte)	6.733	0,3
Umsatzerlöse in Mio. EUR	1.378	0,2
Produktionswert in Mio. EUR	1.329	0,3
Bruttowertschöpfung in Mio. EUR	501	0,3
Bruttoinvestitionen in Mio. EUR	52	0,2
Personalaufwand in Mio. EUR	397	0,3

Wirtschaftskennzahlen 2021 (oder letztverfügbar) *	Werte	Gewerbliche Wirtschaft insgesamt
Gründungsquote (Neugründungen in % der aktiven Fachgruppenmitgliedschaften)	3,3	6,5
Arbeitnehmer:innen (inkl. geringfügig Beschäftigte) je Unternehmen (insgesamt)	7,5	5,0
Ein-Personen-Unternehmen (EPU) - Anteil in %	41,4	60,0
Ø Personalaufwand je Arbeitnehmer:in (lt. Leistungs- und Strukturstatistik) in EUR	56.101	51.088
Ø Umsatz je Erwerbstätiger:em in EUR	181.440	260.471
Nettoquote (Bruttowertschöpfung in % des Produktionswertes)	37,7	41,3
Investitionsquote (Bruttoinvestitionen in % der Umsatzerlöse)	3,7	4,6

* Fachgruppenmitgliedschaften: Ende 2021; Unternehmensneugründungen: Stand 2021 (vorläufige Daten); Unternehmen/Arbeitnehmer:innen: Stand 2021; EPU: Ende 2021; Erwerbstätige, Personalaufwand, Umsätze, Wertschöpfung, Investitionen: Stand 2020 (Leistungs- und Strukturstatistik)
** Gesamtheit aller Fachverbände der sieben Sparten; Daten der Leistungs- und Strukturstatistik: Gesamtheit der erfassten Bereiche

Quellen: Fachgruppenmitglieder: WKO-Mitgliederstatistik; Unternehmensneugründungen: WKO-Gründungsstatistik; Unternehmen und Beschäftigte: WKO-Beschäftigungsstatistik; EPU: WKO-EPU-Auswertung; Leistungs- und Strukturdaten: STATISTIK AUSTRIA (Sonderauswertung der Leistungs- und Strukturstatistik in der Kammersystematik im Auftrag der WKO)

150-JAHR-JUBILÄUM

VERBAND
DRUCK|MEDIEN
ÖSTERREICH

DAS LEISTET

UNSER AUFTRAG

- Bewusstsein schaffen für die Vielfalt der Druck- und Medienbranche
- Türöffner für neue Geschäftskontakte
- Interessensvertretung unserer Mitglieder gegenüber Politik und Medien
- Impulsgeber und Innovationstreiber der Branche

PROFITIEREN SIE VON DEN SPEZIELLEN VORTEILEN EINER PARTNERSCHAFT

- Zielgruppengenaue Ansprache der B2B Top-Entscheider:innen der österreichischen Druck- und Medienbranche
- Stärkung Ihres Images gegenüber Ihren Stakeholder:innen
- Aufzeigen von Fachkompetenz und Expertise mit Fachvorträgen und Webinaren

SPRACHROHR DER BRANCHE

Das druck medien Magazin bringt zweimal jährlich News aus der Branche in die Branche und zu deren Kund:innen.

DRUCK MEDIEN MAGAZIN

Setzen und Behandeln von Schwerpunktthemen.

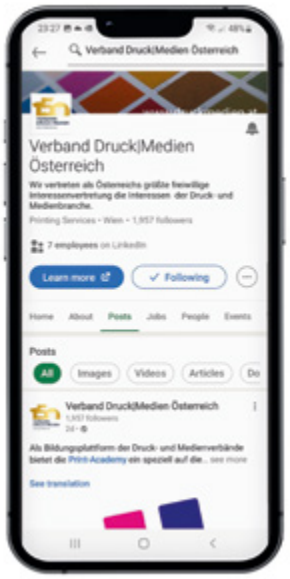
DER VERBAND

INPUTGEBER:
durch
SEMINARE, WORKSHOPS UND WEBINARE
konnten unsere Mitglieder wertvolle Inputs mitnehmen.

