

# EXPORT today

IHRE WÖCHENTLICHE INFORMATIONSQUELLE RUND UM DEN EXPORT

Ausgabe 35/2024

## QimiQ expandiert global

Wachstum in Asien und Australien.

Der Salzburger Molkereibetrieb QimiQ treibt seine internationale Expansion voran und fokussiert sich insbesondere auf Asien. In Ländern wie Japan und der Schweiz setzt das Unternehmen auf Lizenzlösungen, während in Tasmanien ein neuer Produktionsstandort aufgebaut wurde, um den asiatischen Markt effizienter zu bedienen. Diese Strategie ermöglicht nicht nur eine bessere CO<sub>2</sub>-Bilanz, sondern auch die Sicherstellung der hohen Qualitätsstandards, für die QimiQ bekannt ist.

Auch in den USA und Großbritannien verfolgt QimiQ ehrgeizige Pläne: In Italien wird für den US-Markt produziert, um die strengen Qualitätsanforderungen zu erfüllen, während in Großbritannien ein eCommerce-Testlauf geplant ist. Die weltweite



Die neue Produktionsanlage von QimiQ in Tasmanien ermöglicht eine effiziente Belieferung des asiatisch-pazifischen Raums.

Expansion und die Diversifizierung der Produktionsstandorte zeigen QimiQs starkes Engagement für nachhaltiges Wachstum und die Erschließung neuer Märkte. <

[www.qimiq.com](http://www.qimiq.com)

### Inhalt

NÖ Innovationspreis 2025	02
Weichen für die Zukunft	03
Weg zur digitalen Resilienz	04
WorldSkills 2024	06
Erfolg in schwierigem Umfeld	07

### Top-Erfolg

**Höherer Umsatz dank Energieeffizienz**  
Sicherheitsdenken und Energieeffizienz haben dem Isolierglas-Produzenten Lisec einen Umsatzsprung beschert. Das Mostviertler Unternehmen erwirtschaftete 289 Millionen Euro, ein Plus von 21,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Besonders gefragt ist das von Lisec hergestellte Isolierglas bei Neubauten und Sanierungen, wo energieeffiziente Verglasungen stark im Trend liegen. Gegründet 1961, ist Lisec heute ein global agierender Konzern mit 20 Standorten weltweit und einer Exportquote von 95 Prozent.

[www.lisec.com](http://www.lisec.com)

### Fokus

## Wien steigert Frachtaufkommen

Plus 17 Prozent am Wiener Flughafen im ersten Halbjahr 2024

Mit den steigenden Passagierzahlen heben am Flughafen Wien-Schwechat auch die beförderten Frachtmengen ab. So verzeichnete die Luftfracht im ersten Halbjahr 2024 einen deutlichen Anstieg. Insgesamt wurden 141.118 Tonnen Luftfracht abgefertigt, was einem Zuwachs von 17 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum entspricht. Besonders im Bereich der „Belly-Fracht“, die in den Frachträumen von Passagierflugzeugen transportiert wird, stieg das Volumen um beeindruckende 47 Prozent auf 57.594 Tonnen.

Diese Entwicklung verteilt sich nahezu gleichmäßig auf Import und Export. Während 78.029 Tonnen Luftfracht über Wien nach Österreich und in die umliegenden Märkte Mittel- und Osteuropas gelangten, wurden 63.089 Tonnen in die ganze Welt exportiert.

Der Flughafen Wien setzt damit seine Rolle als zentrales Drehkreuz im globalen Luftfrachtverkehr erfolgreich fort und profitiert von seiner modernen Infrastruktur und effizienten Logistiklösungen.

Ihre EXPORT today-Redaktion

[www.viennaairport.com](http://www.viennaairport.com)

### Impressum

EXPORT today wird vom Observer beobachtet.

**Medieneigentümer, Redaktionsadresse:** NEW BUSINESS Verlag GmbH, A-1180 Wien, Kutschergasse 42, Tel.: +43/1/235 13 66-0, **Konzept, Gestaltung und Produktion:** NEW BUSINESS Verlag GmbH **Chefredaktion:** Bettina Ostermann ([bettina.ostermann@newbusiness.at](mailto:bettina.ostermann@newbusiness.at)), **Max Gfrerer** ([max.gfrerer@newbusiness.at](mailto:max.gfrerer@newbusiness.at)) **Projektleiterin:** Sylvia Polak **Geschäftsführer:** Larin Polak (+43/1/235 13 66-300, [lorin.polak@newbusiness.at](mailto:lorin.polak@newbusiness.at)) **Artredaktion:** Gabriele Sonnberger ([gabriele.sonnberger@newbusiness.at](mailto: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](http://www.newbusiness.at)

# NÖ Innovationspreis 2025

Die innovativsten Ideen des Landes werden vor den Vorhang geholt. Einreichfrist ist vom 2.9. bis zum 31.10.2024.

