

EXPORT today

IHRE WÖCHENTLICHE INFORMATIONSQUELLE RUND UM DEN EXPORT

Ausgabe 17/2020

Neues Geschäftsfeld

AGRANA setzt auf Bioethanolproduktion.

Vor dem Hintergrund der Corona-Krise ist das am AGRANA-Standort Pischelsdorf produzierte Bioethanol seit kurzem auch für die Herstellung von Desinfektionsmitteln zugelassen worden. Neben der Lieferung des hochprozentigen Alkohols an Großabnehmer der weiterverarbeitenden Desinfektionsmittelindustrie hat AGRANA nun selbst die Herstellung von Flächen- und Handdesinfektionsmitteln begonnen. Mit einem Teil der Produktion versorgt das Unternehmen kostenlos Pflege- und Sozialorganisationen in Niederösterreich, Oberösterreich und Steiermark. Konkret kommen die Desinfektionsmittel-Spenden Einrichtungen in den umliegenden Regionen der AGRANA-Fabriken zugute. Täglich werden insgesamt rund 600.000 Liter Bioethanol



AGRANA produziert am Standort Pischelsdorf täglich rund 600.000 Liter Bioethanol.

produziert. Voraussetzung für die Produktion von Desinfektionsmitteln aus Ethanol war eine im März erlassene Ausnahmegenehmigung des Umweltministeriums zur Biozid-Verordnung.

www.agrana.com

Fokus

Schwellenländer bangen

Die Lage in den Sonderwirtschaftszonen hat sich verschärft.

Bereits mehr als 90 Prozent der rund 5.000 Sonderwirtschaftszonen weltweit sind spürbar von den Auswirkungen der Corona-Pandemie betroffen. Das zeigt eine aktuelle Umfrage des Kieler Instituts für Weltwirtschaft. Besonders schlecht seien die Aussichten für Sonderwirtschaftszonen in Asien und Lateinamerika. „Besorgniserregend ist nicht zuletzt, dass sich auch die finanziellen Rahmenbedingungen für die Sonderwirtschaftszonen verschlechtert haben“, sagt Klaus-Jürgen Gern, Konjunktur- und Rohstoffexperte am IfW Kiel. Neben der Behinde-

rung der Produktion durch eigene Maßnahmen zur Verlangsamung der Epidemie spielt der weltweite Nachfragerückgang den Wissenschaftlern zufolge eine gewichtige Rolle. Aber auch Probleme in den Lieferketten führen zu Stockungen der Produktion. Die Sonderwirtschaftszonen exportieren zusammen Güter im Wert von rund 3,5 Bio. Euro und stehen für rund 20 Prozent des weltweiten Handels. Rund 250 sind in Industrieländern wie den USA oder den Mitgliedsländern der EU.

Ihre EXPORT today-Redaktion

www.ifw-kiel.de

Inhalt

Neukunden im Internet	02
Klimaaktives Bauen	03
Künstliche Wasseradern	05
Innovation gegen die Krise	05
Buchtipps zum Einkauf	06

Top-Erfolg

Vorzeigebetrieb.

Auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr blickt die Rubner Holzbau GmbH zurück. Der Industriebetrieb aus dem Pielachtal hat einen Umsatz in Höhe von 66,7 Millionen Euro erwirtschaftet. Das waren um 21 Prozent mehr als im Jahr davor. Mit 270 Beschäftigten in Obergrafendorf sowie an weiteren Produktionsstandorten in Italien, Deutschland und Frankreich erzeugt Rubner Holzbau jedes Jahr 85.000 Kubikmeter Brettchichtholz sowie 250.000 Quadratmeter Dach- und Wandelemente.

www.rubner.com/holzbau

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

Neukunden im Internet

Corona verändert das Einkaufsverhalten. Ein Drittel der digitalen Kunden sind Online-Erstkäufer.

