

NEW BUSINESS

EXPORT

HALLO WELT! Die erste Expo in einem arabischen Land.



Ausgabe 02 | Dezember 2019 | EUR 5,90

GESPRÄCHE

Unternehmenslenker & Branchenkenner im O-Ton zu Entwicklungen aus der Vergangenheit und mit Prognosen für die Zukunft.

VERHANDLUNGEN

Die Europäische Union, China, Singapur, Japan – Abkommen erleichtern den weltweiten Handel.

AUSZEICHNUNGEN

Preise, Awards und Pokale für Unternehmen im und aus dem In- und Ausland stärken die internationalen Beziehungen.



**COSA Xentaur
und hl-trading –
das Top-Team
für Taupunkt-
messung in
Österreich.**

Taupunkt-Transmitter LPDT

**Weltweit kleinster Zwei-Leiter-Taupunktmessumformer
mit Display und voller Benutzeroberfläche.**

- > Messbereiche: -65 bis +20°C TP / -100 bis +20°C TP
- > Große Messgenauigkeit – durch einen proprietären Produktionsprozess, der zu einer sehr dünnen, gut definierten Oxyd-Schicht führt
- > Unübertroffene Temperaturstabilität
- > Schnelle Ansprechzeit – durch sehr kleine Porengeometrie
- > Sehr hohe Resistenz gegen korrosive Gase
- > Schnelles Austrocknen
- > Lange Lebensdauer des Sensors

Messlösungen für die Petrochemie-, Energie-,
Umwelt-, Pharma-, Halbleiter- und Kunststoffindustrie.



COSA Xentaur steht für robuste und kosteneffektive Instrumentierungssysteme, wenn vom Anwender höchste Messanforderungen verlangt werden.

Vertrieb Österreich:

– hl-trading gmbh –

Rochusgasse 4 T. +43-662-43 94 84
5020 Salzburg F. +43-662-43 92 23
e-mail: sales@hl-trading.at
www.hl-trading.at



MIT ABSOLUTER GÜLTIGKEIT



RUDOLF N. FELSER,
CHEFREDAKTION

„DIE MEISTEN unserer Importe kommen aus dem Ausland“, sagte schon der ehemalige US-Präsident George W. Bush. Übrigens eine der wenigen seiner Aussagen, die absolute Gültigkeit besitzen – auch für Österreich. Im Umkehrschluss gehen die meisten – wenn nicht fast alle – Exporte ins Ausland.

Der Löwenanteil der heimischen Ausfuhren hat ein nicht allzu weit entferntes Ziel und landet bei unseren deutschen Nachbarn. Von Jänner bis Juni 2019 waren es aktuellsten Zahlen zufolge Exporte im Wert von fast 23 Milliarden Euro. Dafür haben wir im Gegenzug Einfuhren in Höhe von fast 28 Milliarden Euro bezogen. Deutschland ist für Österreich ein wichtiger Handelspartner, aber auch Österreich ist für Deutschland von größerer Bedeutung, als mancher meinen möchte. In seinem Beitrag ab *Seite 44* geht Hans Dieter Pötsch, Präsident der Deutschen Handelskammer in Österreich, genauer auf dieses Thema ein und führt ein paar interessante Fakten ins Feld.

DARF'S EIN BISSLER MEHR SEIN?

In die Vereinigten Arabischen Emirate haben österreichische Unternehmen im selben Zeitraum um rund 221 Millionen Euro exportiert. Ein ganz ordentlicher Wert (wenn auch um 7,2 Prozent weniger als im Vorjahreszeitraum), aber durchaus noch ausbaufähig, wenn Sie mich fragen. Vielleicht kann ja die 2020 stattfindende Weltausstellung in Dubai, wo sich Österreich der Welt auf spektakuläre Weise präsentieren wird, dazu beitragen, diese Zahlen künftig noch ein bisschen in die Höhe zu schrauben.

Noch dazu handelt es sich dabei um die erste Expo, die im arabischen Raum stattfindet. Was man sich hierzulande alles dafür überlegt hat, können Sie in unserer ausführlichen Coverstory ab *Seite 12* nachlesen.

WACHSTUMSMÄRKTE IM VISIER

Asien hat im ersten Halbjahr 2019 um rund 6,8 Milliarden Euro bei uns eingekauft, und damit um 4,5 Prozent mehr als im ersten Halbjahr 2018. Auch dort ist sicher noch Potenzial vorhanden. Mit verschiedenen Abkommen wird versucht, die guten Handelsbeziehungen in die dortigen Wachstumsmärkte zu verbessern. Was in dieser Hinsicht zum Beispiel mit China (*Seite 72*), Japan (*Seite 10*) und Singapur (*Seite 76*) ausverhandelt wurde, können Sie ebenfalls in der aktuellen Ausgabe von NEW BUSINESS EXPORT nachlesen.

Außerdem haben wir natürlich wieder viele spannende Interviews, nützliche Hinweise und interessante Beispiele mit, von und aus der österreichischen Wirtschaft zusammengetragen. Nehmen Sie sich also ruhig ein wenig Zeit zum Schmökern.

Zum Abschluss noch ein weiteres Zitat, diesmal von einem ... hüstel ... unbekanntem Chefredakteur: „Die meisten unserer Magazine sind zum Lesen.“ Ich finde, das dürfen Sie sich ruhig zu Herzen nehmen! ◆

Viele interessante Ein- und Aussichten mit dieser Ausgabe von NEW BUSINESS EXPORT wünscht Ihnen Ihr Rudolf Felser!

COVER-THEMA



Auf nach Dubai

In knapp einem Jahr ist es so weit: Unter dem Motto „Connecting Minds, Creating the Future“ findet in Dubai in der rund 170-jährigen Expo-Geschichte die erste Weltausstellung in einem arabischen Land statt. Daraus ergeben sich auch große Chancen für Österreich.

Seite 12–20

INHALT

ZU LANDE, ZU WASSER, IN

22 GROSSE CHANCEN Alexander Winter, Vorstandsvorsitzender der Schenker & Co AG, im Interview über sein erstes Jahr im CEO-Sessel, digitale Angebote und Nachhaltigkeit.

26 LUFT NACH OBEN Business-Aviation leistet einen wesentlichen Beitrag für Europas und Österreichs Wirtschaft.

28 ERST VERTRAUENSBASIS SCHAFFEN Wolfgang Huemer, Geschäftsführer von Zoller Austria, im Gespräch über internationalen Erfolg und 30 Jahre Firmen-Geschichte.

32 SMARTES BILLIONEN-BUSINESS Seit 2017 ist der Einsatz intelligenter Fabriken global um ein Drittel gestiegen.



Seite 26–27



Seite 32–33



Seite 44–46



Seite 50–58

© Expo Austria/Ars Electronica Solutions-Bleed-querkraft (12–20), Gellinger/Pixabay (26–27), dieindustrie.at/Mathias Kniepeiss (32–33), DHK (44–46)

IMPRESSUM

Medieneigentümer-, Herausgeber- und Chefredaktionsanschrift: NEW BUSINESS Verlag GmbH **Geschäftsführung:** Lorin Polak **Chefredaktion:** Rudolf N. Felser **Redaktion:** Bettina Ostermann **Art-Direktion:** Genius Graphics Gabriele Sonnberger **Anzeigenleitung:** Lorin Polak **Anzeigen Exportmedien:** Marcus Kellner, Aniko Kellner **Coverfoto:** Expo Austria/querkraft-bagienski **Verlagsanschrift:** NEW BUSINESS, Otto-Bauer-Gasse 6/4, 1060 Wien, Tel.: +43/1/2351366-0; Fax: +43/1/2351366-999, info@newbusiness.at **Verlagspostamt:** 1060 Wien **Druck:** Hofeneder & Partner GmbH. Alle Rechte, auch die Übernahme von Beiträgen nach § 44 Abs. 1 und 2 Urheberrechtsgesetz, sind vorbehalten.

DER LUFT UND RUND UM DEN ERDBALL

34 MAN SPRICHT ZOLL

Alexander Hanisch, Geschäftsführer von prodata, im Interview über die Entwicklung des Zolls in Österreich.

42 STRENGE VORGABEN

Bei Geschäftsbeziehungen mit Behörden in der EU gilt es regionale Eigenheiten zu beachten.

44 TOP-PARTNER

Die Wirtschaftsbeziehungen zwischen Österreich & Deutschland sind intensiv. Statement von DHK-Präsident Hans Dieter Pötsch.

48 GOLD FÜR CHINA

Zum neunten Mal wurden beim CONSTANTINUS International Award vorbildliche Projekte aus aller Welt ausgezeichnet.

50 AUSGEZEICHNET

Zum 14. Mal vergab die Prüfungs- und Beratungsorganisation EY ihren Entrepreneur Of The Year Award an die herausragendsten Unternehmer des Landes.

62 STOLZES ERBE

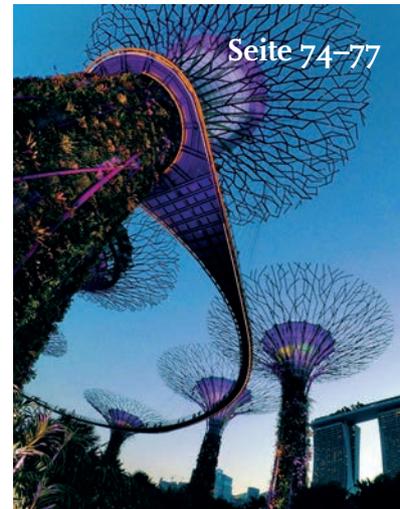
Österreichische Familienunternehmen setzen klare Signale für die Zukunft.

64 NACHHALTIG ERFOLGREICH

Sonnentor beliefert aus dem Waldviertel mehr als 50 Länder mit nachhaltigen Produkten aus biologischer Landwirtschaft.

66 SCHNULLER FÜR DIE WELT

Schnuller von MAM machen Babys und Eltern rund um den Globus froh.



Seite 74-77

72 KÜRBISKERNÖL WIRD

GESCHÜTZT Durch ein Abkommen werden künftig hundert europäische geografische Angaben in China geschützt und umgekehrt.

74 SINGAPUR, WIR KOMMEN!

Im November ist das Handelsabkommen zwischen der EU und Singapur in Kraft getreten.



Seite 64-65



Seite 66-69



Seite 72-73

Point of View (50-58), Sonnentor (64-65), MAM Babyartikel (66-69), Asycrafft Adnan/Pixabay (72-73), Andreas Dimas/Pixabay (74-77)

Offenlegung nach § 25 Mediengesetz:

Unabhängiges österreichweites Magazin, das sich mit der Berichterstattung in den Bereichen Wirtschaft, Kultur, Export, Recht und Lifestyle beschäftigt. Der Nachdruck, auch auszugsweise, sowie anderweitige Vervielfältigung sind nur mit vorheriger Zustimmung der Herausgeber gestattet. Für die Rücksendung von unverlangt eingesandten Manuskripten und Bildmaterial wird keine Gewähr übernommen. Namentlich gekennzeichnete Beiträge stellen nicht unbedingt die Meinung der Redaktion dar.

AIK-TOCHTER**Brückenkopf nach CEE**

1



+ AIK Energy, ein in London ansässiges, international tätiges Energie- und Rohstoff-handelsunternehmen, launcht eine Tochtergesellschaft in Österreich. Die neue Niederlassung übt eine Brückenkopffunktion für die Expansion in die Region CEE & SEE aus. Die Leitung der Tochtergesellschaft übernimmt Gabrielle Costigan, ehemals OMV-Managerin sowie Geschäftsführerin der WeXelerate GmbH.

HIRTENBERGER**Verkauf an Ungarn**

2



+ Hirtenberger hat den Verkauf seiner Defence-Sparte abgeschlossen. Die Sparte wird von HDT Defence Industrial, einem ungarischen Unternehmen im Staatseigentum, übernommen. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart. Der Eigentümerwechsel soll keine unmittelbaren Auswirkungen auf den Standort, den Firmennamen der Defence-Sparte, das Management oder die Mitarbeiter haben.

MANIPULATIONSSICHERE KASSENSYSTEME

SÜSSER DIE KASSEN NIE KLINGELN

+ **AB DEM 1. JÄNNER 2020** müssen die rund zwei Millionen Kassensysteme in Deutschland manipulationssicher sein. ETRON, österreichischer Komplettanbieter für Kasse, Warenwirtschaft und E-Commerce, hat in Österreich bereits 6.000 seiner Systeme bei Kunden im Einsatz und schießt jetzt zu den Nachbarn. Für den Markteintritt in Deutschland und den Ausbau des Vertriebsnetzwerks hat man sich etwas Besonderes einfallen lassen: Anfang November wurde auf der Plattform Conda eine Crowdfunding-Aktion gestartet. Investoren wird eine Rendite von 29 Prozent per annum prognostiziert. Mit den gewonnenen Mitteln soll vor allem die Weiterentwicklung der ETRON-on-Retail-Software vorangetrieben werden. „Wir sehen uns als Partner des Handels auf dem Weg in die Digitalisierung“, sagt Markus Zoglauer, Geschäftsführer von ETRON (Bild). Nachdem das ursprüngliche Finanzierungsziel von 300.000 Euro nach rund einer Woche erreicht worden war, wurde es sogar auf 500.000 Euro erhöht.

An der Digitalisierung führt kein Weg vorbei: „Digitalisierung wird zunehmend zu einer unumgänglichen Überlebensstrategie, auch schon für den kleinen Einzelunternehmer. Mit der von ETRON geschaffenen Plattform können Unternehmer ihr Softwarepaket modular und nach Bedarf um Kassen, Warenwirtschaft oder E-Commerce erweitern. Wesentliche betriebliche Bereiche ihres Unternehmens lassen sich optimieren und digitalisieren. Das führt zu deutlicher Zeitersparnis und messbarem Geschäftserfolg“, so Zoglauer.

ETRON konnte bereits in Österreich Erfahrung sammeln und ein umfangreiches Know-how bei Manipulationsschutz und Kassenslösungen aufbauen. Aufgrund der Registrierkassenverordnung wurde in Österreich das Händlernetz auf 100 Vertriebspartner ausgebaut, und auch die Kundenzahl wuchs von 1.200 auf 6.000. Mit der Einführung der Registrierkassenpflicht 2016 und der Sicherheitsverordnung (RKSv) 2017 zeigte sich in Österreich, dass diese vor allem kleinen und mittleren Unternehmen neue Möglichkeiten im Bereich Digitalisierung eröffnen. Nun steht auch in Deutschland mit 1. Jänner 2020 eine Gesetzesänderung in Bezug auf manipulationsgeschützte Kassen an. ◆

3



NEUE FACILITIES DES PHARMADIENSTLEISTERS

ABF ERÖFFNET „BREXITSICHEREN“ STANDORT

+ **DER PHARMADIENSTLEISTER** ABF Pharmaceutical Services hat Anfang November seine neuen Facilities im 23. Wiener Gemeindebezirk präsentiert. Der Komplettdienstleister für Import, Export und Herstellung von Medikamenten in klinischen Studien, seit 2016 Tochter der GBA-Gruppe, sieht Wien als „Brexit Safe Haven“. Das 2004 in Wien gegründete Unternehmen hat deshalb, und aufgrund stark wachsender Nachfrage der internationalen Pharma- und Biotech-Branche, seine Kapazitäten am neuen Standort um das 2,5-Fache erweitert. Die Gesamtfläche wurde auf 2.750 Quadratmeter aufgestockt. Hochmoderne Verarbeitungsanlagen bieten 1.089 Palettenplätze (948 Plätze

bei Raumtemperatur, 141 Kühllager), fünf Verpackungsräume (Primärverpackung, Sekundärverpackung, Kühlkette) und ein GMP-Lager für Prüfpräparate und Handelsware. Derzeit sind 38 Mitarbeiter bei ABF beschäftigt, ihre Anzahl soll in den nächsten drei Jahren verdoppelt werden. ◆

**NACH FRANKREICH
MED TRUST expandiert**

+ **MED TRUST**, ein österreichischer Hersteller von In-vitro-Diagnostika und Medizinprodukten, expandiert nach Frankreich. Die Diabetesprodukte der Premiummarke Wellion werden über die neue Niederlassung mit Sitz in Nouvelle-Aquitaine (Region Bordeaux) vertrieben. Werner Trenker, CEO der burgenländischen Mutter: „Österreichische Produkte haben in Frankreich einen sehr guten Ruf.“

**TAKEDA IN ORTH
Marchfeld-Biologika**

+ Das biopharmazeutische Unternehmen Takeda stärkt seinen Standort in Österreich mit dem Start einer modernen Arzneimittelproduktionsreihe in Orth an der Donau. Dort entstehen 60 zusätzliche Arbeitsplätze für Fachkräfte. Produziert werden Biologika, die unter anderem dem Ersatz körpereigener Proteine dienen. Sie werden in aufwendigen Herstellungs- und Aufreinigungsprozessen gewonnen.

PRODUKTION VON IMPFSTOFFEN**Pfizer investiert 50 Millionen Euro in Orth an der Donau**

+ Mit einem symbolischen Spatenstich hat das Pharmaunternehmen Pfizer im Sommer den Startschuss für einen umfassenden Ausbau seiner Produktionsstätte im niederösterreichischen Orth an der Donau gegeben. Insgesamt 50 Millionen Euro werden in die Errichtung neuer Labors für ein internationales Qualitätskontrollzentrum für Impfstoffe, in den Bau moderner Büroflächen sowie in die Modernisierung und



« Die Investition von Pfizer ... ist ein bedeutender Meilenstein, der hoch spezialisierte Arbeitsplätze in der Region sichert und den Wirtschafts- und Pharmastandort Österreich stärkt. »

ROBIN RUMLER, GESCHÄFTSFÜHRER
PFIZER CORPORATION AUSTRIA

Erweiterung der bestehenden Infrastruktur zur Impfstoffproduktion investiert. 2021 sollen die neuen Räumlichkeiten eröffnet werden.

© ABF/Valerie Oberreiter (4), pov.at (5), Takeda (6), Pfizer/Andreas Hroß (7)

NEUERSCHEINUNG

Brexit: Farce & Tragödie



1

+ Mitte November ist das Buch „Brexit: Farce und Tragödie“, herausgegeben vom Institut für die Wissenschaften vom Menschen im Rahmen des Projekts Europe's Futures, erschienen. Der Sammelband geht in Form von Aufsätzen zahlreicher Autoren auf die grundlegenden Fragen ein, welche der Brexit an die heutige Politik, die Demokratie und Europa allgemein stellt.

KOOPERATION

Exportkreditgarantien



2

+ Die Exportkreditagenturen Deutschlands, Österreichs und der Schweiz wollen stärker zusammenarbeiten. Eine entsprechende Vereinbarung haben die Vorstände von Euler Hermes (Deutschland), der Oesterreichischen Kontrollbank AG (OeKB) und der SERV (Schweiz) getroffen. Die Zusammenarbeit betrifft den Bereich der staatlichen Exportkreditgarantien und soll Exportchancen verbessern.

© Passagen Verlag (1), Nattanan Kanchanaprat/Pixabay (2), C. Jobst/PIID (3)

NETEXPLO SMART CITIES 2020

WIEN GEWINNT „SMART CITY“-AUSZEICHNUNG

+ **WIENS SOZIALER** Wohnbau ist ein weltweites Vorbild, wie jetzt auch die UNESCO anerkennt. Anlässlich des Internationalen Tags der Städte (World Day of Cities) am 31. Oktober haben UNESCO und Netexplo, ein Unternehmen im Feld der Zukunfts- und Innovationsforschung, zehn Weltstädte für ihre Spitzenleistungen in bestimmten Gesellschaftsfeldern prämiert. Wien erhält den Preis für seine „innovative, intelligente, vernetzte und ausdrücklich nachhaltige“ Wohnbaupolitik.

Hoherfreut zeigte sich Bürgermeister Michael Ludwig über die Auszeichnung Wiens: „Dieser Award ist eine weitere hochrangige, internationale Auszeichnung, die unsere Anstrengungen im Bereich Smart City würdigt und uns in unserem Bestreben sowie der konsequenten Umsetzung unserer Smart-City-Strategie bestätigt“, so Ludwig. „In all unserem Tun und Handeln steht stets die Verbesserung der Wohn- und Lebensqualität der Wienerinnen und Wiener im Mittelpunkt. Wir gestalten die Zukunft unserer Stadt und schaffen Lösungen für die vielfältigen Herausforderungen. Diese Auszeichnung ist ein weitere Ansporn für uns, die positive Entwicklung weiter voranzubringen.“

Bei der Entscheidung der Jury wurden vor allem die jeweiligen Antworten auf die Frage, wie das Bevölkerungswachstum im Einklang mit dem Wohlbefinden der Bewohnerinnen und Bewohner gesteuert werden kann, bewertet. Neben Wien wurde Shenzhen in China für seine Fortschritte im öffentlichen Verkehr gewürdigt, weiters Dakar im Senegal für seine Impulse im Bildungswesen, Singapur für sein Null-Karbon-Ziel, Tallin in Estland für seine „digitale Transformation“ und Austin in den USA für Mobilität. Die weiteren Preisträgerstädte sind: Espoo in Finnland, Medellín in Kolumbien, Santiago de Chile, Surat in Indien. Überreicht werden die Auszeichnungen kommenden März beim „Smart Cities Accelerator Forum“ in Paris. ◆



INGRAM MICRO COMET COMPETITION

BUDGET FÜR ÖSTERREICHISCHE START-UPS

+ **DIE GLOBALE COMET COMPETITION** von Ingram Micro Cloud kürte im November die nächste Generation der Technologie-Start-ups im Bereich Cloud. 150 von ihnen folgten dem Aufruf in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Als Erstplatzierter gewann apoQlar aus Deutschland 100.000 US-Dollar an Go-to-Market-Unterstützung. Presono und dox42, zwei österreichische Teilnehmer, freuten sich über den zweiten Platz und erhielten jeweils 50.000 US-Dollar Budget. Presono aus Linz verbessert mit seiner Lösung den Präsentations-Workflow, während die Komplexität gleichzeitig reduziert und die Art des Präsentierens auf ein „neues, interaktives Level“ – so das Unternehmen – gehoben wird. Die Lösung dox42 aus Wien wiederum ermöglicht es, automatisiert komplexe Dokumente zu generieren und dabei Daten, Bilder, Tabellen, dynamische Diagramme und Textbausteine aus unterschiedlichen Datenquellen, wie beispielsweise SAP oder Dynamics, einzubinden. ♦



Die Lösung dox42 aus Wien wiederum ermöglicht es, automatisiert komplexe Dokumente zu generieren und dabei Daten, Bilder, Tabellen, dynamische Diagramme und Textbausteine aus unterschiedlichen Datenquellen, wie beispielsweise SAP oder Dynamics, einzubinden. ♦

NEUSEELAND

OMV verkauft Anteil



+ Die OMV hat den Verkauf ihres 69-Prozent-Anteils am Maari-Feld im neuseeländischen Offshore-Becken Taranaki an Jadestone Energy Inc. vereinbart. Der vereinbarte Verkaufspreis beträgt 50 Millionen US-Dollar. Stichtag der Transaktion ist der 1. Jänner 2019. Der Abschluss der Transaktion ist auch vorbehaltlich der Zustimmung des Joint Ventures und der neuseeländischen Regierung.

CONSTANTIA FLEXIBLES

Zweites Werk in Russland



+ Der österreichische Verpackungshersteller Constantia Flexibles hat den Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung an der russischen Unternehmensgruppe TT abgeschlossen. Das Werk in Woskressensk (jetzt Constantia TT) produziert vorrangig Verpackungen für die Pharmaindustrie. Constantia TT ist, neben Constantia Kuban, das zweite Werk von Constantia Flexibles in Russland.

KOOPERATION MIT PLUG AND PLAY

VIG und Wiener Städtische docken im Silicon Valley an

+ Die Vienna Insurance Group (VIG) und die Wiener Städtische Versicherung sind neue „Founding Partner“ der Innovationsplattform Plug and Play Tech Center. Mit der Kooperation können sie interessensspezifische Themen mit Start-ups in Wien, München und im Silicon Valley erarbeiten und auf ein Netzwerk von über 15.000 vorab geprüften Start-ups zugreifen. VIG und Wiener Städtische sind nach dem Flughafen Wien der zweite gemeinsame „Founding Partner“, die höchste Kooperationsform, die das kalifornische Innovationsunternehmen mit Sitz in Sunnyvale im Silicon Valley anbietet. Plug and Play wurde im Februar 2006 gegründet und hat sich darauf spezialisiert, Start-ups mit Investoren und namhaften Unternehmen zusammenzubringen. Plug and Play hat mittlerweile weltweit über 30 Niederlassungen und verfügt über mehr als 300 Kooperationspartner auf der ganzen Welt aus allen Branchen.



© Ingram Micro (4), OMV (5), Constantia (6), Peggy und Marco Lachmann-Anke/Pixabay (7)

EUROPEAN BEER STAR Silber für Edelweiss



1

Das Weizenbier Edelweiss holte mit den Sorten Hefetrüb und Alkoholfrei beim international renommierten Bierwettbewerb „European Beer Star“ jeweils Silber, und zwar in den Kategorien „South German-Style Hefeweizen hell“ sowie „Non-alcoholic Hefeweizen Top fermented“. Edelweiss wird nach überlieferter alter Weizenbiertradition von 1646 im oberösterreichischen Zipf gebraut.

WODKA LINIA So eine Flasche



2

WODKA LINIA aus Österreich wurde in London wieder mehrfach ausgezeichnet und von der Fachjury der International Wine & Spirit Competition höchst prämiert. Die Wodkamarke hat im letzten Jahr das renommierte Qualitätssiegel „Gold Outstanding“ geholt und heuer erneut mit einer Top-Wertung von 90 Punkten ihre Position bestätigt. Auch das Design der Flasche überzeugte die Jury.

© Brau Union Österreich (1), WODKA LINIA (2), BMDW/BKA (3)

150 JAHRE ÖSTERREICHISCH-JAPANISCHE FREUNDSCHAFT

WIRTSCHAFTSPARTNERSCHAFTSABKOMMEN

UMGERECHNET DREI GOLDENE oder zwei Radium-Hochzeiten hat dieses Verhältnis schon Bestand: Österreich und Japan begingen im Oktober das 150-jährige Jubiläum ihrer bilateralen Beziehung. Am 18. Oktober 1869 wurde mit der Unterzeichnung des Freundschafts-, Handels- und Schiffsvertrags der Grundstein dafür gelegt. Das im Februar zwischen der EU und Japan besiegelte Wirtschaftspartnerschaftsabkommen ist da wie ein Schlagobershäubchen. „Das Wirtschaftspartnerschaftsabkommen zwischen der EU und Japan ist sicherlich der Höhepunkt der gemeinsamen Jahre“, sagte Marc Fähndrich, Leiter für Wirtschaftspolitik in der Vertretung der Europäischen Kommission in Österreich, im Oktober bei einer Festveranstaltung im Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort. Das Abkommen ist am 1. Februar in Kraft getreten. „Unternehmen und Verbraucher in der EU und Japan können nun von der größten offenen Handelszone der Welt profitieren“, ergänzte Fähndrich.

Das Wirtschaftspartnerschaftsabkommen hat einen neuen Marktplatz geschaffen, der rund 640 Millionen Menschen bedient und auf den fast ein Drittel des globalen Bruttoinlandsprodukts entfällt. Ein Kernpunkt ist die weitreichende Abschaffung von Zöllen. Nach Japan exportierende EU-Unternehmen sparen dadurch jährlich rund eine Milliarde Euro. Zudem schützt das Abkommen besondere europäische Produkte, wie z. B. den Tiroler Speck. Die EU und Japan haben sich auch auf ehrgeizige Standards für nachhaltige Entwicklung geeinigt, und der Text des Abkommens enthält ein ausdrückliches Bekenntnis zum Pariser Klimaschutzübereinkommen. Die EU hat 2018 Waren im Wert von 64,8 Milliarden Euro nach Japan ausgeführt. Damit lag das Land auf Platz sechs der wichtigsten EU-Exportdestinationen. Die Warenimporte lagen bei 70,3 Milliarden Euro, womit Japan der siebentgrößte Einfuhrpartner der EU war. Die Ausfuhren von Dienstleistungen erreichten im Vorjahr 34,2 Milliarden Euro und die Einfuhren in die EU 19,3 Milliarden Euro. Aus österreichischer Perspektive ist Japan der mit Abstand zweitwichtigste Markt in Asien und der dritt wichtigste Handelspartner in Übersee. ◆



3

HEIMISCHE ERFOLGSSTORYS AUS ZENTRALASIEN GESUCHT

SILK ROAD BIZ AWARD 2020

+ **DAS AUSSENWIRTSCHAFTSCENTER ALMATY** der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA in der WKÖ prämiert zum zweiten Mal Spitzenleistungen heimischer Unternehmen in Zentralasien mit dem „Silk Road Biz Award“. Die Erfolge in den fünf zentralasiatischen Ländern Kasachstan, Kirgistan, Tadschikistan, Turkmenistan und Usbekistan sollen Österreichs Unternehmen anspornen, sich mit dieser Wachstumsregion auseinanderzusetzen. Eine Bewerbung ist bis 25. Dezember 2019 mittels Mail als „Bewerbungs-Pitch“ an das AußenwirtschaftsCenter Almaty unter almaty@wko.at möglich. Die Preisträger des „Silk Road Biz Award 2019“ kommen aus Salzburg und der Steiermark. Andritz

erhielt den Auftrag zur Modernisierung des größten Kraftwerks in Tadschikistan, die Firma Kogler stattete in Almaty das Interieur des größten Kinos in Kasachstan aus. Oberhofer Stahlbau lieferte für das Eisstadion in Taschkent, Usbekistan, die größte Stahlkonstruktion Zentralasiens. ◆

**ENERGY GLOBE****Umweltpreis für HPT**

+ Die Hubert Palfinger Technologies (HPT) mit Sitz in Salzburg hat in der finnischen Stadt Espoo den „Energy Globe World Award 2019“ – einen der renommiertesten internationalen Umweltpreise – erhalten. In der Kategorie „Luft“ wurde das Unternehmen für die Entwicklung eines halb automatisierten Schiffsanstrichs ausgezeichnet, der die Belastung auf die Umwelt gleich mehrfach reduziert.

CHINA**Fernost-Zukunftsreise**

+ 13 österreichische Unternehmen und Forschungseinrichtungen aus der IKT-Branche reisten im Rahmen von go-international vom 17. bis 22. November nach China. Sie sollten das Marktpotenzial ausloten. Die Reise führte in die chinesischen Innovations-Hotspots Hangzhou, Jiaying, Schanghai, Nanjing und Peking. Das AußenwirtschaftsCenter Shanghai der WKÖ begleitete die Teilnehmer.

CHANCEN FÜR HEIMISCHE BETRIEBE**WKÖ-Afrikatag 2019 – Megatrends & Zukunftsmärkte**

+ „Fünf der zehn wachstumsstärksten Länder weltweit liegen inzwischen in Afrika. Für die österreichische Wirtschaft bedeutet das: Wir müssen unsere Präsenz vor Ort rasch deutlich aus-

bauen!“, betonte Jürgen Roth, Vizepräsident der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ), Anfang November bei der Eröffnung des Afrikatags 2019.

