

EXPORT today

IHRE WÖCHENTLICHE INFORMATIONSQUELLE RUND UM DEN EXPORT

Ausgabe 16/2020

Erklommene Schwelle

Die BRUCHA GmbH erzielt Rekord.

In Michelhausen im Bezirk Tulln produziert die BRUCHA GmbH seit mehr als 70 Jahren hochwertige Dämmstoffe für Industrie- und Gewerbebauten sowie für den Agrarhallenbau. Mit 207 Millionen Euro Umsatz hat das Familienunternehmen 2019 eine Rekordmarke erklommen.

„Zum ersten Mal seit der Firmengründung haben wir die 200-Millionen-Euro-Schallmauer durchbrechen können“, teilt Michael Gerster, stellvertretender Geschäftsführer bei BRUCHA, in einem Interview mit dem Handelsmagazin „Regal“ mit.

BRUCHA betreibt Montage-Stützpunkte in den Bundesländern Steiermark, Salzburg und Vorarlberg. Dazu kommen Niederlassungen in Tschechien, der Slowakei, Kroatien und in den USA. Dafür wurde 2018 die



Die Brucha-Dämmstoffe sind einer von mehreren Geschäftszweigen des Unternehmens.

BRUCHA Corporation in den USA mit Sitz in Denver Colorado gegründet. Der Exportanteil liegt bei 40 Prozent. Die wichtigsten Märkte sind Deutschland und die angrenzenden Nachbarstaaten.

www.brucha.at

Inhalt

Fit für die digitale Zukunft	02
Kochen mit Olav	03
Rekordumsatz bei Montana	03
Hilfsfonds für Großunternehmen	05
4 Trends für den Handel	06

Top-Erfolg

Hochwertige Teigwaren.

Auf die Produktion von hochwertigen Teigwaren hat sich die Firma „Paula Zimmermann – Teigwarenerzeugung“ aus Weitra spezialisiert. Die Kunden der Waldviertler Teigwaren sind zu 60 Prozent der Groß- und Einzelhandel, 30 Prozent die Gastronomie. Der Rest geht über einen Online-Shop an Privatkunden. Die Exportquote beträgt fünf Prozent mit dem Schwerpunkt Deutschland. Bei der Wahl zum PASTA Kaiser 2020 wurden Zimmermanns Nudeln mit 2x Gold und 1x Silber ausgezeichnet.

www.zimmermanns-teigwaren.at

Fokus

Future Corner

ALPLA setzt auf internationale duale Ausbildung.

Derzeit bildet das international tätige Familienunternehmen mit Hauptsitz in Österreich weltweit 250 Lehrlinge aus. Nicht nur in Österreich und Deutschland, wo das System der dualen Ausbildung im Unternehmen und in der Schule Tradition hat, sondern auch in China und Mexiko. In diesem Jahr folgen Indien und Polen. So soll der steigende Bedarf an Fachkräften gedeckt werden. In der Sieben-Millionen-Metropole Hyderabad entsteht zurzeit der erste indische Future Corner, wie die Lehrwerkstätten bei ALPLA genannt werden. Im Herbst nehmen

die zukünftigen Zerspaner und Mechatroniker ihre Ausbildung nach österreichischem Vorbild auf. Bis zu zehn Jugendliche werden diese Chance jährlich erhalten. Auch in Ostrow Mazowiecka nordöstlich von Warschau startet im Herbst die Fachkräfteausbildung. In Polen werden pro Jahr sechs Mechatroniker aufgenommen. „Das Modell der dualen Ausbildung ist für die Jugendlichen im Land sehr attraktiv“, erklärt Julian Fässler, bei ALPLA zuständig für die Internationalisierung der dualen Ausbildung.

Ihre EXPORT today-Redaktion

www.alpla.com

Impressum

EXPORT today wird vom Observer beobachtet.

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

www.newbusiness.at

Fit für die digitale Zukunft!

