

EXPORT today

IHRE WÖCHENTLICHE INFORMATIONSQUELLE RUND UM DEN EXPORT

Ausgabe 21/2017

Moderne Energielösungen

Österreich zeigt auf der EXPO 2017 was es kann.

Unter dem Leitthema „Future Energy“ steht die diesjährige Weltausstellung EXPO 2017 in Kasachstan, die am 10. Juni in der Hauptstadt Astana ihre Pforten öffnet. Bis 10. September präsentieren bei dieser Schau, zu der die Organisatoren rund drei Millionen Besucher erwarten, mehr als hundert Länder und Organisationen aus allen Kontinenten ihre Visionen, wie die Energieversorgung der Zukunft gestaltet und gesichert werden kann. Österreich beteiligt sich mit einem 870 Quadratmeter großen Länderpavillon, in dem die Gäste nicht nur über das Land und seine Schönheiten, sondern auch über Ideen und Lösungsansätze rund um das Thema Energie informiert werden. Im Vorfeld der Weltausstellung haben einige österreichische Unternehmen am inter-



Die EXPO 2017 findet in der kasachischen Hauptstadt Astana statt.

nationalen „Energy Best Practice“-Wettbewerb teilgenommen. Unter 144 Einreichungen sind die Start-up-Firma Heliovis aus Wiener Neudorf und die Landwirtschaftliche Fachschule Tulln als Gewinner hervorgegangen.

www.expoaustria.at

Inhalt

Milliarden-Exportumsatz	02
Keine Chance für Onlinebetrüger	04
150 Jahre – Ohne Grenzen	05
Hotelsoftware-Anbieter	06
Bekennnis zur Nachhaltigkeit	07

Top-Erfolg

Einzigartiges UC-Produkt.

Das Grazer Hightech-Unternehmen eyeson nimmt als Aussteller an der UC Expo in London teil und präsentiert mit eyeson room eine absolute Markneuheit im Bereich Videokonferenzlösungen.

Die UC Expo ist die größte Unified Communication and Collaboration Messe in Europa mit über hundert Ausstellern und mehr als 5.500 Besuchern. eyeson wurde bereits in namhaften Online Collaboration Tools wie Slack, Dropbox und Atlassian integriert.

www.eyeson.team

Fokus

Chancen in den USA

Roadshow für den Exporterfolg in den Vereinigten Staaten.

Seit der Wahl von Donald Trump herrscht große Unsicherheit über die Wirtschaftspolitik der Vereinigten Staaten und die Handelsbeziehungen mit Kontinentaleuropa. Unter dem Motto „USA – Wirtschaftsentwicklungen und Geschäftsmöglichkeiten der Zukunft“ startete eine Roadshow des Logistikunternehmens Kühne + Nagel und der American Chamber of Commerce in Austria, um über Fakten aufzuklären und aktuelle Entwicklungen zu analysieren. Wirtschaftsexperten erklären Unternehmern in Wien, Linz, Graz und Innsbruck, worauf es bei transatlan-

tischen Geschäftsbeziehungen künftig ankommt. „Für die meisten exportierenden Unternehmen führt auch unter der neuen Administration kein Weg an den Vereinigten Staaten vorbei, die der zweitwichtigste Exportmarkt für Österreich sind. Es macht sich aber bezahlt, die Spielregeln des Marktes zu kennen, um transatlantische Geschäftserfolge zu feiern. Für Betriebsansiedlungen sind die USA nach wie vor hochattraktiv“, sagte AmCham-Generalsekretärin Daniela Homan im Rahmen der Veranstaltung.

Ihre EXPORT today-Redaktion

www.amcham.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.waechter@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

Milliarden-Exportumsatz

Österreichischen Gewerbe- und Handwerksbetriebe haben letztes Jahr 7,7 Prozent ihres Jahresumsatzes im Ausland erzielt.

Bei einem Gesamtumsatz von 86,9 Milliarden Euro lag das Exportvolumen der österreichischen Gewerbe- und Handwerksbetriebe bei 6,7 Milliarden Euro. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Exportquote zwar um 0,1 Prozentpunkte leicht gesunken, das Exportvolumen stieg aber um 0,5%. Die Exporte werden allerdings von nur wenigen Unternehmen getragen.