WKÖ-Generalsekretärin Mariana Kühnel skizzierte jene fünf Megatrends, die die Unternehmen beim Markteinstieg in Afrika begleiten und auch im Fokus des Afrikatags 2019 standen: eine rasch wachsende Bevölkerung mit steigender Kaufkraft, ein rasanter Industrie- und Infrastrukturausbau, ungenutzte Ressourcen und die schnelle Einführung neuer Technologien. Die größten Chancen für heimische Betriebe bestehen der WKÖ zufolge insbesondere in den Bereichen Anlagenbau, Infrastruktur, Konsumgüter, Medizintechnik, Lebensmittelverarbeitung, Automotive, Umwelttechnik und Wasseraufbereitung.



© sejob/Pixabay (4), Olli Urpela (5), shanghai/Pixabay (6), tracycoper082/Pixabay (7)

AUF NAC



In knapp einem Jahr ist es so weit: Unter dem Motto „Connecting Minds, Creating the Future“ findet in Dubai in der rund 170-jährigen Expo-Geschichte die erste Weltausstellung in einem arabischen Land statt.

© Pexels/Pixabay

HI DUBAI





14

© Expo 2020 Dubai



AM 20. OKTOBER 2020 beginnt die große Weltausstellung in Dubai. Die Vorbereitungen sind bereits in vollem Gang, auch beim Österreich-Pavillon hat nun die Bauphase begonnen. Den feierlichen Spatenstich vor Ort übernahmen die österreichische Regierungskommissärin Beatrix Karl und Najeeb Mohammed Al-Ali, Executive Director des Dubai Expo 2020 Bureau, am 29. Oktober 2019.

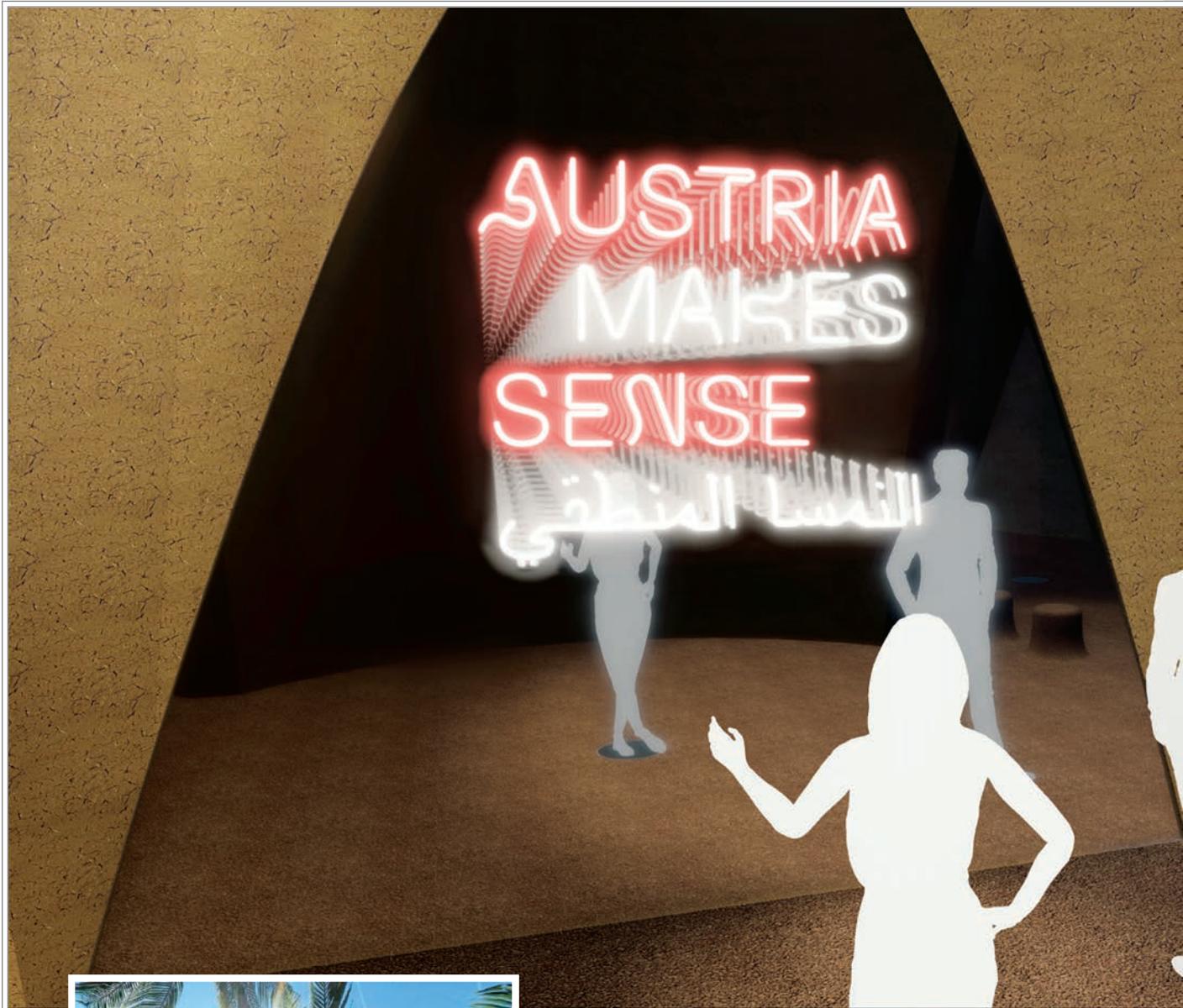
STATE OF THE ART: KEGELKOMPLEX MIT INTELLIGENTEM KLIMA-ENGINEERING

Österreichs Pavillon wird sich als Ensemble aus 38 ineinander verschnittenen Kegeln präsentieren. Im Inneren werden sie mit Lehm verputzt. Der älteste Baustoff der Erde und ein intelligentes Ventilative-Cooling-Konzept werden auf natürliche Weise für ein angenehmes Raumklima sorgen. Im Sinne des Expo-Mottos „Connecting Minds“ verbindet der Pavillon so arabische Bautradition mit dem österreichischen Know-how von einer integralen Gebäudeplanung und aktuellen klimasensitiven Verfahren.

„Wir präsentieren uns in Dubai als weltoffenes Land, das sich mit innovativen und kreativen Lösungen globalen Herausforderungen stellt. Von außen weckt der Pavillon die Neugier, im Inneren präsentieren wir in spektakulären Raumsequenzen eine inspirierende Entdeckungsreise, die sinnliche und digitale Erlebnisse zu einem stimmigen Ganzen zusammenführt“, sagte Regierungskommissärin Beatrix Karl.

Globale Trends auf der Expo mit dem höchsten Anteil internationaler Gäste

Die Expo Dubai wird 2020 der Hotspot für einen internationalen Wissenstransfer und die Präsentation zukunftsweisender Innovationen sein. Österreich wird mit seinem Auftritt an vorderster Front mit dabei sein. Der Pavillon wird im thematischen Sektor Opportunity errichtet, der gemeinsam mit Sustainability und Mobility die drei Fokusbereiche der Expo Dubai bildet. „Es ist mir eine Freude, Regierungskommissärin Beatrix Karl und ihr Team für den ersten Spatenstich des österreichischen Pavillons hier auf dem Expo-Gelände zu begrüßen. Wir freuen uns darauf, Österreichs innovativen und spannenden Beitrag in weniger als einem Jahr während der Expo 2020 zu erleben“, so Najeeb Mohammed Al-Ali, Executive Director des Dubai Expo 2020 Bureau. Inklusion ist bei der Expo Dubai ein zentraler Wert. Sie wird auch so international sein wie keine Weltausstellung zuvor: 70 Prozent der Besucherinnen und Besucher werden aus dem Ausland kommen.



Die Expo 2020 stellt die Frage nach Zukunftsvisionen über das Zusammenleben in einer vernetzten Welt.

MEGABAUSTELLE EXPO: 200 LÄNDER UND ORGANISATIONEN ARBEITEN AN IHREN PRÄSENTATIONEN

Auf dem Expo-Areal wird generell auf Hochtouren gearbeitet: Rund 32.000 Menschen sind auf dem Gelände beschäftigt, mehr als 100 Millionen Arbeitsstunden wurden bereits aufgewendet. Darüber hinaus haben sich schon 30.000 Volunteers gemeldet. Für die Gartengestaltung wurden 40.000 Sträucher und 13.000 Bäume auf dem Gelände gepflanzt, an den Gebäuden auf dem 440 Hektar großen Areal wird intensiv gearbeitet. Soeben wurde etwa



VIP-BEREICH UND ÖSTERREICH-TAG: BÜHNE FÜR ÖSTERREICHS WIRTSCHAFT

Der österreichische Expo-Auftritt wird von einem umfangreichen Rahmenprogramm im In- und Ausland begleitet. „Während der Expo steht heimischen Unternehmen und Delegationen im Pavillon ein eigener VIP-Bereich zur Verfügung. Unterschiedliche Eventformate vom Workshop bis zum Talk werden ein aktives Networking und neue Geschäftsbeziehungen ermöglichen. Wir haben bereits erste Buchungen für Veranstaltungen“, sagt Beatrix Karl. Rund drei Wochen nach dem Expo-Start wird Österreich dann ganz im Zentrum der Weltausstellung stehen: Mit einem vielfältigen Programm wird der Österreich-Tag am 12. November 2020 den Höhepunkt der heimischen Expo-Beteiligung bilden.

ILAB: GENIALE IDEEN AUS ÖSTERREICH FÜR DIE HERAUS- FORDERUNGEN VON MORGEN

Wie kein anderes Veranstaltungsformat bieten Weltausstellungen ein Forum für bedeutende Zukunftsthemen, auch die Expo 2020 wird ein Katalysator für den Wandel sein und

richtungsweisende Entwicklungen präsentieren. Österreich wird in Dubai mit dem iLab einen Ausstellungsbereich für inspirierende Lösungen, überraschende Produkte und zukunftsweisende Dienstleistungen reservieren. Eine Fachjury wird 40 Cutting-Edge-Innovationen auswählen, die abwechselnd präsentiert werden.

BISHER GRÖSSTE VERANSTALTUNG IM ARABISCHEN RAUM

Dubai ist einer der Tourismus-Hotspots am Persischen Golf, mit besten Flugverbindungen und einer gut ausgebauten Infrastruktur. Die Expo soll der Destination zusätzlichen Auftrieb geben. Die meisten Besucher werden aus Indien, Saudi-Arabien, China, Großbritannien und den USA erwartet. „Die Expo Dubai wird die größte Veran-

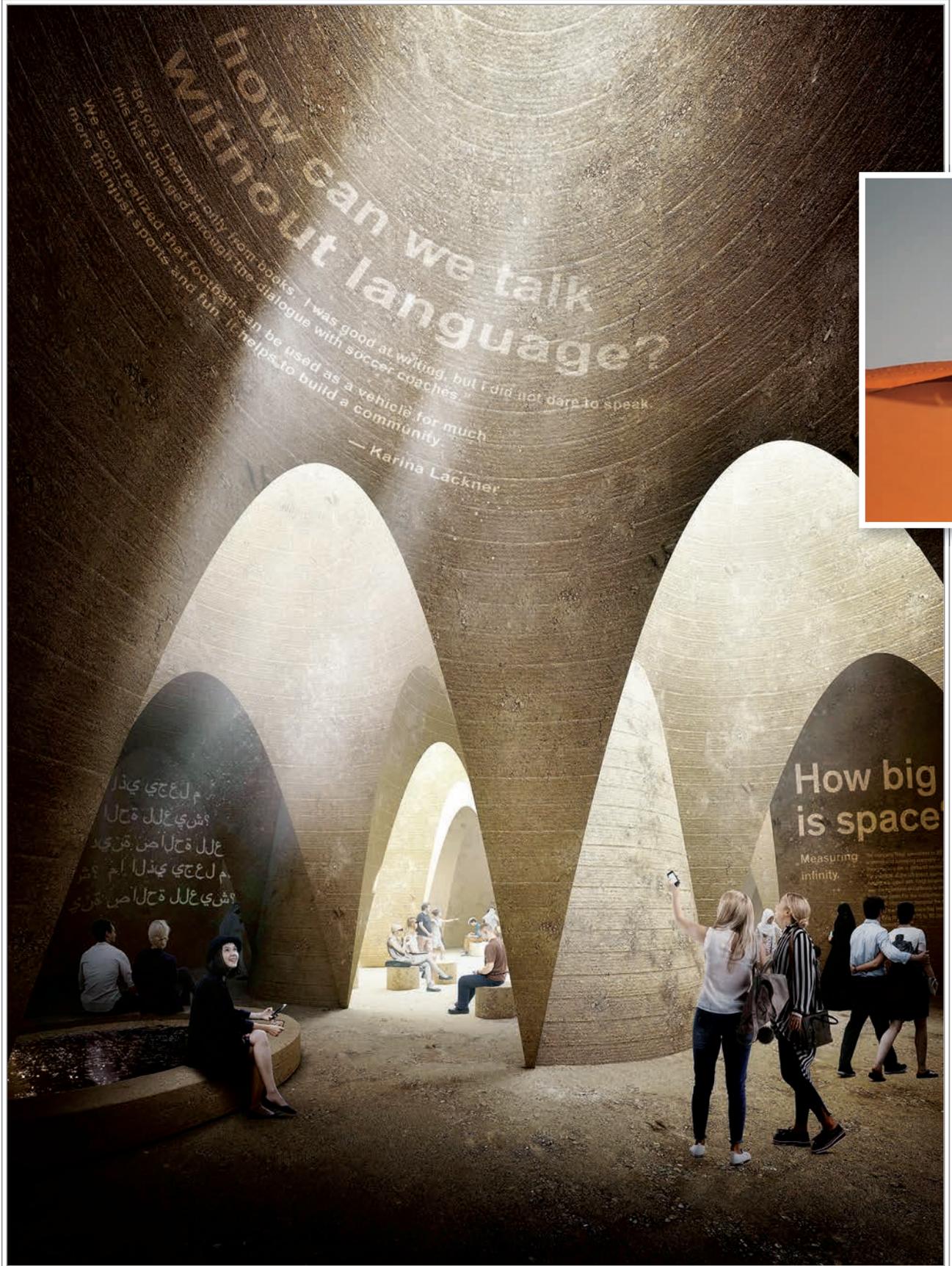
das Stahlgitter für die transparente Kuppel an der zentralen Al-Wasl-Plaza installiert, die mit einem Durchmesser von 150 Metern die größte 360-Grad-Projektionsfläche der Welt sein wird. Bereits fertiggestellt ist eine Glasskulptur des Tiroler Künstlers Thomas Medicus in der neuen Metrostation beim Expo-Haupteingang – die Mehrheit der Besucher wird damit von einem Kunstwerk aus Österreich auf dem Areal empfangen werden.

« Wir präsentieren uns in Dubai als weltoffenes Land, das sich mit innovativen und kreativen Lösungen globalen Herausforderungen stellt. »

REGIERUNGSKOMMISSÄRIN BEATRIX KARL



© FOTO SIMONIS



© Expo Austria_ querkraft:bagjenski

tung sein, die jemals im arabischen Raum stattfand. Sie bildet damit eine einzigartige Plattform, um Österreich mit seinen Sehenswürdigkeiten und seiner breiten kulturellen Tradition, aber auch mit seiner Innovationskraft



einem Publikum zu präsentieren, das wenig Vorkenntnisse von unserem Land hat“, verdeutlicht Beatrix Karl.

DUBAI UND DIE VEREINIGTEN ARABISCHEN EMIRATE

Vor 50 Jahren durch einen Zusammenschluss von sieben Emiraten entstanden, sind die Vereinigten Arabischen Emirate (VAE) eines der faszinierendsten Länder. Ihr Reichtum liegt im siebtgrößten Erdölvorkommen der Welt begründet. Die Bedeutung des schwarzen Goldes ist in den Emiraten mittlerweile unterschiedlich ausgeprägt: Abu Dhabi ist bis heute nicht nur die Hauptstadt, sondern auch das Zentrum der Ölindustrie, Dubai etablierte sich hingegen erfolgreich als Einkaufsmekka, Finanzmetropole und Tourismusdestination. Die ökonomische Struktur der beiden Emirate, die durchaus eine gewisse Rivalität verbindet, bildet dies deutlich ab: In Abu Dhabi bestimmen Öl und Gas heute noch zu 50 Prozent die Wirtschaftsleistung, in Dubai nur noch zu rund zwei Prozent.

DIVERSIFIZIERUNG DER WIRTSCHAFT

Die Diversifizierung der Wirtschaft ist allerdings für sämtliche Emirate ein zentrales Ziel. Im Zuge des Programms Economic Vision 2030 soll der Nicht-Erdölsektor künftig bis zu 70 Prozent zum BIP beisteuern und die Abhängigkeit von der Entwicklung des Ölpreises reduzieren. Wichtige Wachstumssektoren sind die Metallindustrie, die

Petrochemie, der Verkehr einschließlich der Luftfahrt und der Tourismus. Auch der Einsatz fossiler Brennstoffe wird gezielt reduziert. Bereits 2020 sollen vier Kernkraftwerke ein Viertel der benötigten Energie produzieren – es ist dies das größte Kernkraftbauvorhaben der Welt. Auch Elektrofahrzeuge werden gefördert: Staatliche Institutionen planen für ihren künftigen Fuhrpark strombetriebene PKW ein, an vielen Orten werden Ladestationen errichtet. Schließlich soll langfristig der Anteil erneuerbarer Energie gesteigert werden – 2050 sollen drei Viertel des Energiebedarfs von Photovoltaik- und anderen Anlagen stammen.

ENORMER MODERNISIERUNGSSCHUB

Die Entwicklung und Modernisierung ist damit mehr als rasant, wie ein Blick zurück deutlich zeigt. Noch vor 50 Jahren gab es in Dubai kaum Straßen, keine Universität und nur ein Krankenhaus. Heute ist die größte Stadt der VAE eine Megacity der Superlative. Die internationale Verkehrsinfrastruktur ist bestens ausgebaut: Der internationale Flughafen von Dubai verzeichnet das drittgrößte Passagieraufkommen weltweit, und der Hafen Jebel Ali zählt zu den größten der Welt. Gerade ausgebaut wird der Jachthafen – künftig wird es hier 4.400 Liegeplätze für die Boote Einheimischer, Expats und Touristen geben.

EIN ZUHAUSE FÜR 200 NATIONEN

Die VAE und Dubai sind auch sehr kosmopolitisch: Fast 90 Prozent der Einwohner sind im Ausland geboren. Menschen aus mehr als 200 Nationen leben hier. Besonders aus Indien und Pakistan zieht es sehr viele Menschen in die VAE, die im Land Geborenen bilden damit faktisch eine Minderheit. Die Anzahl an Expats mit gut dotierten Verträgen ist zuletzt zurückgegangen, was mit ein Grund für die sinkenden Immobilienpreise sein mag. Vor allem kamen aber insgesamt zu viele neue Objekte auf den Markt, die Folge war auch ein Rückgang bei den Immobilieninvestitionen. 230 österreichische Betriebe sind in den VAE mit Niederlassungen vertreten, am häufigsten in Dubai, gefolgt von Ra's al-Chaima und Schardscha.

REISEMETROPOLE AM GOLF

Auch so manches Hotel lockt nun mit günstigen All-in-Angeboten, um eine ausreichende Auslastung zu erreichen. Strände und Palmen, Sonne und sommerliche

© Cuyahoga/Pixabay (1), Expo 2020 Dubai (2)



Regierungskommissärin Beatrix Karl und Najeeb Mohammed Al-Ali, Executive Director des Dubai Expo 2020 Bureau

zentrum in Europa erreicht solch einen Zulauf. Direkt angeschlossen befindet sich die größte Skihalle der Welt: 85 Meter hoch ist die Piste, eine Skihütte ist natürlich auch dabei. Immer höher, immer größer ist das vorherrschende Prinzip in Dubai. Tausende Baukräne dominieren das Stadtbild und die künstliche Inselgruppe vor Dubai, wo derzeit höchstpreisige Wohnungen und ein Hotelresort realisiert werden: Luxus soll hier mit einer neuen Kategorie an „Exklusivität“ getoppt werden. Für viele ist das Wohnen in Dubai mittlerweile kaum noch leistbar, und so mancher muss bereits zwei Stunden Anreise zu seinem Arbeitsplatz in Kauf nehmen.

MODELLSTADT FÜR EXPO 2020

Die großen Bauvorhaben sollen bis zur Expo 2020 abgeschlossen sein. Dubai möchte sich dann von seiner besten Seite zeigen – als moderne Modellstadt des 21. Jahrhunderts. Auch der neue Creek Tower soll bis dahin fertiggestellt sein. Mit einer voraussichtlichen Höhe von 928 Metern wird er dem bisherigen höchsten Gebäude der Welt, dem Burj Kalifa, den Rang ablaufen. ◆

Temperaturen das ganze Jahr machen Dubai allerdings weiterhin zu einer attraktiven Ganzjahresdestination, die auch im Winter mit Temperaturen um die 25 °C aufwarten kann. Im Sommer klettern die Werte jedoch auf 50 °C und mehr, die Pools von Hotels werden dann zum Teil sogar gekühlt. Wer kann, hält sich kaum draußen auf: Wohnung, Büro, Auto – alles wird massiv gekühlt, selbst manche Wartehäuschen für die Stadtbusse werden klimatisiert.

STADT DER SUPERLATIVE

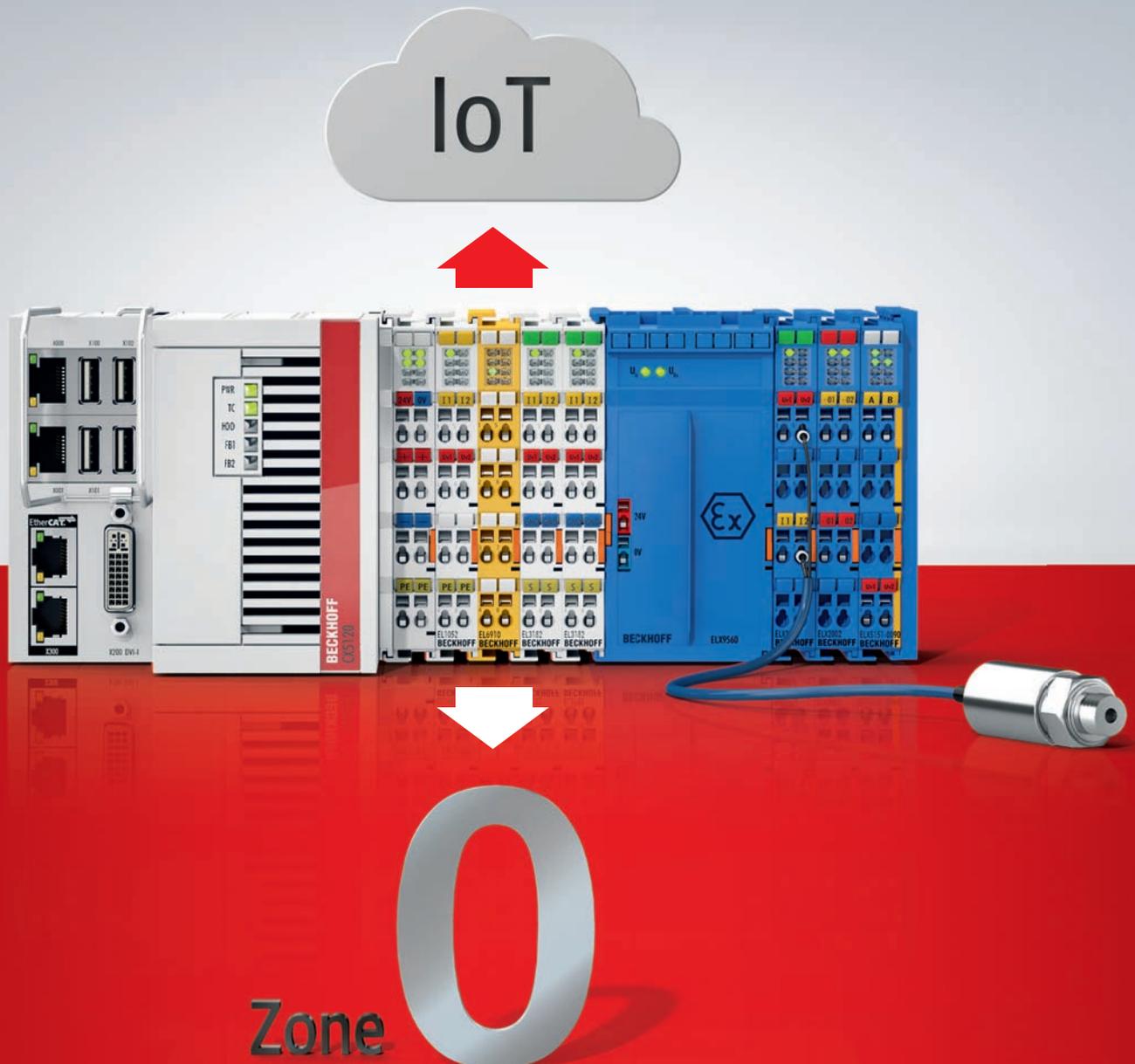
Für Rekorde scheint es in Dubai nach wie vor kaum Grenzen zu geben. Die Dubai Mall besuchen jedes Jahr 80 Millionen Menschen – das ist mehr als die doppelte Anzahl der Touristen, die nach New York kommen, kein Einkaufs-

© Expo 2020 Dubai (1), Pixabay.com (2)

20

Barrierefrei von Zone 0 bis in die Cloud

PC-Control für die Prozessindustrie



www.beckhoff.at/prozessindustrie

Beckhoff bietet ein durchgängiges Automatisierungskonzept für unterschiedliche Märkte und Anwendungen in der Prozessindustrie. Automation und Prozesstechnik werden auf einer einzigen Hard- und Softwareplattform kombiniert. Ebenfalls integriert: die barrierefreie Kommunikation von Zone 0/20 bis in die Cloud über eigensichere EtherCAT-Klemmen sowie alle Module für die IoT-Anbindung und Datenanalyse. So bietet Beckhoff die Steuerungsalternative für zahlreiche Industrien: von der Öl- und Gasförderung über Petrochemie und Wasserwirtschaft bis hin zur Zellstoff- und Papierherstellung.

New Automation Technology **BECKHOFF**

GROSSE CHANCEN IN ALLEN SEGMENTEN

Alexander Winter, Vorstandsvorsitzender der Schenker & Co AG, im Interview über sein erstes Jahr im CEO-Sessel, digitale Angebote und Nachhaltigkeit.

AALEXANDER WINTER ist seit ziemlich genau einem Jahr CEO von DB Schenker in Österreich und Südosteuropa. Von einem Neuling ist er aber weit entfernt. Schon seit 20 Jahren ist er an Bord des Unternehmens und seit rund sechs Jahren Mitglied des Vorstands. Heute zeichnet er als Vorstandsvorsitzender der Schenker & Co AG in Wien nicht nur für den österreichischen Markt, sondern auch zwölf weitere Länder verantwortlich. NEW BUSINESS hat ihn zu den Entwicklungen in seinem ersten Jahr am Ruder, der neuen, digitalen Buchungsplattform Connect 4.0 und seiner Prognose für die kommenden Jahre befragt.

Herr Winter, Sie sind jetzt seit einem Jahr neuer Vorstandsvorsitzender der Schenker & Co AG in Wien. Sind Sie bis dato zufrieden mit dem Jahr 2019?

Wie haben sich die einzelnen Divisions entwickelt?
Ja, ich bin zufrieden. Wir konnten die positiven Entwicklungen aus dem letzten Jahr auch 2019 fortsetzen und damit unsere Position als führender Qualitätsanbieter weiter ausbauen. Allein beim Landtransport in Österreich haben wir eine maßgebende Marktstellung erreicht, die es nun zu halten gilt. Neben diesem Bereich haben sich aber auch die Segmente Kontraktlogistik, Luft- und Seefracht positiv entwickelt. Zusammenfassend kann man sagen, dass bei DB Schenker auch 2019 alle Zeichen auf Wachstum stehen. Das lässt sich sowohl bei unseren Services und Leistungen als auch bei den Investitionen in unsere Standorte erkennen. So haben wir beispielsweise die Niederlassung in Linz-Hörsching, die in Kürze eröffnet wird, auf über 29.000 Quadratmeter erweitert, und auch die Standorte in Ried und Klagenfurt wurden vergrößert. Wir haben in diesem Jahr rund 40 Millionen Euro im gesamten Cluster Österreich und SEE investiert. Damit haben wir unsere Investitionsstrategie auch 2019 konsequent fortgesetzt.

© DB Schenker/PETRA SPIOLA

Erzählen Sie uns bitte über Ihr neues Onlineprodukt „connect 4.0“. Was kann es, und für welchen Kundenkreis wurde es entwickelt?

Mit der neuen, digitalen Buchungsplattform „connect 4.0“ können unsere Kunden online selbstständig, einfach und schnell ihre Sendungen buchen. „connect 4.0“ beinhaltet dabei Plattformen für alle Transportarten. So gibt es „connect4land“ für Landtransporte, „connect4ocean“ für Seetransporte und „connect4air“ für die Luftfracht. In Österreich sind wir bereits im letzten Jahr mit der Plattform „connect4ocean“ gestartet, mit der wir bei unseren Kunden auf



eine große Nachfrage gestoßen sind. „connect4land“ wurde im Sommer 2019 gelauncht. Für Luftfrachtsendungen wird die Buchungsplattform „connect4air“ im Jahr 2020 umgesetzt. Der persönliche Kontakt mit unseren Kunden ist uns ein zentrales Anliegen und wird durch die digitale Buchungsplattform optimal ergänzt. Insbesondere kleinere und mittelständische Unternehmen erhalten damit einen einfachen und schnellen Zugriff auf die professionellen digitalen Dienstleistungen von DB Schenker. Wir setzen damit unsere Digitalisierungsinitiative weiter fort und gehen mit „connect 4.o“ einen großen Schritt Richtung Zukunft.

« Wir konnten die positiven Entwicklungen aus dem letzten Jahr auch 2019 fortsetzen und damit unsere Position als führender Qualitätsanbieter weiter ausbauen. »

ALEXANDER WINTER,
CEO VON DB SCHENKER IN ÖSTERREICH

Wie schätzen Sie generell die kommenden fünf Jahre wirtschaftlich ein? Worauf müssen Sie besonders achten? Wo liegen die Chancen, wo die Risiken?

