

EXPORTtoday

IHRE WÖCHENTLICHE INFORMATIONSQUELLE RUND UM DEN EXPORT

Ausgabe 18/2017

Export in Fahrt

Österreichs BIP wuchs um 0,6 Prozent.

Das österreichische BIP wuchs im ersten Quartal 2017 um 0,6 Prozent gegenüber der Vorperiode. Damit beschleunigte sich die Konjunktur seit Mitte 2016 stetig. Gegenüber dem Vorjahr wurde das unbereinigte BIP um zwei Prozent ausgeweitet. Zweieinhalb zusätzliche Arbeitstage haben das starke Wachstum im Vorjahresvergleich gestützt. Erstmals seit dem zweiten Halbjahr 2014 wurde das Quartalswachstum nicht mehr ausschließlich von der Binnenfrage bestimmt, sondern auch der Außenbeitrag lieferte einen positiven Beitrag. Die Ausweitung der Exporte lag mit 2,1 Prozent über jener der Importe (plus 1,8 Prozent). Die konjunkturelle Dynamik des privaten Konsums blieb auch im ersten Quartal 2017 weiterhin stark, die privaten



Die österreichischen Exporte leisteten einen entscheidenden Wachstumsbeitrag.

Konsumausgaben stiegen um 0,4 Prozent. Die Nachfrage nach langlebigen Konsumgütern ist zum Jahresauftakt weiter sehr robust. Die öffentlichen Konsumausgaben wuchsen mit 0,5 Prozent weiterhin solide. <

www.wifo.ac.at

Fokus

Auf dem Vormarsch

Indien überholt bis 2022 Deutschland und Großbritannien.

Bis 2022 könnte Indien zur viertgrößten Volkswirtschaft der Welt aufsteigen. Bis dahin muss das Land allerdings eine Reihe von Herausforderungen bewältigen. Dazu zählen Reformen im Steuersystem, der Umgang mit Ausfallsrisiken sowie nötige Produktivitätssteigerungen. Zudem haben Ökonomen Bedenken, was die Stabilität des indischen Bank- und Finanzwesens betrifft. Das äußert sich auch in schwachen Bewertungen durch Rating-Agenturen. Dafür mitverantwortlich ist, dass faule Kredite schon rund ein Sechstel des gesamten Kreditvolumens ausma-

chen. Die entsprechend stark gesunkene Neuvergabe von Krediten ist ein Hindernis für Investitions- und Beschäftigungsinitiativen der Regierung. Angesichts stockender Reformen ist auch die Arbeitsproduktivität ins Stocken geraten. Daher beträgt die von der Internationalen Arbeitsorganisation für 2017 prognostizierte Wertschöpfung pro Arbeitnehmer in Indien nur 3.962 Dollar. Dennoch dürfte Indien bereits kommendes Jahr Großbritannien aus den Top fünf der größten Volkswirtschaften stoßen.

Ihre EXPORT today-Redaktion

www.imf.org

Inhalt

Bisnode mit neuem Director	02
Interaktive Landkarte	03
Goldmedaille für Egger Bier	05
Online-Marketing	05
20 Jahre ohne Gentechnik	06

Top-Erfolg

Kokoskuppeln gehen um die Welt.

Im Sommer 2013 hat die Firma Spitz den Süßwarenerzeuger Auer-Blaschke gekauft und damit auch den Produktionsstandort Spillern übernommen. Seither wurde viel in die beiden Marken investiert. Dadurch konnte der Umsatz jedes Jahr zweistellig gesteigert werden. „Speziell im Export haben wir in den letzten drei Jahren enorme Entwicklungen gemacht. Wir konnten zusätzliche Märkte erobern, wie im asiatischen Raum allen voran China“, so Spitz-Chef Josef Mayer.

www.auer-blaschke.at

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:** Melanie Wächter (melanie.wachter@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

Neuer Regional Director

Bisnode ernennt Dirk Radetzki zum Geschäftsführer für Deutschland, Österreich und die Schweiz.

Bisnode ist ein führender europäischer Anbieter für Data & Analytics. Dirk Radetzki folgt auf Andreas Haverkorn, der die Position als Regional Director nach dem Ausscheiden von Eckhard Geulen ad interim übernommen hatte.