Lediglich 15% der Gewerbe- und Handwerksbetriebe waren 2016 auch im Ausland aktiv. Da zeigt sich ein enormes Potenzial, meint Walter Bornett, Direktor der KMU Forschung Austria. Das Gewerbe und Handwerk zeichnet sich durch qualitativ hochwertigste Produkte und Dienstleistungen mit generell sehr guten Chancen auf internationalen Märkten aus. Diese Chancen werden aber sowohl regional als auch bran-

chenspezifisch sehr unterschiedlich genutzt. Im Bundesländerranking führt Vorarlberg, wo 42% der Betriebe Umsätze mit ausländischen Kunden realisierten. Demgegenüber waren z. B. in der Steiermark nur 7% der Betriebe exportorientiert. Die Exportquote der exportierenden Unternehmen betrug in Oberösterreich 36%, in Tirol hingegen lediglich 15%. Bezogen auf alle Gewerbe- und Handwerksbetriebe (auch nicht exportierende) lag die durchschnittliche Exportquote in Vorarlberg bei 13,8%, in der Steiermark bei 4%.

Unterschiede in Branchen

Eine noch größere Bandbreite zeigt sich nach Branchen. So erwirtschafteten z. B. 70% der Kunststoffverarbeiter 36% ihres Umsatzes im Ausland. Im Baugewerbe ar-



Anteil der Exporterlöse am Gesamtumsatz in Prozent.

beiteten hingegen lediglich 6% der Betriebe für nichtösterreichische Auftraggeber, bei den Tischlern waren es 17% und bei den Mechatronikern 47%.

Der Anteil exportierender Unternehmen und die Exportquote differieren auch stark nach Unternehmensgrößen. Von den größeren Gewerbe- und Handwerksbetrieben (mit 20 und mehr Beschäftigten) waren 39% exportorientiert, von den Kleinstbetrieben (mit weniger als 10 Beschäftigten) hingegen nur 13%. <

www.kmuforschung.ac.at



Horst Reiner nimmt den Preis stellvertretend für ATP architekten ingenieure entgegen.

Zum dritten Mal in Folge erhielt ATP architekten ingenieure den begehrten Marken-Oscar der Immobilienwirtschaft. Dabei übertraf der Pionier für Integrale Planung das eigene Vorjahresergebnis um 1,52%.

Seit acht Jahren bewertet das EUREB Institute die Markenstärke und Positionierung von Architekturbüros auf Grundlage der wissenschaftlich anerkannten Markenwertstudie „TOP 500 COMMERCIAL Immobilienunternehmen“ in Österreich. ATP erreichte zum dritten Mal den Spitzenplatz

Architekturmarke ATP

Der Real Estate Brand Award 2017 ging auch dieses Jahr an ATP architekten ingenieure.

und überzeugte mit regionaler Kompetenz, wirtschaftlicher Umsetzbarkeit der Planungskonzepte und hoher Kundenloyalität. „Die Markenstärke von ATP beruht auf 40 Jahren integraler Planungserfahrung in einer europaweit vernetzten Corporate Structure. Jedes Projekt ist für uns so einzigartig wie die Anforderung, für die es geplant wird. Deshalb ist es uns zu Beginn besonders wichtig, die Vision unseres Kunden und den Kernprozess im Gebäude umfassend zu verstehen. Unsere Kunden schätzen dies“, so Architekt Horst Reiner, ATP Partner in Wien.

Differenzierte Performance in einzelnen Kategorien

ATP architekten ingenieure auf dem ersten Platz des Gesamtrankings hebt sich in eini-

gen Bereichen stark vom Konkurrenzumfeld ab, zeigt an anderen Stellen aber auch Schwächen auf. Die Marken der Teilbranche Architekten haben – über alle Kategorien hinweg betrachtet – teilweise eine starke Einzelperformance. So können Unternehmen aus der zweiten Hälfte der Top 10 bei „Innovationskraft“ oder „kreativen Lösungen“ eindeutig die Spitzenposition belegen.

Generell wird die „Flexibilität“ der Branche kritisch benotet. Die Loyalität zu den Marken wird über die Kategorien „Erfahrung“ und „Wiedernutzungsabsicht“ ähnlich stark und durchaus bei allen Unternehmen positiv bewertet. Allerdings fallen die Beurteilungen bei der „Weiterempfehlungsabsicht“ schwächer aus. <

www.atp.ag

EINE NEUE WELT VOLLER MÖGLICHKEITEN



Unsere Erdoberfläche besteht zu rund 70 % aus Meeren, die auch als Wirtschaftsraum der Zukunft gelten. Dadurch eröffnen sich große Wachstumschancen, die nur darauf warten, erschlossen zu werden. Und weil wir schon seit Jahren auch auf Wachstum im maritimen Bereich setzen, gilt „Sea“ heute als zweites starkes Standbein der Gruppe – und bildet nun gemeinsam mit „Land“ die beiden Hauptgeschäftssegmente von PALFINGER.