Der NÖ Innovationspreis ist die größte Anerkennung für heimische, zukunftsorientierte Betriebe, die es in Niederösterreich in diesem Bereich gibt. Organisiert wird er von den Technologie- und InnovationsPartnern (TIP), dem gemeinsamen Innovationsservice des Landes und der Wirtschaftskammer Niederösterreich. Schon seit über 35 Jahren wird er an niederösterreichische Unternehmen vergeben, die besonders innovativ und nachhaltig handeln. Landeshauptfrau Johanna Mikl-Leitner: „Der NÖ Innovationspreis zeichnet Jahr für Jahr jene Betriebe aus, die mit viel Innovationskraft und Flexibilität auf aktuelle Herausforderungen reagieren. Das ist entscheidend, um zur führenden smarten und nachhaltigen Wirtschaftsregion Europas zu werden. Daher spielen bei der Bewertung

der Projekte neben dem Innovationsgrad auch Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Aspekte eine große Rolle. Der niederösterreichische Gesamtsieger ist automatisch für den Staatspreis Innovation nominiert.“

## Innovative Unternehmensentwicklungen

„Mit der Präsentation der Unternehmen und ihrer erfolgreichen Projekte beim Innovationspreis wollen wir andere Betriebe animieren, sich auch verstärkt mit Innovationen zu beschäftigen. Davon profitiert der gesamte Wirtschaftsstandort Niederösterreich“, ist Wirtschaftskammer NÖ-Präsident Wolfgang Ecker überzeugt. Vor allem jetzt werden laut Ecker gute Ideen und Innovationen gebraucht: „Sei es in der Digitalisierung, in Bezug auf Nachhaltigkeit und Ökologie oder auch Geschäftskonzepte, die neuartig



Der NÖ Innovationspreis spornt zu Unternehmensentwicklungen durch Innovationen an.

sind. Mit den TIP haben wir die richtigen Expertinnen und Experten, um unsere innovativen Betriebe von der Idee bis zur erfolgreichen Umsetzung individuell und zielorientiert zu unterstützen.“

Die Einreichphase für alle niederösterreichischen Unternehmen läuft bis 31. Oktober. Neben dem Hauptpreis Karl Ritter von Ghega-Preis werden weitere Sonderpreise verliehen. Die Preisverleihung findet im Februar im Haus der Digitalisierung in Tulln statt.

[www.innovationspreis-noe.at](http://www.innovationspreis-noe.at)



Die positiven Auswirkungen des Unternehmertums sind deutlich spürbar

Was motiviert Menschen dazu, ihre sicheren Jobs aufzugeben und den Schritt ins Unternehmertum zu wagen? In einer Welt, die sich ständig wandelt, ist der Weg in die Selbstständigkeit eine Reise voller Herausforderungen und Erfolgsgeschichten. GoDaddy, der weltweit führende Anbieter von Websites und Domains, veröffentlicht heute die Ergebnisse seiner Global Entrepreneurship Survey 2024. Sie beleuchten die Beweggründe, Hindernisse und Erfolge von Unternehmer:innen in der DACH-Region.

# Lebendige Gründerszene

Wie die Digitalisierung Kleinunternehmer:innen in Deutschland, Österreich und der Schweiz unterstützt.

## Motivationen und erste Hürden

Die Umfrage zeigt die vielfältigen Hintergründe der heutigen Unternehmer:innen. Die Mehrheit der Befragten gehört den Millennials (36 %) und der Generation X (34 %) an, gefolgt von den Babyboomern (22 %) und der Generation Z (8 %).

Bildungstechnisch haben 61 % der Befragten einen Schul- oder Ausbildungsabschluss, 24 % verfügen über einen Universitätsabschluss, und 15 % besitzen einen höheren akademischen Grad.

