

VERBAND
DRUCK | MEDIEN
ÖSTERREICH
TÄTIGKEITSBERICHT
2022/2023

VERBAND
DRUCK | MEDIEN
ÖSTERREICH
TÄTIGKEITSBERICHT
2022/2023

EDITORIAL



Liebe Kolleginnen,

die aktuellen Herausforderungen wie Preisexplosion, Wirtschaftsabschwung, hohe Bankkosten, Fachkräftemangel und der digitale Wandel, hatten unsere Branche in diesem Jahr fest im Griff. Grund genug, sich diesen Themen als Verband verstärkt zu widmen.

Bereits zum zweiten Mal präsentierten sich unsere Mitgliedsbetriebe über 1.000 künftigen Nachwuchskräften im Rahmen der Aktionswoche der offenen Druckereien als attraktive Arbeitgeber:innen mit vielfältigen Karriere-möglichkeiten.

Dass es immer weniger Menschen im erwerbs-tätigen Alter gibt und ihre Zahl in den nächsten Jahren weiter abnehmen wird, ist eine Tatsache. Im Rahmen des diesjährigen Druck Medien Tag blickten wir daher über den Tellerrand und diskutierten mit Expert:innen und Top-Arbeitgeber:innen neue Wege für die Arbeitswelt von morgen.

Wenn es um die Nachhaltigkeit von Papier, Printmedien und Papierverpackungen geht, ist es wichtig, die Fakten von den Mythen zu trennen. Zusammen mit unseren europäischen Partner:innen, informierten wir daher Verbraucher:innen, Unternehmen und politische Entscheidungsträger:innen laufend über die Vorteile von Print und Papier als nachhaltiges Kommunikationsmittel.

Die ausschließliche Fokussierung auf digitale Techno-logien gegenüber gedrucktem Papier, kann zudem zu sozialer Ausgrenzung führen, insbesondere bei älteren Menschen, Menschen mit Behinderungen, Personen mit begrenztem Einkommen und Menschen ohne grundlegende digitale Fähigkeiten. Mehrere Studien haben zudem gezeigt, dass das Lesen in gedruckter Form Bildungsvorteile bietet und zu besserem Verständnis im Vergleich zum digitalen Lesen führt.

Trotz Smartphone und Tablet ist und bleibt Druck daher ein großes und unverzichtbares Medium im Marketing Mix und trägt positiv zur Inklusion und Bildung bei.

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Gerald Watzal'. The signature is fluid and cursive.

Ihr Gerald Watzal
Präsident Verband Druck Medien Österreich

INHALTSVERZEICHNIS

Editorial	2
-----------	---

DAS BEWEGT DIE BRANCHE

Argumente für Print	6
Umfrage Fachkräftemangel	8

UMWELT & ZERTIFIZIERUNGEN

Greenwashing	12
Printed in Austria	15
CSR-Gütesiegel für Druckereien	17

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN

Branchenzahlen	20
----------------	----

INTERNA

Arbeit und Lehre	26
Aktionswoche	28
Unsere Partner:innen	30
Präsidium & Hauptvorstand	31
Das leistet der Verband	32

EVENTS

Druck Medien Tag 2023	36
Verbandsakademie	40
Mitglieder-Stammtische	42
Impressum	44



**DAS BEWEGT
DIE BRANCHE**



ARGUMENTE FÜR PRINT

Print oder Digital? Diese Frage stellt sich vielen 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 Prozent bevorzugt jeweils die digitalen Varianten. Zu diesem Ergebnis kommt eine Umfrage, die INTEGRAL* im Auftrag des Verband Druck Medien durchgeführt hat. Insgesamt wurden 1.000 Österreicher:innen zwischen 18 und 69 Jahren befragt.

62 Prozent der Österreicher:innen 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%). Auch bei Werbeprospekten ist die Printversion beliebter. Vor allem Prospekte aus dem Lebensmittelhandel wollen 61 Prozent eher gedruckt nutzen. Nur 16 Prozent bevorzugen die elektronische Variante. Prospekte von anderen Handelsunternehmen, wie Möbel, Elektronik oder Baumärkten, werden von 51 Prozent der Österreicher:innen in Papierform bevorzugt, bei Urlaubsprospekten sind es 41 Prozent. Je jünger, desto aufgeschlossener sind die Österreicher:innen gegenüber digitaler Werbung. Dennoch favorisieren selbst bei den 18- bis 29-Jährigen nur zwischen 23 bis 26 Prozent die digitale Variante.

Argumente für Print

Dennoch braucht es immer wieder gute Argumente und stichhaltige Fakten, um zu belegen, warum das Gedruckte trotz Smartphone und Tablet nach wie vor ein großes und unverzichtbares Medium ist.

Denn in Anbetracht steigender Kostenstrukturen denkt man heutzutage schnell darüber nach, ob es noch sinnvoll ist, etwas drucken zu lassen.

Mehr Aufmerksamkeit

Doch gerade aufgrund der Flut an Newsettern und Online-Informationen, die man jeden Tag erhält, sticht eine gedruckte Information heraus und vermittelt dadurch eine gewisse Wertigkeit. Gedrucktes entfaltet auf Leser:innen eine Wirkung, die mit digitalen Angeboten nicht zu vergleichen ist. Denn anders als im Web, vermittelt Gedrucktes greifbare Informationen, mit denen sich die Leser:innen intensiver auseinandersetzen. Hier gibt es keine plötzlichen Pop-Up-Fenster oder Second Screens. Die haptische Erfahrung erdet.

Umweltschonend

Darüber hinaus ist Gedrucktes – entgegen irreführenden Aussagen – umweltschonender als elektronische Medien. Denn es ist wichtig, den gesamten Lebenszyklus eines

Mediums zu betrachten. Der nachteilige Umwelteinfluss von Elektromüll sowie der wachsende Stromverbrauch elektronischer Kommunikation darf nicht ignoriert werden. Die Papierindustrie in Europa ist hingegen führend im Recycling und Papier außerdem ein nachwachsender Rohstoff.

Mehr Schutz vor Fake News

In sozialen Netzwerken kann jede:r sofort einen Post veröffentlichen. Sich in Sekundenschnelle verbreitende halb- und unwahre Behauptungen sowie Falschmeldungen sind oft die Folge. Auch kann man einen Text im Internet nachträglich verändern. Gedruckte Texte sind hingegen bleibend und verlangen mehr Recherche, Planung und inhaltliche Qualität. Genau das macht Zeitungen so attraktiv für hochwertige redaktionelle Artikel.

Regional

In Zeiten der Rückbesinnung auf mehr Nachhaltigkeit und Regionalität gewährleistet die heimische Produktion von Druckwerken zudem nicht nur den Erhalt tausender Arbeitsplätze, sondern sorgt durch kurze Transportwege auch für eine gute Ökobilanz. Im Hinblick darauf garantiert das Herkunftssiegel PRINTED IN AUSTRIA des Verband Druck Medien einen 100%igen Druck in Österreich.

Die Faszination von Gedrucktem ist ungebrochen

Die Umfrage zeigt, dass die Faszination von Gedrucktem ungebrochen ist. Print hinterlässt mit Haptik und individueller Gestaltung einen bleibenden Eindruck. Je digitaler der Alltag wird, desto stärker wächst das Bedürfnis nach dem Authentischen, dem Analogen. Das verkörpert Print!