197
MEDIENBERICHTE
01.01.2022 - 31.10.2022
mit Stand 31.10.2022

PROFITIEREN SIE VON DEN EXKLUSIVEN VORTEILEN EINER MITGLIEDSCHAFT

- Netzwerkplattform und Türöffner für neue Geschäftskontakte
- Webinare, Seminare und Fachvorträge zur Aus- und Weiterbildung
- Interessenvertretung
- Zertifizierungen PRINTED IN AUSTRIA, CSR-Gütesiegel für Druckereien und Klimarechner Druck zu Mitgliederkonditionen
- Kostenlose Schaltung von Inseraten unter der Rubrik „Marktplatz
- Ermäßigte Anzeigenschaltung im druck medien Magazin



LinkedIn
ÜBER 1.900 FOLLOWER

AKTIONSWOCHE DER OFFENEN DRUCKEREIEN

Von 16. bis 20. Mai 2022 feierte die vom Verband ins Leben gerufene Aktionswoche der offenen Druckereien ihre Premiere. Mit dem Ziel, interessierten Schüler:innen die Druck- und Medienbranche als attraktive Arbeitgeberin mit hochwertigen Ausbildungsmöglichkeiten, einem breiten Angebot an Arbeitsplätzen und vielfältigen Karrieremöglichkeiten vorzustellen.

Tag des Drucks: 20. Mai

Mit dem Tag des Drucks möchte der Verband jährlich auf die bunte Welt des Drucks aufmerksam machen. Künftig soll es immer rund um den 20. Mai Aktivitäten der Druck- und Medienbranche geben. Der Beschluss der Verbandsgremien erfolgte bei der Hauptversammlung einstimmig

Neben einem Video zur Einstimmung gab es eine Führung durch alle Stationen eines Druckbetriebs, Ratespiele sowie ein Quiz für die Schüler:innen.

Mit mehr als 20 teilnehmenden Druckereien, 40 Schulklassen und rund 1.100 Schüler:innen von der Volksschule bis zur HTL übertraf das Interesse an der Initiative alle Erwartungen.

Aufgrund des großen Erfolges wurde bereits eine Neuauflage der Aktionswoche für das kommende Jahr fixiert (22. bis 26. Mai 2023).

JUBILÄUMS-GAUTSCHFEIER 2022

Anlässlich des 150-Jahr-Jubiläums richtete der Verband am 1. Juli 2022 – mit freundlicher Unterstützung des Sponsors Koenig & Bauer – gemeinsam mit der „Graphischen“ die traditionelle Gautschfeier der Absolvent:innen aus. Gegautscht wurden die 55 Kornut:innen nach einem Umzug der Drucker:innen, die in historischen Gewändern in der Wiener Innenstadt vom Haus des Verband Druck Medien zum Gutenberg-Denkmal am Lugeck zogen.

Über das Gautschen

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 einen mit Wasser gefüllten Bottich untergetaucht und/oder auf einen nassen Schwamm gesetzt, um symbolisch die Sünden der Ausbildungszeit abzuwaschen. Zentrale Rollen spielen dabei die Packer:innen, die auf den Ruf „Packt an!“ versuchen, die zu Gautschenden – die sich durchaus auch wehren dürfen – zu packen und dem Nass zuzuführen. Die:Der Schwammhalter:in überwacht unter den strengen Augen der:des Gautschmeister:in die Zeremonie.

Der Brauch wird bis heute praktiziert – in Österreich nicht nur beim Lehrabschluss, sondern auch beim Abschluss an der „Graphischen“, der Höheren Graphische Bundes-Lehr- und Versuchsanstalt. Gautschen wurde von der UNESCO mit 04. November 2021 in das österreichische Verzeichnis des Immateriellen Kulturerbes aufgenommen.

Der Verband Druck Medien als ältester Interessenverband der Druck- und Medienbranche sieht sich auch als Bewahrer von Tradition. Deshalb unterstützen wir den Brauch des Gautschens, der bis heute sowohl an der „Graphischen“ als auch in unseren Mitgliedsbetrieben praktiziert wird.