PALFINGER

LIFETIME EXCELLENCE

WWW.PALFINGER.AG

Keine Chance für Onlinebetrüger

Wie Finanzinstitute und Unternehmen unterschiedlichster Branchen ihre Produkte über den Onlinekanal verkaufen können und sich gleichzeitig dank smarterer Lösungen effektiv vor Betrügern schützen.

Die Wirtschaftsauskunftei CRIF bietet die nötigen Daten und das entsprechende technische Know-how für Unternehmen und Finanzinstitute, Produkte aus dem Onlinehandel zu verkaufen und sich gleichzeitig vor Betrügern zu schützen.

Per Videokonferenz identifizieren und unterschreiben

Die Personenidentifikation ohne physischen Kontakt sowie die Einbindung von e-Signaturen für Vertragsabschlüsse ist aktuell ein stark wachsender Trend in der DACH-Region. In Österreich wurde am 3. Jänner 2017 die Identifizierung mittels Videokonferenz durch die Finanzmarktaufsicht (FMA) genehmigt. Die entsprechende digitale Lösung liefert die Wirtschaftsauskunftei CRIF in Kooperation mit der deutschen WebID Solutions GmbH.

Kreditanfragen beispielsweise können mithilfe dieser neuen Technologie innerhalb weniger Minuten durchgeführt, entschieden, bewilligt und abgeschlossen werden. Die Identifikation erfolgt dabei orts- und zeitunabhängig via Smartphone, Tablet oder anderem internetfähigem Endgerät mit Webcam. Nachdem der Kunde seine persönlichen Daten in eine Eingabemaske eingegeben hat, startet eine Videokonferenz mit einem Servicemitarbeiter. Im weiteren

Verlauf hält der Kunde seinen Lichtbildausweis in die Kamera, dessen Sicherheitsmerkmale dabei überprüft werden. Sobald der Servicemitarbeiter Screenshots des Ausweises und ein Foto des Kunden erstellt hat, kann er den User als Nutzer bestätigen. Anschließend erhält der Kunde eine Transaktionsnummer (TAN), mit deren Eingabe er den Vorgang abschließt. Das Ganze dauert also nicht länger als drei bis fünf Minuten. Die Sicherheit der Daten wird durch die verwendeten Verschlüsselungsverfahren gewährleistet. Dank der von WebID in den Prozess integrierten „Qualifizierten elektronischen Signatur“ kann der Kunde den Vertrag komplett online und ohne Medienbruch abschließen. „Das System von WebID zählt zu den zuverlässigsten und sichersten Methoden“, bestätigt Boris Recsey, Geschäftsführer von CRIF.

Österreichische Erfolgsgeschichten

In Österreich nutzen aktuell unter anderem BAWAG P.S.K., Austrian Anadi Bank und die Österreichische Post die Angebotskombination von CRIF und WebID Solutions für Video-Identifikation und e-Signatur.

Weitere Lösungen zur Betrugsprävention

Während die Videoidentifikation von Unternehmen unterschiedlichster Branchen als



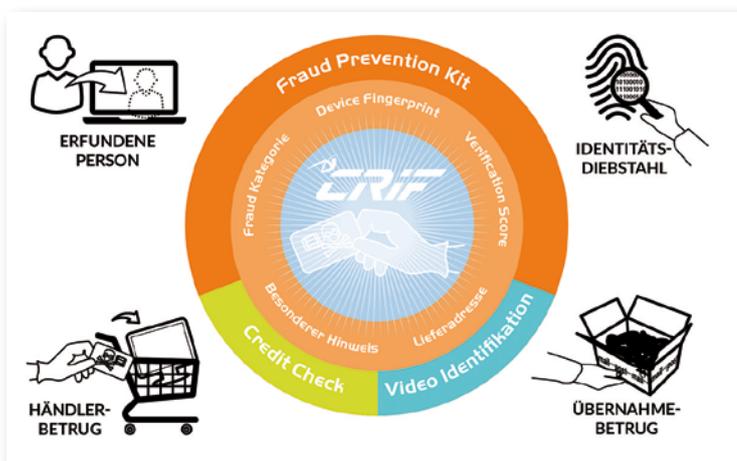
Identifizierung via Videokonferenz ist in Österreich seit Anfang des Jahres möglich.

