

EXPORT today

IHRE WÖCHENTLICHE INFORMATIONSQUELLE RUND UM DEN EXPORT

Ausgabe 47/2021

100% Wasserstoff

Meilenstein im asiatischen Raum.

INNIO, führender Anbieter von Lösungen und Dienstleistungen für die Energieerzeugung und Verdichtung gab bekannt, dass Hyosung Heavy Industries (Hyosung) für das erste zu hundert Prozent mit Wasserstoff betriebene Kraftwerk im asiatischpazifischen Raum auf die „Ready for Hydrogen“-Motorenteknologie von INNIO Jenbacher setzt. Die Pilotanlage wird in Ulsan gebaut. Der dabei genutzte Wasserstoff ist ein Nebenprodukt der Chemiefabrik und wurde bislang an ein Industriegasunternehmen verkauft. Die Inbetriebnahme des Kraftwerks ist für das dritte Quartal 2022 vorgesehen, der folgende Pilotbetrieb soll bis Ende 2022 abgeschlossen sein. „Wir freuen uns, der bevorzugte Partner für Wasserstoffmotorenteknologie zu sein“, sagt CEO



Park Jeong-Ha, General Manager bei Hyosung, freut sich auf die Zusammenarbeit mit INNIO.

Olaf Berlien und verspricht: „Wir werden weiter unermüdlich daran arbeiten, Technologien und Dienstleistungen anbieten zu können, die unseren Kunden helfen, ihren CO₂-Fußabdruck auf null zu reduzieren.“ <
www.innio.com

Inhalt

Zweimal Silber für Alumero	02
Digitale Version des Euro	03
Kampf gegen Verschwendung	05
Humanismus in digitaler Welt	07
Erfolg mit Click&Collect	07

Top-Erfolg

Nachhaltige Gestalter.

Im Rahmen des CSR-Circle die Nachhaltigen Gestalter:innen 2021 wurde Vöslauer ausgezeichnet. Das Magazin BUSINESSART wählte insgesamt 15 Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen aus, die die Gelegenheit nutzten, ihre Maßnahmen als Best Practice Beispiele vorzustellen. Die Vöslauer Mineralwasser GmbH ist mit mehr als 40 Prozent Marktanteil die klare Nummer eins am österreichischen Mineralwassermarkt. Die Exportquote betrug im Jahr 2020 rund 17 Prozent.

www.voelslauer.com

Fokus

Neue Recycling-Region

ALPLA APAC mit neuem Hauptsitz in Singapur.

Die international tätiger Spezialist für Verpackungslösungen und Recycling, hat bekannt gegeben, seine Präsenz in Asien zu stärken. Zum 1. Januar 2022 wird der Hauptsitz der neuen Region Asia-Pacific (APAC) in Singapur in Betrieb gehen. Sie umfasst Standorte in China, Thailand, Vietnam und den Philippinen. Die APAC-Region wird von Roland Wallner geleitet werden, derzeit ALPLA Managing Director North East Asia. 2.750 bei ALPLA APAC Beschäftigte werden zukünftige Verpackungslösungen für den asiatischen Markt entwickeln. Mit diesem Schritt erwei-

tert ALPLA nicht nur die Reichweite seiner branchenführenden Formenteknologie, sondern legt auch einen Schwerpunkt auf den Ausbau der Kreislaufwirtschaft in der Region. ALPLA CEO Philipp Lehner ist davon überzeugt, „dass die Gründung dieser neuen regionalen Organisation die richtige Maßnahme ist, um unsere Ambitionen in der Region zu untermauern. Insbesondere wird sie uns ermöglichen, marktführende Produkte und Dienstleistungen für unseren wachsenden Kundenstamm in Asien zu entwickeln.“

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

Schlag auf Schlag

Die Alumero Group konnte beim WIKARUS und dem Austria's Leading Companies Awards den zweiten Platz erzielen.

Die Alumero Group freut über den hervorragenden zweiten Platz des ALC in der Kategorie der international tätigen Unternehmen. Ermittelt wird dieser über die Bilanzzahlen und die wirtschaftliche Performance der jüngsten vier Geschäftsjahre.