Die Hauptmotive für den Schritt in die Selbstständigkeit waren das Verfolgen einer Leidenschaft (31 %), der Wunsch nach mehr Flexibilität (18 %) und die Notwendigkeit eines beruflichen Neuanfangs (16 %). Auffällig ist, dass 40 % der Unternehmer:innen ihre Firmen seit weniger als fünf Jahren

führen, was auf eine dynamische und lebendige Gründerszene in der DACH-Region hinweist. Unabhängig davon, ob sie gerade erst gestartet sind oder schon länger am Markt agieren - die frühen Phasen des Unternehmertums sind häufig von großen Herausforderungen geprägt.

Derzeit sehen 48 % der Befragten Kundenbelange als ihre größte Herausforderung an, gefolgt von finanziellen Schwierigkeiten (26 %) und Problemen im Umgang mit Mitarbeitenden (23 %).

Mit Blick auf die Zukunft erwarten 52 % der Befragten eine positive Geschäftsentwicklung in den nächsten drei bis fünf Jahren – ein Ausdruck ihres Optimismus und ihres Vertrauens in ihre unternehmerischen Fähigkeiten.

<https://de.godaddy.com>

# Weichen für die Zukunft

SWAROVSKI OPTIK, weltweit führender Hersteller von Premium Fernoptiken, kämpft sich durch herausfordernde Zeiten.

Nach einer absoluten Hochphase in den Jahren 2021 und 2022 erzielten die Tiroler 2023 einen Umsatz von 197 Mio. Euro. Im laufenden Geschäftsjahr dämpft ein schwieriges Marktumfeld, das von drastischen Preissteigerungen und einer schwachen Nachfrage geprägt ist, die Erwartungen. Kurzfristiges Ziel von SWAROVSKI OPTIK ist, das Umsatzniveau aus dem Vorjahr zu halten, langfristig will man die führende Position am Premium Fernoptik Markt weiter ausbauen. Dafür fokussiert sich das Familienunternehmen zukünftig auf drei Schwerpunktthemen: die geografische Expansion, die Forcierung von eigenen Verkaufskanälen zusätzlich zum stationären Handel und ein Produktsortiment, das von Innovationen getrieben wird. Am Standort in Absam wird in ein modernes Logistikzentrum investiert, das Anfang 2025 in Betrieb genommen wird. Auch personell bzw. strukturell wurden Weichen gestellt. Neu im Vorstandsteam von SWAROVSKI OPTIK ist Paul Churchill, der am 1. Juli 2024 die Position des CMO übernommen hat. Der weltweite Vertrieb wurde mit einer „Go-To-Market Organisation“ für Americas (Nord- und Südamerika), EMEA (Europa, Middle East, Afrika) und APAC (Asia Pacific) neu organisiert.

## Paul Churchill neuer CMO

Der gebürtige Amerikaner Churchill zeichnet für die Bereiche Produkt Management, Business Development und Kommunikation verantwortlich. Er bringt jahrzehntelange internationale Marketing-Erfahrung in der Konsumgüterbranche mit. Zu seinen bisherigen Karrierestationen zählen große Konzerne wie Procter & Gamble, Puma, Amer Sports und Red Bull, ebenso wie traditionelle Familienunternehmen (Julius Meinl Coffee Group) oder ScaleUp-Unternehmen (yfood).

„Wir sind sehr froh, dass wir mit Paul Churchill einen ausgewiesenen Marketing-Experten mit langjähriger Erfahrung bei der Konzeption, Planung und Implementierung



Carina Schiestl-Swarovski und Stefan Schwarz heißen Paul Churchill (ganz links) als neuen CMO und Mitglied des Vorstandes von SWAROVSKI OPTIK herzlich willkommen.

von innovativen Kampagnen sowie Omnichannel-Strategien für SWAROVSKI OPTIK gewinnen konnten. Mit seinem Know-how und seinem Talent, die Marke erlebbar zu machen, wird er einen wichtigen Beitrag leisten, unsere Wachstumsstrategie in den nächsten Jahren gewinnbringend umzusetzen“, freut sich Carina Schiestl-Swarovski, Vorsitzende des Beirates und Aufsichtsrates von SWAROVSKI OPTIK, über die Bestellung des neuen Marketingvorstandes.