Klein- und Mittelunternehmen sind von der digitalen Revolution besonders gefordert: Worin liegen die Herausforderungen, Chancen und Risiken für sie? In dem innovativen EU-Projekt DigiCulTS werden unterstützende Instrumente für den Digitalisierungsprozess von KMU entwickelt.

Es steht außer Zweifel, dass sich unsere Gesellschaft und Kultur mehr denn je in einem großen Transformationsprozess befindet. „Wirtschaft und Gesellschaft durchlaufen einen digitalen Wandel. Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT), künstliche Intelligenz (KI) und Robotik verändern die Art und Weise, wie Menschen arbeiten, miteinander interagieren, kommunizieren und leben, tiefgreifend.“ (OECD Skills Outlook, 2019.) Um kleine und mittlere Unternehmen mit bis zu 50 Mitarbeitern in ihrem Digitalisierungsprozess zu unterstützen, hat das Studienzentrum Saalfelden mit Partnern aus Spanien, Polen, Griechenland, der Donau-Universität Krems und der Wirtschaftskammer (Bezirksstelle Zell am See) Ende Jänner 2020 das Erasmus+-Projekt DigiCulTS – Digitale Kultur für Klein- und Mittelunternehmen gestartet.

Ziel von DigiCulTS ist es, kleinen und mittleren Unternehmen ihre derzeitigen digitalen Fähigkeiten und Kompetenzen aufzuzeigen und sie auf die Herausforderungen, Chancen und Risiken aufmerksam zu machen.

Wie fit sind sie für die digitale Zukunft? Über welche transversalen (fachübergreifenden) digitalen Schlüsselkompetenzen verfügen sie bereits? Welche dieser digitalen Technologien kann man kollaborativ und kreativ nützen? Und welche sind im kulturellen Kontext kritisch zu betrachten?

In zweieinhalb Jahren sollen mit DigiCulTS drei innovative Produkte entwickelt werden:

■ SELFIE-Quick-Check-Tool für Unternehmen:

Basierend auf einem digitalen Kompetenzrahmen bewertet dieses Online-Assessment-Tool das Wissen, die Fähigkeiten und Kompetenzen von ArbeitnehmerInnen, ArbeitgeberInnen und Arbeitsuchenden bezüglich digitaler Transformation. Die Nut-



zerInnen des Quick Checks bekommen, basierend auf den Ergebnissen, eine individuell zugeschnittene Empfehlung für ihren weiteren Lernweg.

■ Online-Lehrgang:

Das Ziel des Online-Lehrgangs ist es, die Lernenden dabei zu unterstützen, sich der sozialen, kulturellen und politischen Konsequenzen der digitalen Transformation bewusst zu werden. Es wird darauf eingegangen, welches Wissen, welche Fähigkeiten und Kompetenzen für KMU in einer digitalen Welt besonders wichtig sind. Der Kurs basiert auf dem Ansatz des autonomen und offenen Lernens. Es werden für den Kurs offene Lernressourcen entwickelt, die in die virtuelle Bibliothek integriert werden.

■ Virtuelle Bibliothek:

Die virtuelle Bibliothek beinhaltet Open Education Resources (OER) für offenes und autonomes Lernen. Durch ein Such- und Tagging-System können Lernende passende Lernressourcen auf der DigiCulTS-Plattform finden. Dadurch soll die Entwicklung von digitalen Fähigkeiten und Kompetenzen unterstützt werden.

Alle KMU bis 50 MitarbeiterInnen sind eingeladen, sich an diesem Projekt zu beteiligen. Sämtliche entstehenden Angebote im Rahmen des Projekts – Diagnose, Lehrgang, Guide – sind kostenlos und können aufgrund der Creative-Commons-Lizenz adaptiert und frei genutzt werden.

Interessenten wenden sich bitte an: Dr. Wolfgang Schäffner (wolfgang.schaeffner@studienzentrum.at)

Studien und Management Center Saalfelden gGmbH

Projekt-Koordinator Studienzentrum Saalfelden:
Dr. Wolfgang Schäffner
5760 Saalfelden, Leoganger Straße 51
Tel.: +43/6582/749 16
Fax: +43/6582/749 16-16
office@smc-info.at
www.studienzentrum.at





Olav gibt es nur direkt beim Hersteller ab 115 Euro inklusive Versand.