Gerald Watzal, Präsident
Verband Druck Medien

MEILENSTEINE aus 150

16.12.1872
Gründung als „Deutsch-Österreichischer Buchdruckverein“

1873
Erste Ausgabe der „Österreichischen Buchdruckerzeitung“

1876
Streik der Buchdrucker, danach tariflose Zeit

1881
Auflösung des Vereins

1899
Umbenennung in „Reichsverband Österreichischer Buchdruckereibesitzer“

1904
Erster österreichischer Buchdruckertag

1920
Umbenennung in „Hauptverband der Buchdruckereibesitzer Österreichs“

1927
Anschaffung Buchgewerbehaus Grünangergasse (Übersiedlung 1933)

1938
Verbot des Verbands

1946
Neugründung als „Hauptverband der graphischen Unternehmungen Österreichs“

1948
Zuerkennung KV-Fähigkeit als freiwillige Berufsvereinigung

1951
Magazin-Umbenennung in „Das Österreichische Graphische Gewerbe“

1972
„100 Jahre im Dienste der graphischen Unternehmungen“

1980
Gründung „Dr. Willi-Maiwald-Institut“

JAHREN VERBAND DRUCK MEDIEN

1982
„500 Jahre Druck in Österreich“

1985
KV: Einführung 38-Stunden-Arbeitswoche

1989
KV: Einführung 37-Stunden-Arbeitswoche

1994
Umbenennung in „Verband Druck & Medientechnik Österreich“

1997
„125 Jahre Verband Druck & Medientechnik Österreich“

2016
Zurücklegung KV-Mandat für das grafische Gewerbe

2017
Entwicklung „CSR-Gütesiegel für Druckereien“

2017
Magazin-Umbenennung in „druck & medien Magazin“

2019
Entwicklung Herkunftssiegel „PRINTED IN AUSTRIA“

2021
Umbenennung in „Verband Druck Medien Österreich“

2021
Magazin-Relaunch auf „druck medien Magazin“

2022
„150 Jahre Verband Druck Medien Österreich“

VERBAND DRUCK|MEDIEN ÖSTERREICH

VERBAND DRUCK|MEDIEN ÖSTERREICH

INTERNA

NACHRUF AUF VIZEPRÄSIDENT KURT KRIBITZ | 1957-2022

Die Nachricht über den Tod von Kurt Kribitz, Vorstand der Styria Media Group, hat die Druck- und Medienbranche tief betroffen gemacht.

Kurt Kribitz war ein unermüdlicher Kämpfer für die Anliegen der Branche und hat diese über mehr als 20 Jahre mitgeprägt und mitgestaltet. Seit 2004 hat er sich im Hauptvorstand des Verband Druck Medien engagiert, seit 2014 war er dessen Vizepräsident.

So war Kribitz etwa lange Jahre im Kollektivverhandlungsteam des Verbandes und ab 2021 federführend bei der Entwicklung eines neuen Kollektivvertrags für den Zeitungsdruck verantwortlich.

Der Verband verliert mit Kurt Kribitz einen langjährigen Weggefährten und ist ihm zu großem Dank verpflichtet. Er wird allen, die ihn kannten, schmerzhaft fehlen.

PRÄSIDIUM & HAUPTVORSTAND

Geschäftsführendes Präsidium	
Präsident:	WATZAL Gerald, Ing.
Vizepräsidentin:	DOCKNER Ingeborg, KommR.in
Vizepräsident:	SIMON Dieter, KommR Mag. Dr

Landesgruppenobleute		
DOCKNER Ingeborg, KommR.in	Dockner	NÖ/ Bgld
FÜRSTBERGER Daniel	Druckerei Mittermüller	OÖ
HUTTER Markus	Hutter Druck	Tirol
KREINER Daniel, Mag.	Kreiner Druck	Ktn
SCHARMER-Rungaldier Gerhard, Ing. Mag. (FH)	druckhaus scharmer	Stmk
SCHWARZ-FUCHS Christine, Mag.a	Buchdruckerei Lustenau	Vbg
SIMON Dieter, KommR Mag. Dr	„Astoria" Consulting	Wien
WATZAL Gerald, Ing.	Offset 5020	Sbg

Kassier		
GERITZER Andreas	Riedeldruck	NÖ/ Bgld
Stv. Kassier: SCHARMER-RUNGALDIER Gerhard, Ing. Mag. (FH)	druckhaus scharmer	Stmk

Rechnungsprüfer		
PLASCHKO Robert, Ing. Mag.	Print Alliance HAV Produktions GmbH	NÖ/ Bgld
BILEK Leopold	Trinkl Druck	Wien

Geschäftsführer
SODOMA Peter, Mag.