Hervorragende Leistungen

In einem so schwierigen und unsicheren Pandemiejahr, wo die Planungssicherheit verloren ging und höchste Nervosität am Markt zu spüren war, braucht es Weitsicht, Ruhe und Disziplin. Mit vollem Einsatz der gesamten Alumero Crew an den vier Standorten ist es gelungen, Umsatz und Ergebnis gegenüber schon dem bisher besten Jahr 2019 zu steigern. Insgesamt machte die Alumero Group 2020 einen Umsatz von 72 Millionen Euro mit der tatkräftigen Unter-

stützung von 300 Mitarbeitern. Das weitere schwierige Jahr 2021 wird voraussichtlich mit einer Umsatzsteigerung von ca. 10 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahr abgeschlossen. Zudem kann stolz gesagt werden, dass trotz der unsicheren Lage am Arbeitsmarkt auch die Mitarbeiterzahl auf 320 gesteigert worden ist. Diese beeindruckende Leistung ist die Summe der richtigen Strategie, der gelebten Alumero Kultur und einer resilienten Unternehmensstruktur.

WIKARUS – Platz zwei für Alumero

Der Salzburger Wirtschaftspreis WIKARUS ist eine der wichtigsten Auszeichnungen für erstklassige unternehmerische und innovative Leistungen. Dadurch setzen die Unternehmen wichtige Impulse für Wachstum, Beschäftigung und Erfolg, wo-



V.l.n.r.: Richard Neuhofer, CEO Manfred Rosenstatter und Wolfgang Rosenstatter.

durch der Wirtschaftsstandort Salzburg noch attraktiver und Zukunftsfähiger wird. Aufgrund des besonderen Engagements und der beeindruckenden Leistung ging der zweite Platz an Alumero.

„Ich bin sehr stolz auf meine gesamte Mannschaft, die im großartigen Kollektiv gezeigt hat, das Krisen wie diese mit den richtigen Werten, Eigenverantwortung und positiver zukunftsorientierter Einstellung zu meistern sind“, freut sich CEO Manfred Rosenstatter.

www.alumerogroup.eu

DB SCHENKER

Was können wir für Sie tun?

Unsere Logistiklösungen kommen gut an. Bei Millionen Kunden, weltweit.

Kontaktieren Sie uns:
info.at@dbschenker.com
 +43 (0) 5 7686-210900
www.dbschenker.com/at

Scan me!



Digitaler Euro

Eine digitale Version des Euros könnte bereits ab 2026 kommen. Unklar ist, wie diese aussehen soll. P19 lud zum Pressegespräch mit der EU-Kommission und der OeNB.



Petia Niederländer, Österreichische Nationalbank

Gut zwanzig Jahre nach Einführung der Euro-Starterkits im Jahr 2002 arbeitet die Europäische Zentralbank (EZB) bereits seit Ende 2019 an der möglichen Einführung eines sogenannten „Digitalen Euros“. Nach Gesprächen dazu in Brüssel hält Finanzminister Blümel dessen Einführung in den nächsten Jahren für „sehr realistisch.“ Im Vorfeld des Payment Festivals 2021, das aufgrund des aktuellen Lockdowns auf Jänner 2022 verschoben wurde, stellt Martin Sprengseis, Initiator des Festivals die Fragen: „Wie genau soll ein solcher Digitaler Euro aussehen? Und was bringt er? Wie kann das Bezahverhalten von Kund:innen geändert werden?“ Gemeinsam diskutierten die drei Payment Pioneers Peter Kerstens von der Europäischen Kommission, Petia Niederländer von der Österreichischen Nationalbank und Martin Sprengseis, P19-Initiator, die Pläne und Entwicklungen sowie Auswirkungen des geplanten Digitalen Euros.

Die Rolle der nationalen Zentralbanken

Die Österreichische Nationalbank ist ein wichtiger Partner für die heimische Wirtschaft. Sie sichert den Bargeldzugang der Bevölkerung und steht für den Werterhalt des Geldes. In vielen Finanzbereichen gibt es neue Entwicklungen, zum Teil bedingt durch die Digitalisierung. Die Europäische Zentralbank beschäftigt sich mit vielen Themen, u.a. mit dem Zahlungsverkehr unter dem Aspekt der Digitalisierung. Das hat zu den Überlegungen rund um den Digitalen Euro geführt: Die Digitalisierung schreibt in vielen Fällen den Konsumenten und den Händlern vor, welche Bezahlösungen sie nutzen sollen; das Bankengeld spielt eine wichtige Rolle und das Aufkommen von Kryptowährungen ist ein Faktum. „Wir von der Österreichischen Nationalbank stehen für Sicherheit und Werterhalt des Geldes. Die Initiative der Europäischen Zentralbank zum Digitalen Euro unterstützen wir“, sagt

Petia Niederländer, Hauptabteilungsleiterin der Österreichischen Nationalbank (OeNB).

