

Bedrohliche Entwicklung

Wie *Der Standard* (Wien) berichtet, sind in Österreich 2023 erstmals mehr Werbegelder an internationale Digitalkonzerne wie *Google*, *Meta*, *Amazon* und *TikTok* geflossen als an die österreichischen Medien.

Da es in Österreich eine Digitalabgabe und entsprechende Steuern gibt, die für Werbebuchungen gezahlt werden müssen, weiß man das dort so genau.

In Deutschland liegt der Anteil von *Google*, *Meta*, *Amazon* und *TikTok* an den medienübergreifenden Netto-Werbeumsätzen laut *OMG*, dem *Verband der Mediaagenturen*, auch schon bei etwa 38%.

So schafft auch Deutschlands Wirtschaft mit großem Erfolg die einheimischen Medien ab.



VERBÄNDE DRUCK UND MEDIEN

Crowdfunding-finanziertes Projekt zur Gewinnung von Auszubildenden

Rund 75% der Druckereien in Deutschland geben an, unter Fachkräftemangel zu leiden und Ausbildungsplätze könnten nicht besetzt werden, weil sich Jugendliche für andere Berufswege entscheiden. Der *bvdm* und die regionalen Verbände möchten mit dem Crowdfunding-Projekt ›hochDRUCK‹ eine Kampagne finanzieren, um junge Menschen in Social Media mit Influencern als Auszubildende für den Ausbildungsstart 2024 zu gewinnen.

Die Kampagne wird gemeinsam mit dem Personaldienstleister *Pratch GmbH* umgesetzt, wenn 50.000 € zusammenkommen. Über den Stand des Projektes informiert eine eigene Crowdfunding-Seite.

> www.startnext.de/hochdruck > www.bvdm-online.de



Ein Armutszeugnis für Print!

Print ist kein geeignetes Medium, um junge Leute anzusprechen. Das belegen jetzt die Druck und Medienverbände mit einem klassischen Eigentor. Social Media und Influencer sollen junge Menschen jetzt für einen Beruf in der Branche ködern. Ausgang ungewiss. Und ein Armutszeugnis zugleich!

Lassen sich Jugendliche nicht auch mit Print bewerben? Haben die bisherigen Kampagnen auf Ausbildungsbörsen nicht gewirkt oder die Plakate, mit denen zum Beispiel in U-Bahnen geworben wurde? Oder war das Budget zu klein?

Dann sollte Geld für eine Print-Kampagne gesammelt und die Republik großflächig mit Plakaten geflutet werden. Mit Werbung auf Taxis, in öffentlichen Verkehrsmitteln, auf schulnahen Werbeflächen, wo sich jungen Menschen auch aufhalten. Mit Werbung also, die lokal wirkt für den Beruf und auch für die ortsansässigen Druckereien.

So ließe sich nicht nur bei Jugendlichen der Bekanntheitsgrad der Branche steigern (was über Jahre versäumt wurde). Dann steigt auch das Interesse an der Branche insgesamt und ihren Berufen! Das kostet allerdings deutlich mehr als 50.000 Euro.

nico

MEEDIA Oberauer kauft zu

Zum 1. Januar 2024 kauft der österreichische Medienfachverlag *Oberauer* (*Kress*, *Medium Magazin*, *PR Report*, *Druck & Medien*) den Titel *Meedia* von der insolventen *BG Germany GmbH*. Damit stärkt der Verlag seine Position in der Medien- und Kommunikationsbranche und erlaubt den Eintritt in Richtung Marketing und Werbung, so die beiden Geschäftsführerinnen *DAGNY* und *VERENA OBERAUER*. Laut Verleger *Johann Oberauer* soll die gesamte Redaktion übernommen werden.

SAPPI Aus für Werk in Lanaken

Der Papierkonzern *Sappi* wird das belgische Werk Lanaken schließen. Darüber hatte das Unternehmen am 10. Oktober 2023 bereits informiert. Im Dezember wurde die Papierproduktion bereits eingestellt. Die endgültige Schließung soll im 2. Quartal 2024 abgeschlossen sein. Man habe sich auf einen Sozialplan für die 581 Mitarbeiter geeinigt, teilte *Sappi* mit.

Sappi Lanaken Mill ist eine integrierte Zellstoff- und Papierfabrik mit einer Produktionskapazität von 165.000 Tonnen (t) Zellstoff für die Herstellung von 530.000 t gestrichenem, holzfreien Papier, das hauptsächlich in Europa verkauft wird. Als Grund für die Schließung nennt *Sappi* den anhaltenden globalen Wirtschaftsschwung, der sich als härter erweise als erwartet. Andererseits ist die Reduzierung von grafischem Papier Teil der Strategie von *Sappi*. Stattdessen sollen Papiere für Verpackungen, Spezialpapiere sowie Zellstoff und Biomaterialien forciert werden.

RMS Zusammenlegung

Nach der Zusammenlegung der *BlickGruppe*, *Ringier Axel Springer Schweiz* (*Rasch*), *Ringier Advertising* und *Ringier Mediatech & Services* unter dem neuen Dach *Ringier Medien Schweiz (RMS)* kommt es zu einer Reorganisation. Die Gesamtkosten der Unit sollen um 5% reduziert werden, weshalb es zu einem Abbau von rund 75 Stellen kommt.