Hauptvorstand		
BERGER Ferdinand	Ferdinand Berger & Söhne	NÖ/ Bgld
BINCIK Robert	Druckwerkstatt Handels GmbH	Wien
BÖSMÜLLER Doris, Ing.in	Bösmüller Print Management	NÖ/ Bgld
BRAUN Michael, Ing.	Paul Gerin	NÖ/ Bgld
CUTURI Gino, Mag.	Wimmer Medien	OÖ
DOCKNER Ingeborg, KommR.in	Dockner	NÖ/ Bgld
ERHART-VIERTLMAYR Katja, Ing.in MBA	Erhart Coaching & Consulting	NÖ/ Bgld
FRIEDRICH Alexander, Mag.	Friedrich Druck und Medien	OÖ
FROMMER Alexander	Druck Zentrum Salzburg Betriebsgesellschaft m.b.H.	Sbg
FÜRSTBERGER Daniel	Druckerei Mittermüller	OÖ
GAUGELER Rudolf Richard, Dipl.-Ing. (FH)	Druck- und Folientechnik Gaugeler	Ktn
GERITZER Andreas	Riedeldruck	NÖ/ Bgld
HERNEGGER Dietmar	Hernegger Offsetdruck	Tirol
HOFINGER Thomas	Mediaprint Zeitungsdruckerei	Wien
HUTTER Markus	Hutter Druck	Tirol
JENTZSCH Benjamin	Druckerei Hans Jentzsch	Wien
KREINER Daniel, Mag.	Kreiner Druck	Ktn
LECHLEITNER Andreas, Dr.	Alpina Druck	Tirol
PIACEK Anton, Ing.	Druckerei Piacek GmbH	Wien
SCHARMER-Rungaldier Gerhard, Ing. Mag. (FH)	druckhaus scharmer	Stmk
SCHWARZ-FUCHS Christine, Mag.a	Buchdruckerei Lustenau	Vbg
SIMON Dieter, KommR Mag. Dr.	"Astoria" Consulting	Wien
STEINDL Erich, MSc	Druckerei Janetschek	NÖ/ Bgld
UNTERBERGER Thomas	Herold Druck und Verlag	Wien
WATZAL Gerald, Ing.	Offset 5020	Sbg
WIELAND Anton	Samson-Druck	Sbg

* Bösmüller Franz bis 20.05.2022
* Kribitz Kurt, Ing. Mag. (FH) verstorben am 19.05.2022
* Mühlmann Ernst, Mag. bis 31.12.2022
* Stummfoll Martin bis 31.10.2022

TEAM

Unser Team prägt den Erfolg des Verbandes.

Eine Kombination aus langjährigen und erfahrenen Mitarbeiter:innen mit einem toll nachwachsenden, jungen Team, zeichnet den Verband Druck Medien aus.

Ihre Expertise, Professionalität, Dynamik und Kreativität verfolgen allein das Ziel, unseren Mitgliedern den bestmöglichen Service zu bieten: Schnell, kompetent, persönlich.

Mag. Peter Sodoma
Geschäftsführung

Mag.ª Elisabeth Rapp
Kommunikation | Marketing

Romy Falb
Assistenz Geschäftsführung | Administration

Ingrid Hauschulz, BA
Teamassistenz | Seminarorganisation

Ing. Mag. Christian Handler
Betriebswirtschaft | Technik | Zertifizierungen

Melanie Kalman, BSc
Redaktion | Veranstaltungen

Danke auch unseren Partner:innen im Jubiläums-Jahr:

KYOCERA
OÖNachrichten
KOENIG & BAUER
FUJIFILM Value from Innovation
PRINTPLUS Software, die begeistert.
gmg color
KONICA MINOLTA
MÜLLER MARTINI
print and Publishing
AGFA Agfa
BERBERICH PAPIER
Canon
CHROMOS GROUP
HEIDELBERG
IGEPA Vielfalt. Service. Mehrwert.