Dirk Radetzki verfügt über langjährige Expertise im Data-Analytics-Bereich und über mehr als 15 Jahre Berufserfahrung mit leitenden Positionen in Vertrieb und Marketing bei namhaften IT-Anbietern. In den letzten drei Jahren verantwortete er bei Mapp Digital (vormals Teradata), einem der weltweit größten Technologieanbieter für digitales Marketing, als General Manager Central Europe den Vertrieb und das Marketing von Software-Lösungen in den Märkten Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Dirk Radetzki absolvierte ein Studium der Elektrotechnik an der Fachhochschule Bielefeld, das er als Diplom-Ingenieur abschloss. Außerdem erwarb er den akademischen Grad eines MBA an der Bath Business School (Vereinigtes Königreich).

Zukunft gestalten

„Mit der Berufung von Dirk Radetzki zum Regional Director für Deutschland, Österreich und die Schweiz unterstreichen wir die große Bedeutung dieses Marktes für unser Unternehmen“, sagt Magnus Silfverberg, Group Chief Executive Officer von Bisnode. „Es ist uns gelungen, mit ihm einen profilierten Branchenexperten mit hoher Fachkompetenz und strategischer Vorgehensweise zu gewinnen. Mit ihm werden wir unsere Geschäftsziele erreichen.“

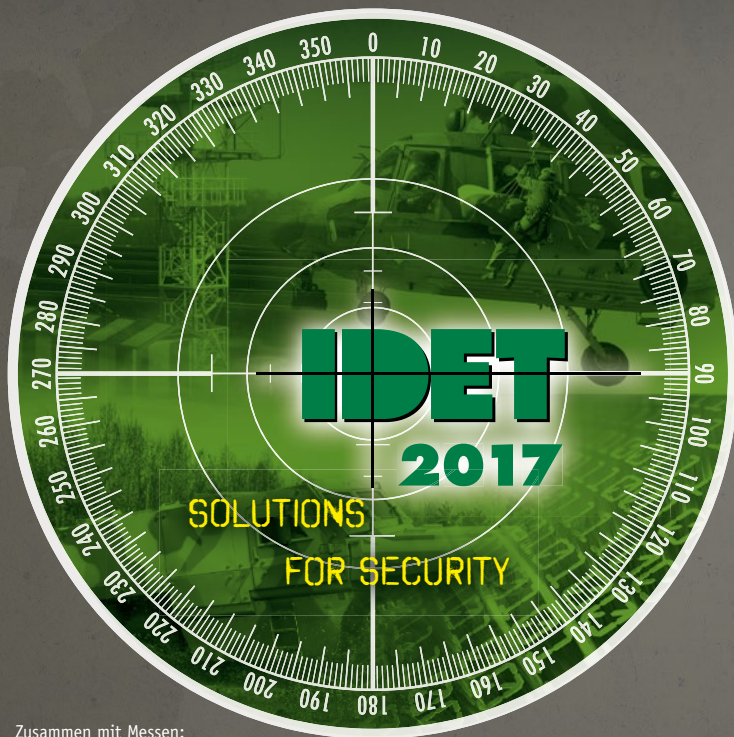


Dirk Radetzki übernimmt als Regional Director die Verantwortung für die DACH-Region.

Über Bisnode

Bisnode D&B ist ein führender europäischer Anbieter für Data & Analytics, der Unternehmen unterstützt, Kunden zu finden und über den gesamten Kundenlebenszyklus zu managen. Bisnode D&B ist der grösste strategische Partner von Dun & Bradstreet, dem globalen Anbieter von Wirtschaftsinformationen. Die Bisnode Gruppe mit Hauptsitz in Stockholm beschäftigt rund 2.400 MitarbeiterInnen in 18 Ländern.

www.bisnode.at



14. INTERNATIONALE
FACHMESSE FÜR ABWEHR-
UND SICHERHEITSTECHNIK

31. 5. – 2. 6. 2017

BRNO, TSCHHECHISCHE REPUBLIK

Registrieren Sie sich vor dem Messebesuch
und sparen Sie Zeit und Geld! etickets.bvv.cz

Zusammen mit Messen:



31. 5. – 3. 6. 2017

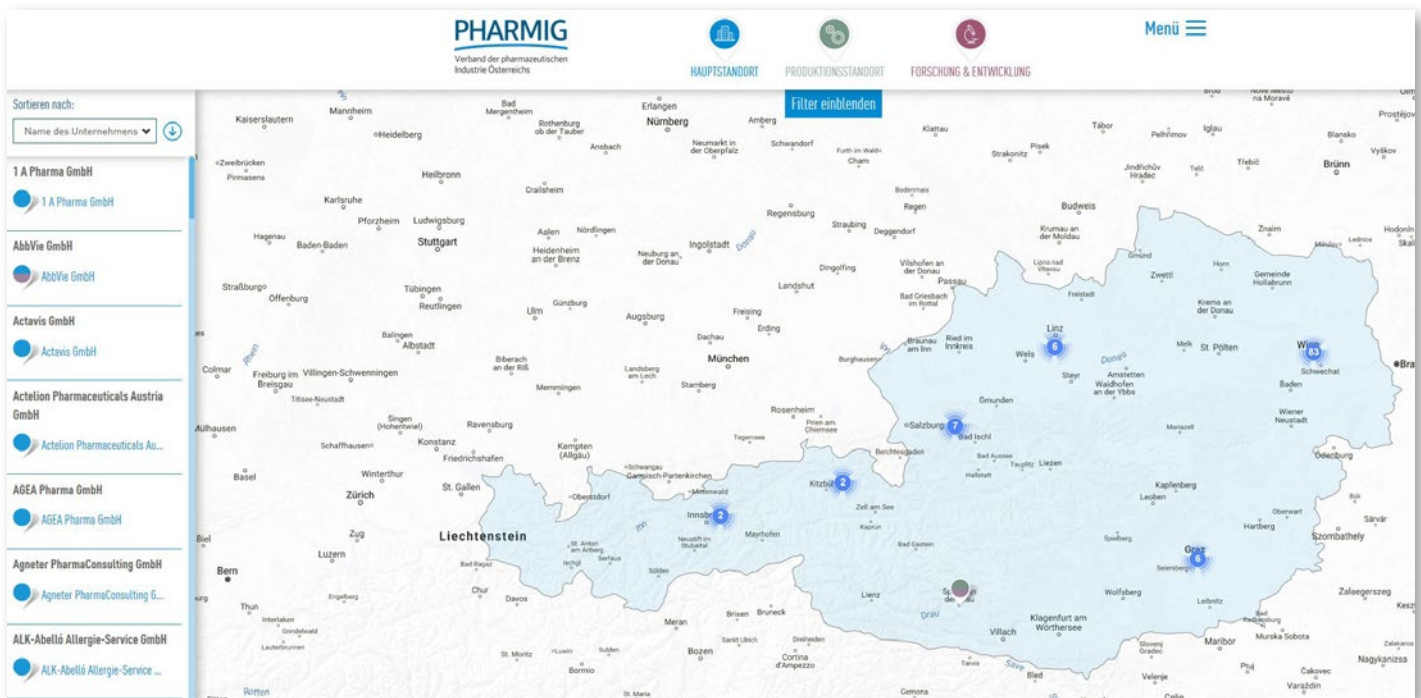


Messe Brunn
Výstaviště 405/1
CZ – 603 00 Brno
Tel.: +420 541 152 926
Fax: +420 541 153 044
idet@bvv.cz
www.idet.cz



Im Einsatz für Wirtschaft & Gesundheit

Auf pharmastandort.at gewinnt die Öffentlichkeit Einblick in die Wirtschafts- und Forschungskraft der pharmazeutischen Unternehmen Österreichs.



Mittels interaktiver Landkarte gewinnen die User Einblick in die einzelnen österreichischen Pharma-Unternehmen.

Die Bedeutung der pharmazeutischen Industrie, nicht nur für die Patienten, sondern auch für die Gesellschaft, Politik und Wirtschaft, ist öffentlich zu wenig bewusst. Mit der Website präsentiert sich die Industrie der breiten Öffentlichkeit – informativ, verständlich, spielerisch“, ist Prof. Dr. Robin Rumler, Pharmig-Vizepräsident überzeugt.