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 zu einer feinen Erfahrung für die Sinne. Das Flimmern der Bildschirme unserer technischen Geräte kann hier nicht mithalten. So ist und bleibt Druck ein wesentlicher und unverzichtbarer Bestandteil unseres Lebens.

UMFRAGE FACHKRÄFTE- MANGEL: „ARBEIT UND LEHRE IN DER DRUCK- UND MEDIENBRANCHE“

8 von 10 Österreicher:innen wollen Sicherheit und Wertschätzung im Job. Frauen haben andere Prioritäten als Männer. Umfrage zeigt Chancen für Druck- und Medienbranche



Derzeit prägt die unsichere wirtschaftliche Lage die Präferenzen der Österreicher:innen hinsichtlich ihrer Arbeitgeber:innen. In erster Linie stehen Sicherheit, Wertschätzung und angenehme Kolleg:innen im Fokus. Interessanterweise ergeben sich unterschiedliche Prioritäten zwischen Frauen und Männern sowie jungen Menschen. Frauen legen mehr Wert auf flexible Arbeitszeitmodelle, während junge Menschen vermehrt Nachhaltigkeitsaspekte berücksichtigen. Diese Erkenntnisse stammen aus einer aktuellen Umfrage, die im Auftrag des Verband Druck Medien von Integral durchgeführt wurde. Die Befragung umfasste 1.000 Personen im Alter von 18 bis 69 Jahren in Österreich.

Die Druck- und Medienbranche sieht sich einem Mangel an Arbeitskräften gegenüber, insbesondere im Bereich Drucktechnik, Druckvorstufentechnik, Endverarbeitung und bei Medienfachleuten. Offene Stellen sind in nahezu allen Betrieben des Verband Druck Medien Österreich zu verzeichnen. Angesichts dieses Fachkräftemangels betont Peter Sodoma, der Geschäftsführer des Verbands, die Verantwortung der Unternehmen.

Die heutigen Arbeitnehmer:innen haben eine breitere Auswahl und höhere Erwartungen an ihre berufliche Entwicklung. Die Herausforderung besteht darin, diesen Erwartungen gerecht zu werden.

Um die Anforderungen der Österreicher:innen an ihre Arbeitgeber:innen besser zu verstehen, hat der Verband Druck Medien gemeinsam mit Integral eine Analyse durchgeführt. Eine überdurchschnittliche Bezahlung rangiert dabei lediglich auf dem elften Platz von insgesamt 24 abgefragten Kriterien.



Aus Sicht der Österreicher:innen sind vor allem Arbeitsplatzsicherheit (81%), Anerkennung durch Vorgesetzte (79%) und ein angenehmes Arbeitsklima (72%) von entscheidender Bedeutung. Auch Flexibilität in der Arbeitszeit (63%), eine ausgewogene Work-Life-Balance und kurze Arbeitswege (je 62%) sind für die Mehrheit der Österreicher:innen entscheidende Kriterien. Die 18- bis 29-Jährigen weichen hier etwas vom Durchschnitt ab. Für sie stehen Wertschätzung, Work-Life-Balance, überdurchschnittliche Bezahlung sowie Aufstiegs- und Karrieremöglichkeiten im Vordergrund. Die Option für Homeoffice ist für sie weniger wichtig (40%). Auch in Bezug auf Homeoffice sind die Meinungen der jüngeren Generationen gespalten. Frauen legen mehr Wert auf flexible Arbeitszeitmodelle wie Teilzeit oder Gleitzeit sowie auf die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben im Vergleich zu Männern (71% versus 55% und 68% versus 56%). Bei jungen Erwachsenen bis 29 Jahre steht einerseits die Work-Life-Balance im Vordergrund, andererseits sind Lernmöglichkeiten sowie Karriere- und Aufstiegschancen im Unternehmen wichtig.

Überraschend und beruhigend zugleich sind die Ergebnisse für den Verband Druck Medien. Die Bedürfnisse der Österreicher:innen am Arbeitsplatz sind erfüllbar und werden von vielen Unternehmen der Druck- und Medienbran hat auch in Produktionsbetrieben Einzug gehalten, mit mehr Optionen für Gleitzeit und Teilzeit.

Es gibt sogar Betriebe, die Schichtleiter:innen in Teilzeit beschäftigen, hebt Sodoma hervor.

Viele Unternehmen setzen auf freiwillige Zusatzleistungen, um Mitarbeiter:innen zu gewinnen und zu binden. Die beliebtesten Zusatzleistungen sind flexible Arbeitszeitmodelle (71%), gefolgt von Betriebspensionen (59%), Gewinnbeteiligungen (52%), Mobilitätzuschüssen wie Klimatickets (51%), Parkplätzen (49%) oder Dienstwagen zur Privatnutzung (48%) sowie Essenzuschüssen (50%). Junge Erwachsene bis 29 Jahre reagieren besonders positiv auf Zusatzleistungen, insbesondere in Bezug auf Mobilität und Weiterbildung.

Ein Nachholbedarf wird vom Verband Druck Medien in Bezug auf die Schärfung der Jobprofile gesehen, insbesondere im Bereich der Lehrberufe. Die Berufsbeschreibungen für Medienfachleute finden beispielsweise nur bei 31% persönlich Interesse. Bei den anderen Berufsfeldern interessieren sich etwa 22% für Druckvorstufentechniker:in, 20% für Drucktechniker:in und 18% für Buchbindetechnik und Postpresstechnologie. Jüngere Menschen zeigen ein stärkeres Interesse an den Berufsbeschreibungen, mit 39% Interesse an einer Lehre als Medienfachleute und 27% für den Beruf der Drucktechniker:in. Auch der zweite Bildungsweg nach der Matura könnte vor allem für Medienfachleute (35%) und Druckvorstufentechniker:in (20%) interessant sein.



Die Daten verdeutlichen, dass unsere technischen Berufe auf großes Interesse stoßen. Hier haben wir definitiv eine Aufgabe in Bezug auf Information und Handlung