Security-Check eingesetzt werden kann, um die Richtigkeit von Ausweisen bei Onlineeinkäufen festzustellen, gibt es weitere Möglichkeiten für eine effektive Betrugsprävention. Eine aktuelle Umfrage von CRIF unter 100 Onlinehändlern in der DACH-Region zeigt, dass neben der Angabe von gestohlenen Zahlungsdaten die Angabe einer falschen Identität der häufigste Grund für Betrug ist. Mit dem Fraud Prevention Kit stellt CRIF ein einfaches und effektives Instrument zur Betrugsbekämpfung bereit. CRIF überprüft und analysiert anhand ausgewählter Kriterien in Echtzeit den Antrag der Kunden auf bekannte Betrugsmuster. Damit erhält das Unternehmen sofort Informationen darüber, ob es sich um einen möglichen Betrugsversuch handelt oder nicht.

Besonderes Augenmerk wird neben weiteren Prüfungen auf den Device Fingerprint gelegt. Durch die Erhebung des jeweiligen Endgeräts, von dem aus der Kauf durchgeführt oder der Antrag verschickt wird, können mithilfe der Kombination aus unternehmensinternen Daten und externen Personendaten allfällige Betrugsmuster schnell erkannt werden.

CRIF GmbH

1150 Wien, Diefenbachgasse 35
 Tel.: +43/1/897 42 44-0
 Fax: +43/1/897 42 44-31
 info.at@crif.com
 www.crif.at



Betrugsfälle
 rechtzeitig erkennen: CRIF bietet dazu die nötigen Instrumente.

„150 Jahre – Ohne Grenzen“

Anlässlich des 150-jährigen Jubiläums der Leipnik-Lundenburgerer Invest Beteiligungs AG (LLI) plädieren Festredner und Diskutanten für ein offenes und mutiges Österreich und Europa.



Festveranstaltung in der Börse für landwirtschaftliche Produkte.

Wirtschaftsminister Harald Mahrer betonte in seiner Festrede, dass Österreich zu einem Zentrum im Bereich Smart Agriculture und Life Sciences werden müsse und Süd-Asien in punkto Dynamik und sinnvollen Regeln ein guter Benchmark sei. „Die Geschichte der LLI war trotz zahlreicher Standbeine und Ausprägungen immer von einer Klammer geprägt: dem Wirtschaften ohne Grenzen. Das hat sich schon zu K.u.K.-Zeiten und dann wieder ab 1989 erfüllt. Und das ist auch möglich geworden, weil für Österreich 1995 wirtschaftliche Grenzen aufgegangen sind und wir die Chancen genutzt haben“, unterstreicht Josef Pröll bei seinen Begrüßungsworten.

Wirtschaft braucht Mut und Gestaltungswillen

„Eines der besten Beispiele für grenzenloses Wirtschaften ist die Gemeinsame EU-Agrarpolitik. Vor allem in Zeiten von Renationalisierung und nationalstaatlichem Denken muss man sich in Erinnerung rufen, dass das gemeinsame Europa von der Agrar-

politik getragen wird“, betont Europaparlamentarierin Elisabeth Köstinger. Sie nennt die ökosoziale Marktwirtschaft als einen möglichen Rahmen, um Globalisierung zu gestalten. Österreich solle sich jetzt im Zeitalter der Digitalisierung der Landwirtschaft als Hub für Agrarinnovation und Bioökonomie positionieren, so Köstinger, denn „Österreich kann hier gestalten, aber nur mit den richtigen Rahmenbedingungen“.