## Der Konsument im Mittelpunkt

In den sieben Jahrzehnten seines Bestehens hat SWAROVSKI OPTIK ein tiefes Verständnis für die Anforderungen der Konsument:innen in den Zielgruppen Outdoor, Vogelbeobachtung und Jagd entwickelt. In Zukunft soll das Produktportfolio mit hoher Innovationskraft und dem bewährten SWAROVSKI OPTIK Qualitätsanspruch weiter perfektioniert werden.

„Unser Ziel ist als Nummer 1 den Fernoptik-Markt wie bisher vom Premium-Einsteiger- bis zum Spitzengerät mit einem innovativen Produktsortiment zu bedienen. Unsere analoge Kernkompetenz bildet da-

bei die Basis. Durch den vermehrten Einsatz von digitalen Komponenten und Funktionen wird es möglich sein, neue Technologien zu entwickeln, die den Anwender:innen einen deutlichen Mehrwert bringen. Mit dem AX Visio, dem ersten smarten Fernglas der Welt, haben wir unter Beweis gestellt, wozu wir bereits heute technologisch in der Lage sind. Diesen Weg werden wir konsequent verfolgen“, erklärt Stefan Schwarz, CEO von SWAROVSKI OPTIK die strategische Ausrichtung.

„Wir möchten unseren Konsument:innen ein umfassendes Marken- und Einkaufserlebnis bieten, daher arbeiten wir konsequent am Omni-Channel Ausbau. Die Eröffnung unseres SWAROVSKI OPTIK Store in Wattens 2023 war ein wichtiger Meilenstein. Sehr erfolgreich entwickelt sich auch unser e-Shop. Und mit unserem CAMPEX Konzept in Schweden und Italien, das ein globales Markenerlebnis in einem lokalen Rahmen bietet, haben wir völlig neue Möglichkeiten geschaffen, mit unseren Kunden zu interagieren“, blickt Stefan Schwarz zuversichtlich in die Zukunft.

[www.swarovskioptik.com](http://www.swarovskioptik.com)

# Der Weg zur digitalen Resilienz

Cybersicherheit ist mehr als nur Abwehr. Unternehmen brauchen einen ganzheitlichen Zugang. Denn ein Stillstand des Betriebes kann existenzgefährdend sein.



„Einzelkämpfertum ist in Sicherheitsfragen ein großes Risiko“, so Peter Lenz, Managing Director von T-Systems Austria.

Neben der Digitalisierung und Automatisierung sind eine moderne IT-Ausstattung sowie der effiziente Einsatz von IT in österreichischen Unternehmen nach wie vor wichtige Themen. Besonders beim Übergang und der Migration zu Cloud-Lösungen besteht in Österreich im Vergleich zum europäischen Ausland noch Aufholbedarf. Die verstärkte Nachfrage nach Public Clouds ist hier besonders spürbar. Ein weiteres zentrales Thema bleibt IT-Sicherheit, einschließlich der Umsetzung der NIS2-Richtlinie.

## Die Zukunft der Sicherheit: KI und Cybersecurity

Gerade der Einsatz von künstlicher Intelligenz verändert die IT-Sicherheit maßgeblich, und zwar auf beiden Seiten. Beliebte Einsatzfelder sind die Bedrohungserkennung und -abwehr. Intelligente Tools unterstützen dabei, schnell und zielsicher Anomalien oder verdächtiges Verhalten in Netzwerken oder Systemen zu identifizieren.

## Wir leben in einer Zeit relativer Sicherheit

Selbst bei letztaktuellem Cybersecurity kann ein Angriff erfolgreich sein. Für Unternehmen bedeutet daher Widerstandsfähigkeit, dass neben Prävention und Abwehr auch die Wiederherstellung der Systeme und insbesondere der Weiterbetrieb des Geschäfts sichergestellt sein muss. Ein Stillstand des Betriebes kann nicht nur substanziellen wirtschaftlichen Schaden verursachen, sondern existenzgefährdend sein. Bezieht man hier dann noch die neuen, für sehr viele Unternehmen gültigen Gesetze zur Netz-Informationen-Sicherheit (NIS2) mit ein, dann sind all diese Betriebe entlang von Lieferketten gut beraten, das Thema Cybersecurity ganzheitlich zu denken und abzubilden.