Peter Sodoma, Geschäftsführer
Verband Druck Medien

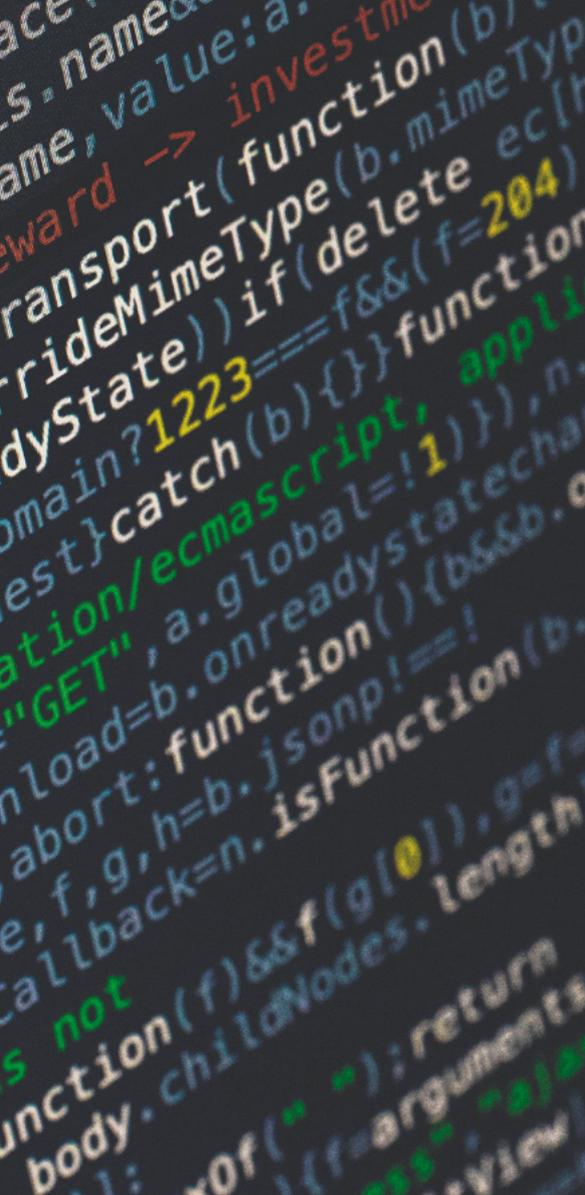


UMWELT & ZERTIFIZIERUNGEN



GREENWASHING VON ELEKTRONISCHER KOMMUNIKATION

“Papierlos”, “Schont die Umwelt” und “Schützt Bäume” sind gängige Verlautbarungen mit denen viele Unternehmen ihre Kund:innen dazu ermutigen, auf elektronische Kommunikation umzustellen. Diese Art von Botschaften erwecken den Eindruck, elektronische Kommunikation wäre umweltfreundlicher ist als die herkömmliche auf Papier.



Doch digitale Kommunikation – mit ihrem weit höheren Energiebedarf und dem Einsatz von nichtnachwachsenden Rohstoffen – ist gar nicht umweltfreundlicher als Druckprodukte. Das ist Greenwashing und macht eine Branche schlecht, die sich seit vielen Jahren für den Umwelt- und Klimaschutz einsetzt.

Es ist unmöglich, eine Aussage zu treffen, ohne die gesamte Lebensdauer der verschiedenen Medien zu berücksichtigen. Papier ist ein einzigartiges, und erneuerbares Produkt. Der Hauptrohstoff Holz wird in sorgfältig kontrollierter und nachhaltiger Weise angebaut und geerntet. Die europäischen Wälder, aus denen der größte Teil des Rohstoffs stammt, sind beispielsweise in nur zehn Jahren um eine Fläche gewachsen, die der von der Schweiz entspricht.

Auf der anderen Seite sind die Umweltauswirkungen unserer immer stärker digital werdenden Welt nicht zu übersehen. Prognosen zufolge wird die Branche der Informations- und Kommunikationstechnik bis 2040 für einen Anstieg von 14 % der weltweiten Treibhausgasemissionen verantwortlich sein.

Wenn es um Nachhaltigkeit von Papier, Printmedien & Papierverpackungen geht, ist es wichtig, Fakten von Mythen zu trennen.

Die europäische Papierindustrie ist weltweit führend in Bezug auf nachhaltige Rohstoffe, erneuerbare Energien und Recyclingquoten. Doch nach wie vor sind Mythen ums Papier bei Verbraucher:innen weit verbreitet. Eine Umfrage der Initiative TWO SIDES aus dem Jahr 2019 ergab, dass 59 % der europäischen Verbraucher:innen glauben, die europäischen Wälder würden schrumpfen, obwohl sie tatsächlich pro Tag um die Fläche von 1.500 Fußballfeldern wachsen. Ein Drittel der Konsument:innen ist der Meinung, Papierprodukte wären Verschwendung, und ein Viertel meint, dass sie schädlich für die Umwelt sind.

Ursache für diese Missverständnisse sind häufig wiederholte, irreführende Informationen über Papier und seine Auswirkungen auf die Umwelt.

Seit 2000 Jahren ist Papier ein beliebtes Kommunikationsmedium. Auch in der heutigen digitalen Welt ist es weiter hochwirksam und von Natur aus nachhaltig, wenn es mit Verantwortung hergestellt, verwendet und entsorgt wird.

Um Verbraucher:innen, Unternehmen und politische Entscheidungsträger:innen gleichermaßen über die Vorteile von Print und Papier als ein attraktives, praxisorientiertes und nachhaltiges Kommunikationsmittel zu informieren, setzt sich der Verband Druck Medien Österreich in enger Zusammenarbeit mit seinen europäischen Partner:innen daher laufend gegen Greenwashing und unsachgemäße, heftige Kritik von Papier und Printmedien ein.

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 Prozent 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 Prozent des geschlagenen Holzes für die Papierproduktion eingesetzt, 27-32 Prozent 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 viele Ressourcen (z. B. Wasser, Energie) eingespart. Zeitungen sind heute zu 100 Prozent recycelbar bzw. werden aus 100 Prozent Altpapier hergestellt.

Printprodukte sind CO2 freundlich

Druckprodukte machen weniger als ein Prozent der Gesamtemissionen aus. Der CO₂-Fußabdruck von Printprodukten ist also verhältnismäßig gering.

Wer zudem auf regionale Druckereien setzt und damit Transportwege vermeidet, spart noch mehr CO₂. Mit dem Herkunftssiegel PRINTED IN AUSTRIA sind etwa Druckprodukte gekennzeichnet, die zu 100 % in Österreich gedruckt wurden.

Europas Wälder schrumpfen nicht – sie wachsen

Rund 80 Prozent der Holzfasern, die in der europäischen Papierindustrie verarbeitet 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.

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 benutzt werden. In den letzten Jahren werden zudem vermehrt sogenannte Bio-Farben herangezogen, die biologisch abbaubar sind.

Auch E-Mails verursachen Treibhausgase, und zwar nicht zu knapp

Der Datenaustausch rund um die Uhr ist nämlich nur möglich, weil weltweit ständig 45 Milliarden Server in riesigen Rechenzentren im Einsatz sind. Für den laufenden Betrieb benötigen sie unglaublich viel Energie. Die permanente Kühlung der Server frisst zusätzlich Strom und Wasser. Allein das Verschicken und Erhalten von E-Mails ist ein unterschätzter Verursacher von Treibhausgasen. Laut dem VerbraucherService Bayern verursacht eine normale E-Mail ohne Anhang bereits etwa zehn Gramm Kohlenstoffdioxid (CO₂), welches der Klimabilanz einer Plastiktüte entspricht. Eine Mail mit einem 1 Megabyte großen Anhang kommt schon auf fast doppelt so viel Kohlenstoffdioxidgehalt.



PRINTED IN AUSTRIA

In Zeiten der Rückbesinnung auf mehr Regionalität steht das Herkunftssiegel PRINTED IN AUSTRIA für 100 % Druck in Österreich. Druckereien, welche die geschützte Wort-Bild-Marke PRINTED IN AUSTRIA führen, garantieren damit, dass ihre Druckwerke mit österreichischem Know-how und somit in Top-Qualität in Österreich produziert wurden.

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 nationalen Wirtschaft und zum Erhalt österreichischer Arbeitsplätze beitragen. Damit leisten sie einen wertvollen gesellschaftspolitischen Beitrag und übernehmen Verantwortung für mehr Regionalität.