Flexible Rahmenbedingungen und sozialen und technologischen Transfer schaffen Amil Hota, Geschäftsführer Blumberry, unterstreicht in der Panel-Diskussion, dass man sich „ohne Fortschrittsglauben Nostalgie nicht leisten kann.“ Daher müsse man „viel intensiver in Bildung investieren, loslassen lernen und dem Wissen freien Lauf lassen“, so Hota. „Wir haben Wissensvorteile, die wir aber nicht einsetzen können, weil die regulatorischen Rahmenbedingungen so restriktiv sind.“

Der Journalist und Schriftsteller Robert Misik rät von zu viel Zukunftsdepression ab:

„Wir leben in Europa, einer der prosperierendsten und reichsten Regionen der Welt. Aber bei den Menschen ist mit der Krise 2008 etwas zerbrochen: Diese Maschine, die funktioniert hat, funktioniert jetzt nicht mehr. Und Verunsicherungsgefühle führen zu Angst.“

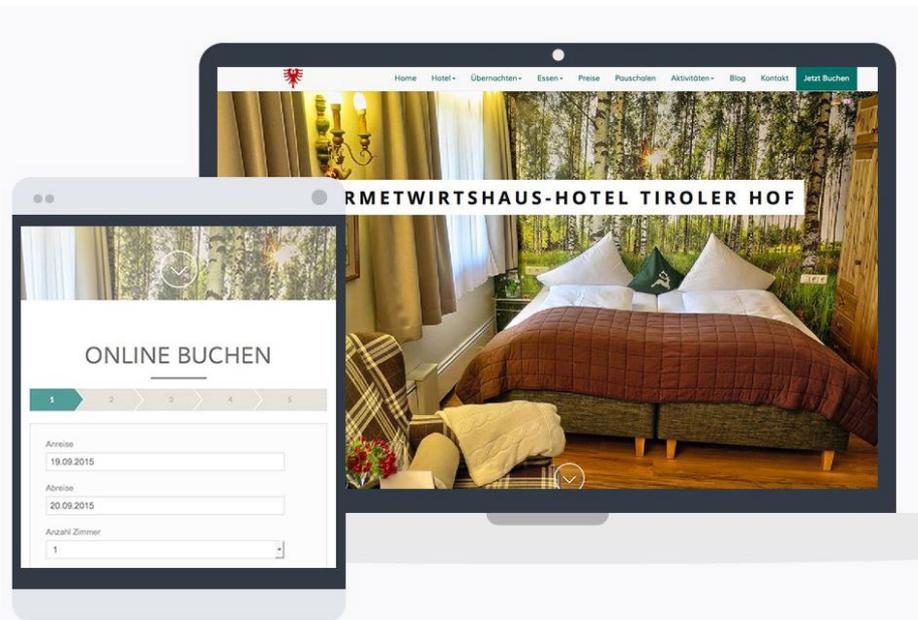
Franz Schellhorn, Direktor der Agenda Austria, sieht diese antikapitalistische Stimmung ausschließlich in Europa. Die Frage sei dabei aber vielmehr, schaffen die Volkswirtschaften die Transformation zu Innovation: „Sonst kommt Druck von außen. Die industrielle Revolution war damals ein Vorsprung für Europa, Wertschöpfung und Lebenserwartung sind rasant gestiegen. Jetzt kann es sein, dass wir mit unseren sozialen Vorstellungen sitzen bleiben.“

Für den Medienmanager Andreas Rudas fehlen in Europa auch die Möglichkeiten, um zu forschen, wie dies in anderen Regionen möglich ist. „Asien produziert die Hardware, der Silicon Valley die Software und wir sind die Konsumenten.“

LLI investiert bereits in die Zukunft

„Wir als LLI werden infrage stellen müssen, wie wir unsere eigenen Kernaufgaben so aufrecht erhalten, dass wir wettbewerbsfähig bleiben. Denn wir wirtschaften in einem makroökonomischen und gesellschaftlichen Umfeld, das politisch bestimmt ist. Wir wollten daher heute eine Debatte führen, die die Fakten auf den Tisch legt“, resümiert Josef Pröll abschließend. Er sei auch überzeugt, „dass all jene, die vor uns gewirtschaftet haben, niemals in Pessimismus versunken sind, sondern das Unternehmen mit Optimismus weiterentwickelt haben“. Daher investiert die GoodMills-Gruppe in drei neue Standorte in Polen, Tschechien und Deutschland insgesamt 100 Mio. EUR als klares Zukunftssignal an die Mühlenbranche. „In Liesing entsteht das neue Headquarters für café+co. Dort investieren wir 12 Mio. EUR. Und das tun Entscheidungsträger nur dann, wenn man optimistisch in die Zukunft blickt.“

www.lli.at



Easybooking gilt als eine perfekte Gesamtlösung für touristische Klein- und Mittelbetriebe.