Hohe Sicherheit durch Deckung der EZB
Der Digitale Euro ist eine von der Europäischen Zentralbank (EZB) gedeckte digitale Währung, was ein hohes Maß an Sicherheit für Konsument:innen ergibt. Zweck der Initiative ist es, Kund:innen mehr Convenience und Sicherheit zu bieten und darüber den Wirtschaftsraum zu stärken. Der wesentliche Unterschied zwischen dem Digitalen Euro und dem Geld auf einem Bankkonto ist, dass letzteres von der eigenen Bank und der digitale Euro von der EZB – also für jede:n zugänglich, sicher und ohne Gewinnerorientierung – gestellt wird. Die EZB betont, dass die Währung des „Digitalen Euro“ aufgrund der Deckung durch die Europäische Zentralbank sehr sicher sei und neue Möglichkeiten für Europa und den Wirtschaftsraum eröffne.

Zukunftsweisender Schritt

Die Initiative der EZB ist ein zukunftsweisender Schritt, der den europäischen Wirtschaftsraum stärken soll. Aufgrund der Digitalisierungsentwicklungen und dem Aufkommen neuer Assets und Währungen wie Bitcoin & Co. ist es wichtig, dass sichere neue Optionen im digitalen Bereich der Zukunft entstehen.

„Der Digitale Euro ist eine europäische Währung, die über die Europäische Zentralbank gesichert ist. Ab wann der Digitale Euro den Alltag der Menschen verändern wird, ist derzeit unklar“, sagt Peter Kerstens von der Europäischen Kommission. „Die Überlegungen sind wichtig und sinnvoll, wenn wir den europäischen Wirtschaftsraum stark halten wollen.“ Die Entscheidung, ob ein Digitaler Euro kommen wird, lässt auf sich warten: frühestens 2023 soll eine Entscheidung getroffen werden, welche den Weg für die Umsetzung ab 2026 freimachen würde.

< www.oenb.at

ES-FLOW™ ES-113C

Ultraschall Durchflussmesser für
niedrige Flüssigkeitsströme

- > Niedrigster Durchflussbereich auf dem Markt: 2 - 1500 ml/min
- > Flüssigkeiten können unabhängig von Dichte, Temperatur und Viskosität gemessen werden
- > Hohe Genauigkeit, schnelle Reaktionszeit, schnelle Wiederholbarkeit und Langzeitstabilität
- > geringer Druckverlust durch gerades Messrohr, kompakte Bauform

Anwendungsbereiche:

- > Lebensmittel- und Getränkeindustrie, Pharmaindustrie, Medizintechnik sowie Chemie, Oberflächenbehandlung, Fahrzeugtechnik

hl-trading gmbh - Messen Sie, wir regeln das!



Der österreichische Vertriebspartner von Bronkhorst High-Tech B.V.

- > Thermische Massendurchflussmesser / -regler mit Bypass-Sensor
- > Thermische Massendurchflussmesser / -regler mit Direktstrom-Sensor
- > Coriolis Massendurchflussmesser / -regler
- > Ultraschall Volumenstrommesser / -regler
- > Elektronische Druckmesser / -regler

hl-trading gmbh

Rochusgasse 4
5020 Salzburg

+43 (0)662 - 43 94 84
sales@hl-trading.at

www.hl-trading.at

Kampf gegen die Verschwendung

Nur jeder zehnte Konsument kennt Dienste, die intelligentes Einkaufen ermöglichen. Neue Geschäftsmodelle zur Abfallreduktion finden wenig Gehör und haben ihre Grenzen.



Der Kampf gegen die Verschwendung von Lebensmitteln steht noch am Anfang.