Die Corona-Krise treibt neue Kunden ins Internet. In manchen Branchen steigt die Nachfrage über digitale Kanäle bis zu 300 Prozent“, sagt Sebastian Schoemann, Partner und Digitalexperte bei der Managementberatung Kearney. „Unsere repräsentative Konsumentenbefragung zeigt, dass Kunden, die vorher nicht oder weniger im Internet gekauft haben, auch nach Corona weiter im Internet einkaufen wollen. Dadurch ergeben sich große Chancen, auf digitalen Kanälen neue Kundengruppen zu erschließen und zu halten.“

Anstieg um das 25-fache bei Lebensmitteln
Die Google-Analyse zeigt, dass die Anfragen bei Lebensmitteln um das 25-fache angestiegen sind, bei Baumärkten und beim Online-Lernen immerhin noch um das

Fünffache. In der Umfrage gaben 700 Kunden eine Woche nach Einführung der Maßnahmen zur Eindämmung des Virus Auskünfte zu ihren neuen Präferenzen und Gewohnheiten beim Einkaufen. Aus der Konsumentenbefragung ist abzulesen, dass mehr als die Hälfte derjenigen, die jetzt verstärkt über den digitalen Kanal einkaufen, dieses Verhalten auch nach der Corona-Krise beibehalten wollen: Auf die Frage, ob sie nach Beendigung der Maßnahmen weiterhin mehr online einkaufen wollen als davor antworteten 52 Prozent mit „Ja“.

Ein Drittel dieser neuen, digitalen Kunden sind Erstkäufer, die zuvor nichts im Internet erworben haben. Der verhältnismäßig größte Anteil an Erstkäufern findet sich bei Drogerieartikeln (45,9 Prozent), bei Heimwerkerartikeln (37 Prozent) und bei Medikamenten



Mit 25 Prozent Zuwachs verzeichnet der Lebensmittelhandel den höchsten Anstieg.

(33,1 Prozent). 24 Prozent geben darüber hinaus an, seit Corona mehr Bereitschaft zu haben, Produkte online zu kaufen, ohne sie offline gesehen zu haben.

„Der Online-Handel erlebt einen massiven Wachstumsschub. Unternehmen müssen rasch lernen, die neugewonnenen Kunden zu halten und an sich zu binden“, so Conrad Heider, Principal bei Kearney. „Wenn die digitalen Kanäle richtig bedient werden, können der Kundenstamm und das Geschäft langfristig verdoppelt werden.“

www.de.kearney.com



Logistik für Österreich!



#weare
driving



#weare
flying



#weare
rolling



#weare
shipping

Kontaktieren Sie uns:
E-Mail an info@schenker.at

Zuwachs bei klimaaktiv Gebäuden

Neubauten und Sanierungen nach klimaaktiv Gebäudestandard verzeichneten 2019 einen starken Zuwachs von 25 Prozent.

Der klimaaktiv Gebäudestandard des Bundesministeriums für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie (BMK) zählt europaweit zu den erfolgreichsten Gütesiegeln für nachhaltiges Bauen und Sanieren. Der aktuelle Gebäudereport unterstreicht die zunehmende Bedeutung von hochwertigen Sanierungen und energieeffizienten Neubauten. Im Jahr 2019 stieg die Anzahl der nach klimaaktiv Standard errichteten und sanierten Gebäude um 25 Prozent und damit auf insgesamt 866 klimaaktiv Gebäude an: 174 Gebäude wurden vergangenes Jahr nach klimaaktiv Standard deklariert, wovon der Großteil in den Bereich des Wohnbaus entfiel.

„Der aktuelle klimaaktiv Gebäudereport zeigt, dass nachhaltiges Bauen und Sanieren österreichweit weiter an Attraktivität gewonnen hat und immer mehr Neubau- und Sanierungsprojekte den hohen Anforderungen an Energieeffizienz und Ökologie entsprechen. Das schützt langfristig aber nicht nur unseren Planeten, sondern sorgt auch für Investitionen in Österreich und damit für Arbeitsplätze in unserem Land. Dieser Teil eines „Konjunkturpaket Klimaschutz“ ist damit auch einer von möglichen Wegweisern aus der Krise, stärkt unsere Wirtschaft in doppeltem Sinne nachhaltig, schafft und sichert Arbeit und macht uns so zu Vorreitern in Europa“, betont Bundesministerin Leonore Gewessler die Bedeutung und Umsetzung zukunftsweisender Maßnahmen.

Bereits 866 Gebäude nach klimaaktiv Standard deklariert

Seit der Etablierung des klimaaktiv Gebäudestandards 2005 wurden 866 Gebäude (Stand Dezember 2019) nach den Qualitätskriterien von klimaaktiv deklariert. In den vergangenen Jahren verzeichneten die klimaaktiv Gebäudedeklarationen dabei sowohl hinsichtlich der Gebäudeanzahl, als auch der Bruttogeschossfläche, einen kontinuierlichen und beeindruckenden Anstieg. Bemerkenswert ist dieser Zuwachs vor



klimaaktiv GOLD Projekt & Preisträger des Staatspreises Architektur & Nachhaltigkeit 2019 – Neubau Universitätsgebäude TÜWI der Universität für Bodenkultur.

allem auch, weil der klimaaktiv Gebäudestandard europaweit als strengstes und anspruchsvollstes Bewertungssystem im Bereich Energieeffizienz und Klimaschutz gilt. Denn die nach klimaaktiv Standards gebauten oder sanierten Gebäude entsprechen den höchsten ökologischen und nachhaltigen Maßstäben in den Kategorien Planung und Ausführung, Energie und Versorgung, Baustoffe und Konstruktion sowie Komfort und Raumluftqualität.