Es geht nicht darum, ob, sondern wann ein Cyberangriff stattfindet – und erfolgreich sein wird. Viele Angriffe erfolgen konzertiert und nicht mehr von den sprichwörtlichen Ein-

zelkämpfern aus dem Hinterzimmer. Daher ist Einzelkämpfertum auch bei der Abwehr keine Option mehr. „Als T-Systems sehen wir, dass Unternehmen quer durch alle Branchen und Größen auf Sicherheitsdienste professioneller Dienstleister setzen, um ganzheitlich sowohl Risiken zu identifizieren wie auch Lösungen zur Stärkung ihrer Cybersecurity zu entwickeln. So werden resiliente Unternehmen von Kunden und Partnern auch als vertrauenswürdiger wahrgenommen“, sagt Peter Lenz, Managing Director von T-Systems Austria.

Auf der operativ-technologischen Ebene inkludiert eine umfassende Sicherheitsstrategie mehrere Anwendungen. Bei den Lösungen sind primär moderne Cloud-Dienste zu nennen, die durch ihre bedarfsgenaue Verfügbarkeit und flexible Skalierbarkeit punkten. Die Segmentierung von Netzwerken verkleinert die Angriffsflächen und die Anpassung von oftmals historisch gewachsenen Rechten bei Mitarbeitenden verringert ebenso den Umfang an möglichen „Einfallstoren“. Gleiches gilt für die Dienste von Drittanbietern.

## Zero Trust

Hybride Arbeitsformen, Cloud-Nutzung, Bedienkomfort und starke Cybersecuritymaßnahmen sind heute kein Gegensatz mehr, die verbindende Spange heißt Zero Trust. Hier ist der Zugriff auf Geschäftsanwendungen, basierend auf individuellen Rechten, Geräten, Anwendungen und Kontext möglich, ohne dass standardmäßig oder dauerhaft Zugang gewährt wird. Investitionen in Sicherheit schützen nicht nur vor fatalen wirtschaftlichen Schäden, sie dienen auch als aktives Asset bei den Themen Vertrauenswürdigkeit, Verantwortlichkeit und Verlässlichkeit. Und final ist Sicherheit auch das (sichere) Fundament für die digitale Transformation eines Unternehmens. <

[www.t-systems.at](http://www.t-systems.at)

# T Systems

# 24/7 Sicherheit als Komplett-Service



## Sophos Managed Detection & Response

### Der flexible MDR-Service von Sophos

24/7 Managed Detection and Response: Proaktives Erkennen und sofortige Bekämpfung von Bedrohungen durch ein Expertenteam, als Fully-Managed-Service.

Mehr erfahren unter  
[www.sophos.at/mdr](http://www.sophos.at/mdr)

**SOPHOS**



Maria Neumann besucht den WorldSkills-Teilnehmer Fabian Schweiger (19) beim Intensiv-Training in der Wiener Baugewerbeschule.

## Endspurt

19-jährige Wiener Spitzenfachkräfte werden bei den WorldSkills 2024 im Rampenlicht stehen.

Vom 10. bis 15. September 2024 repräsentiert Fabian Schweiger Wien bei den WorldSkills 2024 in Lyon. Gemeinsam mit fünf weiteren jungen Wiener Fachkräften tritt er bei der 47. Berufsweltmeisterschaft in Frankreich an. Von den WorldSkills erhofft er sich nicht nur Herausforderungen und neue Erfahrungen, sondern auch viel Spaß und die Möglichkeit, neue Bekanntschaften zu schließen.

Fabian Schweiger wurde 2005 in Bad Vöslau, Niederösterreich, geboren und beschreibt sich selbst als humorvoll und für jeden Spaß zu haben, was ihn zu einem geschätzten Teammitglied macht. In seiner Freizeit trifft er sich gerne mit Freunden, hört Musik, geht ins Kino und spielt Fußball. Diese Freude am Miteinander und seine Begeisterung für seinen Beruf motivieren ihn, sein Können bei den WorldSkills 2024 unter Beweis zu stellen.

„Die Teilnehmer müssen nicht nur fehlerfrei arbeiten, sondern auch die knappe Zeit effizient nutzen“, erklärte Maria Neumann, Spartenobfrau des Wiener Gewerbes und Handwerks, während ihres Besuchs. Besonders beeindruckt zeigte sie sich von dem Engagement und der Hingabe, mit der die Jungfachkräfte sich auf dieses Ereignis vorbereiten: „Es ist inspirierend zu sehen, wie diese jungen Menschen mit voller Unter-

stützung ihrer Ausbilder und Betriebe sich auf die Herausforderungen vorbereiten.“