Verband Druck Medien Österreich präsentiert:

BEGRIFFSLEXION DRUCKIPEDIA

Mit mehr als 450 Fachbegriffen präsentiert der Verband Druck Medien mit dem Begriffslexikon Druckipedia die umfangreichste Begriffssammlung der Druckbranche. Das Werk von Autor Christian Handler wurde am Druck Medien Tag 2022 vorgestellt.

Druckipedia spannt den Bogen von der traditionsreichen Zeit des Bleisatzes bis hin zu den Grundlagen des modernen Farbmanagements und zeigt, wie lebendig, vielfältig und bunt eine traditionsreiche Branche sein kann.

Das künftige Standardwerk soll durch seine einfache Sprache aber auch die Grundlage für eine verständliche Kommunikation in der Branche legen und dazu dienen, den Informationsaustausch zwischen Kund:innen und Druckereien zu präzisieren und zu erleichtern, um damit Fehler im Druckprozess zu vermeiden

Das Buch ist allen Menschen in der österreichischen Druckbranche gewidmet, die Tag für Tag Druckwunder möglich machen.

Kurzum: Gedrucktes ist nicht nur ökologisch nachhaltig und ein wichtiger Wirtschaftsfaktor, sondern vor allem ein Erlebnis für alle Sinne. Der Geruch von Papier, die Haptik und das typische Knistern beim Umblättern. All das macht das Lesen von Gedrucktem so bezaubernd. Das hektische Flimmern der Bildschirme unserer Smartphones, Tablets & Co kann hier nicht mithalten.

EVENTS

DAS WAR DER DRUCK MEDIEN TAG 2022

Großer Andrang herrschte beim Druck Medien Tag am 13. Oktober 2022 in der Wolke19 in Wien. Unter dem Motto „Druck aufbauen – Chancen für die Druck- und Medienbranche“ kamen Druckereien, Medienhäuser und Verlage, Papierhersteller:innen und Unternehmen aus der Zulieferindustrie zusammen, um über die aktuellen Herausforderungen zu diskutieren.

Krise oder Chance?

Die wirtschaftlichen Fakten, die Ökonomin Anna Hehenberger vom Max-Planck-Institut präsentierte, waren kein Grund zum Jubeln. Dennoch betonte sie, die Wichtigkeit eines geschärften Blickes – und wie notwendig es ist, sich anzusehen, welche Gruppen besonders betroffen sind und wer besonders viel zu verlieren hat. Denn nur mit einem fundierten Verständnis für die unterschiedlichen gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Effekte von Krisen können auch ihre Chancen in der Lösungsfindung ausgemacht werden.

In den Panels ging man ins Detail. Beim Thema Rohstoffe zeigte sich Thomas Salzer, Geschäftsführer von Salzer Papier, vorsichtig optimistisch, dass sich die Energiepreise stabilisieren könnten. Für den Energierechtsexperten Dominik Kurzmann sind Energiegemeinschaften eine gute Chance, um langfristig erneuerbare Energieerzeugungsanlagen gemeinsam zu errichten und zu nutzen. Und HR-Spezialistin Agnes Koller sah bei der Suche nach Fachkräften Verbesserungsbedarf im Recruiting Prozess. Ihr Tipp an die Unternehmen: „Die eigene Kultur – so wie sie die Mitarbeitenden tatsächlich täglich erleben – genau zu kennen und in authentischen, greifbaren Geschichten nach außen zu tragen, ist ein sehr mächtiges Werkzeug für Arbeitgeber:innen im Wettstreit um die passendsten Talente."

Aus Fehlern lernen

Emotionalster Punkt war mit Sicherheit der Programmpunkt „Fuckup Nights" mit Dejan Stojanovic. Wichtig sei es, dass Unternehmen nicht nur Erfolge feiern, sondern auch eine Fehlerkultur implementieren. Es geht ihm vor allem darum, dass die Betriebe aus Fehlern lernen und entsprechend handeln. Mit Christopher Rapp, Astrid Gassenbauer und Klaudia Bachinger hat er drei Held:innen mitgebracht, die über Scheitern und die Learnings daraus berichteten. Stojanovic betonte: „Der wohlverdiente Erfolg aller Teilnehmer:innen ist niemandem in den Schoß gefallen, sondern ist das Ergebnis harter Arbeit und des einen oder anderen wertvollen Fuckups. Mit der Special Edition der Fuckup Nights haben wir den Fokus auf genau diese, aber insbesondere auch auf die Lessons Learned, gelegt. Denn 'only a fool makes a mistake twice'!"