Kochen in der Krise

Online-Kochkurse von Haya Molcho (NENI) und Paul Ivić (TIAN) mit Olav, der wiederbeschichtbaren Pfanne aus Österreich.

Die beiden Küchenstars setzen beim Kochen auf eine echte Innovation: Olav, die wiederverwertbare Pfanne mit dickem Kupferkern. Statt alte zerkratzte Pfannen in den Hausmüll zu werfen, wird Olav einfach an den Hersteller zurückgeschickt, aufbereitet und neu beschichtet. Eine Kernschicht aus Kupfer sorgt für ein besonders gleichmäßiges und präzises Kochen, denn Kupfer besitzt eine 20-fach höhere Wärmeleitfähigkeit als z.B. Edelstahl.

Zwei Startups ziehen an einem Strang

Die beiden Gründer von Olav, die Wienerin Christina Neworal und ihr Bonner Co-Gründer Till von Buttlar, sind stolz auf die Kooperation ihres kleinen Start-ups mit der Spitzengastronomie: „Unser kleines Team freut sich jedes Mal riesig, wenn Haya oder Paul unsere Olav-Pfannen in ihren Kochvideos nutzen oder unser junges Start-up ihrer großen Koch-Community vorstellen“, so die beiden Jungunternehmer.

Umgesetzt wurden die Kochvideo vom Startup 7Hauben. Die Linzer haben sich auf die Produktion hochwertiger Kochkurse spezialisiert. „Wir haben bewusst den Weg zusammen mit der Gastronomie gewählt, um so mit den besten Köchen und Betrieben arbeiten zu können. Die Videos für die Webseite werden daher direkt in Lokalen gedreht,

extravagante Speisen sind das Ergebnis“, fasst Johannes Sailer, einer der Gründer von 7Hauben, das Konzept zusammen.

Kampf gegen dem Metall-Müll

Bei der Entwicklung haben die Gründer auf ein uraltes Küchengeheimnis zurückgegriffen: Kupfer. Seit jeher galten Kupferpfannen als das Non-plus-Ultra des Kochgeschirrs. Da das Start-up den Handel umgeht und direkt an die Konsumenten verkauft, macht Olav Kupferkernpfannen wieder leistbar. Herkömmliche Kupferpfannen sind allerdings nicht für Induktionsherde geeignet und haben einen höheren Pflegeaufwand. Nicht so Olav, da der Kern der Pfanne aus einer dicken Schicht aus Kupfer besteht, dem am besten leitenden Material im Kochgeschirrbereich. Zugleich ist die Pfanne durch ihre dünne äußere Stahl-schicht induktionstauglich, spülmaschinen- und ofenfest. Die Innenseite der Pfanne ist mit einer keramisch verstärkten Beschichtung versiegelt. Sie stammt von einem deutschen Hersteller namens Weilburger und hat sich nach unzähligen Tests als die beste Beschichtung für die Olav Pfanne bewährt. Olav wird so zum langlebigen Begleiter und schafft durch ihre hervorragende Wärmeleitfähigkeit ein ganz neues Kocherlebnis. <

www.myolav.com | www.7hauben.com

Umsatzplus

Jahresergebnis 2019: Montana Tech Components AG mit Rekordzahlen

Die MONTANA Gruppe von Mehrheits-eigentümer Michael Tojner (VARTA AG, Aluflexpack AG, ASTA, UAC, Alu Menziken und Alpine Metal Tech) verzeichnet im heute veröffentlichten 4. Quartalsbericht einen deutlich gestiegenen Gesamtumsatz im Geschäftsjahr 2019 von 1,353 Mrd. Euro. Mit einem bereinigten EBITDA von 198 Mio. Euro erzielte die MONTANA Gruppe das beste Ergebnis der Unternehmensgeschichte.