Die Anforderungen an Logistikunternehmen verändern sich laufend, das wird mit Sicherheit auch in den nächsten fünf Jahren der Fall sein. Klar ist, dass sich Logistikkunden in Zeiten des Onlinehandels mehr Transparenz, Just-in-time-Produktionen und höhere Flexibilität erwarten. Diese Anforderungen führen aber auch zu mehr Leerfahrten und Engpässen sowie zu enormen Verkehrsaufkommen, vor allem im innerstädtischen Bereich. Wir als Logistikdienstleister müssen diesen Gegebenheiten mit einer Anpassung unserer Produkte und Leistungen entgegenwirken. Bestehende Services müssen mit neuen Technologien verbunden und optimiert werden, wobei Innovationen nicht als Herausforderung, sondern als Chance gesehen werden müssen. Deshalb investieren wir schon seit Jahren intensiv in Forschung und Entwicklung. Damit wollen wir die globale Standardisierung unserer Prozesse



« Eigenverantwortung, Konsequenz und Verlässlichkeit sind für mich wesentliche Werte, an die ich mich halte und die ich auch bei meinen Mitarbeitern sehr schätze. »

ALEXANDER WINTER,
CEO VON DB SCHENKER IN ÖSTERREICH

schon CO₂-Emissionen um 50 Prozent zu senken. Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir vielfältige Initiativen auf den Weg gebracht und bauen unser Angebot an umweltfreundlichen Logistikprodukten laufend aus. Etwa durch die Erschließung innovativer Verkehrswege, die intelligente Verknüpfung von Verkehrsträgern, den gezielten Einsatz von

E-Mobility-Lösungen und die Errichtung von CO₂-armen Verteilzentren. Beispiele hierfür sind etwa der Transport mittels Cargo-Bikes, den wir vor Kurzem in der Salzburger Innenstadt gestartet haben, oder unser erstes CO₂-armes City-Verteilzentrum in Oslo, bei dem die gesamte Warenverteilung von elektrisch betriebenen Lieferwägen und E-Bikes übernommen wird. Das ermöglicht Einsparungen von bis zu 80 Prozent der CO₂-Emissionen.

vorantreiben, um auf aktuelle sowie zukünftige Bedürfnisse unserer Kunden schnell und zuverlässig reagieren zu können. Beispielsweise mit unserer bereits erwähnten Plattform „connect 4.0“ sowie in den Bereichen 3D-Druck oder autonomes und vernetztes Fahren. Besonders wichtig dabei ist es uns aber auch, Verantwortung zu zeigen und in das Thema Nachhaltigkeit zu investieren. Wir haben uns daher konkret bis 2030 das Ziel gesetzt, die spezifi-

INFO-BOX

◆ **Alexander Winter**

Mag. Alexander Winter (46) ist seit 1. Dezember 2018 der neue Vorstandsvorsitzende der Schenker & Co AG in Wien. Der gebürtige Wiener ist Absolvent des Studiums der Rechtswissenschaften und begann seine Karriere vor rund 20 Jahren bei DB Schenker. Seit 2013 ist er Mitglied des Managementteams, wo er die Bereiche Seefracht und Kontraktlogistik verantwortet. Zuvor war er in den Niederlassungen in Salzburg und Wien tätig und leitete unter anderem die Wiener Geschäftsstelle sowie die Abteilung Seefracht.

© Deutsche Bahn AG/Michael Neuhaus (1), DB Schenker/Stefanie J.Steindl (2)



Worin sehen Sie Ihre persönliche Stärke, und welches Ziel verfolgen Sie als neuer CEO?

Eigenverantwortung, Konsequenz und Verlässlichkeit sind für mich wesentliche Werte, an die ich mich halte und die ich auch bei meinen Mitarbeitern sehr schätze. Ich versuche diese täglich umzusetzen und mit gutem Vorbild voranzugehen, da dies meines Erachtens einen vertrauenswürdigen Partner ausmacht. Das ist für mich die Grundlage für eine langfristige und erfolgreiche Zusammenarbeit mit Mitarbeitern, Partnern und Kunden.

Mein klares Ziel ist es, weiter zu wachsen. Wir sehen große Chancen in allen Segmenten – sowohl im Landverkehr als auch bei Luft- und Seefracht sowie in der Kontraktlogistik. Aufgrund umfangreicher Neustrukturierungen, laufender Produktinnovationen und nachhaltiger Investitionen sind wir in all diesen Bereichen gut aufgestellt und in der Lage, unsere Wachstumsstrategie auch in Zukunft konsequent fortzusetzen. Dabei wollen wir einerseits unsere Position in den bestehenden Märkten weiter ausbauen und andererseits neue Märkte erschließen. ◆

© DB Schenker/Erika Mayer (3)

Click. Ship. Done!

connect 4.0 – die Sofortlösung für Ihre Logistik

DB SCHENKER



Unsere neue Online-Plattform ist da!

Sofortige Angebote. Sofortige Buchungen.
Die Direktlösung für Ihr Unternehmen.



Mit connect 4.0 wird Logistik zum Kinderspiel.

Erhalten Sie ein sofortiges Angebot und buchen Sie einfach und schnell online. Der Lieferungsstatus Ihrer Land-, Luft- oder Seetransportsendung ist dabei ganz bequem auf unserem Portal zu verfolgen.

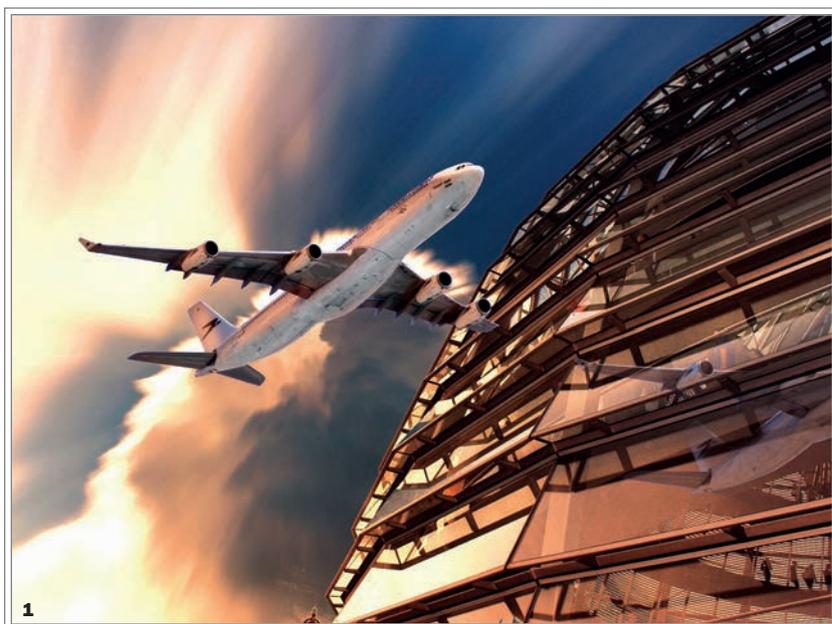
- **connect 4 land:** Versenden Sie Ihre Transportpaletten mühelos durch ganz Europa!
- **connect 4 air:** Verwalten Sie Ihre Sendungen online. Unsere Spezialisten für Luftfrachtverkehr in der ganzen Welt erledigen den Rest für Sie.
- **connect 4 ocean:** Erhalten Sie in Echtzeit Zugang zu Tür-zu-Tür-Angeboten, den dazugehörigen Fahrplänen des Seetransports und den Transitdaten.

Zur Buchung geht es hier: connect.dbschenker.com



LUFT NACH OBEN

Business-Aviation leistet einen wesentlichen Beitrag für die österreichische und europäische Wirtschaft. Um den dauerhaften Höhenflug der Geschäftsluftfahrt sicherzustellen, fordern Branchenexperten die Entwicklung einer umfassenden und integrativen Luftverkehrsstrategie.



26

SEIT DEN 1920ER-JAHREN ist die Geschäftsluftfahrt tief in der Geschichte der Zivilluftfahrt Österreichs verwurzelt. Österreich ist eines der wenigen europäischen Länder, die das gesamte Spektrum an Geschäftsflugzeugdienstleistungen anbieten. Die Branche ermöglicht sowohl direkte als auch indirekte Geschäftsmöglichkeiten: von Flugzeugbetrieb und -wartung bis hin zu lokalen Landverkehrsdiensten und Ausbildungen, die zu Arbeitsplatzschaffung und Wirtschaftswachstum beitragen.

EINHEITLICHER TENOR UNTER EXPERTEN

Im Rahmen der Konferenz „Österreichische Wettbewerbsfähigkeit: Welche Rolle spielt die Geschäftsluftfahrt“, die am 26. September im Palais Coburg in Wien stattfand, betonten führende Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Politik den bedeutenden Beitrag, den die Geschäftsluftfahrt für die österreichische Wirtschaft leistet. Die Zahlen sprechen eine klare Sprache: 2,95 Milliarden Euro Wirtschaftsleistung,

12.400 direkte und indirekte Arbeitsplätze (ein einziges Flugzeug kann zwischen zehn und 20 Jobs schaffen), 26 Flughäfen mit Business-Flugzeugverkehr im Jahr 2018, 39.403 Flugbewegungen und 2.837 medizinische bzw. spezielle Einsatzflüge im vergangenen Jahr. Um jedoch das volle Potenzial des Flugverkehrssektors auszuschöpfen, forderten Branchenführer von der österreichischen Regierung die vorrangige Entwicklung einer umfassenden und integrativen Luftverkehrsstrategie zugunsten verbesserter Vernetzung, Effizienz und Kohäsion in Österreich.

STARRE REGLEMENTIERUNGEN UND AUFWENDIGE REGISTRIERUNGEN

Derzeit würden zu starre Reglementierungen und aufwendige Registrierungen die Entwicklung massiv dämpfen. Doch „Österreich kann zum attraktiven europäischen Standort für Geschäftsluftfahrt werden“, ist Konstantin Essler, Vorsitzender der Austrian Business Aviation

© ThePixelman/Pixabay.com (1), epicantus/Pixabay.com (2)

Association (ABAA), überzeugt. „Voraussetzung ist, dass alle Beteiligten, einschließlich der politischen Entscheidungsträger, eng zusammenarbeiten und in einen konstruktiven Dialog treten.“ Dies bestätigte auch Andreas Ottenschläger, Abgeordneter zum Nationalrat im Verkehrskomitee: „Politik und Privatwirtschaft müssen partnerschaftlich zusammenarbeiten, um Österreich als wettbewerbsfähigen Wirtschaftsstandort weiterzuentwickeln.“



« Um unseren Beitrag für Unternehmen und Bürger fortsetzen und die Erwartungen künftiger Generationen erfüllen zu können, müssen die Geschäftsluftfahrtindustrie und die Vertreter auf österreichischer und europäischer Ebene zusammenarbeiten. »

ATHAR HUSAIN KHAN, GENERALSEKRETÄR DER EUROPEAN BUSINESS AVIATION ASSOCIATION (EBAA)



KRITISCHE AUSEINANDERSETZUNGEN

Während des Kongresses verwiesen Branchenexperten ebenso wie nationale Aufsichtsbehörden auf aktuelle Herausforderungen im Luftfahrtbereich, die kritische Auseinandersetzungen erfordern: Eine schwerfällige Bürokratie und überhöhte Kosten für die Flugzeugregistrierung führten in Österreich zwischen 2008 und 2018 zu einem starken Rückgang der Geschäftsflugzeugzulassungen. Um den Bedürfnissen der Industrie stärker gerecht zu werden, empfiehlt die ABAA angepasste Registrierungsprozesse von Geschäftsflugzeugen, einen Phase-in-/Phase-out-Prozess sowie den Betriebsausbau in Österreich.

Unverhältnismäßige Regelungen behandeln den Betrieb von Fluggesellschaften und der Geschäftsluftfahrt so, als wären sie ein und dasselbe. Die österreichischen Rechtsvorschriften erkennen derzeit keine wesentlichen Unterschiede zwischen dem Betrieb und der Abwicklung von

Geschäfts- und Linienflugzeugen. Die aktuellen Vorschriften für Bodenverkehrsdienste sind ein Beispiel dafür: Die geltenden europäischen und nationalen Zivilluftfahrtregelungen sollten die unterschiedliche Art des Geschäftsflugzeugbetriebs – und damit die unterschiedlichen Risiken – im Vergleich zu Linienfluggesellschaften genauer berücksichtigen.

Alle österreichischen Luftraumakteure haben die Möglichkeit, gemeinsam sichere, faire und effektive Strategien zu erarbeiten. Die ABAA fordert alle Beteiligten im Luftraum auf, eine gemeinsame Arbeitsplattform mit der österreichischen Politik einzurichten, um die Bedürfnisse der einzelnen Segmente zu diskutieren und Schwerpunkte für Verbesserungen im Luftverkehr zu ermitteln.

LUFTFAHRTPOLITIK FÜR NACHHALTIGES WACHSTUM

Athar Husain Khan, Generalsekretär der European Business Aviation Association (EBAA), kam zum Schluss: „Um unseren Beitrag für Unternehmen und Bürger fortsetzen und die Erwartungen künftiger Generationen erfüllen zu können, müssen die Geschäftsluftfahrtindustrie und die Vertreter auf österreichischer und europäischer Ebene zusammenarbeiten, um in jedem Mitgliedstaat eine fundierte, ambitionierte und praktikable Luftfahrtpolitik für das nachhaltige Wachstum Europas sicherzustellen.“ ♦

INFO-BOX

Was die europäische Geschäftsluftfahrt in Europa ausmacht

- ♦ 8 % des europäischen Verkehrs
- ♦ 374.000 direkte und indirekte Arbeitsplätze
- ♦ 87 Milliarden Euro Wirtschaftsleistung
- ♦ 3.700 Flugzeuge pro stationärer Flotte
- ♦ 70 medizinische Einsatzflüge pro Tag

© EBAA

ZUERST VERTRAUENS BASIS SCHAFFEN

Bereits vor über 30 Jahren, noch vor dem Fall des Eisernen Vorhangs, hat Zoller Austria seine Beziehungen im heutigen CEE-Raum aufgebaut. Eine langjährige, vertrauensvolle Beziehung zu den Kunden war das Resultat – und ist einer der Grundpfeiler des Erfolgs.



« Für uns sind Qualität, Zuverlässigkeit und Langlebigkeit keine Schlagwörter. Wir beweisen es seit über 30 Jahren und sind mit mehr als 3.000 verkauften Einstell- und Messgeräten in unserem Vertriebsgebiet sowohl Technologie- als auch Marktführer. Premium ist für uns nicht nur ein Versprechen, sondern eine Haltung! »

ING. WOLFGANG HUEMER

GESCHÄFTSFÜHRENDE GESELLSCHAFTER DER ZOLLER AUSTRIA GMBH

ZOLLER-Qualität ist „made in Germany“ – und auf der ganzen Welt vertreten. Eigene Niederlassungen und Vertretungen des Spezialisten für Einstell-, Mess- und Inspektionsgeräte an 58 Standorten garantieren Kundennähe und erstklassige, persönliche Kundenbetreuung in den lokalen Märkten.

Die erste Auslandsniederlassung wurde im Jahr 1987 gegründet – von Wolfgang Huemer und Eberhard Zoller in Ried im Innkreis. Von hier aus ist man auch im CEE-Raum unterwegs. Das hat sich in der vergangenen drei Jahrzehnten als gute Idee erwiesen. „Wir hatten in den letzten Jahren ein kontinuierliches Wachstum mit einem Rekordjahr 2018“, so Geschäftsführer Wolfgang Huemer. Zoller zählt in der Branche zu den Innovativsten und hat mit seinen Produkten immer wieder Trends gesetzt. Das betrifft sowohl den Einsatz der Bildverarbeitung in der Werkzeugeinstell-, Mess- und Prüftechnik als auch die kompletten Tool-Management-Lösungen. Bei den aktuel-

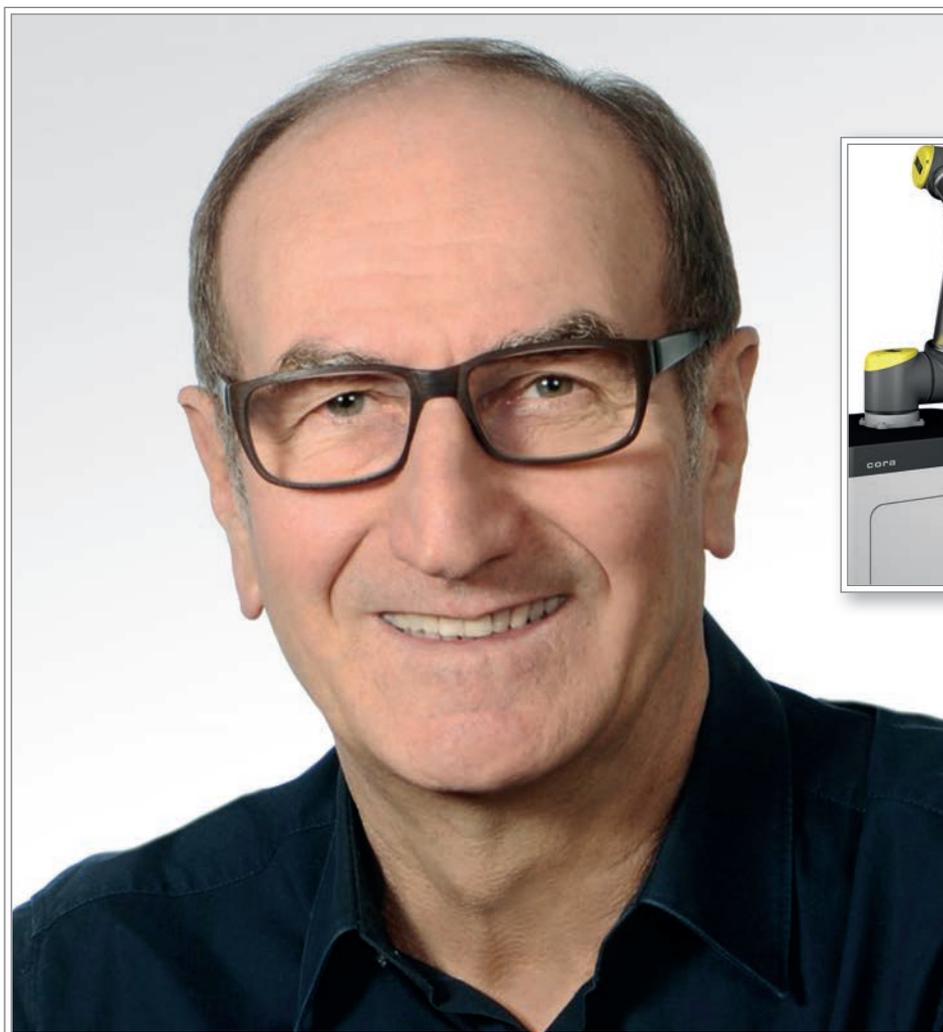
len Themen Industrie 4.0, Digitalisierung, Smart Factory und Automatisierung im Toolroom ist Zoller ebenfalls Vorreiter und weltweit führender Anbieter.

Im Interview haben wir mit Wolfgang Huemer über die letzten 30 Jahre, internationale Unterschiede und seine Prognose für die nahe Zukunft gesprochen.

Herr Huemer, Zoller Austria ist nicht nur in Österreich, sondern auch in CEE erfolgreich unterwegs. Wie und wann wurde der Grundstein dafür gelegt?

Gerade jetzt zum 30-Jahr-Jubiläum des Falls der deutschen Mauer gibt es viele Erinnerungen an diese Zeit, da wir damals in den osteuropäischen Ländern gerade in einer Aufbauphase waren und dieses Ereignis die Bearbeitung dieser Länder wesentlich mitbeeinflusst hat.

Der Grundstein wurde aber bereits mit der Gründung von Zoller Austria im November 1987, also vor genau 32 Jah-



ren, gelegt. Damals haben wir auch unsere Geschäftstätigkeit in den jetzigen CEE-Staaten, und somit bereits vor dem Fall des Eisernen Vorhangs, begonnen. Schritt für Schritt haben wir in der Folge unser Vertriebsgebiet ausgebaut.

Wie wird Zoller Austria als österreichisches Unternehmen in Ihrem Bereich international wahrgenommen? Spielt es in den CEE-Ländern eine Rolle, ob ein Unternehmen aus z. B. Deutschland, den USA oder eben aus Österreich kommt?

Besonders wichtig ist es, von Anfang an eine Vertrauensbasis zu schaffen. Neben dem persönlichen Kontakt hat dabei neben der Produkt- und Servicequalität die Zuverlässigkeit und Langlebigkeit einen besonders hohen Stellenwert. Diese Eigenschaften haben Zoller Austria immer ausgezeichnet und uns eine hohe Wertschätzung der Kunden in den CEE-Staaten eingebracht.

Hat sich die Wahrnehmung österreichischer Unternehmen in diesen Ländern in den letzten Jahrzehnten Ihrer Ansicht nach verändert?

So wie Zoller Austria haben auch viele andere Unternehmen aufgrund des ständig wachsenden Markts in den CEE-Staaten Tochterunternehmen gegründet, um nach der Aufbauphase die Kunden noch besser betreuen zu können. Wir von Zoller Austria konnten durch die bereits bestehenden guten Geschäftsbeziehungen nach der Gründung unserer Tochterunternehmen einen reibungslosen Übergang zu einer noch besseren Kundennähe schaffen.

Bestehen hinsichtlich der Nachfrage nach gewissen Produkten aus Ihrem Portfolio Unterschiede zwischen den einzelnen Ländern, in denen Zoller Austria vertreten ist?

Da in den jeweiligen Ländern die Schwerpunkte der Industriebetriebe sehr unterschiedlich sind, richtet sich



auch unser Produktportfolio in den Ländern nach den verschiedenen Sparten. Egal, ob Automobil- und Automobilzulieferfirmen, Maschinenbau, Aerospace, Werkzeug- und Formenbau oder Ähnliches, für jede dieser Sparten liefert Zoller die passende Lösung. Somit unterscheidet sich aber auch das Produktportfolio in den einzelnen Ländern.

In welchem Land sind Sie derzeit am erfolgreichsten und warum?

Das variiert sehr stark und hängt von verschiedenen Faktoren ab. Es können sowohl politische als auch besondere wirtschaftliche Ereignisse die Umsätze stark beeinflussen. Insgesamt sind wir aber neben Österreich in allen CEE-Staaten derzeit sehr erfolgreich unterwegs.

Haben Sie vielleicht einen Tipp für andere Unternehmen, die sich auch international orientieren möchten? Was würden Sie einer jungen Firma in dieser Hinsicht mit auf den Weg geben?

Schritt für Schritt in neue Märkte investieren und nicht gleichzeitig in vielen Regionen mit einem Markteintritt beginnen.

Was dürfen sich Ihre Kunden 2019 von Ihnen erwarten?

Trotz der derzeit wirtschaftlich schwierigeren Rahmenbedingungen blicken wir zuversichtlich in Richtung 2020. Das auch deshalb, weil wir in unserem Produktportfolio

mit neuen Gerätebaureihen und unserem Tool-Management-System clevere Lösungen für die vernetzte Fertigung anbieten können. ◆

INFO-BOX

◆ **Über Zoller Austria**

Im Jahr 1987 gründeten Eberhard Zoller und Wolfgang Huemer das Unternehmen Zoller Austria. Ihr Bestreben war es, mit überlegener Technik die Fertigung in der spanabhebenden Produktion in Österreich sowohl in der Wirtschaftlichkeit als auch Qualität zu optimieren. Mit der Umsetzung dieser Vision hat sich Zoller Austria zum Markt- und Technologieführer entwickelt.

Mehr als 3.000 Zoller-Einstell-, -Mess- und -Prüfgeräte in den von Zoller Austria betreuten Ländern zeigen, dass Kundennähe und eine hohe Innovationsbereitschaft die Basis für eine erfolgreiche Tätigkeit von Zoller Austria sind. Neben dem Einstellen und Messen ist bei Zoller das Prüfen und Verwalten von Werkzeugen zu einem Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit geworden. Dadurch liefert Zoller Austria wichtige Bausteine für eine optimierte Fertigungsorganisation und höhere Prozesssicherheit.

www.zoller-a.at

© Zoller Austria GmbH

30

**Die Basis der Zukunft:
Smart Factory Solutions
von ZOLLER.**



SMARTES BILLIONENBUSINESS

Seit dem Jahr 2017 ist der Einsatz von intelligenten Fabriken weltweit um ein stattliches Drittel gestiegen. Setzt sich diese Entwicklung fort, könnten sie der Weltwirtschaft einen zusätzlichen Mehrwert von mindestens 1,5 Billionen Dollar einbringen.



INTELLIGENTE FABRIKEN, also Produktionsstandorte, die mithilfe hoch entwickelter Technologien eine maximale Performance erzielen, sind weltweit auf dem Vormarsch. Eine neue Studie des Capgemini Research Institute hat ergeben, dass sie der Weltwirtschaft einen Mehrwert von mindestens 1,5 Billionen Dollar zusätzlich einbringen könnten. Der Marktanteil dieser Art von Fabriken steigt. Sie nutzen digitale Plattformen und Technologien, die ihre Produktivität signifikant verbessern und zu einer verbesserten Qualität sowie verbessertem Kundenservice führen. Zwei Drittel dieses Mehrwerts müssen jedoch noch durch effizientes Design und optimierte Betriebsabläufe wie den Closed-Loop-Betrieb realisiert werden. Bei Letzterem werden die beim Ablauf generierten Daten genutzt, um diesen in Echtzeit zu optimieren.

© dieindustrie.at/Mathias Kniepeiss

Nach der Studie sind China, Deutschland und Japan die drei führenden Länder bei der Einführung intelligenter Fabriken, dicht gefolgt von Südkorea, den USA und Frankreich. Für die Studie „Smart Factories @ Scale“ wurden über 1.000 Führungskräfte von Industrieunternehmen in 13 Ländern befragt. Daraus ergaben sich zwei zentrale Herausforderungen bei der Skalierung von Pilotprojekten hin zur intelligenten Fabrik für die Industrie 4.0: die IT-OT-Konvergenz und die Bandbreite der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die erforderlich sind, um die Transformation voranzutreiben. Die Studie geht außerdem darauf ein, wie disruptive Technologien zu einer „intelligenten Industrie“ führen und Fertigungsunternehmen daraus neue Geschäftsfelder entwickeln, Betriebsabläufe optimieren und Innovationen für eine nachhaltige Zukunft umsetzen können.

Jacqueline Wild, Principal Consultant bei Capgemini in Österreich, betont: „Hoch entwickelte Produktionsstandorte können und müssen durch die Digitalisierung der Fertigungslinien ihre Wettbewerbsfähigkeit erhöhen. Auch wenn wir als eines der drei führenden Länder bei der Einführung intelligenter Fabriken auf einem guten Weg sind, sehen wir viele Initiativen scheitern, wenn es um die Skalierung der Initiativen geht. Es fehlt häufig an einer zentralen, standortunabhängigen Steuerung der Industrie-4.0-Aktivitäten. Mit einer standardisierten Plattform – wie beispielsweise der Smart-Manufacturing-Operations-Management-Plattform – können die individuellen Gegebenheiten der Fertigungslinien digitalisiert und skalierbar angepasst werden. Damit erfolgt die Transformation aller Produktionsstandorte in intelligente Fabriken auf gleicher Basis.“

ZUNEHMENDES INTERESSE AN INTELLIGENTEN FABRIKEN

Im Vergleich zu einer Studie von vor zwei Jahren schreiten heute mehr Unternehmen mit ihren Smart-Factory-Initiativen voran. Seit 2017 wurde ein Drittel der Fabriken bereits in intelligente Anlagen umgewandelt. Produktionsunternehmen weltweit wollen in den nächsten fünf Jahren 40 Prozent mehr intelligente Fabriken aufbauen. Dafür planen sie in den kommenden drei Jahren pro Jahr durchschnittlich 3,24 Prozent ihres Umsatzes ein. Im Vergleich dazu sollen in Deutschland in den nächsten fünf Jahren 43 Prozent mehr Fabriken dieser Art entstehen, wobei hier durchschnittlich 3,51 Prozent des Umsatzes pro Jahr als Investitionen angedacht sind.

DAS WERTSCHÖPFUNGSPOTENZIAL VON SMARTEN FABRIKEN IST GRÖßER DENN JE

Basierend auf diesem Wachstumspotenzial schätzt Capgemini, dass intelligente Fabriken in den nächsten fünf Jahren zwischen 1,5 Billionen und 2,2 Billionen US-Dollar zur Weltwirtschaft beitragen können. Im Jahr 2017 stellte Capgemini fest, dass 43 Prozent der Unternehmen über laufende Smart-Factory-Projekte verfügten. Nach den Zahlen der aktuellen Studie sind es jetzt, zwei Jahre später, 68 Prozent. Die 5G-Technologie wird hier zu einem zentralen Faktor: Produktionsunternehmen erhalten damit die Möglichkeit, eine Vielzahl von Echtzeitanwendungen einzuführen oder diese zu erweitern.

SKALIERUNG IST DIE NÄCHSTE HERAUSFORDERUNG FÜR INDUSTRIE 4.0

Trotz dieser positiven Aussichten sind die Produktionsunternehmen der Meinung, dass der Erfolg schwer zu

erreichen ist: Nur 14 Prozent bezeichnen ihre bestehenden Initiativen als „erfolgreich“, und fast 60 Prozent der Unternehmen geben an, dass sie mit der Skalierung kämpfen. Die beiden größten Herausforderungen bei der Vergrößerung sind:

- ◆ Die IT-OT-Konvergenz – einschließlich der Bereitstellung und Integration digitaler Plattformen, der Datenverfügbarkeit und der Cybersicherheit –, die für die digitale Kontinuität sowie die Zusammenarbeit entscheidend sein wird. Agnostische und sichere Mehrschichtarchitekturen ermöglichen eine fortschreitende Konvergenz.
- ◆ Zusätzlich zu der digitalen Affinität der Mitarbeiter sind eine Reihe von Fähigkeiten und Fertigkeiten erforderlich, um die Transformation intelligenter Fabriken voranzutreiben – einschließlich funktionsübergreifender Profile, z. B. aus den Bereichen der Fertigungstechnik, der Produktionswartung sowie der Sicherheit und Gefahrenabwehr. Soft Skills, wie Problemlösungs- und Kooperationsfähigkeiten, sind ebenfalls entscheidend.

Dem Bericht zufolge müssen Unternehmen von den Vorreitern (zehn Prozent der gesamten Stichprobe) lernen, die erhebliche Investitionen in die Grundlagen wie digitale Plattformen, Datenverfügbarkeit, Cybersicherheit, Talente und Steuerung tätigen und ein ausgewogenes Verhältnis von „Effizienz durch Design“ und „Effektivität im Betrieb“ vorweisen, wobei sie das Potenzial der Daten und der Zusammenarbeit ausnutzen.

SMART-FACTORY-INITIATIVE BEI SCHNEIDER ELECTRIC

Murad Tamoud, Executive Vice President Global Supply Chain Operations bei Schneider Electric, bemerkt: „Die Supply-Chain-4.0-Transformation bei Schneider Electric ist ein nachhaltiges und zusammenhängendes Projekt, welches unsere Smart-Factory-Initiative einschließt und eine starke Dynamik entwickelt hat. Wir sind vor mehreren Jahren mit einem zentralen Projekt gestartet und verfügen nun, Ende 2019, über 70 intelligente Fabriken, zertifiziert und mit Anerkennung des Weltwirtschaftsforums. Während wir unseren Managern, Ingenieuren, Hilfskräften und Betreibern die nötigen Kenntnisse und Fähigkeiten vermittelt haben, haben wir gleichzeitig diese Erfahrungen über ein virtuelles Netzwerk mit der gesamten Organisation geteilt, um die Skalierung des Projekts schnell voranzutreiben.“ Er fügt hinzu: „Aber das ist nur der Anfang. Wir werden weiterhin innovativ sein, indem wir intern und extern auf unsere EcoStruxure-Lösung – eine IoT- wie plug-and-play-fähige offene Architektur und Plattform – sowie auf die neuesten Anwendungsbeispiele der digitalen Welt setzen.“ ◆

MAN SPRICHT ZOLL

Schon bald begeht man beim Zollsoftware-Profi prodata den 50er. Wir haben mit Geschäftsführer Alexander Hanisch unter anderem über die Historie des Unternehmens gesprochen, die über mehrere Dekaden eng mit der Entwicklung des Zolls in Österreich verknüpft ist.

