



Mitarbeiter gesucht

„Die Corona-Pandemie hat den Mangel an Fachkräften in unserer Branche nur vorübergehend gedämpft“, erklärt Marko Bill Schuster, COO von Mondi Func-

Filmreif

Imagefilm und Karriere-Videos sollen Fachkräfte und Lehrlinge anlocken.



© Propak (2)

tional Paper and Films. Trotz hoher Arbeitslosigkeit geben 80% der Unternehmen in einer aktuellen Umfrage an, dass die Verfügbarkeit insbesondere von Fachkräften schwierig ist, 20% können qualifizierte Jobs derzeit tendenziell nicht nachbesetzen.

Ähnlich ist die Situation bei den Lehrlingen: Zurzeit werden in den rund 85 Propak-Unternehmen 224 Lehrlinge in 18 verschiedenen Berufen ausgebildet. Theoretisch wäre da mehr möglich. „Es ist trotz des Angebots an attraktiven Karrierewegen schwierig, junge Arbeitskräfte in unsere Industrie zu holen“, so Schuster weiter. Neben dem generellen Image-Problem, unter dem Lehrberufe seit Langem leiden, habe im Vorjahr auch die Corona-Aufstiegs Klausel zu einem Rückgang an Lehrstellen-suchenden geführt.

Öko-Musterschüler

Sorge bereitet der Branche auch die Novelle des Abfallwirtschaftsgesetzes (AWG), durch seinen Fokus auf Mehrweg zu lasten der Kreislaufsysteme.

„Produkte aus Papier und Karton sind ein Bekenntnis zur Nachhaltigkeit“, weist Andreas Blaschke, Vorstand Mayr-Melnhof Packaging International, auf einen wichtigen Aspekt der Branche hin. „Der Anteil an Recyclingmaterial liegt durchschnittlich bei 75 Prozent, die Recyclingquote von Verpackungen aus Papier und Karton in Österreich sogar bei 90 Prozent und damit bereits heute klar über dem EU-Ziel von 75 Prozent bis zum Jahr 2025. Papierfasern können bis zu 25-mal rezykliert werden, das kann man durchaus als Mehrweg auf Materialebene sehen.“

Insgesamt herrscht in der Branche aber Optimismus – die Mehrheit der Unternehmen rechnet laut Propak-Umfrage für 2021 mit einem grundsätzlich soliden Wachstum, das

aber im Vergleich zur Gesamtkonjunktur potenziell flacher erwartet wird. Allerdings sind die Firmen mit hohem Druck auf die Wertschöpfung durch eine enorme Kosteninflation – nicht nur bei den Rohstoffen – konfrontiert. Propak-Obmann Fischer: „Die Zeiten sind herausfordernd, aber die Propak-Industrie ist eine nachhaltige und innovative Branche und bereit für den Aufschwung. Voraussetzung ist und bleibt die rasche Durchimpfung und Bekämpfung der Pandemie.“



© Propak/APA/Schedl

”

Die Zeiten sind herausfordernd, aber unsere Branche ist nachhaltig und innovativ und bereit für den Aufschwung. Voraussetzung ist und bleibt die rasche Durchimpfung und Bekämpfung der Pandemie.

Georg Dieter Fischer
Propak-Obmann

“

Imagekampagne

Um den Sektor insgesamt bekannter zu machen, seine Bedeutung sowohl für den Wirtschaftsstandort Österreich als auch das Erreichen der Nachhaltigkeitsziele zu unterstreichen und die vielfältigen und zukunftsicheren Karrieremöglichkeiten aufzuzeigen, um die Betriebe bei der Suche nach Fachkräften und Lehrlingen zu unterstützen, hat Propak die Kreativagentur MarkenStern mit der Produktion eines neuen Imagefilms und sechs Employer Branding-Videos sowie dem Relaunch des Corporate Designs beauftragt.