

 Kurznotiert

Pakt für Arbeit und Qualifizierung

350 Mio. Euro, 10 Mio. mehr als im Vorjahr und 103 Mio. mehr als 2020, werden heuer Land OÖ, AMS und Sozialministeriumservice über den Pakt für Arbeit und Qualifizierung in Aus- und Weiterbildung und damit gegen den Arbeits- und Fachkräftemangel investieren.

Vor allem jene Menschen, die es auf dem Arbeitsmarkt schwer haben, sollen profitieren. Dazu zählten LH Thomas Stelzer, LR Markus Achleitner und AMS-Geschäftsführer Gerhard Straßer Jugendliche, Frauen, ältere Menschen mit Beeinträchtigung und Menschen mit Migrationshintergrund. Obwohl praktisch Vollbeschäftigung (682.000 Beschäftigte) herrsche, seien 29.000 Arbeitslose – davon 9070 Langzeitarbeitslose – bei 32.000 offenen Stellen zu viel. Bei dieser Gruppe gehe die Tendenz zwar nach unten, man sei aber noch vom Vor-Corona-Niveau entfernt. 2019 gab es 8500 Langzeitarbeitslose in OÖ.

Sorgen bereitet Straßer zudem das Plus bei der Kurzarbeit wegen Problemen in den Lieferketten. Derzeit haben 5000 oö. Betriebe mit 30.000 Beschäftigten Kurzarbeit angemeldet.

Über 255.000 Förderungen

Heimische Betriebe haben im Vorjahr mehr als 255.000 Förderzusagen von der Förderbank des Bundes aws erhalten. Das entspricht circa 7,9 Mrd. Euro und einer Verfünfzigfachung der Zusagen im Vergleich zu 2019, erklärte diese Woche Wirtschaftsministerin Margarete Schramböck. Wenig verwunderlich war der Treiber dabei die Corona-Pandemie.



Reichl & Partner pflanzt für jede Kundenanfrage einen Baum, in Summe rund 1000 pro Jahr.

Werbung als Trendsetter in Sachen Ökologisierung

Die Kommunikationsbranche bringt Bewegung in das Thema Nachhaltigkeit. Sie ist es nämlich, die die Bilder von unserem Lebensstil entwirft, denen wir als Gesellschaft folgen.

Nachhaltigkeit ist gefragt. Ein viel verwendetes Wort, das einen verantwortungsvollen Umgang mit unseren Ressourcen beschreibt. Oft bleibt Nachhaltigkeit allerdings ein Lippenbekenntnis.

Wegweiser und Vorbild

Darum ist es für die Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation wichtig, nicht nur Wegweiser eines Trends zu sein, sondern auch Vorbild. „Wir haben die Ökologisierung der Branche eingeleitet und wir fangen damit gleich bei uns selber an. Wir setzen unser Aushängeschild, den Werbepreis Caesar, als ‚Green Event‘ um und wir haben im Wettbewerb eine eigene Kategorie ‚Kommunikation von Nachhaltigkeit‘ implementiert, bei der wir herausragende Beispiele prämiieren“, sagt Fachgruppenobmann Christoph Schumacher.



Obmann Christoph Schumacher

News aus der Sparte
Information + Consulting

**Wissen schafft
ökologische
Transformation**

Beispiele gibt es mittlerweile genug. Sie reichen von Werbung für ökologisch verantwortliches Investment über Kampagnen zum öffentlichen Verkehr bis zur Bürgerbeteiligung in Stadtteilen. „Nachhaltigkeit heißt sich einlassen und mitmachen“, sagt Johanna Wögerbauer von dailysketch.net. Als Grafikerin, Illustratorin und „Graphic Recorderin“ hinterlässt das One-woman-Unternehmen schon aus Überzeugung einen kleinen ökologischen Fußabdruck. „Nachhaltigkeit bringt Stabilität, bewahrt Ressourcen, kommt einer großen Gemeinschaft zugute und wird nicht in Zahlen, sondern in Lebens-

qualität bemessen“, ist das Credo der Linzer Unternehmerin.

Allein von der Größe her hat dagegen eine Agentur wie Reichl und Partner ganz andere Möglichkeiten. Neben der ökologischen Ausrichtung des Agenturalltags werden aktuell mehr als 1000 Bäume gepflanzt. „Recycle, repair, reduce, refuse. Das sind die Zauberworte einer nachhaltigen Konsumgesellschaft. Wir müssen es lernen, den ‚Rückwärtsgang‘ im Marketing einzulegen, um den Herausforderungen der Zukunft gerecht zu werden“, sagt Michael Piber, einer der Geschäftsführer der Agentur, und weiter: „Wir sind überzeugt, dass der Weg zur Nachhaltigkeit auch über neue Lösungen und Technologien führen wird. Als Kommunikationsagentur können wir einen wesentlichen Beitrag zur Meinungsbildung leisten, indem wir nachhaltige Lösungen als Kundennutzen in den Vordergrund stellen.“

Und Christoph Schumacher: „Wenn wir schon Verantwortung für unsere Branche übernehmen, dann so, dass wir mit unseren Schwerpunkten ihre Zukunftstauglichkeit fördern!“