### Exzellente Karrierechancen

Neumann hebt auch die Bedeutung der handwerklichen Berufe in der heutigen Zeit hervor: „Viele handwerkliche Berufe haben sich technisch enorm weiterentwickelt. Die Kombination von Handwerk und Technik in der Ausbildung ist die perfekte Basis für eine erfolgreiche Karriere und exzellente Karten am Arbeitsmarkt. Die Wirtschaft braucht technische Expertise in vielen Bereichen - das gilt heute und in Zukunft noch viel mehr. Umso bedeutsamer ist es, Jugendlichen die praktischen Erfahrungsmöglichkeiten dieser Berufe geben zu können.“ Mehr als 1.500 Teilnehmer aus 85 WorldSkills-Mitgliedsländern messen sich bei den Weltmeisterschaften der Jungfachkräfte in über 60 Bewerben. Mit mehr als 250.000 erwarteten internationalen Besuchern und der Unterstützung durch 2.500 Volunteers, werden die WorldSkills auf einer Wettbewerbsfläche von 140.000 m<sup>2</sup> ausgetragen. 47 Jungfachkräfte aus Österreich sind mit dabei, die in Lyon in 41 Berufen antreten werden. Der 4-tägige Wettbewerb findet im modernen Messe- und Kongresszentrum Eurexpo Lyon statt.

[www.wko.at](http://www.wko.at)

## Heizkosten

Die Pelletbranche steigert die Produktion um 15 Prozent, die Preise sind stabil niedrig.

Eine um 15 Prozent gesteigerte Produktion, dadurch eine hohe Versorgungssicherheit und seit Monaten stabil niedrige Preise: Pellets entwickeln sich zur Nr.1 Heizlösung für private Einfamilienhäuser - mehr als 11.000 verkaufte Pelletkessel im ersten Halbjahr 2024 sind ein deutlicher Beleg dafür. „Die österreichische Pelletbranche ist weltweit führend in der Entwicklung von Hightech-Heizkesseln. Auch die heimischen Pellets überzeugen durch ihre herausragende Qualität und setzen Maßstäbe in der Branche“, sagt Doris Stiksl, Geschäftsführerin des Branchenverbands proPellets Austria. Als „erfreulich und sehr positiv“ bewertet Stiksl, dass im neuen Energie- und Klimaplan die Fortsetzung der Förderungen für den Tausch alter Heizkessel bis 2030 festgelegt sei.

### 15 Prozent höhere Produktion

Die österreichischen Pelletierwerke werden heuer 2 Millionen Tonnen Pellets produzieren. Gegenüber dem Vorjahr ist das eine Steigerung um 15 Prozent. Bei einem geschätzten Jahresverbrauch von 1,5 Millionen Tonnen ist der heimische Markt gleich doppelt nachhaltig versorgt. Das jüngste Pelletierwerk wurde vor wenigen Wochen in Kärnten eröffnet. „Bei 30 Grad denkt man natürlich lieber ans Schwimmbad und nicht ans Heizen“, sagt Doris Stiksl. „Wer für die kommende Heizsaison noch keine Pellets eingelagert hat, sollte das jetzt tun. Und wer noch immer mit Öl oder Gas heizt, sollte spätestens jetzt umsteigen.“

[www.propellets.at](http://www.propellets.at)

Förderungsrealisierung  
weltweit  
zu besonderen  
Konditionen!



[www.akzeptata.at](http://www.akzeptata.at)

# Erfolg in schwierigem Umfeld

Faber-Castell zeigt sich bei zunehmend herausfordernden Marktbedingungen mit dem Geschäftsverlauf im Fiskaljahr 2023/24 zufrieden.

Faber-Castell hält trotz leichtem Umsatzrückgang eine starke Umsatzrendite, die weit über Pre-Covid Niveau von 19/20 liegt. Faber-Castell setzt verstärkt auf kreativitätsfördernde und nachhaltige Produktkonzepte, um auch in Zukunft erfolgreich zu sein. Nachdem das Unternehmen im vergangenen Berichtsjahr den zweitbesten Umsatz der Firmengeschichte erwirtschaftet hatte, verzeichnet die Faber-Castell Gruppe im abgelaufenen Geschäftsjahr 2023/24 einen leichten Umsatzrückgang von -4,7 % auf 618,4 Mio. Euro (VJ 649,2 Mio. Euro). Währungsbereinigt, d.h. unter Annahme stabiler Wechselkurse, beläuft sich der Rückgang auf -1,9 %. Die Profitabilität liegt dabei weiter im hohen einstelligen Bereich.