Beim abschließenden Branchentalk diskutierten Gino Cuturi, geschäftsführender Gesellschafter des Medienhaus Wimmer, Erich Steindl, Geschäftsführer der Druckerei Janetschek, Werner Schmiedicke, Production Print Specialist Kyocera und Dejan Stojanovic über Fehlerkultur, Nachhaltigkeit und Energiedeckel.

Fakten in Kürze

Insgesamt diskutierten 16 Expert:innen aus Wirtschafts-Think- Tanks, Forschung und Recht, Branchengrößen und Top-Manager:innen über Herausforderungen oder Lösungen und gaben wertvolle Impulse. Mit dabei waren u.a. Klaudia Bachinger (Gründerin WisR), Gino Cuturi (GF Wimmer Medien), Ingeborg Dockner (Vizepräsidentin und GF Dockner Medien), Astrid Gassenbauer (InnovatiFair), Anna Hehenberger (Ökonomin Max-Planck Institut Köln), Agnes Koller (Studienleiterin des career Insitut & Verlags und BEST RECRUITERS), Dominik Kurzmann (Partner PHH Rechtsanwälte), Angelika Moser (Umwelt- und Qualitätsbeauftragte Druckerei Janetschek), Robert Plaschko (GF Print Alliance), Christopher Rapp (Inhaber Werbung Wien), Thomas Salzer (GF Salzer Holding), Werner Schmiedicke (Print Production Specialist Kyocera), Erich Steindl (GF Druckerei Janetschek), Dejan Stojanovic (Gründer Fuckup Nights Österreich) und Franz Wallig (GF Wallig Druck).

VERBANDSAKADEMIE

Die Verbandsakademie des Verband Druck Medien fördert die branchenspezifische Aus- und Weiterbildung von Mitarbeiter:innen der Druck- und Medienbranche. Denn die Zukunft der Branche liegt in der Fachkompetenz und dem Wissen ihrer Mitarbeitenden, um dadurch jene Fähigkeiten zu schaffen, die der Markt fordert.

Veranstaltungsreihen

Zeitungsdruck-Prozesstechniker:in

Zielsetzung der fachspezifischen Zusatzqualifizierung im Bereich Zeitungsdruck ist es, die Kompetenzen von bestehenden Mitarbeiter:innen bei der aktuellen Tätigkeit zu verbessern und zusätzliche berufliche Perspektiven zu entwickeln.

Die Ausbildung besteht aus zwei Teilen. Diese finden in österreichischen Zeitungsdruckereien sowie im Ausbildungszentrum der österreichischen Papierindustrie statt.

Die Themengebiete reichen von Materialkunde (Platte, Farbe, Feuchtmittel und Papier) bis zur Druckvorstufe, Farbregelung und Standardisierung.

Nach erfolgreicher Absolvierung aller Teile erhalten die Teilnehmer:innen eine Zertifizierung mit der Bezeichnung *Zertifizierte:r Zeitungsdruck-Prozesstechniker:in (Certified News Print Process Engineer - NPPE)*.

Im Rahmen eines dreiwöchigen Grundkurses besteht zudem für Mitarbeiter:innen von Zeitungsdruckbetrieben (aus zum Druck benachbarten Abteilungen) die Möglichkeit, zusätzliche innerbetriebliche berufliche Perspektiven zu entwickeln und Grundkenntnisse der (Rollenoffset-) Drucktechnik zu erhalten.

Zielorientiertes Führen

Im modularen Kompaktlehrgang „Zielorientiertes Führen“ erfahren Führungskräfte der Druck- und Medienbranche in drei Modulen anhand von Fallbeispielen, Rollenspielen und Theorie die eigene Führungsarbeit zu perfektionieren und eine Lernkultur zur Fehlerprävention zu entwickeln. Weiters werden anhand von positiven Zukunftsbilder für die einzelnen Abteilungen vermittelt, wie im Betrieb notwendige Veränderungen zu schaffen sind.

Je besser Sie ausgebildet sind, desto höher sind Ihre Chancen auf Erfolg. Daher unterstützt der Verband Druck Medien Ihre Aus- und Weiterbildung mit einer breiten Palette an Angeboten.

