

STUDIE: WIRTSCHAFTLICHE BEDEUTUNG DER PROPAK

Im Auftrag der PROPAK hat das Industriegewerkschaftliche Institut (IWI) die „Struktur und wirtschaftliche Bedeutung der industriellen Hersteller von Produkten aus Papier und Karton in Österreich“ analysiert. Hier einige Ergebnisse in aller Kürze:

- Die PROPAK zählt 96 Firmen und beschäftigt 9.128 Mitarbeiter/innen in Österreich (Industriebetriebe, ohne Gewerbebetriebe).
- Die Betriebsgrößen liegen zwischen weniger als 20 und 500 Beschäftigten.
- Erzeugt wird eine Produktionsmenge von 1,1 Millionen Tonnen, der jährliche Produktionswert beträgt 2,2 Mrd. Euro.
- Rechnet man indirekte Effekte dazu, so generiert die PROPAK einen Produktionswert von rund 5 Mrd. Euro und eine Wertschöpfung von 1,6 Mrd. Euro.
- Sie schafft damit bis zu 33.017 Beschäftigungsverhältnisse. Dies entspricht einem Anteil von 0,76 Prozent aller Beschäftigungsverhältnisse in Österreich (Jahr 2012).

Die Leistungskraft der PROPAK zeigt sich jedoch nicht nur in den Unternehmen selbst. DDr. Herwig W. Schneider, Geschäftsführer des Industriegewerkschaftlichen Instituts (IWI): „Ein Euro an Wertschöpfung der PROPAK bewirkt 2,76 Euro an Wertschöpfung in der gesamten österreichischen Wirtschaft.“

Oder anders formuliert: „Ein Beschäftigter der PROPAK schafft 3,57 weitere Arbeitsplätze in Österreich!“

Produkte für den Endverbraucher

Ein Charakteristikum der Branche ist die klein- und mittelbetriebliche Struktur. Die durchschnittliche Betriebsgröße eines PROPAK-Unternehmens liegt bei 90 Beschäftigten. Neun von zehn Unternehmen der PROPAK gelten als KMU.

Kennzeichnend für die PROPAK ist auch ihre Position auf dem Markt. In der Regel geht das Produkt zum Endverbraucher. Direkt verbraucht werden hygienische Papierwaren, aber ebenso Verpackungen sowie Büro- und Organisationsmittel. Demzufolge ist die PROPAK gegen Ende der Wertschöpfungskette tätig.

Die Kernaktivitäten der Unternehmen der PROPAK umfassen die Erzeugung von Wellpappe, die Verarbeitung von Papier, Karton und Wellpappe, die Veredelung durch Bedrucken, Beschichten, Kaschieren und Laminieren sowie die Kombination mit anderen Werkstoffen wie Kunststoff, Aluminium oder Metall.

Zusätzlich ist die PROPAK vermehrt als Dienstleister auf dem Markt tätig. Mit ihrer Lösungskompetenz bietet sie serviceorientierte und maßgeschneiderte Produkte für den Transport, die Logistik, den Produktschutz, die Sicherheit und das Marketing an. Dadurch bietet die Umstellung der PROPAK einen deutlichen Mehrwert.

Unter den einzelnen Sektoren und Branchen der PROPAK stellt der Verpackungssektor mit einem Wertanteil von 47 Prozent den größten Bereich dar und produziert im Jahr 2013 700.000 Tonnen an Produkten im Wert von 1 Mrd. Euro.

Die Anforderung an die Verpackungstechnologie steigt mit dem technologischen Fortschritt. Dies geht einher mit zunehmender Internationalisierung und steigendem Wettbewerbsdruck. Unternehmen müssen modernere Technologien einsetzen, um dem Kostendruck und den Kundenwünschen gerecht zu werden. Dabei spielen Kreativität, Innovation und Kundenservice eine wichtige Rolle. Die Branche ist technologisch positioniert die steigenden Ansprüche der Kunden Richtung Null-Fehler Qualität zu erfüllen.

Neuer Studienlehrgang Verpackungstechnologie

„Die immer höher werdenden Anforderungen an die Qualifikation sind eine zentrale Herausforderung an die Unternehmen der PROPAK“, weiß Mag. Martin Widermann, Geschäftsführer der PROPAK. „Der Zugang zu gut qualifizierten Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen erweist sich oft schwieriger als der Zugang zu Kapital“. Die PROPAK leistet mit dem „Bildungsforum PROPAK“ einen wesentlichen Beitrag zur Abwicklung und Erweiterung des Ausbildungsangebotes.

Neben der klassischen Lehre Verpackungstechnik kann als zusätzliche Aus- und Weiterbildung der Industrielehrgang Verpackungstechnik oder die Seminarreihe Packaging Professional in Anspruch genommen werden. Und ab Herbst 2015 startet mit Unterstützung der PROPAK erstmals ein berufsbegleitender Fachhochschul-Studiengang Verpackungstechnologie.

Um sich auch im öffentlichen Bewusstsein als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren, hat die PROPAK unter dem Slogan „Packen wir’s!“ ein Employer Brand entwickelt und dafür die Website www.packenwirs.at eingerichtet. Diese soll insbesondere junge Menschen ansprechen, bietet Informationen zu Ausbildungen und zur Branche.