

EXPORT today

IHRE WÖCHENTLICHE INFORMATIONSQUELLE RUND UM DEN EXPORT

Ausgabe 46/2018

Sichtbetonoptik

Kärntner Start-up drängt auf internationalen Markt.

Der Kärntner Baustoffspezialist K&W solutions KG will mit einer Eigenentwicklung den Markt der Sichtbetonoptik aufmischen. Hierzu haben die Absolventen der Fachhochschule für Bauingenieurwesen, Christoph Kühbacher und Andreas Wolfthaler, ein neuartiges Spachtelsystem entwickelt, mit dem man täuschend echte Betonoberflächen gestalten kann. Ziel ist es, die bisher nur im Industriebereich verbreitete Sichtbetonoptik auch für den Privatkunden zugänglich zu machen. Das Spachtelsystem ist nur für den Innenbereich anwendbar und bringt auch nur die optischen Eigenschaften von Beton mit sich. Nach zweijähriger F&E-Arbeit haben die Bauingenieure aus Spittal an der Drau nun eine Partnerschaft mit den Einhornwerken in Heidese



Sichtbetonoptik kann auch im Wohnzimmer elegant in Szene gesetzt werden.

(Brandenburg) geschlossen, um die Vermarktung schneller voran zu bringen. Die Produktion erfolgt in Deutschland, die Vermarktung für Österreich und weitere Länder von Kärnten aus.

www.tsp.at

Inhalt

Digitalisierung drängt	02
Ausbildungsinitiative	02
Strategisch Daten verwalten	03
Exporthoffnung Usbekistan	05
Aktionstage für den Handel	06

Top-Erfolg

PORR-Übernahme finalisiert.

Im August 2018 hat die PORR die Vertragsunterzeichnung über die Abtretung sämtlicher Anteile der ALPINE Bau CZ a.s. an die PORR bekanntgegeben. Mit der Freigabe durch die zuständigen Wettbewerbsbehörden erfolgte nun das Closing der Übernahme. Mit der Akquisition stärkt die PORR ihre Marktposition in Tschechien und erlangt wichtige strategische Vorteile. Das Unternehmen wird zur Gänze unter der tschechischen Tochter PORR a.s. in den Konzern eingegliedert.

www.porr.at

Fokus

Skiindustrie im Aufwind

Besondere Chancen bestehen durch Olympia 2022

Der Skisport ist wieder „trendy“. So hat sich der weltweite Alpinski Markt bei 3,1 bis 3,2 Millionen Paar und der weltweite Skischuhmarkt von 3,4 bis 3,5 Millionen Paar zum Positiven entwickelt. Diese positive Entwicklung spüren auch die österreichischen Wintersport- und Ski-Marken Atomic, Blizzard, Fischer und Head in ihren Auftragsbüchern. Die Exportquote liegt bei rund 80 Prozent. Über 2.000 Mitarbeitern fertigen Produkte in Top-Qualität für den österreichischen und die weltweiten Märkte. Die Kernmärkte sind hier Frankreich, Österreich, Schweiz und

Italien. Der Anteil des Verleihs am Weltmarkt hat sich zwischen 50 und 60 Prozent eingependelt. Die olympischen Spiele in Peking 2022 sind ein wichtiger Impuls für den Wintersport. Die chinesische Regierung hat sehr ehrgeizige Pläne. Skisport soll als Sport in die Breite entwickelt werden, das birgt für die österreichischen Skiausrüster bzw. die österreichische Skiindustrie sehr großes Wachstumspotential. Nun geht es darum, Österreich als den globalen Leader im Wintersport zu positionieren.

Ihre EXPORT today-Redaktion

www.holzindustrie.at

Impressum

EXPORT today wird vom Observer beobachtet.