Der Druck muss zu 100 % in Österreich durchgeführt worden sein. Das heißt, keine Produktion bei einem Tochterunternehmen im Ausland oder Sub-Vergabe an einen Betrieb im Ausland.

Das produzierende Unternehmen ist dafür verantwortlich, dass diese Kriterien in der gesamten Druck-Lieferkette eingehalten werden.

Das Herkunftssiegel kann auf dem jeweiligen Druckprodukt angebracht werden, wobei das Siegel für jede bedruckte Ware – unabhängig vom verwendeten Druckverfahren und Bedruckstoff – genutzt werden kann.

Mehr Info



www.druckmedien.at/printed-in-austria/



**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**



CSR-GÜTESIEGEL FÜR DRUCKEREIEN

Seit 2017 müssen laut einer EU-Richtlinie große Unternehmen über ihre CSR-Aktivitäten berichten. Aus diesem Grund entwickelte der Verband Druck Medien das Österreichische CSR-Gütesiegel für Druckereien. Es basiert auf den Grundlagen der internationalen Norm ISO 26000 sowie der ÖNORM 192500, deren Standards für die Druckbranche übersetzt wurden.

Inhaber:innen des Österreichischen CSR-Gütesiegels für Druckereien garantieren als verantwortungsvolle Partner:innen in der Region faire Arbeitsbedingungen, einen schonenden Umgang mit der Umwelt sowie eine solide ökonomische Leistung. Für sie ist Nachhaltigkeit schon jetzt eine Selbstverständlichkeit, weil sie wissen, dass diese zum langfristigen Erfolg ihres Unternehmens beiträgt.

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
- Erhöhte 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

Alle Details und Informationen
finden Sie unter:



ÖSTERREICHISCHES
CSR-GÜTESIEGEL
FÜR DRUCKEREIEN



www.druckmedien.at/csr-guetesiegel



**ZAHLEN,
DATEN, FAKTEN**

Produktion im Druckbereich im Zeitverlauf

Im Jahr 2021 gab es nur ein kleines Plus von rund 3 % gegenüber dem Vorjahr.

Produktionswert ausgewählter Druckprodukte in Österreich in Euro im Jahr 2021

Produkt	Wert 2021
Kataloge	27.703.000
Werbung	339.977.000
Magazine	109.476.000
Bücher	67.223.000
Sonstiges	583.079.000

Quelle: Intergraf Economic Report auf Basis der Daten der Eurostat

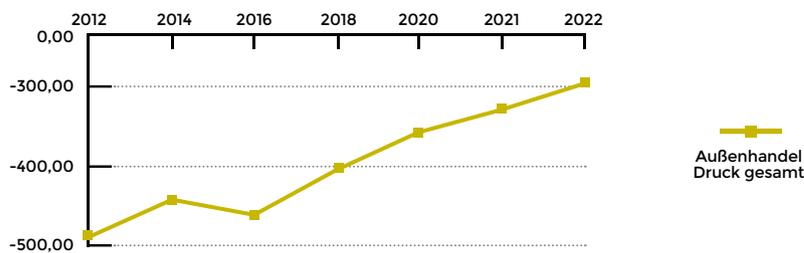
Außenhandelsstatistik

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 Werbeprodukten (Flugblätter, Werbebroschüren, etc.) schlagen sich die österreichischen Druckereien recht gut. Österreich exportiert hier teilweise mehr als es importiert.

Entwicklung der Importe und Exporte in Mio. Euro

	2012	2014	2016	2018	2020	2022
Exporte	406,04	334,20	414,67	462,22	387,23	459,04
Importe	893,19	775,40	875,30	866,24	745,10	756,40
Saldo	-487,14	-441,20	-460,63	-404,02	-357,87	-297,36

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 nach dem Krisenjahr 2020 eine signifikante Erholung im Jahr 2021.

Zahlen der Produktionsstatistik Prodcomm 2008–2020

ÖNACE 2008	Kurzbezeichnung	NACE-Stufe	Beschäftigten- größenklasse	Unternehmen (rechtliche Einheiten)	Beschäftigte im Jahresdurch- schnitt insgesamt	Umsatzerlöse in 1 000 EUR*
C18	H.v. Druckerzeugnissen	2	Insgesamt	902	9.642	1.913.470
C18	H.v. Druckerzeugnissen	2	0-1	324	320	22.487
C18	H.v. Druckerzeugnissen	2	2-9	380	1.434	158.620
C18	H.v. Druckerzeugnissen	2	10-19	93	1.282	165.780
C18	H.v. Druckerzeugnissen	2	20-49	63	1.945	385.745
C18	H.v. Druckerzeugnissen	2	50-249	39	G	G
C18	H.v. Druckerzeugnissen	2	250 und mehr	3	G	G
C181	H.v. Druckerzeugnissen	3	Insgesamt	883	9.184	1.756.967
C181	H.v. Druckerzeugnissen	3	0-1	313	309	21.348
C181	H.v. Druckerzeugnissen	3	2-9	375	1.413	156.301
C181	H.v. Druckerzeugnissen	3	10-19	92	G	G
C181	H.v. Druckerzeugnissen	3	20-49	62	G	G
C181	H.v. Druckerzeugnissen	3	50-249	39	G	G
C181	H.v. Druckerzeugnissen	3	250 und mehr	2	G	G
C182	Vervielfältigung bespielter Datenträger	3	Insgesamt	19	458	156.503
C182	Vervielfältigung bespielter Datenträger	3	0-1	11	11	1.139
C182	Vervielfältigung bespielter Datenträger	3	2-9	5	21	2.319
C182	Vervielfältigung bespielter Datenträger	3	10-19	1	G	G
C182	Vervielfältigung bespielter Datenträger	3	20-49	1	G	G
C182	Vervielfältigung bespielter Datenträger	3	50-249	0	0	0
C182	Vervielfältigung bespielter Datenträger	3	250 und mehr	1	G	G

Q: STATISTIK AUSTRIA, Leistungs- und Strukturstatistik 2022.
Erstellt am 31.10.2023. - *) Ohne Umsatzsteuer. - G: Geheimhaltung.

Entwicklung der Beschäftigten in der Druckbranche

Unselbstständig Beschäftigte 2010 – 2022* nach Stellung im Beruf

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
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	6.507
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	2.711
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	3.626
Lehrlinge	365	329	289	267	244	202	175	174	184	190	178	172	170
Frauen	3.472	3.332	3.230	3.147	3.019	2.998	2.947	2.717	2.728	2.604	2.457	2.392	2.345
Männer	7.036	6.742	6.540	6.403	6.084	5.902	5.754	5.406	5.384	4.910	4.547	4.341	4.162
geringfügig Beschäftigte	641	580	536	520	494	462	439	389	395	387	342	337	333

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

* 2010–2021: endgültige Daten; 2022 vorläufig

¹ Mehrfachzählung bei Mitgliedschaft in mehreren Fachgruppen

² Einmalzählung (näherungsweise Schwerpunktzuordnung zu Fachverbänden) per 31.12.