Erfolgreichste Geschäftsjahr bis dato

Das Geschäftsjahr 2019 stellt auch im Hinblick auf die Investitionstätigkeit der MONTANA Gruppe einen Meilenstein dar. Mit den Investitionen in hochkompetitive Standorte, zusammen mit der Innovations- und Qualitätsführerschaft der einzelnen Divisionen der MONTANA Gruppe wurde sichergestellt, dass die MONTANA Gruppe auch in schwierigerem Umfeld ein attraktiver Lieferant bleibt. Die zu erwartenden Auswirkungen aus der COVID-19-Krise werden Teile der MONTANA Gruppe im Wachstum dämpfen, wobei zu erwarten ist, dass die diversifizierte Ausrichtung die möglichen Einbußen abfedert bzw. ausgleicht.

Montana Tech Components AG ist als technologie- und innovationsorientierte Industrie-gruppe in den Wachstumsbereichen Luftfahrt, Energiespeicherung, Metallurgie und industrielle Komponenten tätig. Die einzelnen Konzerngesellschaften nehmen in ihren globalen Märkten eine führende Position ein. Durch Fokussieren auf ausgewählte Schlüsseltechnologien und kontinuierliche Innovationen verfolgt Montana Tech Components in ihren Divisionen – Aerospace Components, Energy Storage (VARTA AG) und Industrial Components (Aluflexpack AG) – eine nachhaltige Wachstumsstrategie. Mit aktuell 9.600 Mitarbeitern an weltweit 53 Standorten weist Montana Tech Components AG eine hohe Profitabilität auf. <

www.montanatechcomponents.com

Die Zukunft der Automation. Mehr Flexibilität. Mehr Performance.



MOVI-C® – der modulare Automatisierungsbaukasten.

Mit den vier Bausteinen Engineering-Software, Steuerungstechnik, Umrichtertechnik und Antriebstechnik bietet SEW-EURODRIVE einen systemoptimierten Automatisierungsbaukasten aus einer Hand.

Hilfsfonds für Großunternehmen

OeKB wickelt Kreditgarantien für Überbrückungsfinanzierungen ab und unterstützt damit Maßnahmen für den Erhalt der Zahlungsfähigkeit und Überbrückung von Liquiditätsschwierigkeiten.

Die Oesterreichische Kontrollbank AG (OeKB) unterstützt – als verlässliche Partnerin der heimischen Wirtschaft – mit einer weiteren Maßnahme Unternehmen mit Liquiditätsschwierigkeiten. Dabei übernimmt die OeKB ab sofort im Rahmen des 15 Milliarden Euro-Hilfspakets der Regierung und im Auftrag der COVID-19-Finanzierungsagentur des Bundes GmbH (COFAG) die Abwicklung von Finanzierungsgarantien für Großunternehmen.

„Die Zahlungsfähigkeit heimischer Unternehmen zu erhalten und durch die COVID-19-Krise bedingte Liquiditätsschwierigkeiten auszugleichen, ist äußerst wichtig. In der aktuellen Situation gilt es rasch und unbürokratisch zu helfen, um den Standort Österreich sowie zahlreiche Arbeitsplätze in unserem Land zu sichern“, so Helmut Bernkopf, der in der OeKB den Bereich der Export Services verantwortet. Diese neue Möglichkeit aus dem Corona-Hilfsfonds steht allen Großunternehmen zur Verfügung, unabhängig davon, ob sie exportieren oder bisher schon Kunde bei der OeKB sind.