Medieneigentümer, Redaktionsadresse: New Business Verlag GmbH, 1060 Wien, Otto-Bauer-G. 6, Tel.: +43/1/235 13 66-0, **Konzept, Gestaltung und Produktion:** New Business Verlag GmbH **Chefredaktion:** Melanie Wächter (melanie.waechter@newbusiness.at), Max Gfrerer (max.gfrerer@newbusiness.at) **Projektleiterin:** Sylvia Polak **Geschäftsführer:** Lorin Polak (+43/1/235 13 66-300, lorin.polak@newbusiness.at) **Artredaktion:** Gabriele Sonnberger (gabriele.sonnberger@newbusiness.at) **Hinweis:** Im Sinne der leichteren Lesbarkeit werden geschlechtsspezifische Bezeichnungen nur in ihrer männlichen Form angeführt. Dies impliziert keinesfalls eine Benachteiligung des jeweils anderen Geschlechts. Frauen und Männer mögen sich von den Inhalten unseres Newsletters gleichermaßen angesprochen fühlen.

www.newbusiness.at



IT als den Faktor für die Wettbewerbsfähigkeit Österreichs anzuerkennen, ist eine langjährige Forderung des Fachverbandes UBIT.

Digitalisierung drängt

Eine Umfrage des Future Business Austria (FBA) bestätigt die Notwendigkeit zur Umsetzung des digiNATION Masterplans.

Seit Jahren fordern wir die Realisierung eines Maßnahmenkatalogs, der im Ministerium für Digitalisierung und Wirtschaft eine Umsetzung erfahren hat. Aber nach wie vor sind viele Forderungen von Seiten der Politik offen. Nun bestätigt auch die jüngste Studie des Future Business Austria alle unsere Forderungen. Das ist zwar erfreulich, gleichzeitig aber traurig, da Jahre tatenlos verstrichen sind“, sagt Alfred Harl, Obmann des Fachverbandes für Unternehmensberatung, Buchhaltung und Informationstechnologie (UBIT) und führt weiter aus: „Neben einer Vision für unseren Standort sind die Fachkräfteförderung, der Ausbau der Infrastruktur und das Fitmachen der Unternehmen mit KMU Digital rasch umzusetzen.“ Im Rahmen einer Studie des Future Business Austria (FBA) wurden 240 Managerinnen und Manager großer österreichischer Unternehmen befragt: Laut Bericht sind 68 Prozent der Meinung, gut ausgebildete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter seien der Schlüssel für eine funktionierende Wirtschaft. 61 Prozent legen Wert auf gute Infrastruktur; darunter halten 91 Prozent der Manager/-innen die Informationstechnologie als wichtigsten Faktor für die Wettbewerbsfähigkeit Österreichs. Der digiNATION Masterplan des Fachverbandes UBIT empfiehlt Maßnahmen und

Prozesse, damit Unternehmen im digitalen Zeitalter weiterhin innovativ und vor allem wettbewerbsfähig bleiben. „Dieser Bericht ist ein weiterer Beweis dafür, dass die Digitalisierung eine einheitliche Umsetzung braucht. Sie muss zur Chefsache erklärt werden“, so Harl.

digiNATION Masterplan: Forderungen nach Know-How und Infrastruktur

„Die Forderungen der Managerinnen und Manager sind identisch den Forderungen des digiNATION Masterplans“, so Harl und ergänzt: „Mit der Gründung der Digitalisierungsagentur, dem Plan 3.000 neue Programmier-Lehrstellen zu schaffen und weiteren Maßnahmen gibt es schon Schritte in die richtige Richtung.“ Auch die KMU-Digitalisierungsstudie des Fachverbandes UBIT vom heurigen Jahr zeigt den Handlungsbedarf.

Laut dem FBA-Bericht wäre mit ausreichender digitaler Infrastruktur das Potenzial gegeben, die Produktivität der Unternehmen um 15,5 Prozent zu steigern. Gemessen am BIP von 2017 ergäbe die Potenzialhebung eine zusätzliche Wertschöpfung von rund 57 Milliarden Euro für den Wirtschaftsstandort Österreich. „Daran dürfen wir nicht vorbeigehen“, sagt Harl. <

www.ubit.at

Vorreiter

Österreichischer Handelsverband kooperiert mit der FH Wiener Neustadt.

