

KOLLEKTIVVERTRAG*Das kann ganz schnell gehen*

WIEN. Österreichs Druckereimitarbeiter stehen vor einer ungewöhnlichen Situation: Sie haben keinen Kollektivvertragspartner auf Arbeitgeberseite. Ausschlaggebend für diese Konstellation ist laut dem privaten Verband Druck- und Medientechnik, der bis vor Kurzem noch der Verhandlungspartner aufseiten der Arbeitgeber war und nach einer Statutenänderung nicht mehr KV-fähig ist, dass die unternehmerischen Risiken bei der Anwendung des bestehenden Kollektivvertrags im Hinblick auf das novellierte Lohn- und Sozialdumping-Bekämpfungsgesetz unabwägbar seien.

Demonstration

Außerdem weigert sich die Fachgruppe Druck in der WKÖ, anstelle des privaten Verbandes Druck- und Medientechnik die KV-Verhandlungen zu führen, weil das Kollektivvertragswerk zu kompliziert ist und keine Rechtssicherheit geschaffen werden kann.

Aber genau vor diesem Mangel an Sicherheit warnen auch die Arbeitnehmervertreter, da einige Mitarbeiter künftig völlig ohne Kollektivvertrag dastehen. Infolgedessen hatte die Gewerkschaft GPA zu einer Demo vor der Wirtschaftskammer aufgerufen, zu der sich rund 300 Demonstranten einfanden; ihre zentrale Forderung an die WKÖ sind Verhandlungen zu einem bundesweiten Kollektivvertrag für alle Beschäftigten im grafischen Gewerbe. KV-Verhandler Christian Schuster, GPA, fürchtet ansonsten eine Verschlechterung der Arbeitsbedingungen.



© Katharina Reißboth

Jürgen Polterauer, Stefan Achter, Matthias Horx, Rainer Reichl und Moderator Martin Schwarz (v.l.).

Analoge Rache

Druck- & Medienkongress sieht die Digitalisierung in der Krise, die mit ihrem Tsunami dem Print den Rücken stärkt.

LINZ. 160 Unternehmer aus der Druck-, Medien- und Kommunikationsbranche waren der Einladung des Verbandes Druck & Medientechnik nach Linz gefolgt und diskutierten über den digitalen Tsunami und die damit verbundenen Chancen für Print.

Chance Print

Gerald Grünberger, Geschäftsführer des Verbandes Österreichische Zeitungen, VÖZ, ist überzeugt: „Je höher die Informationsflut, desto wichtiger werden Printmedien, die Orientierung stiften und Vertrauen schaffen.“

Gerald Watzal, Präsident des Verbandes Druck & Medientechnik, ergänzt: „Gedruckte Information bietet einen Anker, weil sie von den Konsumenten hochwertiger wahrgenommen und stärker mit Qualität und Glaubwürdigkeit assoziiert wird als Online-Information. Mit dem Werkzeug ‚Druck‘ allein ist es allerdings nicht getan. Es

braucht Konzepte, denn Kunden kaufen Lösungen. Das Werkzeug ist nur ein Mittel dorthin. Es liegt an uns Druckereien, dass wir Lust auf Gedrucktes machen.“

Grenzen verwischen

„Durch die Digitalisierung wachsen Agenturen und Druckereien immer stärker zusammen. In den Agenturen gibt es zunehmend weniger Printwissen. Die Beratung hat sich hin zu den Druckereien verschoben“, betont Rainer Reichl (Reichl und Partner). Jürgen Polterauer (Dialogschmiede) fragt sich, ob Print wirklich offline sei. Für ihn verschwimmen die Grenzen zwischen Digital und Print zunehmend: „Dialogmarketing ist datenbankgeprägt; das Medium ist relativ egal.“

„Es geht primär um die Frage, wie ich meine Zielgruppen am besten erreiche“, so Polterauer. Print habe dabei den enormen Vorteil der höheren Aufmerksamkeit, der Wertigkeit und der Haptik. Reichl berichtet, dass

große Versandhandelsunternehmen wieder zum Katalog zurückgekehrt sind: „Der Verzicht auf einen Printkatalog hat zu einem Umsatzeinbruch geführt.“ Allerdings sei Beratung das Schlüsselwort. „Wenn Druckereien nur die Standardlösung anbieten, dann werden sie austauschbar“, meint Polterauer. Reichl hält dagegen, dass auch die Unternehmen umdenken müssen. „Der Tod jeder Kreativität sind Matrixorganisationen. Diese machen die Menschen zu matrixgesteuerten Robotern, die nicht nach links und rechts schauen.“

Digitalisierung der Prozesse

Bereits Realität ist eine immer stärkere digitale Transformation in den Druckereien selbst: 88% der Unternehmen sehen sich dadurch betroffen. Diejenigen, die auch die Chancen dieses Veränderungsprozesses erkennen, werden als Gewinner hervorgehen“, sagt etwa Chris Budgen, CCO Emakina CEE. (skf)