Digital aufgerüstet

Der Hotelsoftware-Anbieter easybooking bietet nun auch eine Kassen-Schnittstelle.

Das Unternehmen easybooking – zadeo GmbH, das über 3500 Vermieter im D-A-CH Raum mit der Hotelsoftware easybooking ausstattet, verfügt seit Neuestem über eine kostenlose Schnittstelle zum Kassensystem „Viertl“ und ermöglicht somit die Anbindung an verschiedenste Kassensysteme wie Gastrotouch, Orderman, HST und viele weitere, die die Software von Viertl verwenden.

Mit dieser Anbindung kann easybooking von jedem Betrieb genutzt werden, der nach einer vollwertigen Hotelsoftware sucht. Neben der Onlinebuchbarkeit auf der eigenen Webseite, der automatischen Gästekommunikation dank virtueller Rezeptionistin JULIA und dem eigens programmierten Channelmanager bietet easybooking dadurch umfassende Funktionen in der Hotelverwaltung und löst bereits verstaubte Systeme ab.

Enorme Verbesserung

„Die Client-Server Systeme und Remote-Desktop Verbindungen gehören der Vergangenheit an. Der Hotelier ist mittlerweile ge-

nau so mobil wie seine Gäste. Da ist es höchste Zeit, dass ein System auf den Markt kommt, welches webbassierend funktioniert und auch den Anforderungen des Hoteliers gerecht wird. Mit dieser Erweiterung werden wir dieser Nachfrage gerecht und bieten Hoteliers somit eine enorme Kostenersparnis gegenüber herkömmlichen Systemen. Ob Mac oder Windows, easybooking funktioniert immer und überall sobald eine Internetverbindung vorhanden ist“, ist Hendrik Maat, GF der zadeo GmbH, von der neuen Software überzeugt. Aktuelle Statistiken zeigen: Die Zukunft liegt im Web und auch der Großteil der Buchungen wird im Web getätigt. Dies ist mehrfach der Grund, warum Hoteliers sich nach einer innovativen und zeitgemäßen Hotelsoftware wie easybooking umsehen, die nicht nur die Verwaltung des Betriebes beherrscht, sondern zudem mit den digitalen Anforderungen mitwächst und den Betrieb auch im Vertrieb, Marketing und der Gästekommunikation unterstützt.

www.easybooking.at

Neubau

BMD in Steyr setzt auf hochqualitatives Arbeitsumfeld für die MitarbeiterInnen.

Die international tätige BMD Systemhaus GmbH startet ab sofort mit der Errichtung eines neuen Bürogebäudes in Steyr für 180 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf dem unternehmenseigenen Gelände. Insgesamt werden 2000 m² Büronutzfläche im neuen Gebäude zur Verfügung stehen. Geplant ist dessen Eröffnung für 2018. Insgesamt investiert BMD in den nächsten Jahren ca. 10 Mio. Euro in die Neuerrichtung von BMD3 und den Umbau von BMD2. Die Erweiterung des Standortes Wien um ca. 280 m² Büronutzfläche ist bereits abgeschlossen. Über die Auftragsvergabe für das neue BMD3 Gebäude an das Architekturbüro Johannes Jaksch ZT GmbH aus Ottensheim bei Linz wurde auf Basis eines Architekturwettbewerbs entschieden.

BMD auf Wachstumskurs

„Durch das rasante Kundenwachstum von BMD mit über 1600 Kunden im letzten Wirtschaftsjahr ist natürlich auch ein starker Anstieg der Anzahl der für die Kundenbetreuung notwendigen Mitarbeiter verbunden“, erläutert BMD Geschäftsführer Ferdinand Wieser. Der Standort ist natürlich auch ein klares Bekenntnis zur Stadt Steyr: „Zukunftsweisend wird das Innenleben von BMD3: Eine Projektstudie über die Arbeitswelt der Zukunft für IT-Dienstleister wurde vom Beratungsunternehmen Kühmayer und Schilling ausgearbeitet. Der spezielle Ansatz dieser neuen Art der Arbeitsorganisation besteht darin, dass der Mitarbeiter je nach verrichteter Tätigkeit, in den für ihn optimalen Arbeitsplatz wechselt.“

www.bmd.com



Fantastische Perspektiven

Mit dem Konzept „hali blue office“ und dem Bekenntnis zur bedingungslosen Nachhaltigkeit hat der Eferdinger Büromöbelhersteller ein Alleinstellungsmerkmal am österreichischen Markt.