18.000 Mitarbeiter, 150 Unternehmen, Investitionen in Millionenhöhe in Forschung und Entwicklung und ein Anteil von 2,8 Prozent am gesamten BIP: Die pharmazeutische Industrie zählt zu den Stärkefeldern des Standorts Österreich und ist ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Diese positiven Aspekte sind jedoch kaum bekannt. Abhilfe schafft das Online-Projekt pharmastandort.at: Mittels interaktiver Landkarte, die das Herzstück der Website bildet, gewinnen die User erstmals Einblick in die einzelnen österreichischen Pharma-Unternehmen und in deren Beitrag für den heimischen Standort.

Funktionalität der Information

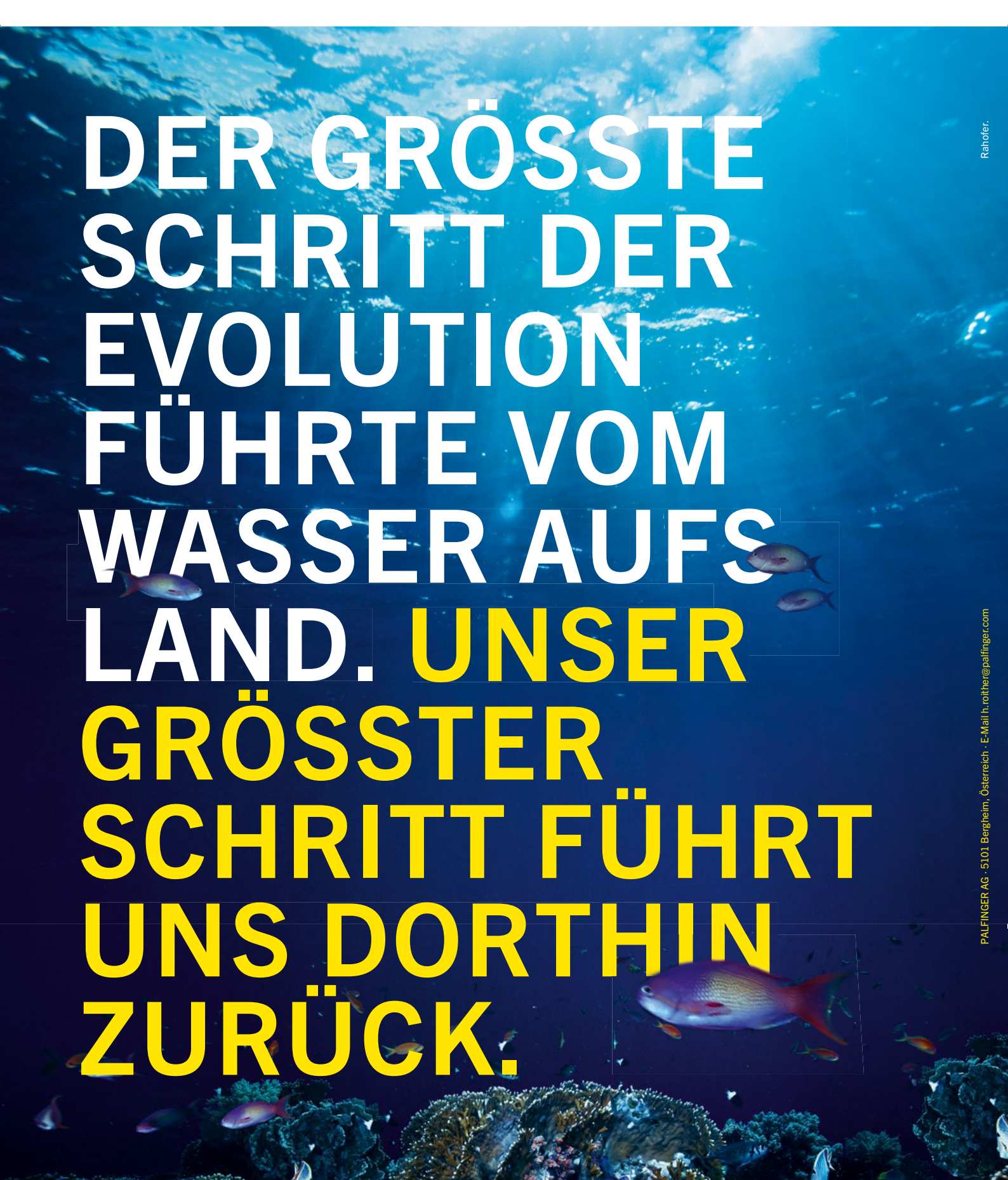
„Welche Pharmaunternehmen sind tagtäglich im Einsatz für die bestmögliche Gesundheitsversorgung? Welche Firma forscht nach innovativen Therapien, welche produziert Medikamente? Oder beides? Nach diesen und weiteren wesentlichen Faktoren zur Branche kann via interaktiver Landkarte gestöbert und in die heimische Pharmalandschaft eingetaucht werden“, bringt der Leiter der Projektgruppe „Pharmastandort Österreich“ Robin Rumler die Funktionalität der auf Google Maps basierenden Landkarte auf den Punkt. Ziel ist es, die Leistung eines jeden Unternehmens – vom Start-up, Familien-, Klein- oder Mittelbetrieb bis hin zu Big Pharma – für den Standort Österreich aufzuzeigen.