⁴ Neugründungen in % der aktiven Wirtschaftskammermitglieder

Quelle: WKO (Gründungsstatistik)

Entwicklung der Lehrlinge in der Druckbranche

Lehrlinge 2010–2022* 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
2022	5	18	49	20	5	26	7	25	8	163
Anteil 2022 in %	1,8	9,5	25,0	13,1	6,0	17,9	6,0	15,5	5,4	100,0
Veränderung 2010–2022 in %	-75,0	-44,8	-35,4	-63,9	-72,2	+ 130,8	-73,7	-54,4	-86,2	-55,2

* 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 Tätigkeitsschwerpunkt des Unternehmens entspricht

Quelle: WKO (Lehrlingsstatistik)

Branchenprofil Druck

Branchenprofil DRUCK

	Werte	%-Anteil an der Sparte Information und Consulting	%-Anteil an gewerblicher Wirtschaft insgesamt **
Fachgruppenmitgliedschaften insgesamt (Mehrfachzählung)	1.454	0,9	0,2
Aktive Fachgruppenmitgliedschaften (Mehrfachzählung)	1.247	1,0	0,2
Unternehmensneugründungen (Fachgruppenmitgliedschaften)	35	0,4	0,1
Unternehmensneugründungen (Schwerpunktzählung)	23	0,3	0,1
Unternehmen (Schwerpunktzählung)	880	0,9	0,2
Arbeitnehmer:innen (Beschäftigungsverhältnisse; ohne geringfügig Beschäftigte)	6.174	2,6	0,2
Arbeitnehmer:innen (Beschäftigungsverhältnisse; inkl. geringfügig Beschäftigte)	6.507	2,5	0,2
Umsatzerlöse in Mio. EUR	1.378	2,3	0,2
Produktionswert in Mio. EUR	1.329	2,9	0,3
Bruttowertschöpfung in Mio. EUR	501	1,9	0,3
Bruttoinvestitionen in Mio. EUR	52	0,5	0,2
Personalaufwand in Mio. EUR	397	2,8	0,3

Wirtschaftskennzahlen 2021 (oder letztverfügbar) *	Werte	Sparte Information und Consulting	Gewerbliche Wirtschaft insgesamt
Gründungsquote (Neugründungen in % der aktiven Fachgruppenmitgliedschaften)	2,8	6,5	6,1
Arbeitnehmer:innen (inkl. geringfügig Beschäftigte) je Unternehmen (insgesamt)	7,4	2,6	5,1
Ein-Personen-Unternehmen (EPU) - Anteil in %	42,1	59,4	60,9
Ø Personalaufwand je Arbeitnehmer:in (lt. Leistungs- und Strukturstatistik) in EUR	56.101	61.594	51.088
Ø Umsatz je Erwerbstätiger:em in EUR	181.440	210.753	260.471
Nettoquote (Bruttowertschöpfung in % des Produktionswertes)	37,7	57,4	41,3
Investitionsquote (Bruttoinvestitionen in % der Umsatzerlöse)	3,7	16,2	4,6

* Fachgruppenmitgliedschaften: Ende 2022; Unternehmensneugründungen: Stand 2022 vorläufig; Unternehmen/Arbeitnehmer: Stand 2022; EPU: Ende 2022;
 ** 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)



INTERNA



ARBEIT UND LEHRE IN DER BUNTEN WELT DES DRUCKS

Als Verband ist es uns seit jeher ein großes Anliegen, Aufmerksamkeit für die hochwertigen Ausbildungsmöglichkeiten und zahlreichen sinnstiftenden Tätigkeiten in der Druck- und Medienbranche zu schaffen und die Branche als attraktive:n Arbeitgeber:in mit vielfältigen Karrieremöglichkeiten zu präsentieren. Daher sind auch die Lehrberufe in der Druck- und Medienbranche so bunt und abwechslungsreich wie die Welt des Drucks selbst.

VORTEILE DER LEHRE

Neben der Vielzahl an attraktiven und sinnstiftenden Berufsbildern, bietet eine Lehre in der Druck- und Medienbranche viele attraktive Vorteile:

Eigenes Geld

Wer eine Lehre macht, wird nicht nur schneller selbstständig, sondern auch unabhängig. Man steht nicht nur sofort im Wirtschaftsleben, sondern verdient bereits ab dem ersten Ausbildungstag eigenes Geld.

Sinnstiftender Beruf

Druck ist auch im Zeitalter der Digitalisierung ein unverzichtbarer Bestandteil in unserem Leben. Denn Druck ist nicht auf Papier beschränkt. So werden mittels Drucktechnologien etwa Hinweistafeln, Etiketten oder Verpackungen bedruckt, aber auch Tapeten, Textilien und viele andere Alltagsgegenstände.

Praktische und theoretische Ausbildung

Im Rahmen der Ausbildung erhalten Lehrlinge nicht nur einen theoretischen Background in der Berufsschule, sondern sie verbringen den Großteil der Lehrzeit direkt im Betrieb. So lernen Auszubildende, was sie später im Job wirklich benötigen und sammeln vom ersten Tag an wertvolle Berufserfahrung.

Vielgefragte Fachkraft

Betriebe suchen händeringend nach qualifizierten Arbeitskräften. Mit einer Lehre lernt man einen Beruf von Grund auf und wird so zum vielgefragten Profi. Denn Expert:innen werden am Arbeitsmarkt mehr gebraucht denn je.

Nähere Informationen zu den einzelnen Berufsbildern finden Sie unter



<https://www.druckmedien.at/arbeit-und-lehre/>

Beste Karrierechancen

Rund 40 % aller leitenden Angestellten haben ihre berufliche Karriere mit einer Lehre begonnen. Die Meister- oder Befähigungsprüfung ermöglicht es zudem, nach abgeschlossener Lehre ein Unternehmen zu gründen. Rund 50 % der Unternehmer:innen haben ihre berufliche Karriere mit einer Lehre begonnen.

Lehrberufe in der Druck- und Medienbranche

- Druckvorstufentechniker:in
- Drucktechniker:in mit Schwerpunkt Bogenflachdruck
- Drucktechniker:in mit Schwerpunkt Digitaldruck
- Drucktechniker:in mit Schwerpunkt Rollenrotationsdruck
- Drucktechniker:in mit Schwerpunkt Siebdruck
- Buchbindetechnik & Postpresstechnologie mit Schwerpunkt Postpresstechnologie
- Buchbindetechnik & Postpresstechnologie mit Schwerpunkt Buchfertigungstechnik
- Buchbindetechnik & Postpresstechnologie mit Schwerpunkt Buchbinder:in
- Beschriftungsdesign und Werbetechnik
- Reprograf:in
- Medienfachfrau/-mann mit Schwerpunkt Grafik, Print, Publishing, audiovisuelle Medien
- Medienfachfrau/-mann mit Schwerpunkt Webdevelopment, audiovisuelle Medien
- Medienfachfrau/-mann mit Schwerpunkt Online-Marketing
- Medienfachfrau/-mann mit Schwerpunkt Agenturdienstleistungen



DAS WAR DIE AKTIONSWOCHE DER OFFENEN DRUCKEREIEN 2023

Mit dem Tag des Drucks am 20. Mai startete die zweite Aktionswoche des Verband Druck Medien Österreich. Besonderes Highlight: In ganz Österreich luden Druckereien Schulen in ihre Betriebe ein und begeisterten junge Technik- und Grafikinteressierte.