Kredithöhe bei Hausbank von bis zu 120 Millionen Euro – bis zu 5 Jahre

Die Kredithöhe orientiert sich am tatsächlichen Liquiditätsbedarf der Großunternehmen. Gedeckelt ist dieser in der Höhe des Zweifachen der jährlichen Lohnsumme des Unternehmens oder 25 Prozent des Jahresumsatzes. Dabei wird für die Beurteilung der jeweils höhere Betrag herangezogen. Alternativ gilt ein Limit der Kreditsumme von 120 Millionen Euro, wobei in begründeten Ausnahmefällen die Kredithöhe durch eine Sondergenehmigung auch darüber hinausgehen kann. Die Kreditgarantie für die Überbrückungsfinanzierung läuft dann bis zu fünf Jahre. Der Zinssatz beträgt maximal ein Prozent. Die Garantieentgelte sind gestaffelt und betragen je nach Laufzeit für Großunternehmen zwischen 50 und 200 Basispunkten. Als Großunternehmen werden dabei gemäß der EU-Definition Unterneh-



Die OeKB ist eine verlässliche Partnerin der Republik bei der Abwicklung weiterer finanzieller Unterstützungsmaßnahmen.

men mit mehr als 250 Mitarbeitern oder einem Jahresumsatz von mehr als 50 Mio. Euro und einer Bilanzsumme von über 43 Millionen Euro bezeichnet.

Überbrückungsgarantie für 90 Prozent der Kreditsumme

Die staatliche Haftung, die die OeKB im Auftrag der COFAG in diesem Zusammenhang abwickelt, beträgt 90 Prozent der beantragten Finanzierungssumme. Unternehmen können sich für die Antragsstellung direkt an ihre jeweilige Hausbank wenden. Die Anträge können ab dem 8. April eingereicht werden.

Neben dem nun neu startenden Hilfspaket zur Liquiditätssicherung aller österreichischen Großunternehmen, unterstützt die OeKB im Auftrag des Bundesministeriums für Finanzen bereits seit Beginn der COVID-19-Krise heimische Exporteure mit zwei weiteren Maßnahmen. So können Exportunternehmen mit Unterstützung ihrer Hausbank einen Kreditrahmen in Höhe von 10 Prozent (Großunternehmen) bzw. 15

Prozent (Klein- und Mittelunternehmen) ihres Exportumsatzes bei der OeKB beantragen. Der Höchstbetrag liegt bei 60 Millionen Euro.

Diese Betriebsmittelfinanzierung, die als Sonder-Kontrollbank-Refinanzierungsrahmen, geführt wird, ist unabhängig davon, ob das jeweilige Unternehmen bisher schon Kunde bei der OeKB ist und ob ein etwaiger bestehender Kreditrahmen bereits ausgeschöpft ist.

Zusätzlich hat die OeKB gemeinsam mit dem BMF eine Fast-Line-Fazilität in Höhe von 100 Mio. Euro für Neugeschäfte in den Sektoren Gesundheitsversorgung, Zivil- und Katastrophenschutz, Wasser- und Abwasser sowie Abfallwirtschaft zur Verfügung gestellt. Damit können Projekte, die der Prävention und Bekämpfung der Folgen der COVID-19-Pandemie in den Zielländern der österreichischen Exporteure dienen, finanziert werden. Anträge für geeignete Projekte werden dabei über ein beschleunigtes Verfahren abgewickelt. <

www.oekb.at

Vier Trends für den Einzelhandel

Was Händler jetzt von den Chinesen lernen können, haben Experten der globalen Unternehmensberatung Kearney in vier Trends zusammengefasst.

China hat den Höhepunkt der Corona-Epidemie überschritten. So wie die Behörden in Europa von den bei der Bekämpfung des Virus gewonnenen Erfahrungen profitieren, kann auch der heimische Handel von den Chinesen lernen.

Trend 1: Die „Alten“ entdecken den Online-Handel, Junge lassen Lebensmittel liefern

Bisher war der Einzelhandel sehr zurückhaltend, wenn es um das Online-Geschäft mit frischen Lebensmitteln ging. Während der aktuellen Epidemie sind allerdings die älteren Konsumenten am stärksten durch das Virus gefährdet, sodass sie häufig zu Hause bleiben und online einkaufen. Gleichzeitig müssen die Jüngeren auf Restaurantbesuche verzichten und lassen sich stattdessen Lebensmittel liefern, wodurch die Nachfrage nach frischer Ware zusätzlich steigt. Das Ergebnis: Die bisherige Zurückhaltung ist einer großen Nachfrage nach frischen Lebensmitteln im Onlinehandel gewichen, wodurch es zu Lieferengpässen kam. Dr. Mirko Warschun, Leiter der Retail und Konsumgüterpartei bei Kearney: „Wir gehen davon aus, dass die Engpässe auf fehlende Investitionen in die Lieferkette zurückzuführen sind und dass die Onlinepioniere hier vom traditionellen Einzelhandel lernen können.“