Peter Sodoma, Geschäftsführer Verband Druck Medien

Alle Details und Informationen finden Sie unter:

www.druckmedien.at/verbandsakademie

MITGLIEDER-STAMMTISCHE

Im Rahmen unserer virtuellen Mitglieder-Stammtische informieren seit 2020 Expert:innen über aktuelle Branchenthemen und stehen unseren Mitgliedern für anschließende Fragen Rede und Antwort. Der Stammtisch ist ausschließlich für unsere Mitgliedsbetriebe und für diese kostenlos.

Die Highlights der Stammtischthemen 2022

Info.Mail neu

Im Rahmen des Mitglieder Stammtischs vom 07. April 2022, erklärten Vertreter:innen der Österreichischen Post AG, wie es zu den Änderungen im Bereich Info.Mail kam und zeigten alternative Möglichkeiten auf.

Chancen und Herausforderungen für Druckbetriebe bei öffentlichen Ausschreibungen

Anlässlich des Mitglieder-Stammtischs vom 21. September 2022, gab der Bereichsleiter für strategische Beschaffung bei der Bundesbeschaffung GmbH Einblicke in die Einkaufsprozesse und Vorgaben der Bundesbeschaffung sowie den Ablauf des Beschaffungsprozesses. Er erläuterte die häufigsten Fehler bei Ausschreibungen, ging auf Kritikpunkte ein und gab Hilfestellung bei Fragen zur Ausschreibung.

Wie Druckdienstleister:innen die sozialen Medien strategisch nutzen können

Wie Druckdienstleister:innen die sozialen Medien strategisch für mehr Sichtbarkeit und zur Neukund:innengewinnung nutzen können, war Thema eines Praxisgesprächs mit unserer Partner:in Canon Austria am 08. November.

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!

- Corporate Social Responsibility (CSR)
- unternehmerische Verantwortung in der Praxis
- umweltfreundliche, nachhaltige Druckproduktion
- solide ökonomische Leistung
- regionale Partnerschaften und Stärkung der Regionalität
- Zertifizierung durch den Verband Druck Medien
- schonender Umgang mit der Umwelt
- faire Arbeitsbedingungen für Mitarbeiter:innen
- ökonomisches, ökologisches und gesellschaftliches Engagement

Alle Infos unter: www **druckmedien.at/csr-guetesiegel**

VERBAND DRUCK|MEDIEN ÖSTERREICH

IMPRESSUM

Herausgabe:
Verband Druck Medien Österreich | 1010 Wien
www.druckmedien.at | www.linkedin.com/company/vdmoe

Redaktion:
Melanie Kalman | Elisabeth Rapp |
Peter Sodoma | Christian Handler

Text und Recherche:
Peter Sodoma | Christian Handler

Lektorat:
Julia Heiligenbrunner | feingeschrieben

Grafik:
Mahir Novalic

Druck und Produktion:
Druckerei Hans Jentzsch & Co GmbH
1210 Wien, Scheydgasse 31 | www.jentzsch.at

jentzsch

202122002
PRINTED IN AUSTRIA

CSR
AUSGEZEICHNET MIT DEM ÖSTERREICHISCHEN CSR-GÜTESIEGEL FÜR DRUCKEREIEN
GEDRUCKT MIT VERANTWORTUNG FÜR MENSCH, GESELLSCHAFT UND UMWELT

Gedruckt auf:
Kern: ALLEGRO halbmatt 90 x 64 cm BB 135 g/m²
Umschlag: ALLEGRO halbmatt 100 x 70 cm BB 300 g/m²

Das Papier wurde zur Verfügung gestellt von
Berberich Papier GmbH

Perfekt rübergebracht auf BERBERICH PAPIER

Fotonachweise in chronologischer Reihenfolge:
Marc Stickler | Doris Seebacher | pixabay |
APA Fotoservice Hollunder | APA Fotoservice Neumayer |
Elisabeth Rapp | APA Fotoservice Reichmann |
Richard Risz | Christian Handler | Christian Jungwirth |
Alma Bektas | Martin Hörmandinger

Druckfehler und Irrtümer sowie kurzfristige
Änderungen vorbehalten. Alle Angaben ohne Gewähr.