Mehr als 1.000 Schüler:innen besuchten im Rahmen der Aktionswoche eine der teilnehmenden Druckereien und ließen sich zeigen, wie Etiketten, Folder, Plakate oder auch Zeitungen entstehen. „Wir haben uns letztes Jahr dazu entschieden, dass nicht nur unsere Produkte, sondern auch die Druckereien und der gesamte Druckprozess sichtbar und greifbarer werden sollen. Schließlich leisten Druckereien eine wichtige Arbeit und bieten spannende Berufsfelder“, erläutert Peter Sodoma, Geschäftsführer des Verband Druck Medien Österreich.

Dass hier noch Aufholbedarf ist, zeigt eine Umfrage des Verband Druck Medien. Die Beschreibungen der Berufsbilder in der Druck- und Medienbranche finden nämlich besonders viele junge Menschen spannend. 39 Prozent der 18 bis 29-Jährigen Österreicher:innen interessieren sich für den Beruf Medienfachkraft, 27 Prozent können sich für Drucktechnik begeistern, 22 Prozent für die Endverarbeitung und 21 Prozent für die Druckvorstufe. Doch können sich nur wenige vorstellen, was sie in einer Druckerei erwartet. Mit der Aktionswoche möchte der Verband Druck Medien jungen Menschen die Welt des Drucks näherbringen. Das Interesse ist auf jeden Fall da, wie die Bilanz der zweiten Aktionswoche zeigt.

Diese Druckereien haben teilgenommen:

Burgenland

- Walstead Leykam Druck GmbH & CO KG, 7201 Neudörfel
- ÖKI Österreichische Kuvertindustrie, 7027 Hirm

Kärnten

- Glandruckerei Marzi, 9300 St. Veit/Glan
- Hermagoras, 9053 Viktring
- Seebacher GmbH, 9620 Hermagor
- Tiebeldruck, Feldkirchen

Niederösterreich

- Bösmüller Print Management GesmbH & Co. KG, 2000 Stockerau
- Print Alliance HAV Produktions GmbH, 2540 Bad Vöslau
- Druckerei Ferdinand Berger & Söhne Gesellschaft m.b.H., 3580 Horn
- Druckerei Janetschek, 3580 Heidenreichstein

Oberösterreich

- Kontext Druckerei GmbH, 4020 Linz
- Estermann GmbH, 4971 Auroldmünster

Salzburg

- Offset 5020 Druckerei und Verlag GmbH, 5072 Siezenheim
- Samson Druck GmbH, 5581 St. Margarethen
- Latzer Grafik & Druck GmbH, 5760 Saalfelden

Steiermark

- Winkler Kuvert GmbH, 8020 Graz
- druckhaus scharmer GmbH, 8330 Feldbach
- druckhaus scharmer GmbH, 8280 Fürstenfeld

Tirol

- Green Print Osttirol e. U., 9900 Lienz
- Oberdruck GmbH, 9991 Dölsach

Wien

- Druckerei Hans Jentsch & Co GmbH, 1210 Wien
- Franz Barta GmbH, 1150 Wien

DANKE AN UNSERE PARTNER:INNEN

MÜLLER MARTINI

FUJIFILM
Value from Innovation

PRINTPLUS
Software, die begeistert.

KOENIG & BAUER

be print
powered by leadprint

Horizon

ferag...

gmg color

 KONICA MINOLTA

CHROMOS
GROUP

HEIDELBERG

ECO 

**BERBERICH
PAPIER**

**print and
Publishing**

00Nachrichten

 **IGEPA**
Vielfält. Service. Mehrwert.

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	VBG Holding AG	Vbg
SIMON Dieter, KommR Mag. Dr	„Astoria“ Consulting	Wien
WATZAL Gerald, Ing.	Offset 5020	Sbg

Kassier

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

Rechnungsprüfer

BILEK Leopold	Trinkl Druck	Wien
SIN Holger	DGS - Druck- u. Graphikservice GmbH	Wien

Geschäftsführer

SODOMA Peter, Mag.

* PLASCHKO Robert, Ing. Mag.; Rechnungsprüfer bis 28.04.23

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 KG - 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 Druck Fulfillment-Druck Service GmbH	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
SCHRAMMEL Oliver, Ing.	Hofbauer Kunstdruck GmbH	Wien
SCHWARZ-FUCHS Christine, Mag.a	VBG Holding AG	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
WILMS Christian, Dipl.-Ing.	Druck Styria	Stmk

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.

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 Mitgliederbedingungen
- Kostenlose Schaltung von Inseraten unter der Rubrik „Marktplatz“
- Ermäßigte Anzeigenschaltung im Druck Medien Magazin

236

MEDIENBERICHTE

01.11.2022 – 30.10.2023
mit Stand 31.10.2023



LinkedIn

**ÜBER 2.250
FOLLOWER**





EVENTS



Druck Medien Tag

DRUCKFÄHIG. LÖSUNGEN FÜR DIE ARBEITSWELT DER ZUKUNFT.

DAS WAR DER DRUCK MEDIEN TAG 2023

Wien, Oktober 2023: Die Druckbranche steht unter Druck – nicht nur das Thema Fachkräftemangel nagt, sondern auch die aktuelle wirtschaftliche Situation. Beim Druck Medientag – dieses Jahr in Bregenz – diskutierten Expert:innen, Druckereien, Medienhäuser und Verlage sowie Unternehmen aus der Zulieferindustrie zum Teil hitzig über die Arbeitswelt der Zukunft und wirtschaftliche Rahmenbedingungen am Standort Österreich.



Landesrat Marco Tittler eröffnete gemeinsam mit Gerald Watzal, Präsident Verband Druck Medien Österreich, sowie der Landesgruppenobfrau und diesjährigen Gastgeberin Christine Schwarz-Fuchs den traditionsreichen Branchentreff. „Die Druck- und Medienbranche ist nicht nur ein wichtiger Wirtschaftsfaktor und Arbeitgeber, sie ist auch essenzieller Dienstleister für zahlreiche Wirtschaftszweige entlang der Wertschöpfungskette. Gleichzeitig steht die Branche vor Herausforderungen, mit denen sie sich intensiv beschäftigt und die sie aktiv angeht, wie auch die heutige Veranstaltung beweist. Ich freue mich sehr, heute dabei zu sein und Inputs direkt aus der Branche für die weitere Gestaltung der Rahmenbedingungen zu diskutieren“, so Wirtschaftslandesrat Tittler bei der Eröffnung.

Der Verband Druck Medien wünscht sich vor allem ein besseres Image für Lehrberufe, und dass produzierende Gewerbe wieder attraktiver dargestellt werden. „Wir müssen jetzt die Arbeitskräfte ansprechen, die wir in Zukunft brauchen – und das unter den aktuell erschwerten Bedingungen“, sagte Gerald Watzal, Präsident des Verband Druck Medien. Dass die Druck- und Medienbranche eine zukunftssträchtige ist, zeige sich einerseits bei der Bedeutung von Print als Werbe- und Informationsträger, andererseits bei den vielfältigen Berufsbildern in den Betrieben: „Gerade Druckereien und Medienbetriebe arbeiten mit digitalen Prozessen und setzen stark auf künstliche Intelligenz.“, so Watzal. Erst vor drei Jahren hat die

Branche sogar einen neuen Lehrberuf geschaffen, um den gestiegenen Anforderungen in der Endverarbeitung und Logistik gerecht zu werden: Postpresstechnolog:in und Buchbindetechnik, zudem sind Drucktechnik, Druckvorstufe und Medienfachfrau/Medienfachmann drei weitere branchenspezifische Lehrberufe. Aber nicht nur die Anforderungen an die Arbeitnehmer:innen haben sich verändert. Auch die Anforderungen an Unternehmen seien gestiegen. Die junge Generation fordere mehr Wertschätzung und Führungsqualität.