E-Commerce boomt! Die österreichische Wirtschaft sucht für diesen rasant wachsenden Sektor exzellent ausgebildete und sofort einsetzbare ExpertInnen. Aus diesem Grund hat die FH Wiener Neustadt bereits vor einem Jahr den Master-Studiengang E-Commerce am Marketing Campus Wieselburg ins Studienangebot aufgenommen. Neben der erfolgreichen Onlinevermarktung von Produkten und Dienstleistungen liegt der Ausbildungsschwerpunkt in der Entwicklung und Erforschung digitaler Einkaufswelten. Studiengangsleiter Rainer Neuwirth hat die führenden Köpfe des österreichischen Onlinehandels für die Ausbildung vereint. Im Zentrum der Kooperation steht der Wissens- & Know-how-Transfer zum Thema Onlinehandel. So steht der Handelsverband als Inputgeber für E-Commerce-relevante Entwicklungen zur Verfügung. Darüber hinaus geben VertreterInnen des Handelsverbandes als Gast-Speaker im Rahmen von Lehrveranstaltungen ihr Know-how an die Studierenden weiter.

Onlinevertrieb als Erfolgsfaktor

„Gerade im Handel sind sofort einsetzbare Kompetenzträger für den Onlinevertrieb ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Darüber hinaus gewährleistet diese Kooperation den intensiveren Know-how-Transfer aus der Praxis und attraktive Karrierechancen für unsere Absolventen im österreichischen Handel. Eine Win-Win Situation für beide Seiten“, so Rainer Neuwirth.

„Gut ausgebildete Mitarbeiter im E-Commerce werden von der Wirtschaft händerringend gesucht, denn ein professioneller Webshop ist heute auch für viele filialisierte Händler ein Muss“, sagt Rainer Will, Geschäftsführer des Handelsverbandes. Im Fokus dieser Ausbildung stehen Kompetenzen zur erfolgreichen Online-Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen. Bewerbung sind bis zum 30. Juni 2019 unter onlinebewerbung.fhwn.ac.at möglich. <

www.handelsverband.at

Daten als strategisches Instrument

Hätten Sie gedacht, dass in Österreich inzwischen vier von fünf Führungskräften (80 %) Gehaltsdaten von Beschäftigten brauchen, um geschäftliche Entscheidungen zu treffen? Zu diesem Ergebnis kommt eine internationale Untersuchung des HR-Dienstleisters SD Worx.

Im digitalen Zeitalter setzen viele Unternehmen vermehrt auf die Aussagekraft von Gehaltsdaten, auch in unserem Land. Diese Tatsache wertet die Gehaltsabrechnung in den Unternehmen auf und gibt ihr jenseits der reinen Administration eine neue Bedeutung – die Analyse von Gehaltsdaten wird zum strategischen Instrument.

Was wird mit den Gehaltsdaten analysiert?

Doch wofür werden die Gehaltsdaten genau verwendet? Auch das geht aus der Umfrage von SD Worx hervor: So dienen für 57 % der in Österreich Befragten die Daten aus der Gehaltsabrechnung am ehesten zur Vorbereitung auf Mitarbeitergespräche, Frankreich belegt hier mit zwei Dritteln (66 %) den Spitzenplatz. Auf dem zweiten Platz liegt das Thema Mitarbeiterleistung und Mitarbeiterbindung: Mehr als die Hälfte (53 %) der österreichischen Führungskräfte nutzt Gehaltsdaten, um Aussagen über die Leistung von Mitarbeitern und deren Bindung an das Unternehmen zu erhalten, nur in Irland liegen diese Werte noch einen Prozentpunkt höher.

Probleme bei der Datenerfassung

Wie schon erwähnt, nutzen die meisten Unternehmen in Österreich Gehaltsdaten für strategische Analysen. Dennoch sehen hierzulande satte 42 % der Probanden (große) Schwierigkeiten bei der Bereitstellung der relevanten Daten aus dem Abrechnungssystem, insbesondere mit Blick auf die internationale Gehaltsabrechnung. Hier können vor allen Dingen multiple Systeme und das Thema



Maria Macho,
Sales & Marketing
Manager HR
Services bei SD
Worx

Wofür werden Gehaltsdaten verwendet? Der HR-Dienstleister SD Worx liefert Antworten.