Tirol und Wien als Spitzenreiter bei klimaaktiv Bauprojekten

Im österreichweiten Vergleich ist Tirol mit 299 deklarierten Gebäuden der Spitzenreiter, gefolgt von Niederösterreich (199) und Wien (142). Gemessen an der Bruttogeschossfläche liegt Wien weit voraus: Knapp die Hälfte der gesamten deklarierten Gebäudedeckfläche (1.044.536 m²) befindet sich in Wien. Bei der Anzahl an Dienstleistungsgebäuden liegt Niederösterreich mit 77 Projekten an der Spitze.

klimaaktiv Gebäudestandard für nachhaltiges Bauen und Sanieren

Der klimaaktiv Gebäudestandard des Bundesministeriums für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie (BMK) ist das europaweit erfolgreichste und gleichzeitig anspruchsvollste Gütesiegel für nachhaltiges Bauen, denn er definiert die im internationalen Vergleich strengsten Anforderungen im Bereich Energieeffizienz. Er ist somit ein idealer Leitfaden, um klimafreundliches, ökologisches und behagliches Wohnen sowie Arbeiten zu garantieren – sei es im Falle eines Neubaus oder einer qualitativ hochwertigen Sanierung. Der klimaaktiv Kriterienkatalog fasst alle Kriterien des Gebäudestandards zusammen und ist nach einem 1.000-Punkte-System aufgebaut, anhand dessen die Gebäude rasch bewertet und verglichen werden können. Die Bewertung der Gebäude nach dem klimaaktiv Kriterienkatalog erfolgt mit Bronze, Silber und Gold in drei Qualitätsstufen.

www.klimaaktiv.at



Einmal AKZEPTA-
immer AKZEPTA!

WARUM ?

Höchste Kompetenz und
herausragende Servicequalität
machen **AKZEPTA**
einzigartig.



Vom Kundenservice zur Kundenbegeisterung: Der Weg zum Erfolg!

Das AKZEPTA-INKASSOSYSTEM ist das Resultat jahrelanger Zusammenarbeit mit erfolgreichen Firmen und Konzernen in ganz Mitteleuropa. Innovative Möglichkeiten zur Verbesserung des Cash Flow unserer Kunden werden permanent getestet und bei Erfolg universell zum Einsatz gebracht. **Im globalen Wettbewerb wählen innovative Unternehmen den Partner, der ihnen die meisten Vorteile bietet!**

UND SIE ?

www.akzeptat.com



Die Erfindung von LITE-SOIL überzeugte die Jury der Startup-Show „2 Minuten 2 Millionen“ auf PULS 4.

Künstliche Wasseradern

LITE-SOIL ermöglicht es, mit „künstlichen Wasseradern“ bei der Bewässerung von Pflanzen, 70 Prozent zu sparen.

Mit einem innovativen Bewässerungssystem basierend auf wasserspeichernden Materialien (Geotextilien) ist dem Wiener Familienunternehmen LITE-SOIL von Dorothea Sulzbacher und Thomas Eichenauer ein weltweiter Exportschlager gelungen. Ihre patentierte Idee mittels „künstlicher Wasseradern“ aus Netzen oder Streifen aus Vliesen die Belüftung und Bewässerung von Pflanzen zu verbessern, begeistert nicht nur Kunden im arabischen Raum. „Dass die Sommer immer heißer werden, sehen wir auch an unseren Geschäftsverläufen. Wir verkaufen immer mehr Klimageräte und Bewässerungssysteme und versuchen, unseren Fokus auf den Gartenbereich zu erweitern. Ich glaube daher an LITE-SOIL im B2C-Bereich und habe das Produkt im MediaShop aufgenommen. Gemeinsam werden wir das Sortiment weiterentwickeln“, so die Geschäftsführerin von MediaShop, Katharina Schneider. Bisher wurden die Produkte von LITE-SOIL ausschließlich über Großhändler von Saudi-Arabien, Israel bis in den Norden von Europa vertrieben. Mit dem Einstieg von der MediaShop-Miteigentümerin und einem Online-Shop (www.lite-soil-shop.com) soll auch der milliardenschwere Markt der Hobbygärtner erobert werden. „Wasser wird immer kostbarer. Durch die herkömmliche