Dem Verhalten auf der Spur

„Die größte Herausforderung für uns Menschen ist von jeher der Mitmensch“, betonte Verhaltensforscher Gregor Fauma in seiner Keynote. Schon in der Steinzeit hätten die Menschen ähnliche Hierarchie-Rituale gehabt wie heute. Besonders problematisch sieht Fauma Führungspersönlichkeiten, die unberechenbar sind und nicht abgeben können. Nicht-Delegierer:innen hätten etwa auch in hohem Alter noch ein Büro im Unternehmen und fühlten sich wichtig, wenn ohne sie „der Laden nicht laufe“. Das sei aber kurzfristig gedacht. Denn Delegieren sei die wahre Macht. Schon Kinder würden problemlos die Besten zu Spielleiter:innen küren – mit wechselnder Führung, je nach Art des Spiels. „Beim Sport ist die Sportskanone gefragt, beim Baumhaus bauen die handwerklich Geschicktesten und bei Rollenspielen die klugen Köpfe“, so Fauma, der dafür plädiert, Menschen in ihren Stärken zu fördern.



Identität stiften

Diese Erkenntnis war auch der Tenor der Best Practice Panels. Josephine Winkens und Bettina Stähle vom Interior-Spezialisten Knoblauch berichteten, wie wichtig der Beitrag aller im Unternehmen sei. 1909 als Tischlerbetrieb in Markdorf gegründet, hat das Familienunternehmen heute mehr als 270 Mitarbeiter:innen an den Standorten Markdorf, Lustenau, Kürnach und Gera. Knoblauch gestaltet nicht nur Markenwelten für seine Kund:innen, sondern investiert auch in die eigene Employer Brand. 2017 entstand etwa das erste Büroweltencafé, das bis heute ein stark identitätsstiftender Bestandteil im Unternehmen ist.

Auch die Dornbirner Kommunikationsdesign Agentur Saegenvier kann auf einen reichen Erfahrungsschatz im Employer Branding zurückgreifen. Gründer, Geschäftsführer und Inhaber Sigi Ramoser hat zudem selbst alle Höhen und Tiefen des Unternehmergebens erlebt. Sein Credo ist: „Man muss Menschen auch weiterziehen lassen, schließlich verändern sich auch die Unternehmen.“ Sein Rat an Unternehmen: sich selbst treu bleiben und keine leeren Versprechungen machen, stattdessen Mitarbeiter:innen ernst nehmen. Patriarchen hätten ausgedient, Führung aber nicht.

Chancen geben

Lehrlingsexperte und Start-up Gründer Mario Derntl plädierte in seinem Impulsvortrag dafür, jungen Menschen eine Chance zu geben und an sie zu glauben. Derntl hat selbst die Schule abgebrochen, eine Lehre als Mechatroniker absolviert, die Matura nachgemacht und studiert. „Mein damaliger Auszubildner hat an mich geglaubt und mir so die Kraft gegeben, an mich selbst zu glauben“, erzählt Derntl. Er setzt sich bis heute für Lehrlinge ein. Mit seinem Start-up Talents and Company unterstützt er Jugendliche und Unternehmen beim Matching, damit die zusammenkommen, die zusammenpassen.



Diversität leben

Für Organisationsberaterin Astrid Weinwurm-Wilhelm ist Vielfalt der Schlüssel für eine wertschätzende Unternehmenskultur. „Wir sind eine diverse Gesellschaft, es wird Zeit, dass wir dieses Potenzial stärker für den Unternehmenserfolg nutzen“, betonte Weinwurm-Wilhelm in ihrem Workshop. Diverse Teams bedeuten, den eigenen Horizont zu erweitern, die eigenen Grenzen zu überschreiten und sich auf andere einzulassen. Das bringe den Unternehmen mehr Produktivität, aber auch mehr Zufriedenheit und Loyalität.



Fakten in Kürze

Insgesamt diskutierten 11 Expert:innen aus Wirtschafts-Thinktanks, Forschung und Recht, Branchengrößen und Top-Manager:innen über Herausforderungen und Lösungen. Mit dabei Mario Derntl (Lehrlingsexperte), Gregor Fauma (Verhaltensforscher und Kabarettist), Sigi Ramoser (Geschäftsführer Saegenvier Design-Kommunikation), Christine Schwarz-Fuchs (Landesgruppenobfrau Vorarlberg), Bettina Stähle und Josephine Winkens (Knoblauch), Sabine Vitzthum (Studierende und Verpackungsentwicklerin bei MAM), Gerald Watzal (Präsident Verband Druck Medien), Astrid Weinwurm-Wilhelm (Organisationsberaterin), Rene Kirchlechner (Technischer Leiter Die Offset). Eröffnet wurde der Druck Medien Tag von Landesrat Marco Tittler.



VERBANDS- AKADEMIE

Die Akademie des Verband Druck Medien Österreich 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 jene Fähigkeiten zu schaffen, die der Markt verlangt.

Nähere Informationen zu allen Lehrgängen der Verbandsakademie finden Sie unter



www.druckmedien.at/verbandsakademie

Veranstaltungsreihen 2023

Inhouse-Seminare Arbeitsrecht | Sonderrechtsbereiche im Druck | Kostenwahrheit in der Druckbranche

Die Inhouse-Seminare zu den Bereichen „Arbeitsrecht“, „Sonderrechtsbereiche im Druck“ und „Kostenwahrheit in der Druckbranche“ bieten die effizienteste Lösung für unternehmenseigene Fragestellungen.

Alle Seminare sowie die einzelnen Module können individuell gebucht und Inhalte sowie Aufbau nach jeweiligem Bedarf angepasst werden. Kostengünstig, stressfrei und flexibel.