Zudem kommuniziert die Website die Herausforderungen der pharmazeutischen Industrie in Österreich und welche Schritte notwendig sind, um das Potenzial für den Standort optimal auszuschöpfen. Dazu Ph-

armig-Präsident Mag. Martin Munte: „Die pharmazeutische Industrie bekennt sich ganz klar zum Standort Österreich. Nicht nur die zuletzt von mehreren Unternehmen getätigten Investitionen, sondern auch die Solidarbeiträge in dreistelliger Millionenhöhe zur Unterstützung der heimischen Krankenkassen zeugen von einer starken Identifikation mit dem heimischen Standort, für den sich die Industrie intensiv engagiert.“ Munte: „Wir müssen die Rahmenbedingungen für Unternehmen hierzulande weiterentwickeln, um Firmen in der Standortentscheidung zu unterstützen. Nur ein pharmafreundliches Umfeld lädt zu Investitionen ein und steigert damit die Wertschöpfung.“

Die Pharmig, der Verband der pharmazeutischen Industrie Österreichs, zeichnet für die Projektabwicklung verantwortlich, entwickelt wurde die Website von der Digital-Agentur Slash.

www.pharmig.at

An underwater photograph showing a vibrant coral reef at the bottom with various colorful fish swimming in the clear blue water above. The text is overlaid on this scene.

DER GRÖSSTE SCHRITT DER EVOLUTION FÜHRTE VOM WASSER AUF'S LAND. UNSER GRÖSSTER SCHRITT FÜHRT UNS DORTHIN ZURÜCK.

Mehr als zwei Drittel unserer Erdoberfläche bestehen aus Meer – der Ursprung allen Lebens und Wirtschaftsraum der Zukunft. PALFINGER setzt schon seit Jahren auch auf Wachstum im maritimen Bereich und gilt heute als starker Player am Markt. So stark, dass nun „Sea“ gemeinsam mit „Land“ die beiden Hauptgeschäftssegmente der PALFINGER Gruppe bilden.

WWW.PALFINGER.AG

PALFINGER

LIFETIME EXCELLENCE



Das Team der Brauerei Egger stößt auf die Goldmedaille an.

Goldmedaille für Egger

Bei der internationalen Monde Selection konnte die Bregenzerwälder Brauerei Egger Bier überzeugen.

Die „Monde Selection“ kann man mit den Michelin Sternen vergleichen, die für die besten Küchen der Welt vergeben werden. Es handelt sich um eine der ältesten und bedeutendsten Organisationen im Bereich der Qualitätsprüfungen – gegründet 1961 – mit Sitz in Brüssel. Mehr als 70 Spezialisten, Chefköche mit Michelin-Sternen, Mitglieder der französischen kulinarischen Akademie, Brauingenieure, Universitätsprofessoren, Ernährungs- und Gesundheitsberater, Chemiker, berühmte Önologen und Meistersommeliers verleihen jährlich diese begehrten Qualitäts-Auszeichnungen. Derzeit werden jährlich über 3000 Produkte aus mehr als 80 Ländern in sechs verschiedenen Kategorien getestet. „Dank dieses Qualitätsgütesiegels kann sich der Konsument sicher sein, dass das Produkt, das er kaufen möchte, von einer vollkommen unabhängigen Fachjury getestet und anerkannt wurde. Am Ende der Prüfungen und Verkostungen vergeben die Jurys von Monde Selection die Qualitätslabel an Produkte“ so ein Sprecher von Monde Selection.