Bewässerung von oben wird aber viel Wasser verschwendet. Mit LITE-SOIL, einem unterirdischen Bewässerungssystem, braucht man für den Garten- und Landschaftsbau sowie im Agrarsektor bis zu 70 Prozent weniger Wasser. Alle unsere Produkte sind patentiert und wurden 2019 mit dem TÜV Innovationspreis 2019 ausgezeichnet“, so Sulzbacher.

Eine echte Innovation Made in Austria Erfunden hat das System der Ehemann von Dorothea Sulzbacher, der Diplomingenieur und Erfinder Thomas Eichenauer. „Unsere Produkte bestehen aus umweltfreundlichen und hochfesten Geotextilien/Vliese, die aus nachhaltigem Polypropylen oder biologisch abbaubaren Ausgangsmaterialien wie Holzfaservlies und PLA hergestellt werden. Diese Vliese bestehen aus bis zu 90% offenen, miteinander verbundene Luftporen. So können sie sehr gut Luft und Wasser weiterleiten oder speichern. Egal ob in Netzform oder mittels einzelner Streifen, die patentierten Geotextilien dienen als unterirdische Bewässerungsanlage und leiten das Wasser, wie eine Wasserader, dorthin, wo es gebraucht wird. Pflanzen werden so nachhaltig mit einer minimalen Wassermenge zum Wachsen angeregt“, so Eichenauer. <

www.lite-soil.com

Krisenfest

Innovative Unternehmen mit neuen Geschäftsideen kommen besser durch die Krise.

Die Corona-Krise werde die Forschungsausgaben von Unternehmen sinken lassen, erwarten Innovationsforscher des AIT und des ZEW. Wie in allen Wirtschaftsflouten werden aber auch diesmal jene Unternehmen besser aussteigen, die innovativ bleiben. In Zeiten der Krise investieren viele Unternehmen weniger in Forschung & Entwicklung (F&E) und verschieben Innovationsaktivitäten, erklären Bernhard Dachs (AIT) und Bettina Peters (ZEW). Dieses Verhalten zeigte sich zuletzt klar in der Finanz- und Wirtschaftskrise der Jahre 2008/09, als zum Beispiel die Fahrzeug-, Elektronik- oder Pharmabranche ihre F&E-Ausgaben um mehr als zehn Prozent zurückführten.

Innovative Firmen sind widerstandsfähiger In vergangenen Rezessionen habe sich allerdings auch gezeigt, dass manche Unternehmen gerade in Zeiten der Krise in Innovationen investiert haben: In Deutschland war das 2008/09 ungefähr jedes dritte Unternehmen. Nach Zahlen des Trend 500 haben 20 der 50 österreichischen Unternehmen mit den höchsten F&E-Ausgaben ihre F&E-Ausgaben in der Krise zwischen 2007 und 2009 erhöht. Diese innovativen Unternehmen erwiesen sich laut Studien in der Krise als widerstandsfähiger und haben deutlich weniger Beschäftigte verloren als Firmen ohne Innovationen.

Das Ziel der Forschungs- und Innovationspolitik in der Krise müsse es daher sein, zu verhindern, dass Unternehmen ihre Innovationsaktivitäten einstellen. Die InnovationsforscherInnen empfehlen direkte und indirekte Finanzierungsinstrumente: Diese könnten helfen, Liquiditätsgengpässe für Innovationsprojekte zu überwinden und die Zukunftserwartungen zu stabilisieren.

„Die Reaktionen auf Covid-19 werden auch in anderen, unerwarteten Bereichen Innovationen hervorbringen“, sind Dachs und Peters überzeugt. <

www.ait.ac.at

„Disruptive Beschaffung“

In dem neuen Buch zeigen die Autoren, wie Unternehmen das innovative Potenzial ihrer Einkaufsfunktion und die Digitalisierung optimal ausschöpfen können.