DAS UNTERNEHMEN prodata Rechenzentrum- und Informationstechnologie GmbH hat für die IT-Branche ungewöhnlich lange und alte Wurzeln. Ihr Ursprung findet sich 1970, ungefähr zum gleichen Zeitpunkt, als Intel den ersten Mikroprozessor in Serie fertigte. Am 12. Juni ebendieses Jahres wurde die Pro Data Datenverarbeitungs- und Programmiergesellschaft m.b.H. gegründet. Rund 23 Jahre später fusionierte das Unternehmen mit der Combit Rechenzentrum Dipl. Ing. Heinz Fuchs Gesellschaft, und es entstand die heutige prodata mit ihrer umfassenden Expertise in Sachen Zollabwicklung. Aber auch das ist schon wieder beinahe 30 Jahre her.

Geschäftsführer Alexander Hanisch kennt seine Produkte genau. Schließlich hat er nicht wenige davon selbst mitentwickelt. Denn wie auch sein Vorgänger, Unternehmensmitgründer Heinz Fuchs, hat er das Programmierhandwerk gelernt und ausgeübt. Er weiß also nicht nur genau, wovon er in Sachen Zollsoftware spricht, sondern spricht trotzdem auch noch die Sprache seiner Kunden. Was kann man sich mehr wünschen?

Mit NEW BUSINESS hat der sympathische Unternehmenslenker ebenfalls gesprochen – über die Geschichte der Firma, die Produkte, die Herausforderungen von Markt und Kunden, aber auch über den Dauerbrenner Brexit.

Herr Hanisch, können Sie uns ein bisschen vom Werdegang der Firma prodata erzählen?

Wir feiern nächstes Jahr unser 50-Jahr-Jubiläum, ursprünglich wurde das Unternehmen 1970 gegründet. Die prodata in ihrer heutigen Form gibt es seit den 1990er-Jahren und kam aus der Datenverarbeitung für Industrieunternehmen. Also keine Softwareschmiede, wie wir es heute sind, sondern kundenspezifische Datenverarbeitung, wie sie damals üblich war. Es ist auch ein Rechenzentrum mit Großrechnern entstanden, es gab eigene

« Wir haben immer auf den Bedarf unserer Kunden reagiert. »

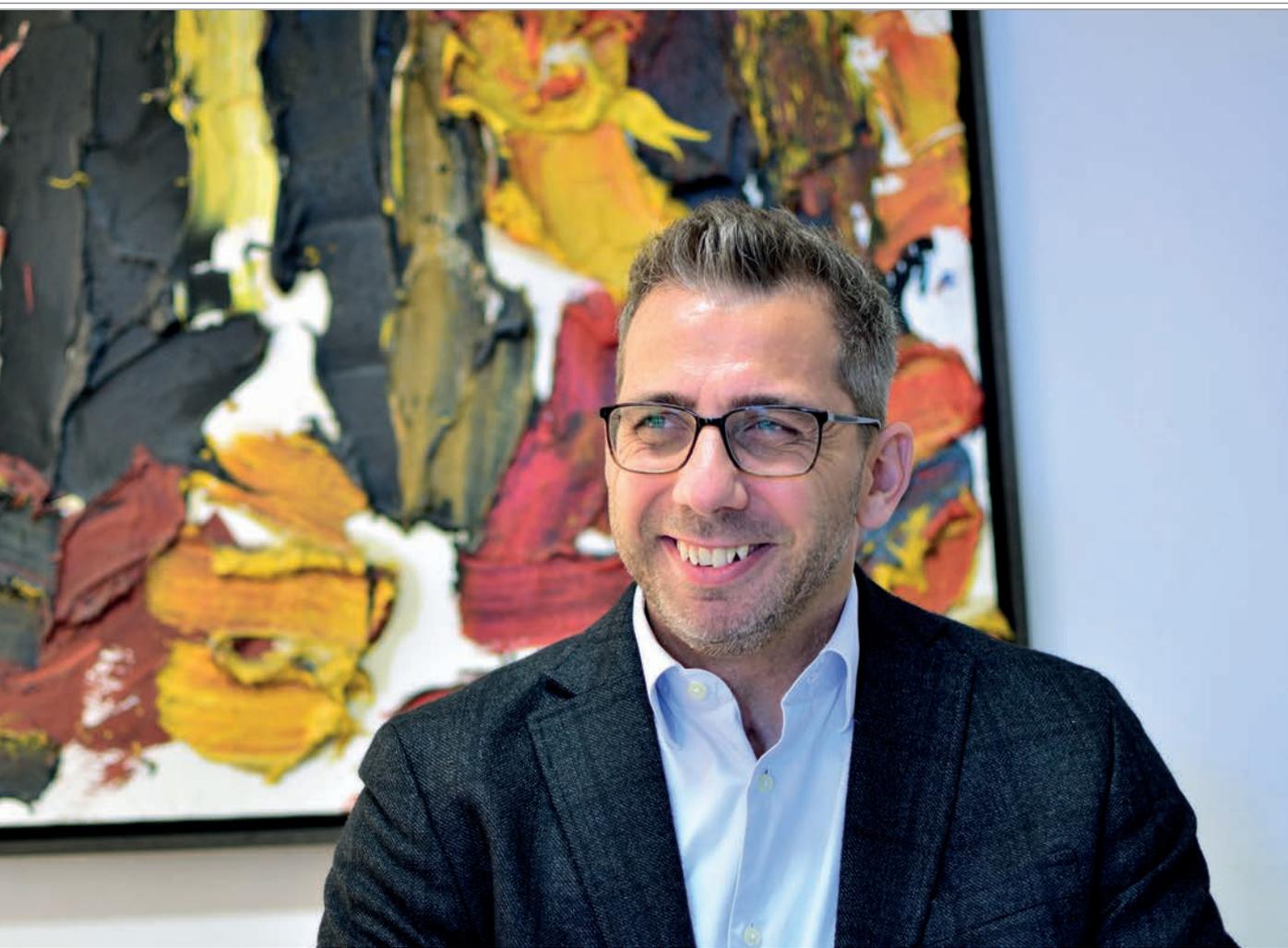
ALEXANDER HANISCH,
GESCHÄFTSFÜHRER VON PRODATA

Entwicklungen, zum Beispiel Finanzbuchhaltung. Schon in den 1980er-Jahren hat aber dann die Entwicklung in Richtung Zoll begonnen.

Basierte die Gründung der Firma auf einem bestehenden Anforderungsprofil der Kunden, oder stand dahinter die Idee, dass die Kunden das brauchen könnten?

Wir haben immer auf den Bedarf unserer Kunden reagiert. Herr Fuchs, einer unserer Gründer, hat bei seinen Kunden viele Zollabläufe konzipiert, die dann umgesetzt wurden. Wir haben also nicht direkt den Markt im Zoll-/Außenhandelsbereich beobachtet, sondern auf unsere Kunden gehört. Das war eher intuitiv, was sich heute gewandelt hat. In den 1980er-Jahren haben wir mit unseren Industriekunden in Sachen Zoll zusammengearbeitet, bis in den 1990er-Jahren unsere erste Standardlösung für Zoll entstanden ist. Damals ging es um viel Papier, man hat





Druckprogramme geschrieben und Daten erfasst. Dann kamen periodische Meldungen dazu, einmal im Monat hat man Daten abgegeben. Für die Zollabwicklung in Österreich hatten wir damals auch schon erste Standardprodukte. So haben wir uns unseren Kundenstock erarbeitet, der uns bis heute treu geblieben ist und uns vertraut.

Seit wann sitzen Sie im Chefsessel, und an welche Herausforderungen sind Sie herangegangen?

Ich habe die Geschäftsführung 2014 von Herrn Fuchs übernommen. Die Situation war, dass wir zwar einen sehr großen Kundenstock in Österreich hatten, weil wir die Einzigen in Österreich sind, die mit ihrem Produkt die Zollabwicklung in SAP anbieten. Aber der Markt war hoch gesättigt, es hat sich wenig getan. Es war schwierig, neue Kunden zu gewinnen. Schon ein Stück früher haben wir angefangen, zusätzlich kleine Lösungen zu entwickeln, weitere Module, um breiter zu werden. Ich habe dann

begonnen, in der Schweiz und in Deutschland Partner zu suchen, um für unsere Nische der Logistik im Zoll und im Außenhandel im DACH-Raum ein Portfolio zu entwickeln.

Sie selbst sind aber schon vor 2014 bei prodata tätig gewesen, oder?

Ich bin seit 1998 im Unternehmen und habe noch vor unserer Spezialisierung auf SAP im Windows-Bereich programmiert.

Sie sind Programmierer?

Ich bin „gelernter Programmierer“, wie man so sagt. Ich habe EDV und Organisation an der HTL Spengergasse in Wien gelernt – wie ich finde, immer noch eine der besten Ausbildungen. Auch zwei weitere Kollegen sind Absolventen der Spengergasse. Das ist eine gute Grundausbildung. Wir haben sogar noch COBOL und Assembler gelernt.

An wen richtet sich prodata mit ihren Produkten?

Unsere Zielgruppe sind deutschsprachige Unternehmen mit Hauptsitz im DACH-Raum, meistens Global Player der Industrie, vom Mittelstand bis zu Großunternehmen. Zoll und Außenhandel ist ein wichtiger Baustein der Logistik und auch ein Motor. Heute wird alles immer schneller – One-Day-Delivery, just in time, in der Supply-Chain muss es immer schneller gehen. Aber oft wird der Zoll vergessen. Eine Zeit lang war es üblich, sich einen externen Dienstleister zu nehmen. Aber viele Unternehmen sind zu dem Schluss gekommen, das intern mit eigener, im Prozess integrierter Software zu erledigen, weil sie dann viel flexibler und schneller sind. Das bauen wir peu à peu aus, zum Beispiel mit unserem Schweizer Partner FineSolutions AG, die sich um den Vertrieb und die Projekte kümmern und für die wir Softwarelieferant im SAP-Bereich sind. Wir haben für die Schweiz auch ein eigenes Paket entwickelt, das sich super verkauft. Der deutsche Markt steckt für uns noch ein bisschen in den Kinderschuhen.

Gibt es in Deutschland viel Konkurrenz?

Dort ist die Konkurrenz wirklich groß. In Österreich sind wir in der angenehmen Lage, dass wir die Einzigen sind, die Zollabwicklung im SAP-Umfeld anbieten. Es gibt in diesem Bereich das Flaggschiff von SAP, SAP Global Trade Services (GTS). Wenn jemand direkt im SAP-Umfeld, ohne zusätzliche Komponenten, Zollabwicklung machen möchte, braucht er eigentlich immer uns dazu. Entweder mit unserem e-zoll Connector für SAP GTS, der die elektronische Kommunikation mit dem österreichischen Zollsystem ermöglicht, oder mit unserem eigenentwickelten Add-on-Produkt pZoll.

Entwickelt wird in Wien?

Ja, das machen wir alles inhouse mit unseren fest angestellten Mitarbeitern. Momentan haben wir das Problem der Ressourcenknappheit und haben eine Junior-Entwick-



lerin eingestellt, die uns unterstützt. Wir sind gerade in einer heißen Phase und arbeiten an pZoll für Deutschland. Die dortige ATLAS-Exportabwicklung (Automatisiertes Tarif- und Lokales Zollabwicklungssystem) ist schon seit zwei Jahren zertifiziert, aber wir machen jetzt auch die Einfuhrverzollung. In Deutschland ist das recht aufwendig.

Aufwendiger als hier?

In Österreich gibt es keine Zertifizierung. Wenn man das System unterstützt und es alles Notwendige bietet, kann man sein Produkt auch verkaufen. Was uns zugutekommt, das sind unsere guten Kontakte zu den Behörden, unseren Kunden und SAP. Dadurch bekommen wir immer Informationen aus erster Hand. Wir pflegen ein sehr partnerschaftliches Verhältnis zum GTS-Team in Walldorf, das die Außenhandelsthemen für SAP designt. Wir haben auch einen Beratervertrag mit SAP und beraten das Unternehmen bei Themen, die den österreichischen Zoll betreffen.

Wie kommen Sie auf Ideen für neue Lösungen?

Man muss seine Ohren immer beim Kunden haben und hören, wo der Schuh drückt und wo man mit seinem Team unterstützen kann. Ein Beispiel: „Warenursprung und Präferenzen“ ist ein wichtiges Thema. Wenn man Partner eines anderen Landes ist, dann gibt es Präferenzabkommen. Da gibt es komplizierteste Regeln. Für einen Maschinenbauer zum Beispiel ist es ein enormer Aufwand, herauszufinden, welchen präferenzrechtlichen Ursprung seine Ware hat und in welchen Ländern er sie günstiger verkaufen kann, weil der Kunde sie günstiger – ohne Zoll – importieren kann. Um das zu verwalten und zu berechnen, haben wir Lösungen zur Warenursprungs- und Präferenzkalkulation. Über einen Schweizer Partner haben wir in Deutschland einen Partner gefunden, die ZOB GmbH, die das schon seit vielen Jahren macht. Der Unternehmensgründer ist ein ehemaliger Zollbeamter. Den habe ich als Partner geholt. Wir sind exklusiver Vertriebspartner in Österreich und vertreiben pCalc für die Präferenzkalkulation.

Wir sind ein kleines Team – neun Leute – und müssen uns deshalb auf unsere Kernkompetenz fokussieren. Wir sind Zollabwicklungsspezialisten. Das entwickeln wir selbst.

Apropos Kernkompetenz: Die Zollabwicklung kann sehr komplex sein. Welche Vorteile hat ein Unternehmen, wenn es sich selbst darum kümmert, anstatt diese Aufgabe „weiterzureichen“?

Zollthemen werden oft als „Bremser“ wahrgenommen, für die sich die Unternehmen einen externen Dienstleister holen. Aber der kennt die Produkte seiner Kunden oft nicht so genau wie die Kunden selbst. Wenn man das Know-how inhouse aufbaut, mit ein paar guten Leuten, die sich mit dem Zoll beschäftigen, lässt sich viel optimieren, und vielleicht lassen sich sogar die Kosten für die Zollabwicklung senken. Das lohnt sich natürlich hauptsächlich für Unternehmen, die viel mit der Ein- und Ausfuhr von Waren und der Zollabwicklung zu tun haben.

Wie fließen Änderungen in Ihr System ein, wenn sich zum Beispiel rechtliche Bestimmungen ändern?

Das kommt auf die Änderungen an. Wir müssen oft Anpassungen an den Programmen durchführen. So wie es jetzt auf uns zukommen wird. Es gibt seit 2016 den neuen Unionszollkodex UZK der Europäischen Union. Das heißt, es gibt eine neue gesetzliche Grundlage für die

Zollabwicklung in ganz Europa. Die erste Frist ist Ende 2023. Bis dahin muss die österreichische Importabwicklung neu entwickelt werden. Wir müssen unser Produkt anpassen, damit es mit dem neuen Zollsysteem kommunizieren kann. Bis 2025 gibt es weitere Teile, die wir noch anpassen müssen.

Wie kommen diese Änderungen dann zum Kunden?

Wir verkaufen unsere Software in Lizenz und lizenzieren nicht nach Usern, sondern nach Unternehmen. Für eine große Unternehmensgruppe kann man auch eine Konzernlizenz erwerben. Dazu gibt es dann obligatorisch einen Softwarewartungsvertrag mit Betreuung. Im Rahmen dieser Softwarewartungsverträge passen wir gewisse gesetzliche Änderungen an und liefern sie mit den Updates aus. Wir verpflichten uns unseren Kunden gegenüber vertraglich dazu, uns laufend darüber zu informieren, speziell in Österreich, der Schweiz und Deutschland, welche Änderungen auf uns zukommen, um diese dann in unserer Software umzusetzen.

Welche Ihrer Produkte kommen bei Ihren Kunden am besten an?

Man muss zwischen den Märkten unterscheiden: In Österreich ist ganz klar die Exportverzollung Nummer eins, also integrierte Zollabwicklung. Wenn Sie Waren an Ziele außerhalb der EU exportieren, müssen Sie die elektronischen Formalitäten erledigen. Das ist in Österreich immer noch das Hauptgeschäft. In der Schweiz ist es interessanterweise ein bisschen anders. Dort wird sehr viel

« Man muss seine Ohren immer beim Kunden haben und hören, wo der Schuh drückt und wo man mit seinem Team unterstützen kann. »

ALEXANDER HANISCH,
GESCHÄFTSFÜHRER VON PRODATA



mehr mit Speditionen, externen Zolldienstleistern und Zollbrokern gearbeitet. Jedes Unternehmen, das eine Steuernummer bzw. eine Zollnummer in der Schweiz hat, auch wenn ein Spediteur die Verzollungen abwickelt, muss sogenannte Veranlagungsverfügungen – digital signierte elektronische Zolldokumente im XML-Format – erstellen und zehn Jahre aufbewahren. Dafür haben wir



eine in SAP integrierte Lösung entwickelt, mit der man diese elektronischen Zolldokumente abrufen, verwalten, überprüfen und archivieren kann. Man kann damit auch eine Prüfspur für lückenlose Nachweise herstellen. Diese Lösung wird in der Schweiz am meisten nachgefragt.

Woher wissen Sie, welche Schritte Sie setzen müssen? Was in der ganzen Lieferkette alles berücksichtigt werden muss?

Man muss das verfolgen. Es gibt in Österreich beispielsweise auf der Seite des BMF Dokumentationen für das österreichische Zollsystem e-zoll, mit allen Webservice-Definitionen, Schnittstellen- und Prozessbeschreibungen und einem eigenen Webservice für Stammdaten. Das arbeiten wir durch.

Wo Sie schon davon sprechen: Welchen Einfluss hatte die Einführung von e-Zoll auf prodata?

Als e-zoll 2004 in Österreich komplett neu entwickelt wurde, angefangen mit dem Teilbereich des elektronischen Versandverfahrens, hatten wir noch die Zollsoftware Zoll/2000. Sie war schon relativ veraltet und eigentlich nur für die vorher erwähnten periodischen Meldungen ausgelegt – also um Papiere auszudrucken. Die

Datenstruktur des neuen Systems war viel komplexer. Wir haben uns dann entschlossen, komplett neu zu entwickeln. Damals bin ich ins Team gekommen, SAP als Entwicklungsumgebung war für mich etwas ganz Neues. Wir haben zu dritt alle Abläufe studiert und zusammen mit den Behörden, teilweise in einem Trial-and-Error-Verfahren – denn auch e-zoll war erst halbfertig –, unsere Lösung entwickelt. Wir hatten damals bereits einen Kundenstock von unserer Zoll/2000-Lösung und haben diesem eine vergünstigte Update-Lizenz auf e-zoll angeboten.

Unterscheiden sich die Implementierungsprojekte bei Ihren Kunden stark, oder gibt es ein bestimmtes Schema?

Die Integration bei den Kunden ist sehr unterschiedlich. Das ist auch die Herausforderung: Unsere Standardlösungen, die alle Funktionalitäten für die Fachbereiche abbilden, so zu integrieren und an den Kunden anzupassen, dass der Ablauf möglichst reibungslos ihre Produkte und Prozesse abbildet.

Also kein Ansatz, wie man ihn so oft sieht, bei dem sich die Unternehmen mit ihren individuellen Prozessen an die Software anpassen müssen,

sondern umgekehrt? Der Kunde muss sich demnach so wenig wie möglich umgewöhnen.

Genau. Unser USP ist, da wir SAP-Entwickler sind, dass wir auf derselben Oberfläche sind. Man braucht nur eine IT-Abteilung, die das mitbetreuen kann. Wir unterstützen alle Standard-SAP-Module. Unsere Standardlösung kann man ausliefern und innerhalb von ein paar Tagen loslegen. Im Detail kann man dann noch Anpassungen vornehmen. Meistens betrifft das die Stammdaten wie auch bei anderen logistischen Prozessen oder in der Produktion. Gerade bei der Zollabwicklung sollte alles möglichst reibungslos vonstattengehen. Das ist nur ein Baustein in der Logistik. Manche unserer Kunden haben das voll automatisiert. Bei einigen sind wir mit unserer Expertise auch inhouse eingebunden und unterstützen sie dabei, ihre Prozesse laufend zu verbessern.

Wie lange dauert ein Implementierungsprojekt bei einem Kunden durchschnittlich?

Das kommt darauf an. Wenn wir bei einem halbwegs überschaubaren Ablauf im Unternehmen unsere fertigen Standardbausteine einsetzen können, schafft man es vom Erstkontakt, dem Kickoff-Meeting, der Anforderungsdefinition und den Workshops bzw. Schulungen mit den Fachabteilungen über Integrationstests bis hin zum Customizing in zwei Monaten. Komplexere Projekte, bei denen wir zum Beispiel auch zusätzliche Module entwickeln müssen, dauern natürlich etwas länger.

Wie groß ist das Thema SAP S/4HANA bei Ihren Kunden?

Das neue ERP-System von SAP ist für uns ein Wirtschaftsmotor. Durch S/4HANA sind die Unternehmen gezwungen, sich mit ihren Unternehmensprozessen zu beschäftigen. Was funktioniert noch? Was hat SAP neu gestaltet? Viele Unternehmen sehen sich das an und im Zuge des-

sen auch, wie ihr Zoll organisiert ist. Dadurch sind wir mit einigen Unternehmen in Kontakt gekommen.

Gibt es von Ihnen auch eine Cloudlösung?

Unsere Lösung pZoll verkaufen wir als pZoll Cloud auch als Cloudlösung aus unserem Rechenzentrum. Das ist im Prinzip dieselbe Lösung, die auch unsere Industriekunden einsetzen, nur eben für die rein manuelle Belegpflege bei unseren kleineren Kunden. Die Zoll Daten werden in eine SAP-Benutzeroberfläche eingegeben, und wir hosten die Lösung bei uns.

Zum Abschluss noch eine letzte Frage: Ist der Brexit für Sie eigentlich ein Thema?

Das ist schon ein Thema. Wir horchen immer auf, wenn neue Termine kolportiert werden. Denn wenn es einen geregelten Brexit gibt, dann gibt es auch Übergangsfristen. Alles bleibt dann für eine gewisse Zeit wie gehabt, und die Leute haben Zeit, sich vorzubereiten. Auch die Regierungen hätten Zeit, Abkommen zu schließen. Ein Hard Brexit wäre aber ein Problem. Aus der Sicht des österreichischen Zolls sind wir gut vorbereitet. Auch die Zollbehörden sind gut vorbereitet. Österreich ist in einer glücklichen Lage. Wir sind relativ weit weg von Großbritannien. Die Deutschen, Niederländer oder Belgier trifft es hingegen sehr hart. Bei uns muss man in der Zollabwicklung eigentlich nur zwei Optionen umstellen, um die Zollabwicklung nach Großbritannien zu machen. Weil Großbritannien dann ja kein EU-Land mehr ist, müsste man dann statt Intrastat-Meldungen (Intrahandelsstatistik der Europäischen Union zur Erfassung des Warenverkehrs zwischen den Mitgliedsstaaten) Zollabwicklungen machen. Es waren nur minimale Änderungen an unserer Software nötig, die wir schon erledigt haben. Wenn es so weit ist, informieren wir unsere Kunden, zum Beispiel über unseren Blog oder unseren Newsletter. ♦

INFO-BOX

♦ Alexander Hanisch

Ing. Alexander Hanisch ist seit 2014 Geschäftsführer der prodata Rechenzentrum und Informationstechnologie GmbH. Aber schon seit 1998 gehörte er als Entwickler und IT-Solution Consultant dem Team an. Neben operativen Tätigkeiten und strategischer Planung gehören auch Vertrieb und Marketing zu den Aufgaben des Absolventen der HTL Spengergasse in Wien. Nach dem erfolgreichen Verkauf von Softwarelösungen in Österreich wurde in den letzten Jahren der Vertrieb unter seiner Führung auch auf den deutschsprachigen Raum ausgedehnt. Als ursprünglicher Entwickler der Softwarelösungen pControl und pLab fungiert Hanisch nach wie vor als Ansprechpartner für die Produkte des Unternehmens und übernimmt immer noch gern Schulungen, Workshops bei Implementierungen sowie die Vor-Ort-Betreuung der Kunden.

www.prodata-rz.com

CLT FOR WELL-BEING

Natürlich, harmonisch und nachhaltig –
individuelle Wohlfühloasen aus Brettsperrholz.



Exklusive Suiten und ein stilvoller Wellness- und Spa-Bereich mit beheiztem Outdoor-Pool als wahrlicher Blickfang

OBWOHL DIE AUSWIRKUNGEN des Klimawandels bereits deutlich zu spüren sind, liefern die globalen CO₂-Bilanzen jedes Jahr alarmierende Zahlen. Daher ist es essenziell, in allen Bereichen des Lebens fossile durch nachwachsende Rohstoffe zu ersetzen.

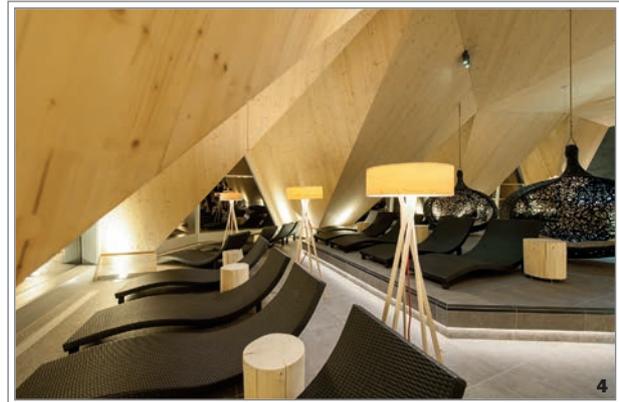
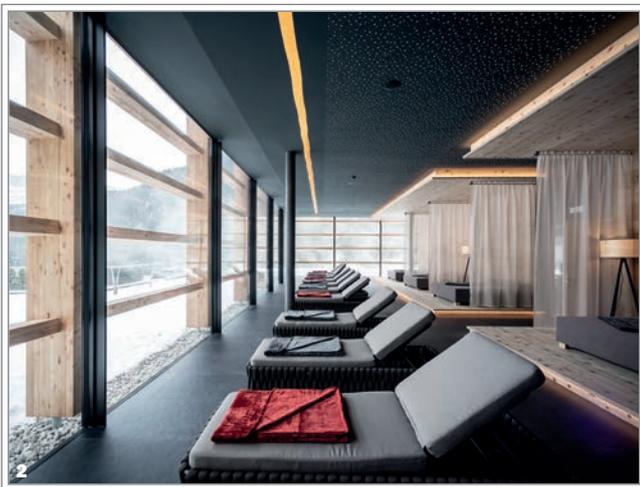
Als nachwachsender Baustoff ist Brettsperrholz verstärkt in den Fokus moderner, ökologischer Baukultur gerückt. Aus gutem Grund: Es ist individuell einsetzbar, erzeugt ein gesundes Raumklima, ist von Natur aus CO₂-neutral und in jeder Hinsicht energieeffizient.

© Alex Filz

ÖKOLOGISCH WERTVOLL

Bei der Produktion von KLH® Massivholzplatten wird auf eine zeitgemäße, energiesparende und umweltschonende Produktionsweise geachtet. Als einziger Brettsperrholzlieferant mit eigener Umweltproduktdeklaration (Environmental Product Declaration, EPD) nach ISO 14025 liefert das Unternehmen eine wichtige Grundlage für Ökobilanzen.

Gut zu wissen: Anfang des neuen Jahres können Investoren ihren Carbon-Footprint bzw. ihre Einsparungen durch KLH® Massivholzplatten selbst berechnen.



Heimelige Privatsphären im modernen Stil mit viel Holz und warmen Tönen

FREIRAUM FÜR IDEEN

Die Zahlen sprechen eine klare Sprache: KLH® Massivholzplatten wurden für mehr als 30.000 Projekte rund um den Globus eingesetzt. Bereits in der Planungsphase bietet Brettspertholz großen Freiraum in der architektonischen Gestaltung und verkürzt auch die Bauzeit auf ein Minimum. Der Einsatz von schlanken Bauteilen ermöglicht eine optimale Nutzung der umbauten Grundstücksfläche.

INDIVIDUALITÄT OHNE GRENZEN

Verschiedenste Oberflächen verleihen jedem Gebäude und jedem Raum eine individuelle Wohlfühlatmosphäre. Darüber hinaus wirkt sich das natürliche Baumaterial positiv auf das menschliche Wohlbefinden aus. ◆

Modernste und architektonisch beeindruckendste Wohlfühlatmosphären

KONTAKT

◆ **KLH Massivholz GmbH**
8842 Teufenbach-Katsch
Gewerbstraße 4
Tel.: +43/3588/88 35
office@klh.at
www.klh.at



© Alex Filz (1+2), Island Hotel (3), AQUA DOME (4+5)

STRENGE VORGABEN

Dank EU wurden in den 28 Mitgliedsstaaten zwar unzählige Regelungen vereinheitlicht, dennoch gilt es bei Geschäftsbeziehungen mit den Behörden in den einzelnen Ländern regionale Eigenheiten zu beachten. Besonders bei Rechnungen gelten strenge Vorgaben.



BEIM THEMA Rechnungslegung in Deutschland und Kroatien beispielsweise ist besondere Sorgfalt geboten, oder auch in Ungarn, wo Rechnungen sogar zu allen Geschäftsfällen an die Behörden gemeldet werden müssen, sofern bestimmte Summen überschritten werden. „Wer die Vorgaben in puncto E-Rechnung an die Behörde nicht einhält, dem kann es passieren, dass die Faktura ganz einfach nicht beglichen wird“, warnt Gerd Marlovits, Geschäftsführer von EDITEL Austria. Der Wiener IT-Dienstleister ist in Österreich und CEE führend beim elektronischen Datenaustausch von Geschäftsdokumenten und durch mehrere Tochterunternehmen in Zentral- und Osteuropa sehr eng mit der Region vernetzt.

BEREITS USUS, BALD SOGAR PFLICHT

Seit 27. November 2018 sind Bundesbehörden und Verfassungsorgane in Deutschland dazu verpflichtet, E-Rechnungen von ihren Lieferanten und Dienstleistern anzu-

nehmen. Bis spätestens 27. November 2019 müssen auch alle übrigen Bundesstellen bzw. bis 18. April 2020 auch Länder und Kommunen dazu in der Lage sein. Für die öffentlichen Auftragnehmer (Lieferanten bzw. Rechnungssteller) selbst ist der 27. November 2020 die wichtigste Deadline, denn bis dahin können sie ihre Rechnungen freiwillig elektronisch einreichen, danach ist es eine Pflicht. Dies betrifft deutsche Unternehmen genauso wie österreichische, sofern sie mit deutschen Behörden in Geschäftsbeziehung stehen. Ausnahmen gibt es beispielsweise nur für Direktgeschäfte, wenn sie den Wert von 1.000 Euro (exkl. USt.) nicht übersteigen. Rechtlich zulässig sind nur zwei E-Rechnungs-Standards: das XRechnungs-Format, das zur Gänze aus strukturierten Daten besteht, und das hybride ZuGFeRD 2.0., das in der Praxis eine untergeordnete Rolle spielt.

