medianet.at Freitag, 21. Juni 2019 PAPIER, DRUCK & PACKAGING 43

••• Von Paul Christian Jezek

er diesjährige Druck-& Medienkongress im Salzburger Imlauer Hotel Pitter verstand sich als Plattform für das große Thema "Zukunft und Arbeit".

Trendforscher Franz Kühmayer vom Zukunftsinstitut ließ aufhorchen: "Die künstliche Intelligenz ist längst da – hat der Mensch noch eine Funktion?"

Er machte zugleich auch wieder Mut und hielt fest, dass uns die Digitalisierung unserer Menschlichkeit näherbringt: "Die Zukunft hält viel mehr Emotion als Analytik bereit. Digitalisierung ist vor allem für Klein- und Mittelbetriebe (KMU) eine Jahrhundert-Chance."

KI oder doch lieber Mensch?

Für Wirtschaftstreibende bedeute dies einen *Demokratisierungsprozess*, denn der technologische Wandel gleiche die Wettbewerbsbedingungen zwischen KMUs und großen Unternehmen an; Kühmayer: "Das muss "nur' gesehen und genutzt werden – immerhin sehen noch 25 Prozent der Führungskräfte diese Notwendigkeit nicht."

Das Angebot an Fachkräften werde weiter sinken: Diese These stellte Rudi Bauer, Managing Director der Karriereplattform StepStone, auf. "Die Herausforderung bleibt, geeignete Mitarbeiter zu finden und diese auch zu halten", rückte er die Menschen in den Mittelpunkt; ihnen muss gezeigt werden, dass sie wichtig und wertig sind. "Ein Vergleich zeigt deutlich, mit welchen Eigenschaften Menschen und Maschinen punkten: Künstliche Intelligenz kann analysieren, lernen, entwickeln und entscheiden. Sie wird jedoch an Charakter, Intuition, Kreation und die Seele eines Menschen nicht herankommen."

Hilfe im digitalen Wandel

Einen reichen Erfahrungsschatz aus Privatwirtschaft, Start-up-Szene sowie dem öffentlichen Sektor brachte Andreas Tschas, Direktor der Digitalisierungsagentur in Wien, mit.

Mit der Agentur unterstützt er österreichische KMU hinsichtlich Digitalisierung und hat die zentrale Aufklärungsplattform Digital Austria gegründet. Diese Plattform soll es ermöglichen, dass Unternehmen untereinander ihre Kräfte bündeln und



Experten beim Kongress Andreas Tschas, Ingeborg Dockner, Franz Kühmayer, Alexandra Zotter, Rudi Bauer (v.l.).

Schwerpunkte setzen, um Zukunftsthemen voranzutreiben.

Aus der Praxis berichtete auch Susanne Liechtenecker, Geschäftsführerin der Liechtenecker GmbH in Wien: "Die Relevanz und Notwendigkeit einer Zukunftsvision steht außer Frage. Wenn klar ist, wohin der Weg führt, gibt dies Orientierung. Die Zukunft muss für die Mitarbeiter erlebbar gemacht und soll gefühlt werden."

Diese klare Vision teilte Andreas Hermann, Geschäftsführer von Business Beat in Innsbruck: "Für Mitarbeiter muss ein Mehrwert geschaffen werden und die Sinnhaftigkeit des Tuns erkennbar sein. Eine zentrale Rolle dabei nehmen die Führungskräfte ein: Eine transformationale Führung, geprägt von einer Vertrauenskultur, Inspiration, intellektueller Anregung oder Förderung von Individual- und Gruppenzielen, kann dabei sehr dienlich sein."

Die Trends für den Druck

Zwar geht der Trend bei Printmedien nach wie vor hin zu kleineren Auflagen – doch es gibt mehr und innovative Titel. Einige Online-Plattformen wie die Rechercheplattform Addendum haben eigene Printausgaben etabliert, neue Wirtschaftsmedien sowie Special Interest-Magazine beleben den Markt, und auch Blogger gehen unter die Print-Autoren.

Auch im Bereich des Corporate Publishing gibt es Zuwächse. Die neue Lust am Herausgeben spiegelt sich auch in Neuerscheinungen bei Verlagen wider, die mit "books on demand" ein neues Zielpublikum ansprechen. Vom Fotobuch bis zum Kochbuch ist alles möglich. Praktisch jeder kann Herausgeber werden – eine Chance, die nicht nur professionelle Schreiber, prominente Personen oder Unternehmen nützen, sondern auch zunehmend Privatpersonen.

Big Data im Druck

Von Werbung nach dem Gießkannenprinzip haben sich schon viele Unternehmen verabschiedet. Aber nicht nur personalisierte Werbung liegt im Trend, sondern auch personalisierte Alltagsgegenstände – von der Müslipackung bis zum personalisierten Fahrradrahmen.

"Deshalb geht es bei immer mehr Druckaufträgen nicht mehr 'nur' ums Drucken, sondern um DSGVO-konforme Datenverarbeitung", erklärt Alexandra Zotter, Geschäftsführerin des Verband Druck & Medientechnik. "Die Frage ist nicht mehr, wer etwas druckt, sondern welche Druckerei die Kundendaten eines Unternehmens sicher und fehlerfrei mit Druckdaten verbinden kann."

Neben Druckern sind in den Druckereien zunehmend Programmierer und andere IT-Spezialisten im Einsatz – und auch das war ein wichtiges Motiv, warum der Verband Druck & Medientechnik den Druck- & Medienkongress den "neuen Arbeitswelten" als Chance gewidmet hat.

Printbutler-Service

Das Angebot bei medianet

Der Printbutler ist ein neutrales, kostenfreies Hilfsmittel, mit dem man projektspezifische Anfragen an Druckdienstleister versenden kann; in kürzester Zeit kommen dann entsprechende Offerte. https://medianet.at/printbutler

Die Anbieter

- Bauer Medien Produktions- und Handels-GmbH, 1030 Wien
- Herold Druck und Verlag AG, 1030 Wien
- Digital Laut GmbH, 1050 Wien
- Eclipse GmbH, 1200 Wien
- Druckerei Hans Jentzsch & Co GmbH, 1210 Wien
- Druckwerkstatt Handels GmbH, 1220 Wien
- Plakativ Werbetechnik GmbH & Co. KG, 1230 Wien
- Bösmüller Print Management GesmbH & Co. KG, 2000 Stockerau
 druck.at Druck- und Handelsgesellschaft mbH, 2544 Leobersdorf
- Ferdinand Berger & Söhne Ges.m.b.H., 3580 Horn
- Bellutti GmbH, 6020 Innsbruck