Den Einkauf revolutionieren. „Die Corona-Krise zwingt die Beschaffung, sich jetzt innerhalb sehr kurzer Zeit neu zu erfinden“, sagt Michael F. Strohmeyer, Beschaffungsexperte und Co-Lead der europäischen Operations-Practice von Kearney: „Seit den pandemischen Auswirkungen von Covid-19 sprechen wir nicht mehr von einem Wandel, sondern von einer Disruption, der die Unternehmen begegnen müssen. Wir liefern in unserem Buch ‚Disruptive Procurement‘ einen neuen Ansatz, wie Unternehmen die Digitalisierung ihrer Einkaufsfunktion zur Existenzsicherung und Mobilisierung innovativer Kräfte vorantreiben können.“



Verbindung von Wertschöpfungsdimensionen „Nie zuvor war der Beschaffungsmarkt ähnlich gewaltigen Umbrüchen unterworfen“, meint Robert Kromoser, Mitautor und Managing Director von Kearney Österreich. „Zu den Eruptionen, die bereits der technologische Wandel durch die Digitalisierung mit sich gebracht hat, kommen nun die Auswirkungen der Corona-Krise, die von unterbrochenen Lieferketten bis hin zu radikal sinkender Kaufkraft reichen.“

Mit dem englischsprachigen Buch „Disruptive Procurement. Winning in a Digital World“, das in diesen Tagen bei Springer erscheint, bieten Strohmeyer und ein internationales Autorenteam von Beschaffungsexperten aus den USA, Europa und Asien dem Top-Management tiefe Einblicke in die wertsteigernden Potentiale einer Beschaffung, in der sich strategische Weitsicht, Agilität, Innovationskraft und Effizienz verbinden. Im Fokus steht dabei die Verbindung zweier Wertschöpfungsdimensionen: der Wert des Unternehmens für den Kunden und der Wert des Lieferanten für das Unternehmen. Gerade COVID19 zeigt, wie wichtig ein 360° Blick auf die Beschaffung ist, denn jene Unternehmen konnten die massiven Veränderungen in den Lieferketten besser auffangen, die flexibler aufgestellt und näher an Markt und Lieferanten waren. Nach Ansicht der Kearney Procurement Ex-

perthen ist die Voraussetzung dafür ein starker Rückhalt im Vorstand sowie eine integrierende Zusammenarbeit zwischen Einkauf, Marketing, Vertrieb, Forschung, Entwicklung und Produktion. Eine Schlüsselfunktion fällt der Digitalisierung zu, durch die der Einkauf schlanker, schneller und smarter wird und einen strategischen Wert- und Innovationsbeitrag leistet.

Ausblick auf Beschaffung bis 2035

Das Buch vertieft diesen Ansatz in vier Kapiteln und schließt mit einem Ausblick auf die Zukunft der Beschaffung im Jahr 2035. Ausgehend von einem höchst volatilen Umfeld, in dem verschiedene Szenarien wie die Welt der multilokalen Märkte und der Antiglobalisierung möglich sind, zeigt sich deutlich, dass etablierte Beschaffungspraktiken kontinuierlich und innovativ weiterentwickelt werden müssen. Welche Bedeutung der Beschaffung auf Vorstandsebene zukommt und wie die heterogenen Perspektiven des Chief Procurement Officers und des Chief Executive Offices zusammengebracht werden können, behandelt das zweite Kapitel. „Gibt es keine App für Beschaffung?“, fragen die Autoren provokant und zeigen im nächsten Kapitel auf, wie die neu-

en digitalen Möglichkeiten Künstliche Intelligenz, Automatisierung und Advanced Analytics für mehr Effektivität und Effizienz eingesetzt werden können. Dadurch entstehen Freiräume, um die Beschaffung zum strategischen Partner innerhalb des Unternehmens zu machen. Wie sich die disruptive Kraft der Beschaffung indes nur aus einem tiefen Verständnis der Kunden und der Lieferanten erschließt, beschreibt das vierte Kapitel, das evolutiv den Weg dorthin aufzeigt.

Die Autoren sind sich einig, dass die Zukunft der Beschaffung, die sie im Ausblick des Buches entwerfen, durch die Corona-Krisen einen großen Schritt näher gerückt ist. Beschaffung müsse jetzt so schnell wie möglich in die Rolle eines weitsichtigen, proaktiven, im Unternehmen integrierten Innovationsscouts hineinwachsen. <

„Disruptive Beschaffung“

(Springer Verlag, 122 Seiten
ISBN 978-3-030-38950-5

Ab sofort online downloadbar. Das Hardcover ist ab 7. Mai 2020 in den Buchhandlungen erhältlich.

<https://www.springer.com>

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.