



© Ludwig Schedl (2)

Propak-Experten

Was digitalisiert werden kann, wird digitalisiert: Das gilt auch für die Herstellung scheinbar so analoger Produkte wie jener aus Papier und Karton.

Hinweg mit den alten Schachteln!

Die Digitalisierung eröffnet Herstellern von Produkten aus Papier und Karton viele neue Möglichkeiten.

••• Von Paul Christian Jezek

WIEN. „Wir müssen die Digitalisierung als Riesenchance sehen“, sagt Georg-Dieter Fischer, Obmann Propak und CEO Smurfit Kappa Group Corrugated Central Europe. Rund 100 Unternehmen der Propak entwickeln Verpackungen für Konsumgüter, veredeln Produkte durch Bedrucken und Beschichten und kombinieren diese mit anderen Werkstoffen wie Aluminium, Kunststoff und Metall.

Ob Hygieneartikel, Tragtasche, Medikamentenschachtel, Getränkekarton, Broschüre, Spielkarte, Etikett oder Zigarettenpapier – allen gemeinsam ist die Notwendigkeit modernster Produktionsverfahren und -abläufe, und hier eröffnet die Digitalisierung für die Propak-Unternehmen, deren Mitarbeiter und den Standort Österreich eine Fülle neuer Möglichkeiten. „Der globale Wettbewerb wird über die Produktionskosten geführt, daher müssen

wir verstärkt mit Know-how und Innovationen punkten, um die individuellen Kundenwünsche immer schneller erfüllen zu können“, fordert Fischer.

Skills for the Future

Gerade die Digitalisierung und die demografische Entwicklung (Alterung, Migration) führen zu neuen Anforderungen an Berufe und Tätigkeiten in der Branche: Komplexere Aufgaben, der Umgang mit neuen Technologien an der Schnittstelle Mensch und Maschine sowie Team- und Projektarbeit bestimmen die Arbeitsabläufe.

Aus- und Weiterbildung sowie Re-Qualifizierungen auf allen Ebenen werden zukünftig eine (noch) größere Bedeutung erfahren. „Die Wirtschaft profitiert von einem exzellent ausgebildeten Facharbeiternachwuchs“, sagt Obmann Fischer. „Auf dem Heimmarkt Österreich erlebte unsere Branche 2016 Licht und Schatten – ein Spiegelbild zum

Jahr davor.“ Die Verkaufszahlen an Propak-Erzeugnissen weisen einen leichten Rückgang um –1,8% aus, bei einem wertmäßigen Rückgang von –1,7% auf 2,17 Mrd. €. Der Export ist hingegen leicht angestiegen. 2016 wurden 712.000 t (+1,1%) an Produkten aus Papier und Karton im Wert von 1,58 Mrd. € (+1,7%) exportiert. Die Exportquote der Bran-

che stieg wertmäßig auf 73%. „Somit ist der Export weiterhin eine große Stütze für unseren Industriesektor.“

Der hohe Preis- und Kostendruck werde sich weiter fortsetzen, meint Fischer. „Für 2017 erwarten wir keine grundlegende Änderung in der Charakteristik der europäischen Märkte. Im Gegensatz zum Vorjahr sollte jedoch ein leichtes Wachstum von ca. einem Prozent mengenmäßig erreichbar sein.“ Eine zusätzliche Herausforderung stellt gegenwärtig die Entwicklung der Rohmaterialkosten dar. Quer durch die Branche – ob Verpackungshersteller oder spezialisierte Zweige wie z.B. die Hülsenindustrie – sind die Unternehmen mit massiven Steigerungen der Papier-/Kartonpreise konfrontiert, die den starken Margendruck weiter verschärfen.



Georg-Dieter Fischer, Obmann Propak und CEO Smurfit Kappa Group.