„Eine reine PDF-Rechnung, die keine strukturierten Daten enthält, oder eine eingescannte Papierrechnung werden nach dem Stichtag 27. November 2020 nicht mehr akzeptiert“, gibt Marlovits zu bedenken. Die Einbindung von strukturierten Daten sei deshalb so wichtig, damit die Dokumente von den Behörden automatisiert weiterverarbeitet werden können. Die Herausforderung für die Lieferanten bestehe darin, zuerst Rechnungen mittels ERP-System zu erstellen, diese anschließend in das Format XRechnung zu konvertieren und dann an die Behörden zu transferieren. Der Übertragungskanal sei abhängig von der jeweiligen Behörde. Bei öffentlichen Auftraggebern des Bundes könne ein Webservice, die Zentrale Rechnungseingangsplattform (ZRE), genutzt werden. Der bequemste, schnellste und sicherste Weg – insbesondere bei hohen Transaktionsvolumina – sei aber die vollautomatische Übermittlung per PEPPOL-Netzwerk, das alle Behörden in Deutschland unterstützen werden. „EDITEL bietet



« Wer die Vorgaben in puncto E-Rechnung an die Behörde nicht einhält, dem kann es passieren, dass die Faktura ganz einfach nicht beglichen wird. »

GERD MARLOVITS,
GESCHÄFTSFÜHRER VON EDITEL AUSTRIA

ihren Kunden den Zugang zu den deutschen Behörden über PEPPOL und übernimmt auf Wunsch die Prüfung der Rechnung, die Konvertierung in XRechnung sowie deren automatische Übermittlung“, so Marlovits.

AUCH IN KROATIEN IST DIE DIGITALISIERUNG IN VOLLEM GANGE

In Kroatien sind alle öffentlichen Auftraggeber bereits seit 1. Dezember 2018 dazu verpflichtet, elektronische Rechnungen zu empfangen. Seit 1. Juli 2019 ist es auch für ihre Lieferanten mit der Freiwilligkeit vorbei. Abgewickelt werden die E-Rechnungen zentral über einen PEPPOL-Access-Point der kroatischen Finanzagentur FINA. Das kroatische Tochterunternehmen von EDITEL leistet Unternehmen vor Ort Unterstützung.

MASSNAHMEN GEGEN STEUERBETRUG IN UNGARN

In Ungarn gibt es die Besonderheit, dass seit 1. Juli 2018 generell sämtliche Rechnungen ab einem Umsatzsteuerbetrag von 100.000 Forint (rund 300 Euro) an die Behörden gemeldet werden müssen. Unabhängig davon, ob der Empfänger eine Behörde oder ein privates Unternehmen ist. Die Meldungen dienen dem Kampf gegen den Steuerbetrug. „Auch hier gilt es wiederum, spezielle Anforderungen der Behörde zu erfüllen“, erläutert Marlovits.

Österreich gehört im Bereich E-Rechnung an Bundesdienststellen übrigens zu den Vorreitern. Egal ob Volksschulen oder Ministerien, seit 1. Jänner 2014 gilt bei den rund 1.600 Bundesdienststellen nur noch „digital“. Pro Monat wickelt EDITEL im Schnitt tausende elektronische Transaktionen an den Bund und die Bundesbeschaffung GmbH (BBG) ab. Für Länder und Gemeinden gilt diese Pflicht zwar bis heute nicht, „aber das ist nur eine Frage der Zeit“, zieht Marlovits sein Resümee.

Die Digitalisierung und der damit verbundene elektronische Austausch von Geschäftsdokumenten sind nicht nur bei der Rechnungsstellung an Behörden auf dem Vormarsch, sondern auch im Business-to-Business-Bereich (B2B). Das Potenzial ist insgesamt noch lange nicht ausgeschöpft, wie eine Marktstudie von Billentis zeigt. Dem-

nach werden 2019 voraussichtlich weltweit 550 Milliarden Rechnungen erstellt, wobei davon laut Prognose aber erst 55 Milliarden, also zehn Prozent, komplett papierlos erfolgen. „Selbst wenn pro Rechnung nur ein Blatt Papier ausgedruckt wird, ergibt sich bei einer Umstellung auf elektronischen Datenaustausch ein theoretisches Einsparungspotenzial von 495 Milliarden Blatt allein in diesem Jahr“, erläutert Marlovits. Bei einem Gewicht von fünf Gramm pro DIN-A4-Blatt könnte man dadurch also jährlich 2,475 Millionen Tonnen Papier einsparen. Das schont nicht nur die Umwelt, sondern auch das Budget der betroffenen Organisationen. ♦

INFO-BOX

E-Rechnung an Behörden im In- und Ausland Österreich:

- ♦ Bereits seit 1. Jänner 2014 verpflichtend bei Rechnungen an Bundesdienststellen. Dabei müssen Rechnungen zumindest elektronisch weiterverarbeitet werden können.
- ♦ Rechnungen per Fax gelten als nicht eingebracht.
- ♦ E-Rechnungen an Länder und Gemeinden sind (noch) nicht verpflichtend.
- ♦ EDITEL unterstützt Unternehmen bei der Prüfung, Konvertierung und Übermittlung der E-Rechnungen.

Deutschland:

- ♦ Verpflichtung für Auftragnehmer ab 27. November 2020, früherer Start freiwillig möglich
- ♦ Gilt für öffentliche Aufträge ab 1.000 € netto
- ♦ Rechnungsdaten müssen ins Format XRechnung konvertiert werden.
- ♦ Übermittlung an die Behörden über EDITEL

Ungarn:

- ♦ Rechnungen ab einem Umsatzsteuerbetrag von 100.000 Forint müssen seit 1. Juli 2018 generell an die Behörden gemeldet werden.
- ♦ Betroffen sind nicht nur Rechnungen an öffentliche Auftraggeber, sondern auch an andere Unternehmen.
- ♦ Die Meldungen dienen als Maßnahme gegen Steuerbetrug.

Kroatien:

- ♦ Verpflichtung für E-Rechnung an öffentliche Auftraggeber seit 1. Juli 2019
- ♦ Übermittlung an die Behörden über EDITEL

TOP-PARTNER IN SCHWIERIGEM UMFELD

Die Wirtschaftsbeziehungen zwischen Österreich und Deutschland sind sehr intensiv. Ein Statement von Hans Dieter Pötsch, Präsident der Deutschen Handelskammer in Österreich (DHK).



Der Außenhandel zwischen Deutschland und Österreich bleibt stabil.

DAS AUSSENHANDELSVOLUMEN von Österreich und Deutschland hat im Jahr 2017 erstmals die 100-Milliarden-Euro-Grenze überschritten und ist seither weiter gestiegen. 2018 lag der Wert bei 107,9 Milliarden Euro. Dies verdeutlicht, wie intensiv die Wirtschaftsbeziehungen zwischen den beiden Ländern sind. Diese Wirtschaftsbeziehungen zu pflegen, steht im Fokus der Deutschen Handelskammer in Österreich (DHK) – eine Aufgabe, der insbesondere in wirtschaftlich schwierigen Zeiten eine be-

sondere Bedeutung zukommt, denn die zunehmenden globalen politischen und wirtschaftlichen Konflikte sowie die damit verbundenen Einschränkungen im internationalen Handel schlagen sich natürlich auch auf die Wirtschaftsentwicklung in den europäischen Ländern nieder. So prognostizieren die Wirtschaftsforscher für das Gesamtjahr 2019 für die EU ein Wirtschaftswachstum von etwa 1,4 Prozent, für Deutschland 0,4 Prozent und für Österreich rund 1,5 Prozent. Trotz dieser herausfordernden

44



« Deutschland ist für Österreich der wichtigste Wirtschaftspartner, aber auch Österreich ist für Deutschland von größerer Bedeutung, als mancher meinen möchte. »

HANS DIETER PÖTSCH, PRÄSIDENT DER DEUTSCHEN HANDELSKAMMER IN ÖSTERREICH

Importe aus Österreich stiegen in diesem Zeitraum um 3,9 Prozent auf 33,5 Milliarden Euro. Zweitens: Die Wirtschaftsbeziehungen zwischen den beiden Ländern sind zwar intensiv, doch dass sich eine schwächere Wirtschaftsentwicklung in Deutschland eins zu eins auf Österreich überträgt, ist Geschichte.

internationalen Rahmenbedingungen entwickelt sich der Außenhandel zwischen Deutschland und Österreich bisher erfreulich stabil.

ÖSTERREICH IST WICHTIG FÜR DEUTSCHLAND

Deutschland ist für Österreich der wichtigste Wirtschaftspartner, aber auch Österreich ist für Deutschland von größerer Bedeutung, als mancher meinen möchte. So ist (das im Vergleich zu anderen Ländern kleine) Österreich für Deutschland aktuell der siebentwichtigste Exportmarkt. Bei den Importen nimmt Österreich aus deutscher Sicht den zehnten Platz ein. Dass es aufgrund der derzeitigen Konjunkturflaute in Deutschland zu einem massiven Einbruch der österreichischen Wirtschaft kommen könnte, ist aus Sicht der Deutschen Handelskammer in Österreich dennoch nicht zu erwarten. Dafür gibt es mehrere Gründe.

ROBUSTE BEZIEHUNGEN

Erstens: Trotz aktueller Konjunkturflaute zeigen sich die Handelsbeziehungen zwischen Deutschland und Österreich robust. Laut deutscher Statistik legten die Exporte nach Österreich von Jänner bis September 2019 im Jahresvergleich um 2,8 Prozent auf 49,9 Milliarden Euro zu. Die

Auf die schwindende direkte Abhängigkeit haben zuletzt auch Wirtschaftsforscher immer wieder hingewiesen. Die österreichische Wirtschaft hat in den vergangenen zehn Jahren Marktanteile in Deutschland abgeben müssen: War Österreich 2009 noch der siebentwichtigste Importeur in Deutschland, so liegt das Land jetzt, wie bereits erwähnt, auf dem zehnten Platz. Die Schweiz, Belgien und die Tschechische Republik haben Österreich auf dem deutschen Markt überholt. Österreich profitiert, wie wir wissen, davon, dass es auch in den zentral- und ost-europäischen Märkten gut aufgestellt ist, wo die Konjunkturdaten aktuell noch besser aussehen.



© mohamed Hassan/Pixabay (1), DHK/Martina Dreper (2), DHK (3)

INFO-BOX

◆ Die DHK

Die Deutsche Handelskammer in Österreich (DHK) ist das größte deutsch-österreichische Wirtschaftsnetzwerk in Österreich. Sie ist Teil des Verbunds der Deutschen Auslandshandelskammern (AHK) mit 140 Standorten in 92 Ländern. Die rund 1.500 Mitglieder der DHK profitieren von diesem Netzwerk sowie den zahlreichen Dienstleistungen in den Bereichen Marktberatung, Recht, Steuern und Messen.

www.dhk.at

Exporte			Importe	
	Bestimmungsland	1.000 Euro	Ursprungsland	1.000 Euro
001	Vereinigte Staaten	113.293.472	Volksrepublik China	106.266.099
002	Frankreich	105.277.488	Niederlande	98.013.996
003	Volksrepublik China	93.037.203	Frankreich	65.172.107
004	Niederlande	91.147.090	Vereinigte Staaten	64.515.183
005	Vereinigtes Königreich	82.047.064	Italien	60.329.348
006	Italien	69.916.278	Polen	55.250.316
007	Österreich	64.984.106	Tschechische Republik	47.832.880
008	Polen	63.350.893	Belgien	46.011.945
009	Schweiz	54.041.251	Schweiz	45.937.296
010	Belgien	44.358.822	Österreich	43.133.553

Außenhandel Deutschland 2018, Destatis

Österreich ist für Deutschland aktuell der siebentwichtigste Exportmarkt. Bei den Importen nimmt Österreich den zehnten Platz ein.

Drittens: Der Handel zwischen Deutschland und Österreich wird (in beide Richtungen) von folgenden Warengruppen dominiert: Kraftwagen und Kraftwagenteile, Maschinen und elektrische Ausrüstungen. Auch Metalle, chemische Erzeugnisse sowie Nahrungsmittel und Futtermittel zählen zu den Top-Handelsgütern. Die Autoindustrie und die Zulieferbetriebe sind also ein wesentlicher Faktor für das hohe Handelsvolumen zwischen den beiden Ländern. Die österreichischen Unternehmen profitieren aber auch in einer Art Umwegrentabilität von den guten Beziehungen zur deutschen Autoindustrie, denn sie liefern ihre Produkte nicht nur in die Automobilwerke nach Deutschland, sondern auch zu deutschen Produktionsstätten in anderen Ländern, wie etwa in China.

Viertens: Die Industrie in Deutschland entwickelt sich aktuell zwar schwächer als bisher, aber es gibt auch in anderen Bereichen einen regen bilateralen Austausch – so etwa in der Bauindustrie, die sich nach wie vor gut entwickelt. Dass es in Deutschland im Bereich Infrastruktur erhöhten Investitionsbedarf gibt, ist unbestritten, und österreichische Unternehmen sind in Deutschland wie immer willkommen, an dieser Modernisierung mitzuwirken.

Fünftens: Österreich ist bei deutschen Unternehmen nach wie vor beliebt. Die Deutsche Handelskammer in Österreich begleitet jedes Jahr rund 20 Unternehmen bei

ihrer Gründung in Österreich. Dabei punktet Österreich vor allem mit seiner guten Infrastruktur – sowohl was den Straßen- als auch den öffentlichen Verkehr betrifft. Der gute und weiter fortschreitende Ausbau der digitalen Infrastruktur wird ebenso geschätzt wie die hohe Qualifikation der Mitarbeiter hierzulande. Und Österreich ist ein schönes Land – auch deutsche Manager leben und arbeiten gern hier. ◆

INFO-BOX
◆ Zur Person

Der gebürtige Oberösterreicher Hans Dieter Pötsch studierte Wirtschaftsingenieurwesen an der Technischen Hochschule in Darmstadt und war für BMW, Trumpf GmbH & Co KG, Traub AG und Dürr AG tätig, bevor er 2003 zu Volkswagen wechselte. Seit 7. Oktober 2015 ist Hans Dieter Pötsch Vorsitzender des Aufsichtsrats der Volkswagen AG und seit 1. November 2015 Vorstandsvorsitzender der Porsche Automobil Holding SE. Seit 17. Oktober 2019 ist er auch Präsident der Deutschen Handelskammer in Österreich (DHK).

WELTMEISTER IN EXPORT UND AUSBILDUNG

Der Vorarlberger Beschlägehersteller Blum zählt mit 97 Prozent Auslandsumsatzanteil zu den erfolgreichsten Exporteuren Österreichs. Beliefert werden heute Kunden in über 120 Märkten auf der ganzen Welt. An 31 Standorten ist Blum inzwischen mit Tochtergesellschaften bzw. Repräsentanzen vertreten. Als einen weiteren wesentlichen Faktor für den Exporterfolg sieht das Unternehmen die Top-Ausbildung im eigenen Haus.



In Dornbirn hat Blum einen eigenen Bahnanschluss.



Blum zählt heute zu den Top-Ausbildern in Vorarlberg.

Bereits in den 1960er-Jahren startete der Beschlägespezialist seine ersten Auslandsgeschäfte. Denn für Blum war bereits damals klar, dass für den nachhaltigen und langfristigen Erfolg des Unternehmens die Exportaktivitäten forciert werden müssen. Heute beträgt der Exportanteil von Blum 97 Prozent. Damit zählt der Beschlägespezialist zu den großen Exporteuren Österreichs. Entscheidend für den Erfolg in den weltweiten Märkten sind bei Blum – neben hoher Flexibilität und großer Verlässlichkeit – das offene Zugehen auf die unterschiedlichen Mentalitäten und die Wertschätzung der verschiedenen Kulturen. Als weiteren strategischen Pfeiler nennt der Beschlägehersteller die Anpassung der Produkte an die jeweilige Wohnsituation in den verschiedenen Ländern. Dies erfordert detaillierte Kenntnisse der Kundenbedürfnisse und der internationalen Märkte selbst. Wertvolle Kenntnisse über länderspezifische Merkmale liefern der regelmäßige Austausch von Blum mit seiner internationalen Verkaufsmannschaft und

die Erforschung der Kundenbedürfnisse anhand weltweiter Küchenbeobachtungen.

An der Spitze orientieren, in der Breite ausbilden

Gut ausgebildete Fachkräfte sind ein wesentlicher Erfolgsfaktor jedes Unternehmens. Das hat man bei Blum früh erkannt und bereits in den 1970er-Jahren mit der Ausbildung im eigenen Haus begonnen. Heute zählt der Beschlägehersteller zu den Top-Ausbildern in Vorarlberg. Aktuell sind in der gesamten Gruppe 389 Lehrlinge in einem von neun Lehrberufen von Blum in Ausbildung, wobei die Zahl der Mädchen in der technischen Ausbildung stetig zunimmt. Und die Ausbildungsarbeit trägt Früchte: Bei AustrianSkills, EuroSkills und WorldSkills zeigen die Blum-Lehrlinge seit Jahren mit hervorragenden Leistungen auf, zuletzt bei den WorldSkills 2019 in Kazan (Russland). Hier holten sich gleich drei Lehrlinge des Vorarlberger Beschlägespezialisten Gold. ★

KONTAKT

Julius Blum GmbH
6973 Höchst • Industriestraße 1
Tel.: +43/5578/705-0
info@blum.com
www.blum.com



GOLD FÜR CHINA

Zum neunten Mal wurden beim CONSTANTINUS International Award vorbildliche Projekte aus aller Welt ausgezeichnet.
China landete auf dem Treppchen ganz oben.



Das Siegerfoto des CONSTANTINUS International Award 2019

AUCH AWARDS können zum Exportschlager werden. Nach dem Vorbild des österreichischen CONSTANTINUS Award des Fachverbands Unternehmensberatung, Buchhaltung und Informationstechnologie (UBIT) wurde vor einigen Jahren ein internationaler Preis gestaltet: der CONSTANTINUS International Award. Damit werden vom International Council of Management Consulting Institutes (ICMCI) die weltweit besten Beratungsprojekte ausgezeichnet. Berater und Beraterinnen aus der ganzen Welt wurden wieder eingeladen, Projekte mit außergewöhnlichem Kundennutzen vorzustellen.

PLATTFORM FÜR INTERNATIONALE ZUSAMMENARBEIT

„Ziel dieser Auszeichnung ist es, die internationale Aufmerksamkeit auf die Beratungsbranche sowie auf hervorragende individuelle Beratungsprojekte zu lenken“, erklärt Alfred Harl, Vorsitzender von CONSTANTINUS International. „Ich darf mich mittlerweile zum neunten Mal über wirklich außergewöhnliche Projekte aus der ganzen Welt freuen. Der CONSTANTINUS International Award bietet Nominierten eine Plattform für die internationale Zusammenarbeit in ihrer jeweiligen Branche. Der CONSTANTINUS International Award ermöglicht außerdem die Stärkung von BeraterInnen-KundInnen-Beziehungen, indem gemeinsame Erfolge gefeiert werden und die internationale Bekanntheit der eigenen Projekte gesteigert wird.“ Obwohl die internationale Auszeichnung erst seit 2011 besteht, genießt der CONSTANTINUS International Award bei Beratern weltweit bereits hohes Ansehen. Er repräsentiert die wirtschaftliche Stärke und Bedeutung der Branche.

© FV UBIT/WKO (1), FV UBIT/Stiasny (2)



« Ich darf mich mittlerweile zum neunten Mal über wirklich außergewöhnliche Projekte aus der ganzen Welt freuen. »

ALFRED HARL, VORSITZENDER
VON CONSTANTINUS INTERNATIONAL

GOLD UND SILBER GEHEN AN CHINA

Insgesamt wurden 22 Projekte aus sieben Ländern eingereicht. Aus diesen hat eine internationale Jury die Nominierten und in weiterer Folge die nationalen Champions sowie die Medaillengewinner ermittelt. In diesem Jahr tat sich China mit einer Gold- und einer Silbermedaille hervor und war somit das erfolgreichste Land. Zwei weitere Silbermedaillen gingen an Projekte aus Spanien und der Ukraine. „Das zeigt, dass der CONSTANTINUS International Award weltweit an Bekanntheit gewinnt, insbesondere in China“, sagt Alfred Harl.

Der diesjährige Gewinner ist das chinesische Unternehmen Beijing Jingyi Wanjia Technology Co., LTD. Dessen Arbeit zu traditioneller chinesischer Medizin (TCM) im Jianhe-Krankenhaus in Qiandongnan, China, erzielte spektakuläre Erfolge in Bezug auf TCM, den Umsatz des Krankenhauses, die Produktivität und viele weitere Bereiche. Das Gremium lobte vor allem die neue Sichtweise auf die traditionelle chinesische Medizin und den Sinn für Innovation.

Die erste Silbermedaille dieses Jahres erhielt Shanghai Kmind Enterprise Management Consulting Co., Ltd. aus China. Das Unternehmen belebte nicht nur die Marke Bosideng neu, sondern konnte durch die verbraucherorientierte Strategie auch zu einem hohen Kundennutzen und einer bemerkenswerten Umsatzsteigerung beitragen. Zweiter Silbermedaillengewinner war everis Business aus Spanien. Das Projekt beschäftigte sich damit, wie anhand von Behavioural Design und intuitiver Prozesse die Effizienz verbessert werden kann.

Die dritte Silbermedaille ging an das ukrainische Unternehmen Agency of Strategic Solutions Shi Strategies LLC. Dieses wurden für sein soziales Hilfsprojekt „Helping Hand“ für das ukrainische Sozialministerium ausgezeichnet, das erfolgreich zur Förderung von Selbstständigkeit beigetragen hat.

NATIONAL CHAMPION AUS ÖSTERREICH

Schon zum zweiten Mal konnte das Unternehmen SVS Consulting einen Award einheimen. Nach seinem Sieg in der Kategorie „Management Consulting“ beim österreichischen CONSTANTINUS Award ging SVS Consulting mit dem Projekt „Post-merger synergy development for a global packaging company – Identifying, quantifying and capturing synergies for a USD 920m US acquisition“ für seinen Kunden DS Smith Plc als National Champion Österreichs hervor. Das Vorzeigeprojekt weist nicht nur großes Potenzial für die Gewinnung neuer Kunden auf, sondern überzeugte insbesondere durch die Beratungsleistung, die den Markteintritt in den USA unterstützt. ◆



INFO-BOX

◆ Die Gewinner 2019

GOLD:

Teilnehmer: Beijing Jingyi Wanjia Technology Co., LTD

Kunde: Jianhe traditional Chinese medicine (TCM) hospital in Qiandongnan city, Guizhou

Land: China

Projekt: The integrated solution to rapidly improve the traditional medical service capability

SILBER:

Teilnehmer: Shanghai Kmind Enterprise Management Consulting Co., Ltd.

Kunde: Bosideng International Holdings Limited

Land: China

Projekt: Top of Mind, Top of Industry: A Consumer-Driven Competitive Strategy to Shape Consumer Cognition and Reinvent the Bosideng Brand

SILBER:

Teilnehmer: everis Business

Kunde: BBVA seguros

Land: Spanien

Projekt: Digitalization and Behavioural Economics in life insurance services of BBVA: how behavioural design can improve efficiency through intuitive processes

SILBER:

Teilnehmer: Agency of strategic solutions Shi Strategies LLC

Kunde: Ministry of Social Policy of Ukraine

Land: Ukraine

Projekt: Helping Hand pilot social project



50

AUSGEZEICHNET

Zum 14. Mal vergab die Prüfungs- und Beratungsorganisation EY ihren Entrepreneur Of The Year Award an die herausragendsten Unternehmer des Landes. Rund 600 Gäste aus Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft waren der Einladung zur glanzvollen Gala im Festsaal der Wiener Hofburg gefolgt.

DER EY ENTREPRENEUR OF THE YEAR gehört zu den weltweit renommiertesten Auszeichnungen für Unternehmerinnen und Unternehmer. Seit über 30 Jahren zeichnet EY in 60 Ländern ausgewählte Entrepreneure für besondere Leistungen aus. Zu den Beurteilungs-

kriterien der Jury zählen Wachstum, Zukunftspotenzial, Innovation, Mitarbeiterführung und gesellschaftliche Verantwortung.

„Entrepreneure sind die Triebfeder des gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Fortschritts. Besonders in Zeiten der



Transformation, wie wir sie gerade stärker denn je erleben, kommt ihnen eine immense Bedeutung zu. Jede erfolgreiche Unternehmerin und jeder erfolgreiche Unternehmer hat etwas, das ihn oder sie zum Vorreiter und Wegbereiter macht. Mit dem EY Entrepreneur Of The Year

Award zeichnen wir heuer bereits zum 14. Mal Österreichs herausragende Unternehmerpersönlichkeiten aus, stellen die einzigartigen Leistungen in den Mittelpunkt und zeigen, wo die Unternehmerinnen und Unternehmer mit mutigen Ideen, Innovationen, neuen Geschäftsmodellen, Produkten und Services zu neuen Ufern aufgebrochen sind“, so Gunther Reimoser, Country Managing Partner bei EY Österreich.

DIE FINALISTEN UND SIEGER

Kategorie Industrie & Hightech

- ◆ Entrepreneur Of The Year: Christoph Steindl, Catalysts GmbH
- ◆ Preisträger: Stefan Messar, Glorit Bausysteme GmbH
- ◆ Preisträger: Bernhard Pulferer, Friedrich Pressl und Ernst Mayrhofer, Melecs EWS GmbH

Kategorie Handel & Konsumgüter

- ◆ Entrepreneur Of The Year: Anita Frauwallner, Institut AllergoSan
- ◆ Preisträger: Andreas Wilfinger, Ringana GmbH
- ◆ Preisträger: Fritz Wutscher, Wutscher Optik KG

Kategorie Dienstleistungen

- ◆ Entrepreneur Of The Year: Ursula Simacek, Simacek Holding GmbH
- ◆ Preisträger: Ulrika und Markus Gutheinz, Hotel Jungbrunn GmbH & Co OG
- ◆ Preisträger: Alexander Albler und Hermann Koller, NTS Holding GmbH

Kategorie Start-ups

- ◆ Entrepreneur Of The Year: Eric Demuth und Paul Klanschek, Bitpanda GmbH
- ◆ Preisträger: Sander van de Rijdt und Ibrahim Imam, PlanRadar GmbH
- ◆ Preisträger: Johannes Braith, Storebox

Kategorie Social Entrepreneur

- ◆ Entrepreneur Of The Year: Martin Rohla, „Habibi & Hawara“
- ◆ Preisträger: Nina Poxleitner, Lisa-Maria Sommer und Julian Richter, MTOP Potential:Integration GmbH
- ◆ Preisträger: Klaudia Bachinger, Carina Roth und Martin Melcher, WisR

Sonderpreis der Generationen

- ◆ Rudolf Staudinger, Fritz Poppmeier, Gerhard Drexel und Hans K. Reisch, SPAR AG



Österreichs Top-Unternehmer wurden am 18. Oktober im glanzvollen Ambiente der Wiener Hofburg ausgezeichnet.

SIEGREICHES UNTERNEHMERTUM

Der hochkarätige Unternehmerpreis wurde heuer von der Fachjury in fünf Kategorien vergeben: „Industrie & Hightech“, „Handel & Konsumgüter“, „Dienstleistungen“, „Start-ups“ und „Social Entrepreneur“. Zusätzlich vergab EY dieses Jahr den „Sonderpreis der Generationen“.

Als Entrepreneur of the Year in der Kategorie „Social Entrepreneur“ wurde Martin Rohla ausgezeichnet. Mit „Habibi & Hawara“ eröffnete er ein Restaurant, das Geflüchteten eine Chance auf Ausbildung zum Unternehmertum bietet.

In der Kategorie „Handel & Konsumgüter“ wurde Anita Frauwallner von Institut AllergoSan, einem international anerkannten Kompetenz- und Forschungszentrum rund um Darmgesundheit, ausgezeichnet.

In der Kategorie „Dienstleistungen“ sicherte sich Ursula Simacek vom Facility-Services-Unternehmen Simacek die Auszeichnung als Entrepreneur Of The Year.

In der Kategorie „Start-ups“ wurden Eric Demuth und Paul Klanschek von Bitpanda, einer der führenden Handelsplattformen Europas für den Kauf und Verkauf von digital Assets wie Bitcoins, ausgezeichnet.

In der Kategorie „Industrie & Hightech“ wurde Christoph Steindl von Catalysts der Award als Entrepreneur of the Year verliehen. Der Gründer des international renommierten Softwareentwicklungsunternehmens, das individuelle und innovative Lösungen in den Branchen Mobility, Financial Services, Public und Space entwickelt, wurde von der Fachjury aus 15 Preisträgern ausgewählt, um Österreich

beim EY World Entrepreneur Of The Year Award im Juni 2020 in Monte Carlo zu vertreten.

weg. SPAR ist ein eindrucksvolles Vorbild, wie man diese Werte lebt und bewahrt“, so Erich Lehner, Program Partner des EY Entrepreneur Of The Year in Österreich.



Darüber hinaus wurde im Rahmen des diesjährigen EY Entrepreneur Of The Year Awards der „Sonderpreis der Generationen“ an SPAR vergeben. Das österreichische Familienunternehmen wird in der dritten Generation erfolgreich geführt und feiert dieses Jahr das 65-jährige Firmenjubiläum.

„Insbesondere in Zeiten der Transformation, wie wir sie gerade in besonders starkem Ausmaß erleben, sind Vertrauen und Kontinuität zentrale Eckpfeiler. Erfolgreiche Familienunternehmen schaffen es, diese Werte über mehrere Generationen hinweg zu bewahren und zu leben. Gleichzeitig stellen sie sich mit Innovationsgeist und Offenheit dem Wandel und meistern ihn über Generationsgrenzen hin-

weg. SPAR ist ein eindrucksvolles Vorbild, wie man diese Werte lebt und bewahrt“, so Erich Lehner, Program Partner des EY Entrepreneur Of The Year in Österreich.

ÖSTERREICHISCHE TRADITION MIT INTERNATIONALER WIRKUNG

Bereits seit 2006 vergibt EY den Entrepreneur Of The Year Award in Österreich. Während seines 14-jährigen Bestehens hat sich der Unternehmerwettbewerb zu einem jährlichen Fixpunkt für die heimische Wirtschaft entwickelt. „In 14 Jahren Entrepreneur Of The Year in Österreich durften wir über 130 große Unternehmerpersönlichkeiten als Finalistinnen und Finalisten auf dieser Bühne ehren und an ihren beeindruckenden Geschichten teilhaben. Der Entrepreneur Of The Year ist nicht nur das Aushängeschild unseres Engagements für den Wirtschaftsstandort Österreich, er ist auch ein beeindruckender Beweis für die Vielfaltigkeit und Leistungsfähigkeit des heimischen Unternehmertums“, betont Lehner.

Die Preisträger des EY Entrepreneur Of The Year Awards in Österreich werden in ein globales Netzwerk eingeladen, das den Austausch und die Vernetzung mit Unternehmern aus aller Welt ermöglicht.

« Mit dem EY Entrepreneur Of The Year Award zeichnen wir herausragende Unternehmerpersönlichkeiten aus, stellen die einzigartigen Leistungen in den Mittelpunkt und zeigen, wo die Unternehmerinnen und Unternehmer mit mutigen Ideen, Innovationen, neuen Geschäftsmodellen, Produkten und Services zu neuen Ufern aufgebrochen sind. »

GUNTHER REIMOSER, COUNTRY MANAGING PARTNER BEI EY ÖSTERREICH



© Point of View (2,3), EY (4)



© Point of View (1), Catalysts (2)

Christoph Steindl von Catalysts gewinnt in der Kategorie „Industrie & Hightech“ und vertritt Österreich beim World Entrepreneur Of The Year Award in Monte Carlo.