Compliance zu Hindernissen werden, ebenso wie die mangelnde Genauigkeit der Daten.

Künstliche Intelligenz und HR

Die Umfrage brachte übrigens auch Erkenntnisse zu kommenden Technologien im Personal- und Abrechnungswesen: Gut die Hälfte (51 %) der Befragten in Österreich hält Blockchain in der Branche für wichtig oder sogar unabdingbar, in Bezug auf künstliche Intelligenz und Automatisierung sind es sogar 52 %. Diese Ergebnisse unterstreichen die Bedeutung moderner Technologien für HR und Payroll.

Fazit

Die Ergebnisse der Umfrage verdeutlichen die wachsende Bedeutung aussagekräftiger Gehaltsdaten für das Unternehmen – eine gute Nachricht für HR- und Lohnexperten! Dennoch bleiben auf diesem Weg noch technologische Hürden.

Das Schlusswort gehört der Analyse des HR-Experten Sigurd Seifert von SD Worx: „Diese Umfrage zeigt die Bedeutung aussagekräftiger Gehaltsdaten für die Strategie des gesamten Unternehmens auf. Nichts ist heutzutage wichtiger als der Mitarbeiter im Unternehmen – das haben die Führungskräfte begriffen. HR-Analysen liefern wertvolle strategische Daten. Es gilt, daraus die richtigen Schlussfolgerungen zu ziehen.“ Die vollständige Umfrage finden Sie hier: <https://go.sdworx.com/gss/survey-report>

Über SD Worx

Als führender europäischer Anbieter von Dienstleistungen in den Bereichen Gehaltsabrechnung und HR stellt SD Worx weltweite Dienstleistungen in den Bereichen Payroll, HR, rechtliche Unterstützung, Schulung, Automatisierung, Beratung und Outsourcing zur Verfügung. Das Unternehmen ist kundenorientiert, setzt auf digitale Führung und ist auf internationales Wachstum ausgerichtet. Heute vertrauen mehr als 65.000 große und kleine Unternehmen weltweit auf SD Worx und seine über 70-jährige Erfahrung.

Die 4.150 Mitarbeiter von SD Worx sind in zehn Ländern tätig: Belgien (Firmensitz), Deutschland, Frankreich, Irland, Luxemburg, Mauritius, Niederlande, Österreich, Vereinigtes Königreich und Schweiz. SD Worx berechnet die Gehälter von rund 4,4 Millionen Mitarbeitern und erzielte 2017 einen Umsatz von 443 Millionen Euro. SD Worx ist Mitbegründer der Payroll Services Alliance, eines weltweiten strategischen Netzwerks aus führenden Personalabrechnungsunternehmen, die insgesamt 32 Millionen Gehaltsabrechnungen durchführen. <

www.sdworx.com



THE
ICON
VIENNA

NAHE AM WIENER ZENTRUM

Flexible
Büroflächen
ab 390 m²



HWB 14,5 kWh/m².a



WIENS ERSTE ADRESSE FÜR
DIE BUSINESSWELT VON MORGEN.

Visionäre Officekultur für zukunftsorientierte Unternehmen, nahe am Zentrum und mit Direktzugang zum Wiener Hauptbahnhof. Beziehen Sie eine moderne Bürowelt inmitten renommierter Nachbarschaft für eine neue Ära der Arbeits- und Lebensqualität.

- 10 MIN MIT DER U-BAHN INS STADTZENTRUM
- 15 MIN MIT DEM RAILJET ZUM FLUGHAFEN
- VIELFÄLTIGE NAHVERSORGUNG, FITNESSCENTER
- ATTRAKTIVE LANDMARK-ARCHITEKTUR
- UNVERBAUTE FERNSICHT ÜBER GANZ WIEN



Erfahren Sie mehr im Magazin
THE ICONOMIST

[THE-ICON-VIENNA.com/magazin](https://www.the-icon-vienna.com/magazin)

THE-ICON-VIENNA.com
vermietung@sigma.at | +43 5 99 98 999

EIN PROJEKT VON
SIGMA

Reformfeuerwerk in Usbekistan

WKO-Wirtschaftsdelegierter Rudolf Thaler sieht immense Rot-weiß-rote Chancen im bevölkerungsreichsten Land Zentralasiens.