## Chancen in Asien und Lateinamerika

Vor dem Hintergrund wachsender geopolitischer und marktwirtschaftlicher Herausforderungen betrachtet Vorstandsvorsitzender Stefan Leitz die Geschäftsentwicklung der Firmengruppe als durchaus zufriedenstellend: „Die Gruppenstrategie „ONE Faber-Castell“, die im Jahr 2022 verabschiedet wurde und sich seitdem in der globalen Implementierung befindet, verzeichnet dank bereits umgesetzter Maßnahmen zur Effizienzsteigerung erste Erfolge in allen Fokusbereichen.“ Leitz erwartet für die nächsten Jahre eine positive Entwicklung: „Global sehen wir vor allem in aufstrebenden Regionen wie z.B. Asien und Lateinamerika überproportionale Wachstumschancen. In eher gefestigten Märkten, in denen Faber-Castell traditionell eine führende Position innehat, wollen wir durch die Einführung innovativer Produktkonzepte und der Erschließung neuer Zielgruppen unsere Marktführerschaft behaupten und selektiv weiter ausbauen.“

## Strahlkraft der Marke

Für seine weltweite Wachstumsstrategie setzt Faber-Castell auch auf die Sichtbarkeit der Marke und die konsequente Positionie-



Faber-Castell setzt verstärkt auf kreativitätsfördernde und nachhaltige Produktkonzepte, um auch in Zukunft erfolgreich zu sein.

rung als Premiumanbieter von Kreativprodukten. Die langfristig angelegte und in über 20 Ländern ausgerollte Nachhaltigkeitskampagne „Change needs creativity“ und der damit einhergehende Relaunch der gesamten Nachhaltigkeitskommunikation trugen erfolgreich zu einer globalen Stärkung der Marke bei. Stefan Leitz: „Kreativität ist und bleibt ein wichtiges Zukunftsthema für unser Unternehmen, das mit zunehmender Digitalisierung an Bedeutung gewinnen wird. Hier haben wir als ‚Lebensbegleiter‘, der mit seinen Kreativsortimenten nahezu alle Lebensentwürfe und -phasen bedient, ein Alleinstellungsmerkmal. Auch die Faber-Castell Cosmetics ist eine strategische Säule unseres Geschäftes im B2B-Sektor mit großem Wachstumspotential. Hier sind wir dank eines starken globalen Teams und eines hochspezialisierten Forschungs- und Entwicklungsbereichs ein idealer Partner für unsere weltweiten Beauty-Kunden“.

Seine Branchen-Vorreiterrolle in Sachen Nachhaltigkeit will das Unternehmen weiter vorantreiben. Faber-Castell setzt dabei neben der eigenen zertifizierten Waldbewirtschaftung und der Biodiversität zunehmend auf eigene Energieerzeugung aus erneuerbaren Quellen. Durch alternative Kunststoffe in Produkten und Karton in Verpackungen legt Faber-Castell zusätzlich einen Schwerpunkt auf Ressourcenschonung. Ebenso engagiert sich das Unternehmen für Chancengleichheit und Diversität.

Für das laufende Geschäftsjahr 2024/25 erwartet Faber-Castell ein ambitioniertes währungsbereinigtes Umsatzwachstum bei gleichbleibender Profitabilität. Die weltbekannte Marke verdankt ihre Strahlkraft einem hohen Qualitätsanspruch sowie einer wertepprägten, nachhaltigen Unternehmenskultur. Das Unternehmen verfügt über eigene Produktionsstätten in zehn sowie Vertriebsgesellschaften in 22 Ländern weltweit.

< [www.faber-castell.de](http://www.faber-castell.de)

# NEW BUSINESS

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



**DAS NEW BUSINESS PAKET um nur 37 Euro!**

**Abonnieren & profitieren Sie!**

Hotline: 01/235 13 66-100

Fax: 01/235 13 66-999

E-Mail: [sylvia.polak@newbusiness.at](mailto:sylvia.polak@newbusiness.at)

- Ja, ich bestelle NEW BUSINESS für ein Jahr (elf Ausgaben) um nur 37 Euro.
- Ja, ich bestelle das Vorteilsabo NEW BUSINESS für zwei Jahre (22 Ausgaben) um nur 63 Euro.