VOR DEN VORHANG: DIE GEWINNER DES EY ENTREPRENEUR OF THE YEAR 2019

**1. KATEGORIE INDUSTRIE & HIGHTECH
Christoph Steindl von Catalysts: Softwareentwickler mit Raketenstart**

In der Kategorie „Industrie & Hightech“ zeichnete EY Christoph Steindl von Catalysts aus. Er führt das interna-



Public und Space. Der Durchbruch gelang Catalysts mit einem Projekt für die European Space Agency (ESA). Gestartet auf eigene Kosten und mit eigenem Risiko schaffte es das Unternehmen 2011, für die ESA hochkomplexe Algorithmen um den Faktor 100 zu beschleunigen. Catalysts hat das Know-how geschaffen, mit Satellitendaten im Petabytebereich umzugehen, und gelernt, Supercomputer mit tausenden Rechenkernen auszulasten. Christoph Steindl wurde von der Jury außerdem als Vertreter Österreichs beim EY World Entrepreneur Of The Year 2020 ausgewählt. „Christoph Steindl hat mit Catalysts im wahrsten Sinne des Wortes einen Raketenstart hingelegt. Das Projekt mit der European Space Agency hat das Unternehmen maßgeblich vorangetrieben. Sein An-



Anita Frauwallner leitet seit 25 Jahren das Institut AllergoSan.

tional renommierte Softwareentwicklungsunternehmen mit 300 Mitarbeitern an Standorten in Österreich, Deutschland und Rumänien. Die Entwicklung von Catalysts zum Dienstleister mit Fokus Softwareentwicklung gelang mit digitalen Technologien wie künstlicher Intelligenz, Internet of Things, Virtual Reality und Big Data. Das Unternehmen entwickelt individuelle und innovative Lösungen in den Branchen Mobility, Financial Services,

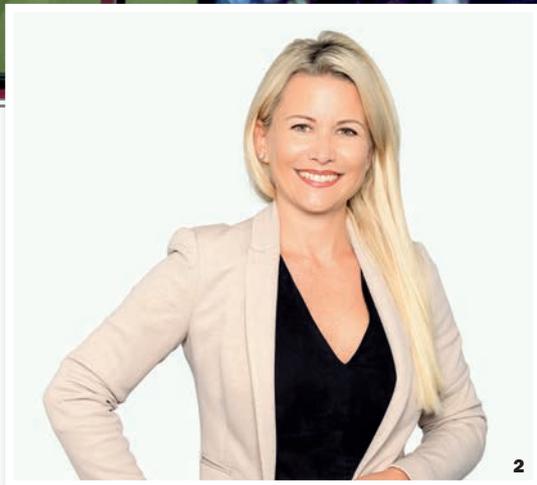
satz, ein hoch qualifiziertes Team aufzubauen und sich alle zwei Jahre neu zu erfinden, hat diese Pionierleistung möglich gemacht. Wir freuen uns sehr, dass Christoph Steindl Österreich beim EY World Entrepreneur Of The Year 2020 in Monte Carlo vertreten wird“, so Lehner.

2. KATEGORIE HANDEL & KONSUMGÜTER

Anita Frauwallner vom Institut AllergoSan: Unterstützung für die Gesundheitszentrale des Menschen

In der Kategorie „Handel & Konsumgüter“ wurde Anita Frauwallner vom Institut AllergoSan aus der Steiermark als Entrepreneur Of The Year ausgezeichnet. Sie gründete 1991 das Institut AllergoSan zur Erforschung und Entwicklung von Produkten aus natürlichen Substanzen wie probiotischen Bakterien, Pflanzenextrakten und Mineralstoffen. Jedes Produkt hat das Ziel, das gesundheitliche Fundament des Menschen zu stärken, bevor Krankheiten

© Institut AllergoSan (3)



Ursula Simacek, Gewinnerin in der Kategorie „Dienstleistungen“, leitet das größte österreichische Familienunternehmen im Facility-Bereich in der dritten Generation.

entstehen. Durch die Zusammenarbeit mit international anerkannten Forschern aus Medizin, Pharmazie und Biologie ist es Anita Frauwallner gelungen, ein international anerkanntes Kompetenz- und Forschungszentrum rund um die Gesundheitszentrale des Menschen – den Darm – aufzubauen. Ihre Vision ist es, in zehn Jahren mit wissenschaftlich geprüften Probiotika viele Bereiche der Medizin zu revolutionieren. Derzeit ist das Unternehmen in 15 Ländern tätig und generiert bereits die Hälfte des Umsatzes im Ausland.

© Point of View (1), SIMACEK Facility Management (2)



gegründet und von der Großmutter um den Bereich der Reinigung erweitert worden war.

Simacek beschäftigt heute 8.000 Mitarbeiter aus über 40 Nationen in fünf Ländern. Ursula Simacek liegt die Gesundheit und Leistungsfähigkeit ihrer Mitarbeiter sehr am Herzen. Daher hat sie zahlreiche Programme und Bildungsinitiativen zur Gesundheitsprävention, Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie zur Förderung von altersgerechtem Arbeiten initiiert und setzte so neue Maßstäbe in der Branche.



Im Jahr 2014 gründeten die CEOs Eric Demuth und Paul Klanschek gemeinsam mit Christian Trummer das Wiener Fintech-Unternehmen Bitpanda.

3. KATEGORIE DIENSTLEISTUNGEN

Ursula Simacek von Simacek: Familienunternehmerin mit großem Herz

In der Kategorie Dienstleistungen setzte sich Ursula Simacek vom größten österreichischen familiengeführten Unternehmen im Bereich Gebäudeinfrastrukturmanagement und Facility-Services, Simacek, durch. Ursula Simacek ist bereits 1998 während des Studiums in das Unternehmen eingetreten, das vor über 70 Jahren von ihrem Großvater als Schädlingsbekämpfungsunternehmen

4. KATEGORIE START-UPS

Eric Demuth und Paul Klanschek von Bitpanda:

Aktienportfolios für jedermann

Das Fintech-Unternehmen Bitpanda wurde 2014 von Eric Demuth und Paul Klanschek gegründet. Heute zählt das Unternehmen zu Europas führenden Handelsplattformen für den Kauf und Verkauf von digitalen Assets wie Bitcoin. Diesen August ist Bitpanda mit einer eigenen Börse online gegangen, die über Token funktioniert und so gerade für kleine und mittlere Unternehmen eine passende Alternative zu einem Börsengang sein soll.

Eric Demuth und Paul Klanschek glauben an die innovative Kraft von Kryptowährungen, digitalisierten Assets und die Blockchain-Technologie. Ihr Ziel ist es, die Barriere für persönliche Finanzen abzubauen und traditionelle Finanzprodukte ins 21. Jahrhundert zu bringen. Die anfänglichen Hürden der Regularien sehen die Unternehmer mittlerweile als Chance und gleichzeitig als Sicherheit. Mit einer PSD2-Zahlungsdienstleister-Lizenz, modernster Sicherheit und optimierter Benutzerfreundlichkeit ist Bitpanda zu einer anerkannten Handelsplattform für Anfänger und Experten geworden.

© Robert Herbst/HEXC (3)



Martin Rohla, der Gründer des österreichisch-orientalischen Restaurants „Habibi & Hawara“, freut sich über den Award in der Kategorie „Social Entrepreneur“.

5. KATEGORIE SOCIAL ENTREPRENEUR

Martin Rohla von „Habibi & Hawara“: Geflüchtete werden zu Unternehmern

Auf dem Höhepunkt der Fluchtbewegung nach Europa im Jahr 2015 lud Martin Rohla über drei Monate hinweg 1.300 Flüchtlinge gemeinsam mit weiteren Unternehmen in seine Biolandwirtschaft mit angeschlossenem Agriturismo, die „Stadtflucht Bergmühle“, ein. Er wollte ein Zei-

chen der Mitmenschlichkeit setzen, verschiedene Kulturen zusammenbringen und die Menschen sensibilisieren. Daraus entstand die Idee für ein Restaurant, das Geflüchteten eine Chance auf eine Ausbildung zum Unternehmertum bietet: „Habibi & Hawara“. Finanziert von seiner Beteiligungsgesellschaft Goodshares und mit der Unterstützung von Freunden konnte Martin Rohla bereits im März 2016 das erste „Habibi & Hawara“ in Wien eröffnen. 2018 vergrößerte er das Lokal und holte sich Spitzenköche und erfahrene Gastronomen ins Team.

Noch heuer wird ein zweites „Habibi & Hawara“ im Nordbahnhofviertel eröffnet, im April 2020 ein drittes am Siebensternplatz. Zudem wird ein bereits jetzt stark nachgefragtes Catering angeboten. Im August 2019 wurde außerdem eine erste Palette von Convenience-Produkten unter der Marke Habibi & Hawara auf den Markt gebracht, die in vielen Rewe-Märkten erhältlich ist. Das wichtigste unternehmerische Ziel von Martin Rohla ist es, aus geflüchteten Menschen selbst Unternehmer und damit Arbeitgeber zu machen. ◆

© Point of View (1), Habibi & Hawara (2)

DIE BESTEN LIFE-SCIENCE- GESCHÄFTSIDEEN

Das Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort kürte die besten Projekte des internationalen Businessplan-Wettbewerbs „aws Best of Biotech“.



Die Preisträger des „aws Best of Biotech 2019“ mit SC Florian Frauscher (BMDW) und Vertretern der Sponsoren

BEI DER NEUNTEN Auflage des internationalen Businessplan-Wettbewerbs „Best of Biotech“ zeichnete das Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort (BMDW) Ende Oktober die besten Konzepte im Bereich Life-Sciences aus. 33 Teams aus sechs Ländern stellten sich der Herausforderung. Die im Auftrag des BMDW von der Austria Wirtschaftsservice GmbH (aws) durchgeführte Start-up-Initiative setzt sich zum Ziel, die wirtschaftliche Nutzung von Forschungsergebnissen anzukurbeln, um so mit zukunftsweisenden Ideen den Wirtschaftsstandort Österreich zu stärken.

Bei der feierlichen Preisverleihung wurden im Palais Fersfel die besten Geschäftsideen und Businesspläne prämiert. Das von Wirtschaftspartnern gesponserte Preisgeld betrug in der neunten Runde insgesamt 37.500 Euro. Folgende Forscher haben mit ihrem Unternehmenskonzept die internationale Fachjury überzeugt:

- ◆ Gewinner Early Track, Kategorie Biotech/Pharma: LightMatters. Das Projekt befasst sich mit der Echtzeitvermessung von (Nano)Partikelgrößen in Flüssigkeiten als kontinuierlicher Durchflusssensor mithilfe einer innovativen optischen Technologie.
- ◆ Gewinner Start-up Track, Kategorie Biotech/Pharma: Lithos. Lithos entwickelt ein Produkt zur natürlichen

Bekämpfung des Maiswurzelbohrers mittels Verwirrmethode, eines Schädling, der zu großen Ernteausfällen bei Mais führt.

- ◆ Gewinner Early Track, Kategorie Digital Health: PredictingHealth. PredictingHealth arbeitet an einem Tool für die Risikoeinschätzung für das Eintreten von unerwarteten Ereignissen bei Patienten im klinischen Umfeld.
- ◆ Gewinner Start-up Track, Kategorie Digital Health: MyMind. Das Team von MyMind möchte ein mobiles, EEG-gesteuertes Tool für die Therapie und die Diagnose im Bereich Autismus auf den Markt bringen.
- ◆ Gewinner Early Track, Kategorie Medtech: Cornea Dome Lens. Cornea Dome Lens entwickelt ein Produkt für die Augeneheilkunde, mit dem standardisierte, hochauflösende Aufnahmen des Auges für Diagnostik und Monitoring erstellt werden.
- ◆ Gewinner Start-up Track, Kategorie Medtech: AVVie. Das AVVie-Team entwickelt ein innovatives Implantat zur Behandlung von Mitralklappeninsuffizienz. ◆

INFO-BOX

◆ Über „aws Best of Biotech“

„aws Best of Biotech“ ist ein internationaler Businessplan-Wettbewerb mit Fokus auf Life-Sciences, organisiert von der Austria Wirtschaftsservice GmbH (aws) im Auftrag des Bundesministeriums für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort (BMDW). Der Wettbewerb wird zusammen mit den AplusB-Zentren (den Gründerzentren der österreichischen Universitäten) sowie internationalen Partnern durchgeführt. Finanziell wird „aws Best of Biotech“ durch Boehringer Ingelheim, die Plattform LISAvienna und Roche Austria unterstützt. Aus den bisherigen Wettbewerbsrunden gingen bereits 113 Unternehmensgründungen hervor. Insgesamt wurden rund 360.000 Euro Preisgeld ausgeschüttet.

www.bestofbiotech.at



399 Niederlassungen umfasst das weltweite DACHSER Netzwerk.



DACHSER bietet nicht nur ein vielseitiges Jobangebot, sondern auch zahlreiche Fortbildungsmöglichkeiten.

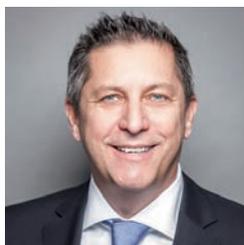
ONE WORLD, ONE COMPANY, ONE NETWORK

Als einer der weltweit führenden Logistiker hat DACHSER über Jahrzehnte hinweg erfolgreich bewiesen, dass ein Familienunternehmen mit klaren Prinzipien, engagierten Mitarbeitern und innovativem Denken viel bewegen kann.

Ein lückenloses, globales Transportnetzwerk und beispielgebende IT-Lösungen sorgen für die weltweit intelligenteste Kombination und Integration logistischer Netzkompetenzen. Das DACHSER-Austria Geschäftsmodell umfasst Transportlogistik, Warehousing und kundenindividuelle Services innerhalb zweier Geschäftsfelder.

DACHSER – die Welt der intelligenten Logistik

DACHSER European Logistics greift auf eines der stärksten und leistungsfähigsten Transportnetze Europas zurück.



© Dachser

« Unser homogenes Transportnetzwerk ist die Basis für eine reibungslose Supply-Chain global agierender Unternehmen. »

Günter Hirschbeck, Geschäftsführer Österreich, DACHSER-Austria European Logistics

Ob Distributionslogistik, Industrielogistik, Beschaffungslogistik oder individuelle Lösungen im Rahmen der Kontraktlogistik: Ein homogenes Netzwerk aus DACHSER Niederlassungen, zahlreichen Tochterunternehmen und bewährten Partnern vor Ort sichert durch schnelle, flexible Verbindungen die flächendeckende Bedienung Europas, Nordafrikas und von Teilen des Nahen Ostens. Dabei kommen die Kunden aus verschiedenen Branchen in Industrie und Handel. In ihrem Auftrag transportiert DACHSER Stückgut (z. B. Paletten, Kisten, ganze Maschinen oder Anlagenteile) und Sammelgut bis zu Teilladung und Komplettladung.

Die DACHSER-IT verknüpft die verschiedenen Transportleistungen auf intelligente Weise – und macht so einen reibungslosen und effizienten Warenverkehr über alle Grenzen hinweg erst möglich. Dank der ständigen Verbesserung der Systeme setzt DACHSER neue logistische Potenziale effektiv frei. So steigert

das Unternehmen die Wirtschaftlichkeit seiner Leistung und gleichzeitig die Logistikbilanz seiner Kunden.

DACHSER – überall auf der Welt zu Hause

Mit 196 Standorten – entweder mit eigenen Landesgesellschaften, Niederlassungen oder Partnern in allen großen Wirtschaftszentren der Welt – ist DACHSER global im Luft- und Seefrachtgeschäft präsent.

Das Leistungsspektrum umfasst neben der reibungslos funktionierenden, integrierten Wertschöpfungskette auch vielfältige Dienstleistungen, die dem interkontinentalen Warenverkehr vor- oder nachgelagert sind und dabei die Logistikbilanz der Kunden nachhaltig optimieren.

Die Voraussetzung für die weltweite Transportoptimierung hat DACHSER dabei auf allen Ebenen geschaffen: So sichern im Bereich Luftfracht eine hohe Abflugdichte mit festen Kapazitäten und die strenge Qualitätsauswahl der Dienstleister die verlässliche Qualität der weltweiten Verbindungen. Gleiches gilt für die interkontinentalen Seefrachten. Auch hier sichern die Seefracht-Carrier das konstant hohe Qualitätsniveau aller globalen Logistikleistungen.

Ausbildung und Integration

Die entscheidende Voraussetzung für den nachhaltigen Erfolg eines Unternehmens ist der zuverlässige Service für die Kunden.

Geschäftsfeldübergreifende Dienstleistungen wie DACHSER Contract Logistics und Beratung sowie branchenspezifische Lösungen für die chemische Industrie und die DIY-Branche ergänzen das Angebot. Mit DACHSER DIY-Logistics und DACHSER Chem-Logistics konnten zwei weitere Bereiche erfolgreich auf den Logistikmärkten etabliert werden.

Damit dieser Service weiterhin garantiert ist, setzt das Familienunternehmen auf Wachstum, Innovation und ein harmonisches Miteinander. Feste Werte, Menschlichkeit, Toleranz und einer nachhaltigen Unternehmensführung, sorgen für ein positives Klima am Arbeitsplatz.

Interesse an fremden Kulturen und der respektvolle gegenseitige Umgang sind Leitmotive für die der Name DACHSER steht. Das DACHSER Career Management sorgt dafür, dass auch die Mitarbeiter zahlreiche Fortbildungsmöglichkeiten erhalten. Das vielseitige Jobangebot eröffnet hervorragende Entwicklungschancen.

Immer häufiger lassen Unternehmen nicht nur ihre Transporte, sondern sämtliche interne Logistikprozesse von einem externen Dienstleister abwickeln. DACHSER analysiert die Anforderungen seiner Kunden genau und entwickelt daraus maßgeschneiderte logistische Lösungen über die gesamte Supply-Chain hinweg.

Nach Bedarf können Kunden flexibel entscheiden, welche Prozesse sie outsourcen möchten: Aus den Bausteinen Transport, Warehousing und Value Added Services schnürt der Logistikdienstleister individuelle Logistikpakete.

« Als Experte für weltweite Luft- und Seefrachtlogistik steht das Geschäftsfeld DACHSER Air & Sea Logistics für globale, integrierte und effiziente Supply-Chain-Lösungen weltweit. »

Michael Rainer, Geschäftsführer Österreich,
DACHSER-Austria Air & Sea Logistics



Multidimensionales Netzwerk

In Österreich tragen 526 Mitarbeiter dazu bei, Warenströme, Informationen und Verkehrsträger jederzeit in ein homogenes Miteinander zu vernetzen. Das Zusammenspiel aller neun Niederlassungen, die direkt an das weltweite Dachser-Netz mit 399 Niederlassungen angebunden sind, sorgen für eine intelligente Kombination logistischer Netzkompetenz.

Mit seinen beiden Business Lines European Logistics und Air & Sea Logistics zählt DACHSER zu den starken Playern am österreichischen Logistikmarkt. Als Bestandteil dieses flächendeckenden Verbundes bieten die Standorte das volle Spektrum an logistischen Dienstleistungen. ★

DACHSER
Intelligent Logistics

KONTAKT

DACHSER-Austria GmbH
4063 Hörsching
Thomas-Dachser-Straße 1
Tel.: +43/7221/709-0
dachser.linz@dachser.com
www.dachser.at

STOLZES ERBE

Österreichische Familienunternehmen setzen klare Signale für die Zukunft. Mit Diversifikation und Internationalisierung wollen sie in den kommenden Jahren entscheidende Wettbewerbsvorteile erzielen.



1

62

DIVERSIFIKATION GEWINNT für Familienunternehmen zunehmend an Bedeutung, 72 Prozent fokussieren sich auf die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter, und 35 Prozent streben ein Wachstum in Europa an. Diese Zahlen gehen aus der diesjährigen Studie „European Family Business Barometer“ hervor, die von KPMG und European Family Businesses (EFB) durchgeführt wurde. Dazu wurden europaweit rund 1.600 Familienunternehmen zu aktuellen Herausforderungen und ihren Zielen befragt.

60 Prozent der Familienunternehmen in Österreich berichten, dass ihr Umsatz in den vergangenen zwölf Monaten gestiegen ist (Europa: 59 Prozent). Bei einem Drittel der österreichischen Betriebe (30 Prozent) ist der Umsatz konstant geblieben (Europa: 28 Prozent). Das Thema der Diversifikation rückt dabei immer mehr in den Mittelpunkt: 67 Prozent der österreichischen Betriebe (Europa: 50 Prozent) sagen, dass eine Diversifikation mittels neuer Produkte und Dienstleistungen für den Erfolg in den kommenden zwei Jahren äußerst wichtig oder sehr wichtig ist, und 13 Prozent (Europa: zwölf Prozent) planen, bereits im kommenden Jahr ihr Angebot zu erweitern. „Familienunternehmen möchten verstärkt in andere Bereiche diversifizieren, um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu stärken. Das wird durch sich immer schneller verändernde Kundenbedürfnisse unterstützt.“

Das wird durch sich immer schneller verändernde Kundenbedürfnisse unterstützt.

« Familienunternehmen möchten verstärkt in andere Bereiche diversifizieren, um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu stärken. Das wird durch sich immer schneller verändernde Kundenbedürfnisse unterstützt. »

KPMG-PARTNER YANN GEORG HANSA

© Freepik.com (1), KPMG (2)



2

dürfnisse unterstützt“, sagt KPMG-Partner Yann Georg Hansa. Demgegenüber haben 27 Prozent der Familienunternehmen in Europa und Österreich weiterhin vor, in ihr Kerngeschäft zu investieren.

ZUKUNFTSPERSPEKTIVEN

Auf der Agenda stehen weitere Investitionsvorhaben: Ein Viertel (25 Prozent) der europäischen sowie österreichischen Familienunternehmen wird in den kommenden zwölf Monaten in Innovationen sowie neue Technologien investieren. Als wichtigste Bereiche werden in Österreich Data und Analytics (20 Prozent), vernetzte Lieferketten (19 Prozent) sowie Industrie 4.0 (17 Prozent) genannt. Im Zuge dessen hat ein Drittel (35 Prozent) der österreichischen Unternehmen vor in Europa und etwa ein Fünftel (22 Prozent) in Asien zu wachsen. 14 Prozent der Betriebe planen, im nächsten Jahr fokussiert in Internationalisierung zu investieren. Außerdem haben sich 26 Prozent das Ziel gesetzt, in den kommenden zwei Jahren auch geografisch zu wachsen.

INNOVATIONEN BLEIBEN PRIORITÄT

Ein gemeinsames Ziel europäischer und österreichischer Familienunternehmen ist das Streben nach Innovation. 74 Prozent der österreichischen Betriebe (Europa: 72 Prozent) möchten in den kommenden zwei Jahren innovativer werden. In diesem Zusammenhang setzen sich Familienunternehmen dafür ein, dass ihre Mitarbeiter mit den notwendigen

« Die Bereitschaft, sich ständigen Veränderungen anzupassen, hat bei vielen Betrieben dazu geführt, dass sie über Jahrzehnte oder sogar Jahrhunderte am Markt erfolgreich sein konnten. »

KPMG-PARTNER PETER HUMER



Fähigkeiten ausgestattet sind, welche die Digitalisierung am Markt fordert. 72 Prozent der Befragten in Österreich geben an, dass die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter in den nächsten zwei Jahren an Bedeutung gewinnen wird. In Europa liegt der Wert bei 64 Prozent. Dieses Ergebnis erklärt KPMG-Partner Peter Humer wie folgt: „Familienunternehmen setzen ein klares Signal, um langfristig zu wachsen und erfolgreich zu sein. Diese Bereitschaft, sich ständigen Veränderungen anzupassen, hat bei vielen Betrieben dazu geführt, dass sie über Jahrzehnte oder sogar Jahrhunderte am Markt erfolgreich sein konnten.“

VOM SENIOR ZUM JUNIOR

Die Frage der Nachfolge bleibt weiterhin eines der wichtigsten Themen: 84 Prozent aller europäischen Familienunternehmen haben ein Familienmitglied als CEO, während dies in Österreich nur bei 51 Prozent der Betriebe der Fall ist. 40 Prozent der heimischen Unternehmen gehen davon aus, dass der nächste CEO ein Familienmitglied sein wird, während dies europaweit 62 Prozent glauben. 39 Prozent der österreichischen Unternehmer möchten das Unternehmen in der Familie halten (Europa: 35 Prozent), 32 Prozent planen die Geschäftsführung an die Nachfolge zu übergeben (Europa: 33 Prozent) und 20 Prozent die strategische Unternehmensleitung (Europa: 27 Prozent).

INFO-BOX

Weitere Ergebnisse zu österreichischen Familienunternehmen im Überblick:

- ◆ 67 Prozent geben an, dass Cyber-Security äußerst relevant beziehungsweise sehr relevant ist.
- ◆ Für 65 Prozent ist Nachhaltigkeit wesentlich für ihre Unternehmensstrategie.
- ◆ 53 Prozent haben ihren Personalstand erhöht.
- ◆ 81 Prozent der Unternehmen sehen Kapitalmärkte nicht als Finanzierungsoption.

© KPMG (3), janno028 FreePik.com (4)



NACHHALTIG ERFOLGREICH

Die Kräuterspezialisten von Sonnentor beliefern heute aus dem Waldviertel mehr als 50 Länder mit ihren nachhaltigen Produkten aus biologischer Landwirtschaft. Wer hätte das vor 30 Jahren gedacht?



Regelmäßig darf sich Sonnentor über Auszeichnungen freuen, wie den „Best Business Award“ und Silber beim Österreichischen Exportpreis.

ALS SONNENTOR Ende der 1980er-Jahre damit begann, Kräuter und Gewürze aus biologischer Landwirtschaft, regional und nachhaltig angebaut, zu verkaufen, auch noch von Sprögnitz im Waldviertel aus, einer traditionell strukturschwachen Region, stand der Erfolg alles andere als fest. Doch der Gründer Johannes Gutmann ließ sich nicht beirren und behielt recht damit. Aus der One-Man-Show ist heute ein Vorzeigeunternehmen mit rund 330 Mitarbeitern allein in Sprögnitz und 150 weiteren im Schwesterbetrieb in Tschechien geworden. Dazu kommen weitere Niederlassungen in Rumänien und Albanien sowie internationale Anbauprojekte z. B. in Nicaragua und Tansania. Durch die gelebte Regionalität bleibt die Wertschöpfung zu einem hohen Anteil bei den Landwirten selbst.

TROTZDEM WACHSTUM

Im Geschäftsjahr 2018/19 wurde mit 48 Millionen Euro das bisher umsatzstärkste Ergebnis erwirtschaftet. Die Sonnentor Kräuterhandels GmbH erwirtschaftete davon

46,4 Millionen Euro, der Tochterbetrieb Sonnen Tourismus weitere 1,6 Millionen Euro. In Summe ist damit ein Umsatzplus von über drei Prozent gelungen – und das obwohl Wachstum gar nicht das Ziel des Biopioniers ist. „Wir streben nach Gemeinwohl, also einem guten Leben für alle. Dass ökologisch und sozial verantwortliches Wirtschaften nicht im Widerspruch mit ökonomischem Erfolg steht, haben wir längst bewiesen“, erklärt Gutmann. Rund 67 Prozent der Produkte werden übrigens exportiert und tragen die nachhaltige Firmenphilosophie damit in über 50 Länder. In Summe gibt es inzwischen auch 30 eigene Geschäfte in Österreich, Deutschland und Tschechien. Die Rechnung ist aufgegangen, und das wird auch gewürdigt. So gab es unter anderem 2017 Silber beim Österreichischen Exportpreis und dieses Jahr Gold beim „Best Business Award“ für nachhaltige Unternehmensführung der Europaregion Donau-Moldau. „Ein großer Erfolg für Sonnentor und eine tolle Anerkennung für jeden einzelnen Mitarbeitenden in unserem gesamten Team“, betont Gutmann.

GEMEINWOHLBILANZ ALS ERFOLGSREZEPT

Seit 2011 ist Sonnentor Mitglied der Gemeinwohlökonomie. Alle zwei Jahre wird dazu eine Bilanz erstellt, diese macht alle Indikatoren, die den so inflationär verwendeten Begriff „Nachhaltigkeit“ betreffen, tatsächlich messbar. Auch ein Audit gehört zu dem Beurteilungsprozess. Sonnentor erreicht hier mittlerweile stolze 725 von maximal 1.000 Punkten. Zum Vergleich: Ein „normales“



Unternehmen, welches sich rein an die Gesetze hält und sonst keinen Schritt weitergeht, hätte etwa null Punkte. Dank der Gemeinwohlbilanz wird das Tun transparenter und vergleichbar. „Bei vielen Unternehmen ist in Sachen Nachhaltigkeitsbericht das Papier mehr wert als die präsentierten Inhalte. Das darf nicht sein. Ich hoffe, dass sich hier bald mehr Unternehmen zu einem Umdenken bekennen“, zeigt Gutmann auf.

WEITERE STÄRKUNG DES STANDORTS

Für Sonnentor steht fest: Auch die Zukunft des Unternehmens liegt im Waldviertel. Aus diesem Grund wird der Gewinn stets am Standort investiert. In Summe waren es im vergangenen Geschäftsjahr satte 1,7 Millionen Euro. Zu den großen Investitionen zählten neben der gelungenen Optimierung der Lagerlogistik unter anderem eine neue Verpackungsmaschine, auf der seit Kurzem Bestseller wie Kurkuma, Oregano und

Paprika abgepackt werden. „Durch die Verstärkung mittels Abpackmaschine bleiben wir flexibel und sind auch für große Mengen, die uns aufgrund der zunehmenden Nachfrage im kommenden Geschäftsjahr erwarten, gut gewappnet“, ist sich die Geschäftsführung einig. Gutmann ergänzt: „Wir sind uns sicher, dass dieser Mix aus traditioneller Handarbeit und dem sinnvollen Einsatz von maschineller Abpackung der richtige Weg ist – hat er sich doch bereits bei unseren Teebeuteln bewährt. So werden die beliebten ‚Probier mal!‘-Packungen genauso wie die losen Tees, Geschenksets und zahlreichen Kräuter weiterhin liebevoll per Hand verpackt.“

ZWEI NEUE GESCHÄFTE BIS JAHRESENDE

Eine zusätzliche Bestätigung für den Erfolg von Sonnentor ist, dass bis zum Jahresende zwei weitere Geschäfte in Österreich eröffnen werden. Noch im November begrüßt Sonnentor seine Fans in Dornbirn, und rechtzeitig vor den Weihnachtseinkäufen wird der Kräuterspezialist auch in der Wiener SCS zu finden sein. Eine Besonderheit ist, dass in diesen beiden Niederlassungen erstmals ein neues Ladenbaukonzept umgesetzt wird. So sind den Fans erlebnisreiche Besuche voller Genuss gewiss.