Usbekistan zählt zu den am schnellsten wachsenden Volkswirtschaften der Welt.

Der seit zwei Jahren amtierende Staatspräsident Mirziyoyev entfachte ein ambitioniertes Reformfeuerwerk, das wesentlich zur Stabilität der Region beiträgt. Der ausgeprägte Reformwille wirkt als Game-Changer. Usbekistan setzt auf Entrepreneurship, Privatisierung und Öffnung“, berichtet der für Usbekistan zuständige Wirtschaftsdelegierte in Almaty, Rudolf Thaler.

Usbekistan, das über große Bodenschätze verfügt, zählt zu den am schnellsten wachsenden Volkswirtschaften der Welt. Die Devisenbringer sind Erdgas und Gold, zudem ist das Land der siebtgrößte Baumwollproduzent und Top 5 Baumwollexporteur weltweit. Auslandsinvestoren reagierten positiv auf die Währungsliberalisierung, weitere Reformen im Rechts- und Steuerbereich werden umgesetzt. Usbekistan normalisierte das vorher angespannte Verhältnis zu den Nachbarstaaten – Russland und China sind die größten Wirtschaftspartner. Mit

den USA wurden die Wirtschaftsbeziehungen nach dem Treffen beider Staatspräsidenten im Weißen Haus auf eine neue Ebene gehoben.

Austro-Chancen im 32-Millionen-Einwohner-Markt

Das bevölkerungsreichste Land Zentralasiens, das mit 32 Millionen Einwohnern flächenmäßig fünfmal so groß ist wie Österreich, ist ein attraktiver Zukunftsmarkt für österreichische Unternehmen. Die heimischen Exporte nach Usbekistan in Höhe von 42 Millionen Euro (2017) entsprechen allerdings bei weitem nicht dem Potenzial. Etwa 40 österreichische Unternehmen sind mit Niederlassungen oder einem Partner vor Ort vertreten. „Chancen für österreichische Unternehmen ergeben sich beispielsweise in den Bereichen Infrastruktur, Öl und Gas, im boomenden Agrobusiness, Gesundheitswesen und Industriemodernisierung“, betont Wirtschaftsdelegierter Thaler. Die usbe-

kische Automobilindustrie ist nach Russland die größte in der GUS. Im Fokus ist der Bau von Solar- und Wasserkraftwerken – ebenfalls zwei österreichische Stärkefelder.

Förderung von IT und Startups

Der usbekische Staatspräsident strebt eine rasche Entwicklung des IT-Sektors an. Es entstehen Co-Working Spaces und Business Inkubatoren. Der IT-Anteil an der Wertschöpfung soll von derzeit 1,9 Prozent bis 2021 auf 4 Prozent mehr als verdoppelt werden. Qualifizierte Start-ups werden bis 2028 mit Steuerfreiheit und geringen Arbeitgeberabgaben gefördert.

„Im April 2019 plant die AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA der Wirtschaftskammer eine Wirtschaftsmission nach Tashkent. Das ist die ideale Möglichkeit, die dynamische Entwicklung vor Ort kennenzulernen und Gespräche mit potenziellen Partnern zu führen“, lädt Thaler zur Teilnahme ein. <

<http://news.wko.at/oe>

Black Friday und Cyber Monday

Die heiße Phase für das Weihnachtsgeschäft startet am 23. November. Der stationärer Handel und Onlineshops können von Aktionstagen profitieren.



Einen Rekordumsatz von 27,5 Milliarden Euro gab es für Alibaba beim Singles Day 2018.