Jedes Jahr landen in Österreich bis zu 790.790 Tonnen an vermeidbaren Essensabfällen auf dem Müll. Laut Rechnungshof tragen die Haushalte mit 206.990 Tonnen am meisten zu dieser Verschwendung bei. Geschäftsmodelle, die gegen diese Verschwendung ankämpfen, finden aber noch wenig Beachtung, konstatiert Adrian Kirste, Partner der globalen Unternehmensberatung Kearney und Experte für Handel und Konsumgüter. Damit ist Österreich weit davon entfernt, das UN-Ziel für nachhaltige Entwicklung, also eine Reduktion der Lebensmittelverschwendung um die Hälfte, zu erreichen. In der neuen Studie „Lebensmittelverschwendung reduzieren: Neue Geschäftsmodelle und ihre Grenzen“ hat Kearney die Aktivitäten des öffentlichen und privaten

Sektors gegen Lebensmittelverschwendung untersucht und 1.000 Konsumentinnen und Konsumenten in Deutschland, Österreich und der Schweiz befragt. Dabei wurde analysiert wie 70 Prozent der Verschwendung vermieden werden können. Nur jeder 10. kennt Dienste, die intelligentes Einkaufen ermöglichen.

Unterschiedliche Wirksamkeit

Die Studie zeigt, dass die überwiegende Mehrheit des Lebensmittelabfalls aus privaten Haushalten (52 Prozent) stammt, gefolgt von der Lebensmittelverarbeitung (18 Prozent), Außer-Haus-Verpflegung (14 Prozent), der Primärproduktion (12 Prozent) und dem Handel mit vier Prozent. Wie viel dieser Verschwendung auf welchem Weg vermie-

den werden kann, ist Gegenstand der Kearney-Untersuchung.

Nur jeder 10. kennt Dienste die intelligentes Einkaufen ermöglichen. Verschiedene Geschäftsmodelle mit divergierenden Bekanntheits- und Nutzungsgraden gehen die Verschwendung in privaten Haushalten an. Jeder Dritte der Befragten kennt Dienste zur Mahlzeitenplanung, Sharing-Plattformen und Zero-Waste-Stores. Doch nur jeder Dritte unter ihnen nutzt sie auch. Pantry-Tracking-Dienste, die einen intelligenten Einkauf ermöglichen sollen, sind im Gegensatz dazu kaum bekannt (10 Prozent der Befragten). Diese Dienste werden allerdings von denen, die sie kennen, häufig genutzt. Bei der Frage nach der Effektivität schneiden die Modelle unterschiedlich ab: Sharing-Plattformen und Food2Food-Transformationsunternehmen gelten als besonders effektiv. Dagegen wird die Effektivität von „Ugly Food“-Geschäften und Zero Waste Stores als mittelmäßig eingeschätzt. Die befragten Konsumentinnen und Konsumenten sehen bei Pantry-Tracking-Diensten und Diensten zur Mahlzeitenplanung die geringste Wirksamkeit in der Bekämpfung von Lebensmittelverschwendung.

Finanzielle Anreize

Potenzial geben die Autoren von Kearney neben den Geschäftsmodellen, die auf Endkundinnen und -kunden zielen, auch den Geschäftsmodellen im B2B-Bereich, wie zum Beispiel Bioenergie- und Tierfutterunternehmen, da den relativ hohen Preisen der Endprodukte geringe Rohstoffkosten für die Produktion gegenüberstehen.

Die Befragten waren sich darin einig, keine Mehrkosten für Angebote zu akzeptieren, die die Lebensmittelverschwendung reduzieren. Die Autoren der Studie weisen daher auf die unverzichtbare Rolle des Staates hin und nennen Instrumente wie finanzielle Anreize, neue Qualitätsstandards, Bewusstseinsbildung, oder gezielte Verbote.

www.kearney.at

prodata

SAP® Add-ons für Zoll und Außenhandelsmanagement

100% SAP®
integriert



Ein einziges System in Ihrem Unternehmen!

Profitieren Sie von der nahtlosen Integration unserer Software in Ihr SAP® System!

www.prodata.at



 YouTube



Teilnehmer am
13. Global Peter
Drucker Forum

Digitaler Humanismus

13. Peter Global Drucker Forum in Wien forderte „Humanisierung des Managements“ angesichts großer Unsicherheiten.

Wie können humanistische Ideale und Werte auch im Zeitalter der Digitalisierung aufrechterhalten werden? Wie noch Entscheidungen fallen in Zeiten großer Unsicherheit? Das waren nur einige der Fragen, die beim 13. Peter Global Drucker Forum in Wien mit Management-Praktikern und Vordenkern aus aller Welt diskutiert wurden.