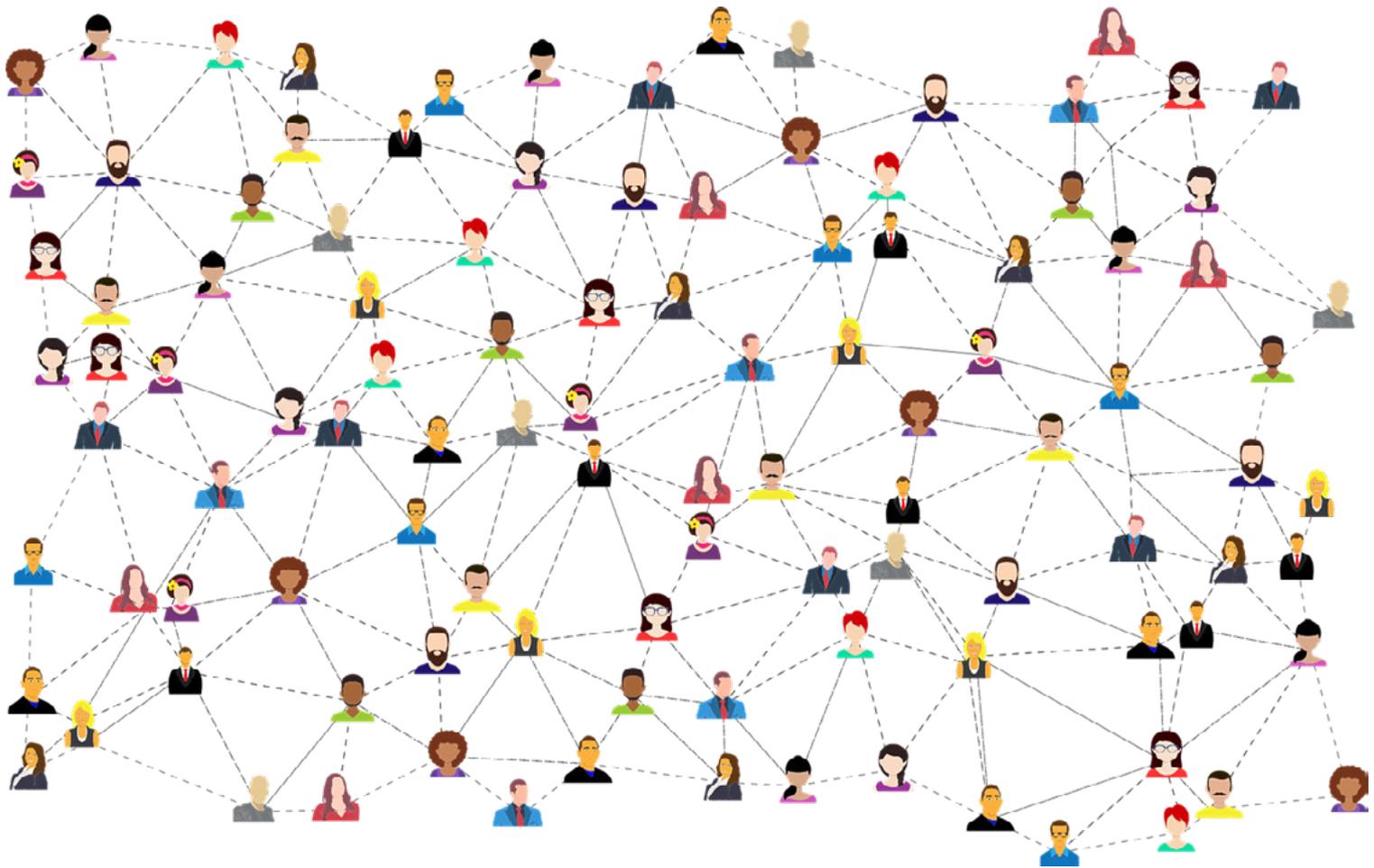
Zusatzqualifizierung Zeitungsdruck Prozesstechniker:in

Die fachspezifische Zusatzqualifizierung im Bereich Zeitungsdruck verfolgt die Zielsetzung, die Kompetenzen bestehender Mitarbeiter:innen bei der aktuellen Tätigkeit zu verbessern und zusätzliche berufliche Perspektiven zu entwickeln.

Kompaktlehrgang für Führungskräfte

Im Rahmen der einzigen Führungskräfteausbildung, die speziell auf die Druck- und Medienbranche ausgerichtet ist, erlernen Teilnehmer:innen in drei Modulen à zwei Tage anhand von Fallbeispielen, Rollenspielen und Theorie, ihre eigene Führungsarbeit zu perfektionieren, eine Lernkultur zur Fehlerprävention zu entwickeln, branchenübergreifende Kommunikation zu fördern und Wertversprechen an Kund:innen zu erfüllen oder gar zu übertreffen.





RÜCKBLICK AUF UNSERE MITGLIEDER- STAMMTISCHE DIESES JAHR

Im Verlauf des Jahres fanden verschiedene Mitglieder-Stammtische statt, die eine breite Palette an Themen in der Druck- und Medienbranche abdeckten.



Der erste Stammtisch widmete sich dem Thema **"Moderne Kostenrechnung in der Druckerbranche"**.

Beim Kurzvortrag von Ing. Mag. Christian Handler erfuhren unsere Mitglieder, wie in der Druckindustrie die Kosten auf den Auftrag umgelegt werden. Weiters wurde behandelt, wie die verschiedenen Arten der Kostenrechnung zu beurteilen sind und für die eigene Praxis sinnvoll eingesetzt werden können. Auch das Konzept des Deckungsbeitrags wurde erörtert und wie es für das eigene Unternehmen gewinnbringend eingesetzt werden kann.

Es wurden verschiedene Methoden der Vollkostenrechnung, einschließlich Umlagen, Stundensätze und die Berechnung von Gemeinkostenzuschlägen, behandelt. Die Grundlagen der Prozesskostenrechnung wurden ebenfalls ausführlich erläutert. Zusätzlich wurden die Grundlagen der modernen Deckungsbeitragsrechnung vorgestellt und in der Diskussion vertieft.

Der **Sommer-Stammtisch**, der ebenfalls von Ing. Mag. Christian Handler moderiert wurde, konzentrierte sich auf aktuelle Herausforderungen in der Branche. Hier wurden Themen wie die Rolle der österreichischen Post als potenzieller Konkurrent für die Druckbranche, Produktionsrückgänge aufgrund von Papier- und Energiepreisentwicklungen sowie eine Lageeinschätzung in Deutschland besprochen. Die Mitglieder brachten konstruktiven Input ein, um die Stoßrichtung für zukünftiges Engagement festzulegen.

Ein weiterer Stammtisch behandelte das Thema **"Qualitatives Recruiting in Zeiten des Fachkräftemangels"**. Nourhan Rihan, Account Manager & Consultant für die BEST-RECRUITERS-Studie, gab Einblicke in den Status quo der Talentgewinnung in der

Medienbranche und präsentierte Tipps und Tricks für eine authentische und wertschätzende Candidate Journey.

Der letzte Stammtisch setzte den Fokus auf **"Authentizität statt Gschichtl drucken"** und beleuchtete das nachhaltige Employer Branding sowie die Aspekte einer positiven Unternehmenskultur. Die beiden Referent:innen, Mag. Manuela Wenger und Ing. Mag. Gerd Liegerer, betonten u.a. die Bedeutung von Wertschätzung im Rahmen des Employer Branding.

Diese Veranstaltungen boten nicht nur fachliche Erkenntnisse, sondern schufen auch eine Plattform für einen intensiven und konstruktiven Austausch zwischen den Mitgliedern.

Eine Übersicht mit all unseren Veranstaltungen finden Sie hier:



<https://www.druckmedien.at/veranstaltungen/>

IMPRESSUM

Herausgabe:

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

Redaktion:

Melanie Kalman | 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 || || || || || |
druckt || || || || || || |
jentzsch || || || || || |
in wien || || || || || || |
jentzsch || || || || || |
seit1963 || || || || || |



Gedruckt auf:

Kern: Allegro Volume 90 x 64 cm BB 135 g/m²
Umschlag: Allegro Volume 102 x 72 cm BB 250 g/m²

Das Papier wurde zur Verfügung gestellt von
Berberich Papier GmbH



Fotonachweise in chronologischer Reihenfolge:

Marc Stickler | Doris Seebacher | AdobeStock |
Shutterstock | Pexels | Tiebeldruck | Aelxandra Serra |
Pixabay

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