DREI ENGEL FÜR JOHANNES

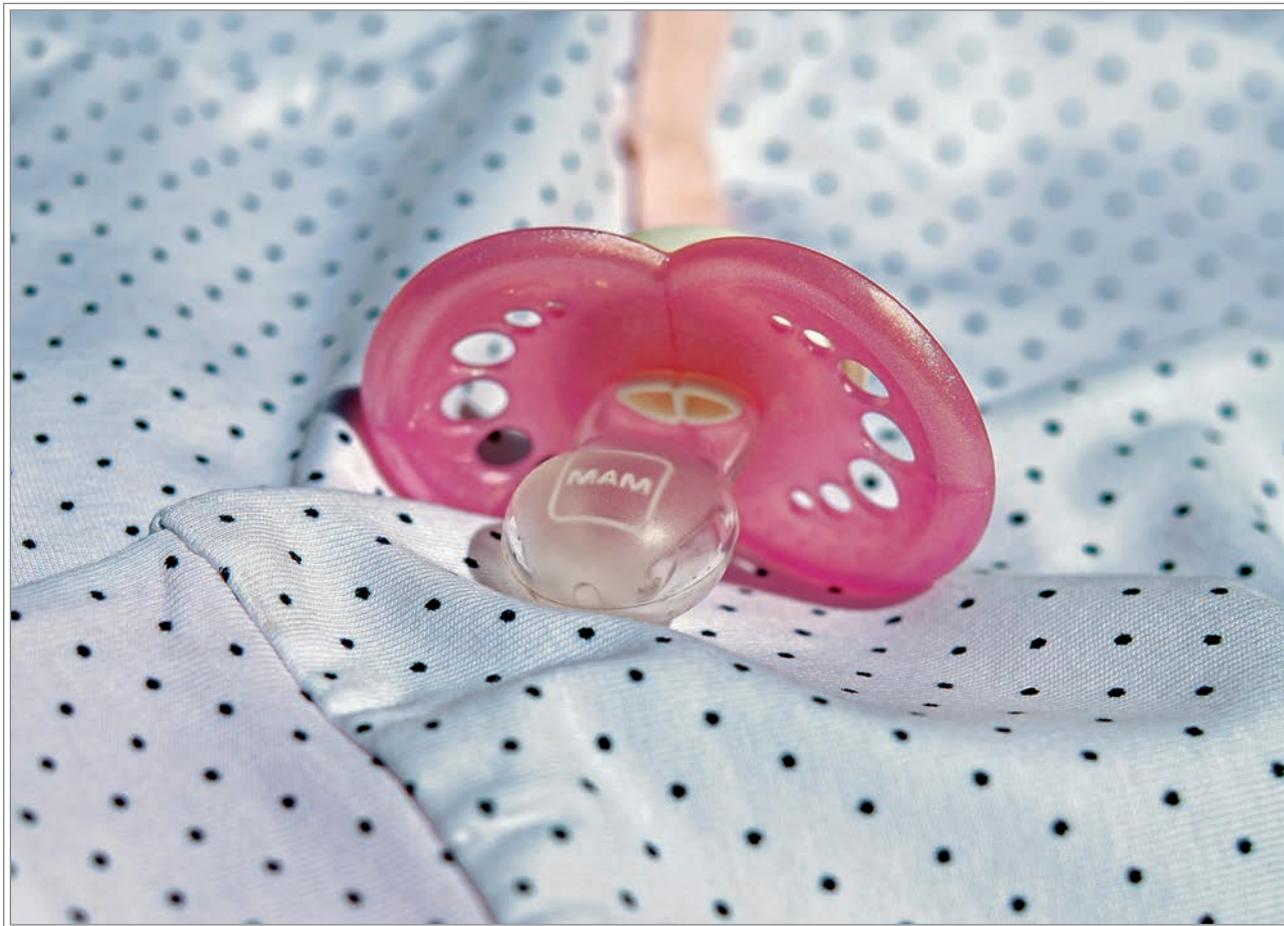
Veränderungen gab es auch an anderer Stelle: Seit April dieses Jahres hat sich Johannes Gutmann Verstärkung in die Geschäftsführung geholt, um sich ein Stückchen aus dem Tagesgeschäft zurückziehen zu können. An seiner Seite stehen nun die bisherigen Prokuristen Manuela Raidl-Zeller, Gerhard Leutgeb und Klaus Doppler, alle langjährige Mitarbeiter. Manuela Raidl-Zeller fokussierte sich bisher auf die Werteentwicklung des Unternehmens, Gerhard Leutgeb hatte fast zwei Jahrzehnte die Obhut über die Finanzen, und Klaus Doppler kümmerte sich um die Personalagenden. Jeder Einzelne von ihnen hat als Geschäftsführer nun mehr Verantwortung bekommen – und Gutmann gewinnt etwas mehr Zeit, die er seiner Familie, aber auch seinem gesellschaftspolitischen Engagement widmen möchte. Das hat sich der sympathische Waldviertler mit seiner ikonischen Lederhose und den roten Schuhen nach 30 „sonnigen“ Jahren verdient, finden wir. ♦

« Dass ökologisch und sozial verantwortliches Wirtschaften nicht im Widerspruch zu ökonomischem Erfolg steht, haben wir längst bewiesen. »

JOHANNES GUTMANN, GRÜNDER VON SONNENTOR



© Sonnentor (3) & (4)



SCHNULLER FÜR DIE WELT

Seit mehr als 40 Jahren machen Schnuller des heimischen Unternehmens MAM nicht nur Babys, sondern auch deren Eltern froh – und das rund um den Globus.

DES WAR EINMAL, genauer gesagt vor über 40 Jahren, da stand ein Jungvater – im Brotberuf Kunststofftechniker – vor einem Problem: Optisch ansprechende Schnuller waren nicht funktional, funktionale Schnuller waren nicht unbedingt hübsch. So war es 1976 eben: Schnuller entsprachen entweder optischen oder gesundheitlichen Ansprüchen. Dieser Jungvater, sein Name war Peter Röhrig, stand mit diesem Problem nicht allein da. Aber er fand sich damit nicht ab, sondern tat etwas dagegen. Daher entwickelte Röhrig gemeinsam mit Medizinerinnen sowie

© Couleur/Pixabay

Designern der Wiener Universität für angewandte Kunst einen Schnuller, der beide Aspekte verband. Auch die erste Schnullernorm Österreichs aus den 1980er-Jahren geht auf MAM-Babyartikel zurück, ebenso wie fünf weitere Sicherheitsnormen, denen österreichweit, aber auch international ein deutlicher Rückgang an Unfällen im Umgang mit Babyartikeln zu verdanken ist.

Heute werden jährlich circa 70 Millionen MAM-Produkte weltweit in 61 Ländern auf fünf Kontinenten verkauft. Im Schnullersegment ist MAM in Österreich wie auch in



vielen anderen Ländern, wie den USA, Großbritannien oder Schweden, Marktführer. Über 930 Mitarbeiter weltweit tragen täglich dazu bei.

FRISCH ANS WERK

Produziert wird in Thailand und Ungarn. Erst im Jänner 2018 wurde eine Produktionsstätte auf dem neuesten Stand der Technik in Kabin Buri, einem Industriegebiet östlich von Bangkok, eröffnet. Dort werden Kunststoffteile hergestellt, die MAM vorher zukaufen musste. Bei der Errichtung gab es eine zentrale Prämisse: Das Werk sollte den zukünftigen Mitarbeitern einen perfekten Arbeitsplatz bieten, um höchstmögliche Qualität für die dort hergestellten Babyprodukte zu garantieren. Dazu musste das Werk möglichst energieeffizient sein und den kleinstmöglichen CO₂-Fußabdruck hinterlassen. Um dies zu gewährleisten, blieb keine Einzelheit unbedacht: In Zusammenarbeit mit dem österreichischen Ingenieurbüro Oberhumer wurden in

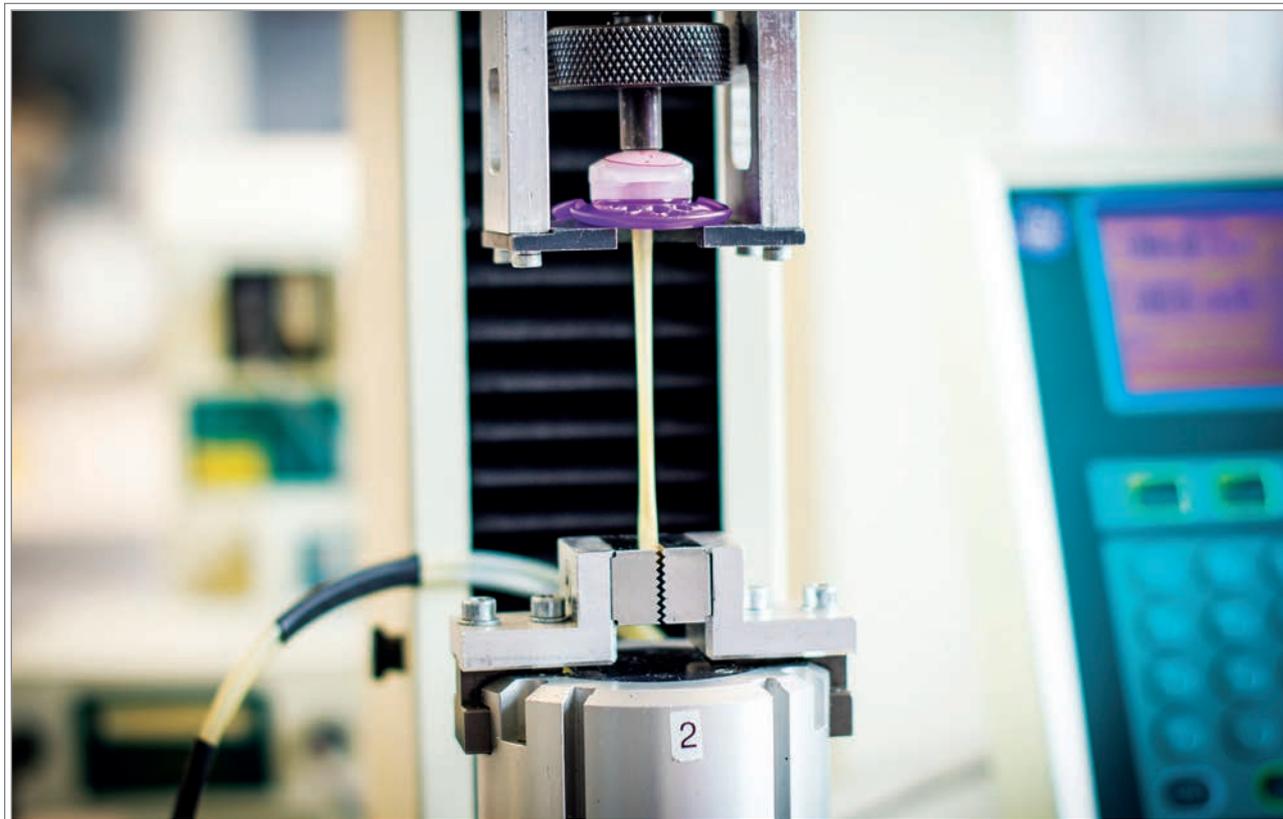


Das ungarische Werk (oben 1990) ist nach einer mehrjährigen Umbauphase doppelt so groß wie zuvor (unten).

feinster Detailarbeit die Prozesskühlung, die Raumklimatisierung, die Energieeffizienz sowie die großflächige Photovoltaikanlage geplant, die beinahe das gesamte Dach abdeckt. Ebenso wurden die Transportwege bei der Lieferung, die Abwärme der Kühleinheiten und die Reflexionskraft der Außenlackierung auf ihre Energieeffizienz abgestimmt.

Das ungarische Werk, das 1990 als kleiner Fertigungsstandort im ungarischen Grenzgebiet startete, ist mittlerweile auch nicht mehr wiederzuerkennen. Nach einer mehrjährigen Umbauphase ist es ein hochmodernes und energieeffizientes Werk mit einer Gesamtfläche von 14.000 Quadratmetern – doppelt so groß wie zuvor. Mehrere Millionen Euro wurden in das 2019 abgeschlossene Großprojekt investiert. So können nach der Modernisierung künftig 80 Millionen Schnuller und Fläschchen pro Jahr produziert werden. Verantwortlich zeichnen dafür vor Ort insgesamt 330 Mitarbeiter und 30 Ingenieure.





Die erste Schnullernorm Österreichs geht auf MAM-Babyartikel zurück, ebenso wie fünf weitere Sicherheitsnormen.

Dazu István Elek, Head of Operation bei MAM Ungarn: „Das Großprojekt Werksumbau, das nun erfolgreich abgeschlossen werden konnte, war uns eine Investitionssumme von acht Millionen Euro wert. Wir sind stolz darauf, den Standort von den Produktionshallen bis zu den Meeting-Räumen modernisiert zu haben und ein Werk zu eröffnen, das darüber hinaus möglichst energieeffizient ist.“

VON UNGARN IN DIE WELT HINAUS

Vor dem Umbau im Jahr 2015 erstreckte sich das Gelände über 7.500 Quadratmeter. Umgebaut wurden nicht nur die Produktionshallen, sondern auch die Lagerhallen, der

Kompressorraum und die Gebäude für Abfallentsorgung. Renoviert wurden darüber hinaus die Räumlichkeiten für die insgesamt 360 Mitarbeiter, darunter das dreistöckige Bürogebäude, das Empfangsgebäude, die Kantine, die Meeting- und Sozialräume sowie der Parkplatz. Stolz zeigt sich die weltweit erfolgreiche Babyartikelmarke auch beim Blick auf die nachhaltige Bauweise, wie es Hannes Thaler, Director Corporate Social Responsibility bei MAM Babyartikel, skizziert: „Im Zuge des Werksumbaus haben wir in feinsten Detailarbeit großen Wert auf den Bau einer Photovoltaikanlage auf dem Dach gelegt und eine energieeffiziente Isolierung, Schattierung und LED-Beleuchtung implementiert.“

Zur Neueröffnung des renovierten Werks im Oktober erklärten Elek und Thaler unisono: „Unser mehr als 330 Mitarbeiter starker Standort in Vaskeresztes ist maßgeblich für den globalen Unternehmenserfolg von MAM verantwortlich, denn hier werden sämtliche Einzelteile unserer Babyartikel zusammengebaut



© MAM Babyartikel

« Unsere Mission ist es, die Gesundheit und das Wohlbefinden von Babys und Eltern auf der ganzen Welt zu verbessern. Dabei zählt die sichere Anwendung unserer Produkte zu unserem obersten Anliegen. »

PETER RÖHRIG, GESCHÄFTSFÜHRER MAM BABYARTIKEL



Links: Führungsstab und Mitarbeiter des ungarischen Werks
Rechts: MAM-Gründer Röhrig beim „Product Safety Award“

und verpackt. 1990 begann all das auf 300 Quadratmetern und mit einer einzigen Maschine. Umso mehr freuen wir uns, das Werk nach einer intensiven Umbauphase in doppelter Größe, auf dem neuesten Stand der Technik und mit insgesamt 40 Maschinen präsentieren zu dürfen.“

EU-PREIS FÜR PRODUKTSICHERHEIT

Schon etwas früher gab es ebenfalls bereits Grund zu feiern. Denn am 26. September verlieh die Europäische Kommission zum ersten Mal den „Product Safety Award“, den EU-Preis für Produktsicherheit. Damit sollen Unternehmen für ihre herausragenden Leistungen im Bereich der Produktsicherheit gewürdigt werden. MAM wurde in der Kategorie große Unternehmen mit der Sonderauszeichnung „Special Mention“ für ihr besonderes Engagement ausgezeichnet.

MAM-Geschäftsführer und -Gründer Peter Röhrig nahm den Preis in der Sonderkategorie „Special Mention“ in Brüssel persönlich entgegen. Nur wenige Monaten zuvor wurde MAM bereits mit dem heimischen „Living Standards Award“ für das Engagement bei der Entwicklung von Sicherheitsstandards geehrt. Dass darauf eine internationale Würdigung gefolgt ist, freute Röhrig besonders. Er sagte aus diesem Anlass: „Unsere Mission ist es, die Gesundheit und das Wohlbefinden von Babys und Eltern auf der ganzen Welt zu verbessern. Dabei zählt die sichere Anwendung unserer Produkte zu unserem obersten Anliegen. Umso mehr ehrt es uns, dass wir die Jury, bestehend aus Fachleuten aus Regierungskreisen und Verbraucherorganisationen, mit unserem Einsatz in Sachen Sicherheit überzeugen konnten.“



INFO-BOX

◆ Über MAM Babyartikel

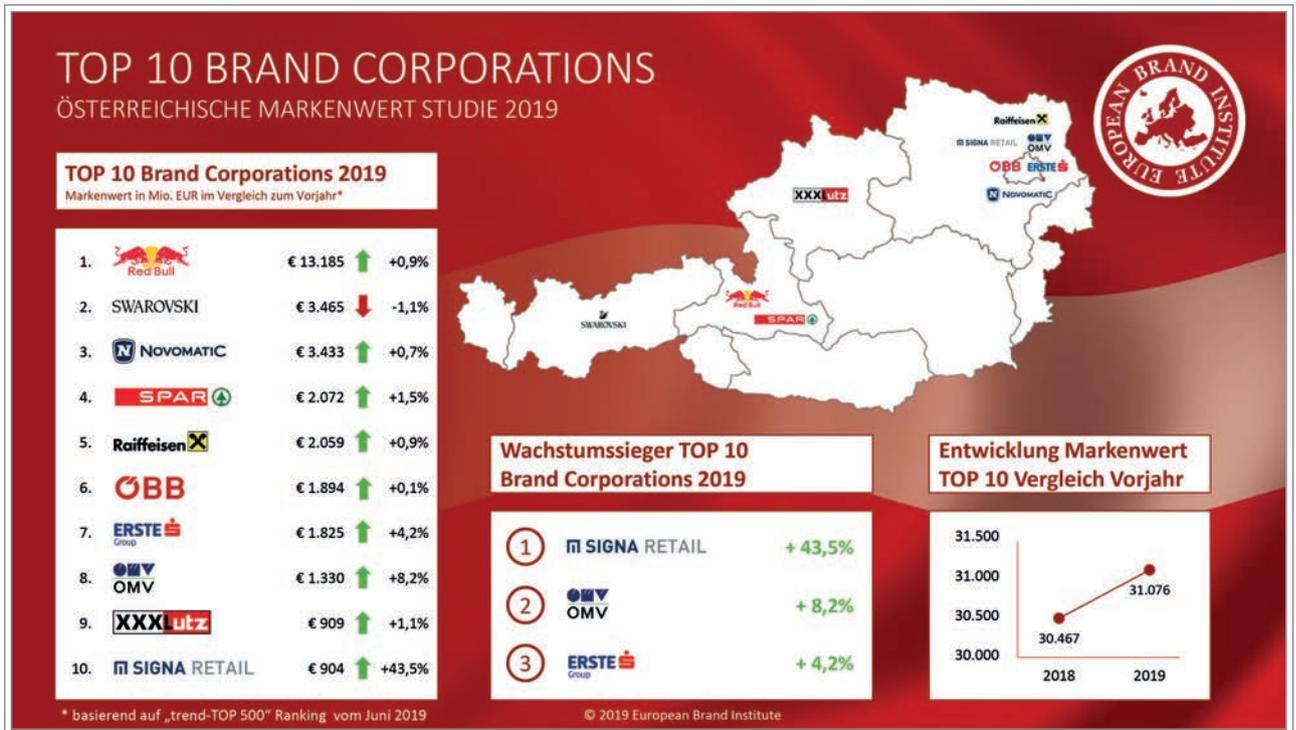
1976 hatte der Wiener Peter Röhrig die Idee, bei Babyprodukten erstmals herausragendes Design mit optimaler Funktionalität und medizinischer Sicherheit zu verbinden. So entwickelte der ausgebildete Kunststoff-techniker mit einem Team von Wissenschaftlern, Ärzten und Designern der Wiener Universität für angewandte Kunst den ersten MAM-Schnuller, der sowohl optisch als auch funktional neue Maßstäbe setzte. Heute werden jährlich circa 70 Millionen MAM-Produkte weltweit in 61 Ländern auf fünf Kontinenten verkauft. Im Schnullersegment ist MAM in Österreich wie auch in vielen anderen Ländern, wie den USA, Großbritannien oder Schweden, Marktführer. Über 930 Mitarbeiter weltweit tragen täglich zu diesem Erfolg bei.

www.mambaby.com

© Mila Zytka (1) & (3), European Union (2)

DER WERT DER MARKEN

Was macht eine Marke aus? Die Qualität der unter ihrer Flagge versammelten Produkte? Ihre Strahlkraft? Die verschiedenen Attribute einer Marke vergleichbar zu machen, ist eine schwierige Aufgabe. Doch Experten stellen sich dieser Herausforderung regelmäßig.



GANZ FRISCH ist zum Beispiel das „GLOBAL TOP 100 Brand Corporations Ranking“. Große Überraschungen sucht man freilich vergebens. Apple bleibt den aktuellen Zahlen zufolge das wertvollste Markenunternehmen der Welt mit einem Markenwert von 163,24 Milliarden Euro (+6,5%), gefolgt von Google mit 138,78 Milliarden Euro (+16,4%) und Amazon mit 111,42 Milliarden Euro (+36,6%). Mit seinem überaus respektablen Wachstum hat Amazon den IT-Pionier Microsoft von Platz drei verdrängt – und das, obwohl die Windows-Company mit einem Plus von 20,4 Prozent ebenfalls eine kesse Sohle aufs Parkett gelegt hat. Auch beim chinesischen Amazon-Mitbewerber Alibaba läuft's: Mit 53,73 Milliarden Euro und einem Plus von 19,4 Prozent reicht es erstmals für die

obersten zehn Stockerlplätze – derweil bleibt es aber beim untersten der obersten. Europas wertvollstes Markenunternehmen bleibt die französische LVMH Group mit einem Markenwert von 75,96 Milliarden Euro (+7,3% Markenwertwachstum/Platz 6 weltweit), gefolgt vom Schweizer Spitzenreiter Nestlé Group mit 39,05 Milliarden Euro (+2,2%/Platz 19) und der belgischen AB Inbev Group mit 38,15 Milliarden Euro (-8,9%/Platz 20). Die Deutsche Telekom mit 25,48 Milliarden Euro Markenwert (+0,5%/Platz 38) führt Deutschlands Markenunternehmen an, knapp gefolgt von der Volkswagen Group mit 24,57 Milliarden Euro (-3,2%/Platz 44). Gerhard Hrebicek, Präsident European Brand Institute: „Die GLOBAL TOP 100 verzeichnen ein Markenwert-

© European Brand Institute

70

wachstum von 5,7 Prozent, wobei die Branchen Retail, IT and Technology und Luxury ein überdurchschnittliches Wachstum aufweisen. Deutschlands Automobilbranche und Industriebranche schrumpfen, während chinesische Markenunternehmen ein Markenwertwachstum über alle Branchen verzeichnen.“

ENERGYDRINKS, LUXUS UND GAMING

Die Zahlen der „16. Österreichischen Markenwert Studie“, die explizit den heimischen Markt unter die Lupe genommen hat, sind zwar bereits vom vergangenen Sommer, haben aber in der Zwischenzeit nichts an Gültigkeit verloren. Ohne Red Bull (13,19 Mrd. Euro/+0,9 %) wäre Österreich überhaupt nicht unter den weltweiten Top 100 vertreten, so ist immerhin der globale Platz 95 rot-weiß-rot gestreift. Der Energydrink-Konzern führt die Riege der heimischen Unternehmen mit deutlichem Vorsprung an. Auf Platz zwei liegt Swarovski: Negative Währungseffekte bescheren Österreichs wertvollstem Luxusgüterkonzern trotz guten Geschäftsgangs einen minimalen Markenwertrückgang (-1,1%) und einen Markenwert von 3,465 Milliarden Euro. Der Dritte im Bunde ist Novomatic, einer der größten Gaming-Technologiekonzerne der Welt mit Sitz in Niederösterreich, mit einer Markenwertsteigerung um 0,7 Prozent auf 3,433 Milliarden Euro Markenwert und dem Zweitplatzierten damit dicht auf den Fersen.

Es folgen der unangefochtene Wachstumsführer der heimischen Lebensmittelbranche SPAR Österreich Gruppe mit 1,5 Prozent Markenwertzuwachs und 2,072 Milliarden Euro Markenwert sowie Österreichs wertvollste Finanzdienstleistungsmarke Raiffeisen Banken Gruppe, die um 0,9 Prozent an Markenwert auf 2,059 Milliarden Euro zulegen konnte. Österreichs größter und wertvollster Mobilitätsdienstleister ÖBB konnte mit der Klimaschutzstrategie und gelebter Kundenorientierung seinen Markenwert um 0,1 Prozent auf 1,894 Milliarden Euro steigern.

Als wachstumsstärkstes Markenunternehmen 2019 schaffte der Omnichannel-Anbieter Signa Retail dank aufsehenerregender Akquisitionen mit 43 Prozent Markenwertwachstum und einem Markenwert von 904 Millionen Euro erstmals den Sprung in die Top Ten.



FREUNDLICH UND KUNDENORIENTIERT

Ganz andere Werte stellt KPMG Austria in den Mittelpunkt, geht es bei der Umfrage „Customer Experience – Customer first. Customer obsessed“ doch um Markenloyalität und nicht um den Markenwert. Insgesamt wurden rund 84.000 Teilnehmer in 20 Ländern befragt. Messbar gemacht wurde das Kundenerlebnis anhand der sechs definierten Säulen Personalisierung, Integrität, Erwartung, Problembehandlung, Zeit und Aufwand sowie Empathie.

Unter den befragten Konsumenten in Österreich wird ÖAMTC zum Unternehmen mit dem besten Kundenerlebnis gewählt und behält somit den Titel aus dem Vorjahr. Kunden schätzen die Schnelligkeit, die Verlässlichkeit sowie die zusätzlichen Serviceangebote. Dem Sieger folgt der Optiker Pearle, der Drogeriemarkt dm belegt den dritten Platz.

„Das Erfolgsgeheimnis der am besten bewerteten Unternehmen in Österreich ist auf ihren ganzheitlichen Ansatz zurückzuführen. Unternehmen, die sich zeitgleich auf alle sechs Säulen konzentrieren, gelingt es, ihre Fähigkeiten am Markt unter Beweis zu stellen“, erläutert KPMG-Partner Werner Girth.

Die Ergebnisse für Österreich zeigen, dass Luxus und Extravaganz im Geschäft sowie auf der Website wenig Einfluss auf das Kundenerlebnis haben. Vielmehr geht es um die Freundlichkeit und Kundenorientierung der Mitarbeiter, und dies auch in Branchen, die weitgehend von Selbst-

bedienungsprozessen geprägt sind. „Eine zentrale Aussage lässt sich damit zusammenfassen, Kundenbedürfnisse zu erkennen, realistische Kundenerwartungen zu setzen und durch erweiterte Leistungen zu überraschen“, erklärt Girth. ♦



« Deutschlands Automobil- und Industriebranche schrumpfen, während chinesische Markenunternehmen ein Markenwertwachstum über alle Branchen verzeichnen. »

GERHARD HREBICEK, PRÄSIDENT EUROPEAN BRAND INSTITUTE

71

© moritz320/Pixabay (1), European Brand Institute GmbH APA-Fotoservice Schedl (2)

KÜRBISKERNÖL STEHT UNTER SCHUTZ

100 für 100 – durch ein Abkommen der EU mit China werden künftig hundert europäische geografische Angaben in China geschützt und umgekehrt.



„Steirisches Kürbiskernöl“ gehört zu den künftig in China zu schützenden geografischen Angaben.

ANFANG NOVEMBER haben die EU und China die Verhandlungen über ein bilaterales Abkommen zum Schutz von 100 europäischen geografischen Angaben in China und 100 chinesischen geografischen Angaben in der EU vor Nachahmungen und widerrechtlicher Aneignung abgeschlossen. „Durch dieses wegweisende Abkommen dürften Vorteile für den beiderseitigen Handel entstehen und die Nachfrage nach hochwertigen Erzeugnissen auf beiden Seiten gestärkt werden“, schrieb die Europäische Kommission in einer Mitteilung.

Der für Landwirtschaft und ländliche Entwicklung zuständige EU-Kommissar Phil Hogan erklärte: „Europäische Erzeugnisse mit geografischen Angaben sind für ihre Qualität weltweit bekannt. Die Verbraucher sind bereit, einen höheren Preis zu zahlen, weil sie auf den Ursprung und die Authentizität dieser Erzeugnisse vertrauen, was auch den Landwirten zugutekommt. Dieses Abkommen zeigt unser Engagement für eine enge Zusammenarbeit mit unseren globalen Handelspartnern wie beispielsweise

China. Es ist ein Gewinn für beide Parteien und stärkt unsere Handelsbeziehungen, wovon sowohl unsere Agrar- und Lebensmittelsektoren als auch die Verbraucher auf beiden Seiten profitieren.“

WICHTIGER MARKT MIT POTENZIAL

China ist mit Ausfuhren im Wert von 12,8 Milliarden Euro (zwischen September 2018 und August 2019) der zweitwichtigste Absatzmarkt für die Agrar- und Lebensmittelausfuhren der EU. Es ist ferner der zweitwichtigste Absatzmarkt für EU-Ausfuhren von Erzeugnissen mit geschützter geografischer Angabe (neun Prozent des Ausfuhrwerts), einschließlich Wein, Agrar- und Lebensmittel-erzeugnissen sowie Spirituosen.

Die genannten Zahlen sind schon gut, könnten aber noch viel besser werden. Denn der chinesische Markt hat großes Wachstumspotenzial für europäische Lebensmittel und Getränke, da eine wachsende Mittelklasse zunehmend Geschmack an typischen, hochwertigen und echten

europäischen Erzeugnissen findet. Die EU-Liste der künftig in China zu schützenden geografischen Angaben umfasst Erzeugnisse wie Cava, Champagner, Feta, Irish Whiskey, Münchener Bier, Ouzo, Polska Wódka, Porto, Prosciutto di Parma, Queso Manchego – und nunmehr auch „Steirisches Kürbiskernöl“.

Die ÖVP-Europaabgeordnete Simone Schmiedtbauer kommentierte das folgendermaßen: „Das steirische Kürbiskernöl ist ein Lebensmittel, das wie kein anderes untrennbar mit meiner Heimat verbunden ist. Unsere heimischen Erzeugnisse mit geschützten geografischen Angaben sind weltweit für ihre hohe Qualität bekannt. Der Konsument vertraut dem Ursprung dieser Erzeugnisse und ist auch bereit, einen entsprechenden Preis zu bezahlen. Unsere typischen regionalen Spezialitäten sind einzigartig. Ich freue mich sehr, dass das steirische Kürbiskernöl jetzt am chinesischen Markt geschützt ist.“ Auch ihre Kollegin sowie Handelssprecherin der Volkspartei im Europaparlament, Angelika Winzig, zeigte sich erfreut: „Abkommen wie dieses sind ein Gewinn für beide Seiten. Durch den Schutz geografischer Angaben kann vor allem unsere Landwirtschaft im internationalen Handel profitieren.“

Der SPÖ-Europaabgeordnete Günther Sidl freute sich in seiner Stellungnahme bereits auf weitere, möglicherweise in einigen Jahren geschützte rot-weiß-rote Bezeichnungen: „Geschützte Ursprungsbezeichnungen sind ein Garant für die Herkunft und Qualität von Produkten. Wer etwa Wachauer Marillen, Mostviertler Birnmost, Marchfelder Spargel oder Waldviertler Graumohn kauft, muss sich darauf verlassen können, dass die Produkte wirklich aus der Region kommen. Es geht bei der Bezeichnung auch darum, dass hohe Produktionsstandards eingehalten werden. Davon profitieren Konsumenten und Produzenten gleichermaßen. Wenn nun durch das neue EU-Abkommen diese heimische Schmankerl besser geschützt werden, ist das ein überaus gutes Signal.“

WACHAUER MARILLEN MÜSSEN NOCH WARTEN

Ein wenig muss man sich jedoch noch gedulden, bevor dieser Deal von EU und China wirklich schlagend wird: Nach Abschluss der Verhandlungen wird das Abkommen nun erst einer rechtlichen Prüfung unterzogen. Auf EU-Seite werden dann das Europäische Parlament und der Rat um ihre Zustimmung ersucht. Das Abkommen wird demnach „voraussichtlich vor Ende 2020“, wie es aus Brüssel heißt, in Kraft treten. Dann sind auch beispielsweise die chinesischen Erzeugnisse Pixian Dou Ban (Pixian-Bohnenpaste), Anji Bai Cha (Anji Weißer Tee), Panjin Da Mi (Panjin-Reis) und Anqiu Da Jiang (Anqiu-Ingwer) geschützt.