„Wir können es kaum glauben, dass sich das Egger Spezial Bier, nach dem Gold Gewinn bei der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft nun bei einem so bedeutenden internationalen Wettbewerb behaupten konnte“,

erklärt Egger Bier Geschäftsführer Luis Weidinger überglücklich, „denn die Prüfungsmaßstäbe sind sehr hart und daher ist für uns eine Auszeichnung bei dieser Qualitäts-Weltmeisterschaft ein ganz besonderes Prädikat. Das schonende Brauverfahren zahlt sich aus. Diese Auszeichnung ist nicht nur eine Anerkennung für die von uns gebraute Biere, sondern vor allem auch für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Jeder einzelne der 20 Beschäftigten in Egg brennt für die Marke Egger und leistet jeden Tag mit großer Leidenschaft und Engagement seinen ganz persönlichen und wichtigen Beitrag zu diesem Erfolg.

Höchster Qualitätsanspruch und gutes Handwerk

„Die Goldmedaille ist für mich als Braumeister die Bestätigung unseres Weges. Brauen ist bei uns noch Handwerk, nach traditionell überlieferten Rezepten mit einem Einmisch-Verfahren, vergären nach wie vor kalt und drucklos und geben unseren Bieren lange Reife und Lagerzeiten. Auf Pasteurisierung, Kurzzeiterhitzung und Sterilfiltration wird komplett verzichtet und somit bleibt der frische vollmundige Geschmack voll erhalten“, so Diplombraumeister Hinrich Hommel.

www.brauerei-egger.at

Marketing

Vorsicht bei der Wahl des Werbeumfelds bei online-Marketing.

Eine aktuelle Studie an der WU zeigt, dass Unternehmen für so manch billige Werbeplätze trotzdem „teuer bezahlen“. Die Budgets für Online-Werbung wuchsen weiterhin, 2017 übersteigen sie in den USA wohl erstmals jene für die sonst so prestigeträchtige TV-Werbung.

WU-Professorin Nadia Abou Nabout, Leiterin des Instituts für Interactive Marketing, appelliert allerdings an Werbetreibende, genau zu prüfen in welchem Kontext ihre Werbung online erscheint. Ihre aktuellen Studien bestätigen erstmals, dass der Werbekontext nicht nur für Branding-, sondern auch für Performance-Kampagnen eine wichtige Rolle spielt und im schlechtesten Fall das Image einer Marke nachhaltig schädigen kann.

Negative Image-Auswirkungen und Geldverschwendung

Werbetreibende unterscheiden beim Schalten von Werbung im Internet zwischen zwei Arten von Kampagnen: Bei Branding-Kampagnen, die vor allem die Erinnerung an die Marke stärken und ihr Image aufwerten sollen, wird die Werbung häufig im Short-Tail, also auf großen, hoch frequentierten Webseiten großformatig platziert. Bei Performance-Kampagnen hingegen setzen MarketerInnen darauf, dass NutzerInnen sofort auf die Werbeanzeige klicken oder online ein Produkt direkt kaufen. Diese Kampagnen werden auch im sogenannten Long-Tail, das heißt auf kleinen, weniger frequentierten Webseiten ausgeliefert.

Doch nicht immer zahlt sich sparen an dieser Stelle aus – wie die aktuellen Studien von WU-Professorin Nadia Abou Nabout belegen. Sie untersuchte, wie Werbung unterschiedlichster Marken im Netz auf RezipientInnen wirkt und wie sie das Klickverhalten von InternetnutzerInnen beeinflusst und stellte fest: Für bestimmte Marken kann das falsche Werbeumfeld zum wirklichen Problem werden.

www.wu.ac.at

20 Jahre ohne Gentechnik

Österreich ist europaweiter Vorreiter bei Lebensmittel ohne Gentechnik. Der Verzicht auf Anbau von Gentechnik-Pflanzen zeigt sich als Erfolgsprojekt.

