



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

Digital(er) in die Zukunft, bitte

Auch die rund 100 Unternehmen der Propak müssen die Digitalisierung meistern.

... Von Paul Christian Jezek

WIEN. Der digitale Wandel ist in vollem Gange und durchdringt inzwischen alle Bereiche und alle Branchen. Von der smarten Produktion über die direkte Vernetzung mit Kunden und Lieferanten bis hin zu digitalen Geschäftsmodellen und neuen Anforderungen an Mensch und Arbeitsmarkt – was digitalisiert werden kann, wird digitalisiert.

Das gilt auch für die Herstellung scheinbar so analoger Produkte wie jener aus Papier und Karton. „Wir müssen die Digitalisierung als Riesenchance sehen“, verlangt Georg-Dieter Fischer, Obmann Propak und CEO Smurfit Kappa Group Corrugated Central Europe.

Fülle neuer Möglichkeiten

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.

Eine zusätzliche Herausforderung stellt gegenwärtig die Entwicklung der Rohmaterialkosten dar. Quer über die Branche – ob Verpackungshersteller oder spezialisierte Zweige der Propak wie z.B. die Hülsenindustrie – sind die Firmen mit massiven Steigerungen der Papier-/Kartonpreise konfrontiert, die den starken Margendruck weiter verschärfen.

Zahlen und Fakten

Überblick

Rund 100 Firmen der Propak entwickeln attraktive Verpackungen für Konsumgüter, veredeln Produkte durch Bedrucken und Beschichten und kombinieren diese mit Werkstoffen wie Aluminium, Kunststoff und Metall.

Ökonomie

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 Branche stieg wertmäßig auf 73%.