Der 11. November – auch bekannt als „Singles Day“ – wird insbesondere bei jungen Menschen von Jahr zu Jahr beliebter. Das liegt nicht nur an den zahlreichen Veranstaltungen für Alleinstehende, sondern vor allem daran, dass sich der Singles Day zum größten Onlineshopping-Tag der Welt, dem „Global Shopping Festival“, entwickelt hat. Allein der chinesische Online-Shopping-Gigant Alibaba erzielte am vergangenen Wochenende einen neuen Rekordumsatz von 31 Milliarden Dollar, umgerechnet rund 27,5 Milliarden Euro. Ein Wachstum von 27 Prozent im Vergleich zu 2017.

Mittlerweile wird der Singles Day aber auch in Europa verstärkt als Shopping-Aktionstag genutzt. Mehr als 180.000 Brands waren heuer an Bord, darunter viele internationale Marken wie Adidas, L'Oréal, Mondelez oder P&G. Über 40 Prozent der großteils chinesischen Konsumenten kauften internationale Marken.

E-Commerce Association: Handelsverband hilft bei Cross Border Initiativen
Der internationale Handel ist eine zentrale Säule für eine florierende Volkswirtschaft.

Daher setzt sich der Handelsverband für einen möglichst ungehinderter Zugang zu globalen Märkten ein, für unbürokratische Abwicklung, faire Verzollung und eine solide Supply-Chain. Im Rahmen der Handelsverband E-Commerce Association stehen interessierten Unternehmen hierfür drei Plattformen und Initiativen zur Verfügung. Die Plattform „E-Commerce & Cross Border“ richtet sich an jene Mitglieder des Handelsverbands, die im Versandhandel oder E-Commerce tätig sind, und stellt u.a. die Vernetzung mit europäischen Verbänden wie EMOTA sicher.

Die brandneue Initiative E-Commerce Heroes vernetzt Online-Shopping-Experten, Agentur-Mitarbeiter, Händler, Freischaffende, Techniker, Journalisten und Wissenschaftler mit E-Commerce Fokus in einer offenen Community. Das Kick-Off Event „Good Morning E-Commerce“ findet am 7. Dezember in Wien statt.

gateway2asia wiederum ist Teil der Mittelstandsinitiative retail24/7 des Handelsverbandes. Gerade kleine und mittelständische Händler können sich bei der Eroberung neuer Märkte keine Fehler leisten. Der Han-

delsverband will mit gateway2asia einen Beitrag leisten, um Qualitätsprodukte „Made in Austria“ noch professioneller zu platzieren, etwa auf Alibabas führendem B2C-Marktplatz Tmall.

Black Friday & Cyber Monday:

Österreicher wollen 300 Euro ausgeben
Während in Asien der Singles Day also weiterhin unangefochten an der Spitze der populärsten Aktionstage liegt, setzen die heimischen Händler vor allem auf den „Black Friday“ am 23. November, sowie auf den „Cyber Monday“ am 26. November. Zwei Drittel der Österreicher geht an diesen beiden Tagen auf Schnäppchenjagd, wie eine aktuelle Consumer Check Umfrage des Handelsverbandes ergeben hat. Im Alterssegment der unter-29-Jährigen planen sogar ganze 86% einen Einkauf.

„Die österreichischen Konsumenten werden heuer beim Black Friday und Cyber Monday im Schnitt respektable 300 Euro ausgeben – um 22 Prozent mehr als 2016“, erklärt der Handelsverband-Geschäftsführer Rainer Will.

www.handelsverband.at

NEW BUSINESS

**Alles, was
Sie für Ihr
Business
brauchen!**



DAS NEW BUSINESS PAKET um nur 33 Euro!

Abonnieren & profitieren Sie!

Hotline: 01/235 13 66-100

Fax: 01/235 13 66-999

E-Mail: sylvia.polak@newbusiness.at

- Ja, ich bestelle NEW BUSINESS für ein Jahr (elf Ausgaben) um nur 33 Euro.
- Ja, ich bestelle das Vorteilsabo NEW BUSINESS für zwei Jahre (22 Ausgaben) um nur 55 Euro.