Trend 2: Offline-to-Online-Konzepte

E-Commerce über Social-Media-Kanäle und die Marktfragmentierung entwickeln sich von besonderen Maßnahmen in der Krise zur neuen Normalität für den stationären Einzelhandel. Da die meisten Läden in den Städten wegen der Epidemie geschlossen sind, bietet das Offline-to-Online-Konzept eine Möglichkeit für Händler, das Geschäft mit ihren Kunden vor Ort aufrechtzuerhalten. Wir erwarten, dass diese Konzepte nach dem Ende der Epidemie zum Bestandteil des Tagesgeschäfts im traditionellen Einzelhandel werden. Darüber hinaus war der Traffic bisher sehr fragmen-



Österreichische Retailer können von China lernen.

tiert, was durch unabhängige Aktivitäten einer großen Anzahl von Offline-Einzelhändlern auf verschiedenen Medien verursacht wurde. Auch die Durchführung von Transaktionen erfolgte dezentral.

Trend 3: Steigende Akzeptanz des „kontaktlosen“ Einzelhandels

China hat massiv versucht, das Coronavirus einzudämmen. Aus diesem Grund waren die Konsumenten für persönliche Kontakte sensibilisiert. Folglich haben Einzelhändler und Gemeinden verschiedene Services eingeführt, die dabei helfen, physische Kontakte zu vermeiden. Wir gehen davon aus, dass die wachsende Zahl von Abhol- und Self-Service-Stationen auch auf der Nachfrageseite ein günstiges Umfeld für die automatisierte Auslieferung schafft. So könnten beispielsweise Lieferroboter in Hotels auf den Aufzug zugreifen und automatisch die Telefone der einzelnen Zimmer anwählen. „Entscheidend wird jedoch sein, die „letzte Meile“ mit Drop-off-Stationen und zentralen Abholstationen zu gestalten, um den automatisierten (kontaktlosen) Betrieb deutlich einfacher zu gestalten“, so Warschun.

Trend 4: Große Handelsplattformen werden stärker, Startups haben es schwerer
Die Konjunkturschwäche infolge der Epidemie führt dazu, dass vielen kleinen und mittleren Unternehmen die Insolvenz droht. Weil der Markt heute weniger risikofreudig ist, wird es für Start-ups mit ihrem höheren Bedarf an Fremdfinanzierung möglicherweise schwerer zu überleben. Gleichzeitig erwarten wir, dass besonders kapitalintensive Retailer, darunter auch Restaurants und Convenience Stores, am härtesten getroffen werden. Im Gegensatz dazu haben große Handelsunternehmen gezeigt, wie gut sie Konsumenten mobilisieren und technologische Vorteile nutzen können, um die Krise durch weitere Kundenakquisition und zusätzlichen Umsatz in eine Chance zu verwandeln.

Warschun: „Die chinesische Suning-Retail-Cloud-Plattform organisierte in kurzer Zeit mehr als 5.000 Ladeninhaber, um gemeinsam über die Plattform den Verkauf außerhalb der Ladengeschäfte zu ermöglichen. Einige Inhaber erzielten so 30 bis 80 Prozent ihrer üblichen Umsätze, während ihre Geschäfte geschlossen waren.“

www. Kearney.at

NEW BUSINESS

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



DAS NEW BUSINESS PAKET um nur 33 Euro!

Abonnieren & profitieren Sie!

Hotline: 01/235 13 66-100

Fax: 01/235 13 66-999

E-Mail: sylvia.polak@newbusiness.at

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