Mit 1,226 Mio. Unterschriften unter das Gentechnik-Volksbegehren haben Österreicherinnen und Österreicher im April 1997 der Gentechnik auf Feldern, im Regal und auf den Tellern eine klare Absage erteilt. 20 Jahre danach ist Österreich in Europa unbestrittener Vorreiter und Vorbild in der Gentechnik-freien Produktion: Der Anbau gentechnisch veränderter Pflanzen ist verboten, die weitere Verankerung der Gentechnik-Freiheit in Österreich und Europa, auch angesichts neuer Züchtungstechniken, ist unbestrittenes und gemeinsames Ziel von Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft. Kein anderes Land verfügt über ein derart breites Angebot kontrollierter Lebensmittel mit der Qualitätsauslobung „Ohne Gentechnik hergestellt“.

Markenzeichen für österreichische Qualitätsprodukte

Mit dem Kontrollzeichen „Ohne Gentechnik hergestellt“ hat sich die ARGE Gentechnik-frei, Europas erstes und erfolgreichstes Kennzeichnungssystem für Gentechnik-frei erzeugte Lebensmittel, 20 Jahre nach ihrer Gründung als wichtige Qualitätsinstitution auf dem Markt etabliert. Es ist dabei eine wesentliche Markttransformation gelungen: Heute sind mehr als 3.300 österreichische Lebensmittel mit dem Kontrollzeichen „Ohne Gentechnik hergestellt“ ausgelobt. Bei Milch und Molkereiprodukten, Eiern sowie beim Großteil des Geflügelfleisches ist die Gentechnik-Freiheit Branchenstandard. Produkte mit dem grünen Kontrollzeichen „Ohne Gentechnik hergestellt“ erfüllen die strengen Produktionsvorschriften des Österreichischen Lebensmittel-Codex bzw. der EU-Bioverordnung; deren Einhaltung wird in allen Stufen der Produktion regelmäßig von unabhängigen Kontrollstellen überprüft.

Das Kontrollzeichen genießt hohes Vertrauen: 74% der Konsumenten (Focus, 2015) bewerten das Kontrollzeichen als glaubwürdig, 81% der Konsumenten erachten Gentechnik-freie Produktion als sehr wichtig



V.l.n.r.: Frank Hensel (Vorstandsvorsitzender REWE International AG), Florian Faber (Geschäftsführer ARGE Gentechnik-frei), Pamela Rendi-Wagner (Gesundheitsministerin), Andrä Rupprechter (Landwirtschafts- und Umweltminister), Markus Schörpf (Obmann ARGE Gentechnik-frei), Gerhard Drexel (Vorstandsvorsitzender SPAR Österreich)

bzw. wichtig für ihre Kaufentscheidung (AMA 2016; im Vergleich: Frische – 99%, hohe Qualität – 98%, österreichische Herkunft: 90%).

Breiter gesellschaftlicher Konsens

Die Gentechnik-Freiheit hat sich in Österreich als breiter gesellschaftspolitischer Konsens etabliert. Die ARGE Gentechnik-frei ist dafür wichtiges Spiegelbild: Lebensmittelhandel und Hersteller arbeiten dabei ebenso konstruktiv an der Weiterentwicklung der Gentechnik-Freiheit wie Organisationen und Institutionen aus den Bereichen Umwelt, Landwirtschaft und Konsumentenschutz.

Herausforderung für die nächsten Jahre

Auch auf europäischer Ebene stellen sich große Aufgaben: Zwischen den bis jetzt existierenden nationalen Gentechnik-frei Kennzeichnungssystemen (aktuell: D, F, I,

Lux, Slo; in Vorbereitung: P, B, CH, H, BiH, Cro) gibt es zum Teil deutliche Unterschiede in den Anforderungen an Produktion und Kontrolle. Eine europaweite Harmonisierung wird notwendig sein, wenn sich noch weitere Staaten dem österreichischen Beispiel anschließen. Das seit vielen Jahren in der Praxis erprobte österreichische System sollte dabei in der EU als Benchmark und Messlatte dienen.

„Wir haben viel erreicht, und die letzten 20 Jahre sind für Österreich ganz sicherlich eine Erfolgsstory. Wir werden den Schwung und die Zuversicht daraus nutzen, um auch weiterhin im breiten gesellschaftlichen Konsens der Gentechnik in Österreich wirkungsvoll Einheit bieten“, sieht Markus Schörpf, Obmann der ARGE Gentechnik-frei, die Aufgaben für die Plattform als noch lange nicht beendet an.

www.gentechnikfrei.at

www.20JahreOhneGentechnik.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.