„Dual“ lautete das Gebot der Stunde: Neben einem Workshop-Tag und einem „Digital Forum Day“ konnten bei zwei Präsenztagen im Hilton Stadtpark unter Einhaltung strenger COVID-19-Sicherheitsmaßnahmen rund zweihundertfünfzig Teilnehmer aus zwanzig Nationen begrüßt werden. Darunter zahlreiche Vertreter der jungen Generation, die besonders stark vertreten war. „Trotz widriger Bedingungen haben wir die Konferenz nicht abgesagt – und dafür schlug uns eine Welle der Dankbarkeit entgegen“, sagt Richard Straub, Gründer und Präsident des Global Peter Drucker Forums. „In einer Zeit des Umbruchs, die die digitale Technologie in den Fokus stellt, bedarf es einer Gegenströmung, die unter dem Stichwort ‚digitaler Humanismus‘ firmiert. Das Drucker Forum möchte zu dieser Bewegung beitragen. Auch die Stadt Wien nimmt dabei bereits eine führende Rolle ein.“ Angekündigt wurde auch das Thema für kommendes

Jahr, wenn die wichtigste Management-Konferenz wieder hochkarätige Speaker nach Wien lädt. Von 16. bis 19. November 2022 wird sich alles um „Performance That Matters: Sparking Entrepreneurial Spirit“ drehen.

Drucker Forum-TV feiert Premiere

Neben Masterclasses, Paneldiskussionen und Fireside-Chats zeigte sich die führende Managementkonferenz weiter innovativ und präsentierte ein neues Format: Das Drucker Forum-TV, ein Fernsehsender, der Mitschnitte aus den Workshops sowie Interviews mit den Experten und Speakern vor Ort ausstrahlte. Rund zehn Stunden wurde vom Event aus virtuell gesendet. Das neue Format fand starken Anklang.

Auch kommendes Jahr werden Führungskräfte nicht auf das Event verzichten müssen. Im kommenden Herbst wird sich das Global Peter Drucker Forum in der Hofburg des Themas „Performance That Matters: Sparking Entrepreneurial Spirit“ annehmen und vom 16. bis 19. November 2022 wieder eine Gesprächsplattform für internationale Vordenker bieten. „Wirtschaftsleistung ist die notwendige Bedingung für den gesellschaftlichen Zusammenhalt, doch Leistung muss auch Sinn ergeben“, sagt Richard Straub.

www.druckerforum.org

Handel

Mit Click&Collect kann der österreichische Handel unterstützt werden

Dass ein Großteil der Handelsbetriebe wieder geschlossen sein muss, ist ein harter Schlag. Um das Allerschlimmste zu verhindern, kann jedoch jeder einzelne Konsument einen Beitrag leisten, indem Weihnachtsgeschenke nicht bei internationalen Online-Händlern, sondern bei den regionalen Anbietern in Österreich gekauft werden. Das gilt auch für die bevorstehenden Einkaufsevents Black Friday und Cyber Monday. Immer mehr österreichische Händler machen dabei mit tollen Angeboten mit“, so Rainer Trefelik, Obmann der Bundespartei Handel in der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ).

Die Bekanntheit der beiden, ursprünglich aus dem angelsächsischen Raum stammenden, Events ist in den vergangenen Jahren immer weiter gestiegen. Mittlerweile haben bereits 7 von 10 Österreichern vom Black Friday sowie vom Cyber Monday gehört. Die Rabatte an den beiden Tagen erhält man aber oft nicht nur über das klassische Online Shopping. Denn immer mehr heimische Händler bieten ihre Waren auch über Click&Collect an.

Click&Collect als wichtigen Kaufkanal

Seit den bisherigen Lockdowns erfreut sich Click&Collect immer größerer Beliebtheit und entwickelt sich zum wichtigen Kaufkanal. Denn über „Click&Collect“ dürfen vorbestellte Waren direkt bei den Geschäften abgeholt werden.

Bei neun von zehn Konsumenten, die dieses Service bereits in Anspruch genommen haben, war die Erfahrung positiv, ergab eine Gallup-Umfrage der Bundespartei Handel vom Herbst 2021. Ein Viertel hat bei diesem Service auch zusätzliche Erfahrung mit „Cross Buying“ gemacht, also dem Kauf weiterer Produkte, an die der Käufer ursprünglich nicht gedacht hat. Bezahlt wird dabei von 47 Prozent der Käufer online, von 38 Prozent überwiegend bzw. ausschließlich im Geschäft.

<http://wko.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.