Vier Jahre nach Inkrafttreten dieses Abkommens wird sein Geltungsbereich auf weitere 175 Namen von Erzeugnissen mit geografischen Angaben von beiden Seiten ausgeweitet. Diese Namen müssen allerdings dann dasselbe Registrierungsverfahren durchlaufen wie die 100 bereits vom Abkommen abgedeckten Namen (d. h. eine Bewertung und Veröffentlichung zur Stellungnahme). Vielleicht sind die Wachauer Marillen dann ja tatsächlich mit von der Partie. ♦

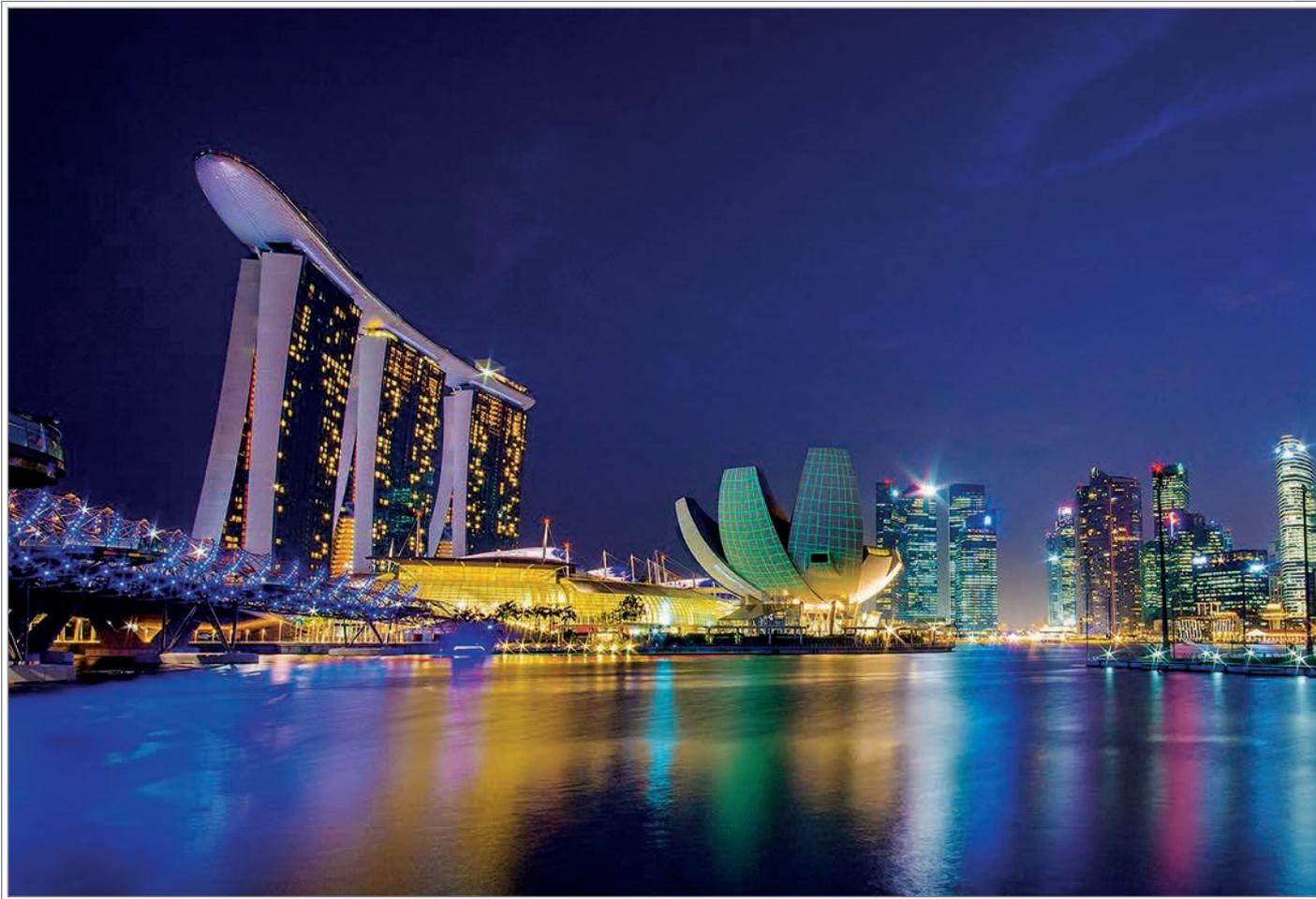
INFO-BOX

♦ Verhandlungen seit 2006

Die EU-Vorschriften für Qualitätsregelungen haben zum Ziel, die Namen bestimmter Erzeugnisse zu schützen, um ihre mit ihrem geografischen Ursprung sowie traditionellem Know-how verbundenen einzigartigen Eigenschaften herauszustellen. Dies ist einer der großen Erfolge der europäischen Landwirtschaft mit mehr als 3.300 als geschützte geografische Angabe (g. g. A.) oder als geschützte Ursprungsbezeichnung (g. U.) registrierten Namen. Zudem sind in der EU rund 1.250 weitere Erzeugnisse aus Drittländern namentlich geschützt, meist durch bilaterale Abkommen wie jenem mit China.

Die Kooperation zwischen der EU und China im Bereich der geografischen Angaben begann 2006. Im Jahr 2012 wurden dann auf beiden Seiten zuerst zehn geografische Angaben registriert und geschützt – der Ausgangspunkt für die heutige Zusammenarbeit.

© Oesterreich-Werbung/Gregor Semrad



SINGAPUR, WIR KOMMEN!

Die EU-Mitgliedsstaaten haben am 8. November das Handelsabkommen zwischen der EU und Singapur gebilligt, am 21. November ist es in Kraft getreten ist.

Davon profitiert auch Österreich – insbesondere die rot-weiß-roten KMU.

ANGESICHTS EINES Gesamtvolumens des bilateralen Handels von über 53 Milliarden Euro bei Waren und 51 Milliarden Euro bei Dienstleistungen ist Singapur der mit Abstand größte Handelspartner der EU in Südostasien. Über 10.000 Unternehmen aus der EU sind in Singapur niedergelassen und nutzen es als Drehscheibe für die gesamte Pazifikregion. Zudem ist Singapur für Europa der Investitionsstandort Nummer eins in Asien. Die

Investitionstätigkeit zwischen der EU und Singapur hat in den letzten Jahren rasch zugenommen: Im Jahr 2017 beliefen sich die bilateralen Investitionsbestände auf 344 Milliarden Euro.

WICHTIGER BAUSTEIN

Da passt es natürlich sehr gut, dass die EU-Mitgliedstaaten am 8. November ein Handelsabkommen zwischen der EU



Über 10.000 EU-Unternehmen sind in Singapur niedergelassen und nutzen es als Drehscheibe für die gesamte Pazifikregion – davon 150 aus Österreich.



und Singapur gebilligt haben, das am 21. November in Kraft getreten ist. Jean-Claude Juncker, zu diesem Zeitpunkt noch Präsident der Europäischen Kommission, erklärte dazu: „Dies ist das erste bilaterale Handelsabkommen der Europäischen Union mit einem südostasiatischen Land und ein wichtiger Baustein beim Aufbau engerer Verbindungen zwischen Europa und einer der dynamischsten Regionen der Welt. Es ist die Krönung der Bemühungen dieser Kommission um ein Netzwerk aus Partnern, die

sich dem offenen, fairen und auf Regeln gestützten Handel verschrieben haben. Seit meiner Amtsübernahme 2014 sind dank des Außenhandels fünf Millionen neue Arbeitsplätze in der EU geschaffen worden, sodass heute 36 Millionen Arbeitsplätze mit dem Außenhandel in

Zusammenhang stehen. Da auf den Außenhandel außerdem 35 Prozent des BIP der EU entfallen, wird deutlich, welche Bedeutung er für den Wohlstand in Europa hat.“ Die EU-Handelskommissarin Cecilia Malmström brachte noch weitere Aspekte zur Sprache: „Durch das Handelsabkommen mit Singapur beweisen wir erneut, dass wir uns dem fairen und regelbasierten Handel verschrieben haben. Das Abkommen wird Arbeitnehmern, Landwirten und Unternehmen aller Größen in Europa und in Singapur zugutekommen. Es umfasst starke Klauseln zum Schutz der Menschen- und Arbeitnehmerrechte sowie der Umwelt. Dieses eingerechnet, hat die EU in den vergangenen fünf Jahren 16 Handelsabkommen geschlossen, sodass derzeit insgesamt 42 Handelsabkommen mit 73 Partnern bestehen, auf die ein Drittel des gesamten Außenhandels der EU entfällt. Dies ist das weltweit größte Netzwerk dieser Art.“

« Dies ist das erste bilaterale Handelsabkommen der Europäischen Union mit einem südostasiatischen Land und ein wichtiger Baustein beim Aufbau engerer Verbindungen zwischen Europa und einer der dynamischsten Regionen der Welt. »

JEAN-CLAUDE JUNCKER, BIS DEZEMBER 2019
PRÄSIDENT DER EUROPÄISCHEN KOMMISSION



© Nirut Phengjaiwong/Pixabay (1), Andreas Dimas/Pixabay (2), David Mark/Pixabay (3), EU/Etienne Ansotte (4)



76

Österreichs Warenexporte nach Singapur stiegen von 176 Millionen Euro im Jahr 1995 auf 416 Millionen Euro im Jahr 2018.

Im Rahmen des Handelsabkommens wird Singapur alle noch vorhandenen Zölle auf EU-Waren beseitigen. Das Abkommen bietet auch den Dienstleistern der EU neue Möglichkeiten, unter anderem in den Bereichen Telekommunikation, Umweltdienstleistungen, Ingenieurwesen, Informatik und Seeverkehr. Außerdem werden die Rahmenbedingungen für Unternehmen berechenbarer. Das Abkommen ermöglicht ferner den rechtlichen Schutz von 138 bekannten europäischen Lebensmitteln und Getränken, sogenannten geografischen Angaben. Singapur ist bereits das dritt wichtigste Land für die Ausfuhr solcher europäischen Spezialitäten.

Singapur hat ferner zugesagt, nicht tarifäre Handelshemmnisse in Schlüsselsektoren zu beseitigen, beispielsweise durch Anerkennung der EU-Sicherheitsprüfungen für Kraftfahrzeuge und zahlreiche Elektronikgeräte oder durch Anerkennung der von EU-Unternehmen verwendeten Textilkennzeichnungen. Im Gegenzug öffnet die EU ihren Binnenmarkt für 80 Prozent aller Importe aus Singapur. Die restlichen Zölle sollen über mehrere Jahre auslaufen.

Die EU und Singapur haben überdies ein Investitionsschutzabkommen geschlossen, das in Kraft treten kann, sobald es von allen EU-Mitgliedsstaaten nach deren jeweiligen nationalen Verfahren ratifiziert worden ist.

© Michael Siebert/Pixabay (1), IV/Michalski (2)



« Eine aktive europäische Handelspolitik, die weltweiten Marktzugang schafft und faire Handels- und Investitionsregeln gestaltet, muss für Europa von vitalem Interesse sein! »

CHRISTOPH NEUMAYER, GENERALSEKRETÄR DER INDUSTRIELLENVEREINIGUNG

REAKTIONEN AUS ÖSTERREICH

Österreich macht bereits jetzt gute Geschäfte mit Singapur. 2018 wurden vor allem Maschinenbauerzeugnisse und Fahrzeuge dorthin exportiert. Sechs von zehn Warenexporten fielen in diese

Kategorie. Von heimischer Seite kamen positive Reaktionen auf das Abkommen. Angelika Winzig, Europaabgeordnete und handelspolitische Sprecherin der ÖVP



im Europaparlament, strich beispielsweise hervor: „Österreich wird davon aller Voraussicht nach besonders stark profitieren, vor allem unsere KMU. Denn drei von vier heimischen Unternehmen, die nach Singapur exportieren, sind Klein- und Mittelbetriebe.“

Österreich sei im Außenhandel mit Singapur überdurchschnittlich erfolgreich: Bei Exporten von 416 Millionen Euro erreichte es im Vorjahr einen Handelsüberschuss von 235 Millionen Euro. „Das weist klar darauf hin, dass österreichische Unternehmen von einem offeneren Handel mit Singapur überdurchschnittlich profitieren“, so Winzig. Rund 150 österreichische Unternehmen hätten bereits Niederlassungen dort.

Auch Karlheinz Kopf, Generalsekretär der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ), sieht große Chancen für KMU: „Für diese wird es noch einfacher, da sie besonders von Bürokratieabbau und einem verbesserten Zugang zu den Weltmärkten profitieren.“ Kopf betonte weiter: „Das neue Abkommen zwischen der EU und Japan, das im Februar dieses Jahres in Kraft getreten ist, zeigt: Handelsabkommen wirken!“ Seit Inkrafttreten seien die heimischen Exporte um über zehn Prozent gestiegen – gegenüber drei Prozent bei den heimischen Gesamtexporten im selben Zeitraum. Gerade eine kleine Exportnation wie Österreich profitiere demnach enorm von Abkommen wie jenem mit Japan oder dem aktuellen mit Singapur. Denn jeder zweite Arbeitsplatz in Österreich hänge direkt oder indirekt am Export.

„Eine kleine, offene Volkswirtschaft wie die österreichische ist angewiesen auf den Erfolg unserer exportorientierten Unternehmen und ihrer Beschäftigten auf den internationalen Märkten. Das ist die Basis, um unsere gut ausgebauten sozialen Errungenschaften – von Krankenhäusern über Pensionen und Klimaschutzmaßnahmen bis zu Schulen – nachhaltig zu finanzieren. Das Abkommen zwischen der EU und Singapur ist ein wichtiger Schritt für den Zugang heimischer und europäischer Unternehmen zu wichtigen Zukunftsmärkten“, betonte auch der Generalsekretär der Industriellenvereinigung (IV), Christoph Neumayer. Vor dem Hintergrund des gegenwärtigen weltweiten Wettlaufs um die besten Handels- und Investitionsbedingungen sei das Abkommen als strategisch bedeutend einzuordnen. So sei Singapur Teil der neu entstandenen Freihandelszone CPTPP (Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership) zwischen elf Pazifikanrainern (u. a. mit Kanada, Japan, Australien oder Mexiko). „Wirtschaftswachstum, Investitionen und Handel finden zunehmend außerhalb Europas statt. Eine aktive europäische Handelspolitik, die weltweiten Marktzugang schafft und faire Handels- und Investitionsregeln gestaltet, muss für Europa von vitalem Interesse sein“, so Neumayer. In diesem Sinne bleibt nicht mehr viel zu sagen. Außer vielleicht: „Singapur, wir kommen!“

INFO-BOX

◆ Was lange währt ...

Dieses Handelsabkommen wurde über Jahre vorbereitet und ausgehandelt. Die Beziehungen der EU mit Singapur basieren grundsätzlich auf dem Kooperationsabkommen der EU mit ASEAN (Verband Südostasiatischer Nationen) aus dem Jahr 1980. Um die Beziehungen mit Singapur weiter zu vertiefen, wurde von 2010 bis 2014 ein Handelsabkommen der EU mit Singapur ausverhandelt. Aufgrund eines diesbezüglichen EuGH-Urteils wurde das Abkommen in ein Handelsabkommen und ein Investitionsschutzabkommen gesplittet. Beide Abkommen wurden am 19. Oktober 2018 unterzeichnet. Während das Handelsabkommen mit 21. November 2019 in Kraft getreten ist, muss das Investitionsschutzabkommen nach Zustimmung des Rats und des Europäischen Parlaments noch den nationalen Ratifizierungsprozess aller EU-Mitgliedsstaaten durchlaufen, bevor es in Kraft treten kann.

© Pasi Mämmelä/Pixabay (3), immacus/Pixabay (4)



GETRÜBTE AUSSICHT

Über dem noch recht freundlichen Himmel der diesjährigen Konjunktur ziehen bereits einige Wolken auf. Nach sieben Jahren Wachstum prognostiziert die Europäische Kommission eine Phase mit eingetrübter Aussicht.



Gewerbe, das zudem strukturelle Veränderungen durchläuft. Der europäischen Wirtschaft könnte daher eine längere Phase mit gedämpfterem Wachstum und geringer Inflation bevorstehen.

Der aktuellen Prognose zufolge wird das Bruttoinlandsprodukt (BIP) des Euroraums 2019 um 1,1 Prozent und in den Jahren 2020 und 2021 um jeweils 1,2 Prozent wachsen. Gegenüber der im Juli veröffentlichten Sommerprognose 2019 wurde die Wachstumserwartung für 2019 um 0,1 Prozentpunkt (von vormals 1,2 %) und für 2020 um 0,2 Prozentpunkte (von 1,4 %) heruntergeschraubt. Für die EU insgesamt wird für die Jahre 2019, 2020 und 2021 nun ein BIP-Wachstum von 1,4 Prozent erwartet. Auch hier war für 2020 im Sommer noch ein Wachstum von 1,6 Prozent prognostiziert worden.

Dazu Valdis Dombrovskis, Vizepräsident für den Euro und den sozialen Dialog und zuständig für Finanzstabilität, Finanzdienstleistungen und die Kapitalmarktunion: „Bislang hat sich die europäische Wirtschaft trotz ungünstigerer weltwirtschaftlicher Rahmenbedingungen als robust erwiesen: Die Wirtschaft ist weiter gewachsen, es wurden neue Arbeitsplätze geschaffen, und die Binnennachfrage ist nach wie vor kräftig. Doch könnten nun schwierigere Zeiten anbrechen, das heißt

eine Phase, die durch große handelskonfliktbedingte Unsicherheit, durch zunehmende geopolitische Spannungen, durch eine anhaltende Schwäche des verarbeitenden Gewerbes und durch den Brexit gekennzeichnet ist. Ich rufe alle EU-Mitgliedstaaten mit hohem öffentlichem Schuldenstand dringend dazu auf, die vorsichtige Finanzpolitik fortzusetzen und die Schuldenstände kontinuierlich abzubauen. Demgegenüber sollten Mitgliedstaaten mit haushaltspolitischem Spielraum diesen auch nutzen.“

Pierre Moscovici, EU-Kommissar für Wirtschafts- und Finanzangelegenheiten, Steuern und Zoll: „Der Prognose zufolge sollen alle Volkswirtschaften in der EU trotz zunehmenden Gegenwinds in den kommenden zwei Jahren weiter wachsen. Die Fundamentaldaten der EU-Wirtschaft sind solide: Nach sechs Jahren anhaltenden Wachstums liegt die Arbeitslosigkeit in der EU auf ihrem seit der Jahrtausendwende niedrigsten Stand, und das Defizit

DIE EUROPÄISCHE WIRTSCHAFT wächst nun das siebente Jahr in Folge und dürfte auch 2020 und 2021 weiter Wachstum verzeichnen. Die Arbeitsmärkte bleiben robust, und die Arbeitslosigkeit geht weiter zurück. Allerdings fördern die weltwirtschaftlichen Rahmenbedingungen das Wachstum weit weniger als zuvor, und die Unsicherheit ist hoch. Dies trifft vor allem das verarbeitende



Europa geht schwierigeren Zeiten entgegen: Die Herbstprognose der Europäischen Kommission basiert auf einer Reihe technischer Annahmen für Wechselkurse, Zinssätze und Rohstoffpreise mit Stichtag 21. Oktober 2019.

aggregiert unter ein Prozent des BIP. Doch dürfen wir uns angesichts der vor uns liegenden Herausforderungen nicht auf dem Erreichten ausruhen. Vielmehr werden wir alle politischen Hebel nutzen müssen, um Europa widerstandsfähiger zu machen und das Wachstum zu stützen.“

WACHSTUM VON BINNENORIENTIERTEN BRANCHEN ABHÄNGIG

Der anhaltende Handelskonflikt zwischen den USA und China und die hohe politische Unsicherheit, insbesondere im Handel, bremsen die Investitionen, das verarbeitende Gewerbe und den internationalen Handel. Da das BIP-Wachstum weltweit schwach bleiben dürfte, wird das Wachstum in Europa von der Stärke eher binnenorientierter Branchen abhängen. Diese wiederum werden auf einen das Lohnwachstum stützenden Arbeitsmarkt, günstige Finanzierungsbedingungen und eine in einigen Mitgliedstaaten konjunkturfremdliche Fiskalpolitik angewiesen sein. Auch wenn voraussichtlich alle Mitgliedstaaten weiterhin ein Wirtschaftsplus verbuchen können, dürften

die binnenwirtschaftlichen Faktoren allein doch kaum ausreichen, um ein kraftvolles Wachstum zu erzeugen.

ARBEITSMÄRKTE DÜRFTEN ROBUST BLEIBEN

Die EU-weite Schaffung von Arbeitsplätzen wurde durch die veränderten Rahmenbedingungen erstaunlich wenig beeinträchtigt. Dies liegt zum Teil daran, dass sich wirtschaftliche Entwicklungen in der Regel erst nach gewisser Zeit auf die Beschäftigung niederschlagen, aber auch daran, dass sich die Beschäftigung in Richtung Dienstleistungssektor verlagert. Die Beschäftigung verzeichnet ein Rekordhoch, und die Arbeitslosigkeit ist in der EU so niedrig wie seit der Jahrtausendwende nicht mehr. Auch wenn per saldo nicht mehr so viele neue Arbeitsplätze geschaffen werden, wird die Arbeitslosenquote im Euroraum voraussichtlich weiter von 7,6 Prozent in diesem Jahr auf 7,4 im Jahr 2020 und 7,3 Prozent im Jahr 2021 sinken. In der EU insgesamt wird die Arbeitslosenquote der Prognose zufolge in diesem Jahr auf 6,3 Prozent zurückgehen und sich 2020 und 2021 bei 6,2 Prozent einpendeln.



1

INFLATION BLEIBT NIEDRIG

Die Inflation im Euroraum hat sich im bisherigen Jahresverlauf verlangsamt, was nicht nur an den sinkenden Energiepreisen, sondern auch daran liegt, dass die Unternehmen die höheren Lohnkosten vorwiegend aus ihren Margen bestritten und nicht an die Kunden weitergegeben haben. Der Inflationsdruck dürfte in den nächsten beiden Jahren gering bleiben. Die Teuerung im Euroraum (harmonisierter Verbraucherpreisindex) wird für dieses und für nächstes Jahr auf 1,2 Prozent veranschlagt, bevor sie 2021 auf 1,3 Prozent anzieht. In der EU wird in diesem und im nächsten Jahr mit einer Inflation von 1,5 Prozent gerechnet, die sich 2021 auf 1,7 Prozent erhöht.

ÖFFENTLICHE SCHULDENSTÄNDE SINKEN, DEFIZITE STEIGEN LEICHT AN

Den öffentlichen Finanzen in Europa dürften weiterhin die überaus niedrigen Zinsen auf Umlaufmittel zugutekommen. Trotz geringeren BIP-Wachstums wird die jährliche Schuldenquote für den Euroraum insgesamt zum fünften

Mal in Folge sinken und in diesem Jahr auf 86,4 Prozent, 2020 auf 85,1 und 2021 auf 84,1 Prozent zurückgehen. Gleiches gilt für die EU, wo sich die Schuldenquote in die-

sem Jahr auf 80,6 Prozent, 2020 auf 79,4 und 2021 auf 78,4 Prozent vermindern dürfte.

Die gesamtstaatlichen Finanzierungssalden hingegen dürften sich leicht verschlechtern, da das geringere Wachstum und die etwas lockerere diskretionäre Fiskalpolitik einiger Mitgliedstaaten zu Buche schlagen. Das Defizit des Euroraums insgesamt dürfte sich von seinem historischen Tiefststand von 0,5 Prozent des BIP im Jahr 2018 auf 0,8 in diesem Jahr, 0,9 im Jahr 2020 und – unter der Annahme einer unveränderten Politik – 1,0 Prozent im Jahr 2021 erhöhen. Im Ergebnis dürfte der haushaltspolitische

Kurs des Euroraums, also die Veränderung des strukturellen Haushaltssaldos aller 19 Euro-Mitgliedstaaten zusammengerechnet, jedoch weitgehend neutral bleiben. Auch in der EU dürfte sich das aggregierte Defizit ausweiten, und zwar von 0,7 Prozent des BIP im Jahr 2018 auf 0,9 in diesem Jahr, 1,1 im Jahr 2020 und 1,2 Prozent im Jahr 2021.



2

AUSBLICK BLEIBT ÜBERWIEGEND MIT ABWÄRTSRISIKEN BEHAFTET

Verschiedene Risiken könnten dazu führen, dass das Wachstum hinter der Prognose zurückbleibt. Sollten die Unsicherheit oder die handels- und geopolitischen Spannungen zunehmen, könnte dies das Wachstum dämpfen, ebenso wie eine unerwartet starke Konjunkturabschwächung in China, sollten die bisherigen politischen Maßnahmen eine schwächere Wirkung entfalten als geplant. Zu den geografisch näherliegenden Risiken zählen ein unregelmäßiger Brexit und die Gefahr, dass die Schwäche des verarbeitenden Gewerbes stärker auf die binnenorientierten Branchen ausstrahlt.

Auftrieb würde das Wachstum hingegen durch eine handelspolitische Entspannung, ein stärkeres Wachstum in China und eine Entschärfung geopolitischer Konflikte erhalten. Dem Wachstum im Euroraum täte es außerdem gut, wenn Mitgliedstaaten mit haushaltspolitischen Spielraum einen expansiveren haushaltspolitischen Kurs einschlägen als erwartet. Alles in allem überwiegen aber die Abwärtsrisiken nach wie vor eindeutig. ♦

© geralt/Pixabay (1+2)

TOP 100 – WACHSTUM, ABER...

Die Top 100 von Österreichs Unternehmen konnten ein erfreuliches Wachstum verzeichnen. Aber es türmen sich dunkle Wolken am Horizont auf. Es gilt, sich auf raues Wetter vorzubereiten. Außerdem wäre da noch die „postdigitale Ära“.



Michael Zettel,
Country
Managing
Director
Accenture
Österreich

ÖSTERREICHS Top-100-Unternehmen wachsen wieder. Die Umsätze der Top-Konzerne stiegen im Vergleich zum Vorjahr um 6,9 Prozent. Treiber war vor allem die IKT-Branche mit 13,3 Prozent, gefolgt von der Baubranche (9 Prozent) und der Industrie (8,2 Prozent). „Das Wachstum der österreichischen Leitbetriebe ist sehr erfreulich. Die Top 100 sind wieder die Zugpferde der heimischen Wirtschaft. Dennoch lastet aufgrund der trüben Konjunkturaussichten und der rasch voranschreitenden Digitalisierung ein hoher Druck auf den Unternehmen“, kommentiert Michael Zettel, Country Managing Director Accenture Österreich, die Ergebnisse der „Top100“-Studie.

Diese Unternehmen leben zum großen Teil noch von den Geschäftsmodellen der Vergangenheit – im Gegensatz zu vielen digitalen Unternehmen aus den USA oder China, die aufgrund erfolgreicher digitaler Plattformen schnell expandieren. „Hier besteht in Österreich noch starker Aufholbedarf“, betont Zettel. „Die Unternehmen stecken derzeit alle mitten in der digitalen Transformation oder haben die erste Phase bereits abgeschlossen.“ Für Österreichs Top 100 geht es nun darum, die wichtigsten neuen Technologien mit den richtigen Geschäftsmodellen zu verknüpfen.

© Martina Draper

WACHSTUM DANK KI

„Ein wichtiger Hebel für den nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg ist die künstliche Intelligenz. Mit ihr können die Top 100 proaktiv die Märkte radikal verändern“, ist Zettel überzeugt. Accenture hat ein Szenario errechnet, dass Österreich im Jahr 2035 das Wirtschaftswachstum auf drei Prozent steigern kann, wenn KI richtig eingesetzt wird. „Österreich ist ein Industrieland. Mit KI haben wir enormes Potenzial in der Produktivitätssteigerung“, erläutert er. Blicke es hingegen beim bisherigen technologischen Niveau, dann würde das BIP nur um 1,4 Prozent pro Jahr wachsen. Die zusätzliche Bruttowertschöpfung daraus beläuft sich auf 122 Milliarden Euro im Jahr 2035. Österreich hat die besten Voraussetzungen. „Wir haben eine starke Industrie, auf die wir setzen können. Unsere Ingenieure sind Weltspitze. In den nächsten Jahren wird mit Internet of Things die nächste Welle die Industrie erreichen. Hier können wir mit unserem Know-how und unserer Erfahrung ganz vorn mitspielen und die globale Aufholjagd starten“, betont Zettel.

DIE POSTDIGITALE ÄRA

„Wir stehen an einer Zeitenwende. Die Digitalisierung wird bald kein Unterscheidungsmerkmal oder Wettbewerbsvorteil mehr sein, sondern die Eintrittskarte ins Business. Wir betreten damit die postdigitale Ära“, so Zettel. Rund 56 Prozent der österreichischen Unternehmen haben im Rahmen einer Accenture-Umfrage erklärt, dass sogenannte SMAC-Technologien (Social, Mobile, Analytics und Cloud) bereits zu ihren Kerntechnologien gehören. Damit liegt Österreich allerdings deutlich unter dem globalen Vergleichswert von 79 Prozent. Das heißt: Die Top 100 sollten sich dringend mit dem Übergang vom Zeitalter der digitalen Transformation in die Ära der postdigitalen Welt auseinandersetzen. Denn mehr als die Hälfte ihrer Konkurrenten und Partner aus Österreich ticken bereits digital, und auch der Großteil der Unternehmen aus dem Ausland hat die Transformation bereits abgeschlossen. ◆

Behalten Sie die **Kontrolle**
mit unseren
SAP®-Lösungen für den
Zoll und Außenhandel



MIT **INHOUSE STRATEGIE** SCHNELLER REAGIEREN

Maßgeschneiderte Integration und direkte
Betreuung durch unsere Spezialisten

prodata
www.prodata-rz.com

DIE ZUKUNFT: WIR SIND SCHON DA.

„Lifting Solutions“ von PALFINGER zählen zu den innovativsten am Markt. Weil bei PALFINGER Forschung und Entwicklung nicht nur Tradition haben, sondern auch Zukunft. Dies hat uns zu einem international erfolgreichen Player gemacht. Denken Sie mit uns global – und weit darüber hinaus.