Hali hat sich der Nachhaltigkeit verschrieben und präsentiert dazu nun seinen ersten Bericht. Das Unternehmen aus Eferding orientiert sich freiwillig an den UNO-Nachhaltigkeitszielen und erfüllt die Vorgaben des Klimaschutzpaktes 2020 schon jetzt. Das wurde hali von der Österreichischen Energieagentur, die für die jährliche externe Prüfung zuständig ist, für das Jahr 2016 bestätigt.

„Wir haben uns 2015 dazu entschieden, das Thema Nachhaltigkeit noch konsequenter zu verfolgen. In einem Büromöbelmarkt, der von Austauschbarkeit und Verdrängung geprägt ist, sind klare Positionierungen notwendig. Wir wollen mit hali nicht nur zukunftssicher wirtschaften, sondern auch ein Umfeld bieten, in dem angenehmes, kreatives und produktives Arbeiten möglich ist. Zudem wollen wir Vorbild und Inspiration für andere Unternehmen sein. Wenn man Nachhaltigkeit ernst nimmt, dann muss sie sich in jedem Bereich der Wertschöpfung eines Unternehmens wiederfinden“, sagt Geschäftsführer Günther Marchtrenker.

Im Zuge des „hali blue office Nachhaltigkeitsprogramms“ wurde das Logo von Rot auf Blau umgestellt – in Anlehnung an den Gedanken der „blue economy“ und des „blauen Planeten“. „Durch das Bekenntnis zu enkeltauglichem Wirtschaften und die Vision, aus dem Unternehmen etwas Besonderes zu machen, ist die ‚fantastische Welt von hali‘ entstanden. Mit dem Veröffentlichenden des ersten Nachhaltigkeitsberichts gehen wir den eingeschlagenen Weg konsequent weiter“, so Marchtrenker.

Der Umwelt verpflichtet

Seit 2005 reduzierte hali die CO₂-Emissionen um 47 Prozent und senkte den Energieverbrauch pro produziertem Möbelstück um 42 Prozent. Seit 2011 wurden außerdem 293 Maßnahmen im Bereich der betrieblichen Gesundheitsförderung durchgeführt. hali arbeitet an seinen Zielen im Großen und im Kleinen. Bei Lieferanten wird auf möglichst kurze Anfahrtswege geachtet. Sämt-



Die Ziele des Klimaschutzpaktes 2020 erfüllt hali bereits jetzt.

liche Möbel, die hergestellt werden, sind mit dem österreichischen Umweltzeichen ausgezeichnet und nach PEFC zertifiziert. Selbst bei Firmenevents und bei der Kaffeeauswahl wird auf die Einhaltung nachhaltiger Kriterien geachtet.

Trotz der guten langfristigen Perspektiven ist es nicht immer einfach, den Nachhaltigkeits-Schwerpunkt auch in kurzfristigen wirtschaftlichen Erfolg umzusetzen. „Einerseits spüren wir eine zunehmende Sensibilisierung und Wertschätzung für unsere Art der Unternehmensführung. Andererseits spielt sie bei vielen Kundenentscheidungen nach wie vor keine oder bloß eine untergeordnete Rolle. Oft geht es einfach nur um den Preis“, sagt Marchtrenker. „Im Bereich der öffentlichen Hand sehen wir die Politik am Zug, im Bundesvergabegesetz neben dem Bestbieterprinzip das Thema Nachhaltigkeit mit messbaren Kriterien noch stärker in den Vergabemechanismus zu integrieren.“

Über hali

hali ist Systemhersteller von Büromöbeln in Österreich und eine Top-Marke im nationalen und internationalen Branchenumfeld. In Eferding (Oberösterreich), dem Headquarter von hali, werden auf einem Areal von 35.000 m² ca. 48 Millionen Varianten an Systemmöbeln in Klein- als auch Großserie hergestellt. Die Produktionsfläche ist mit den modernsten Maschinenanlagen zur Holzver- und -bearbeitung ausgestattet. Als klimaaktiv pakt2020 Partner verpflichtet sich hali zur Erreichung genau definierter Klimaschutzziele bis zum Jahr 2020. Mit sieben Vertriebsniederlassungen in Österreich beträgt der Konzernumsatz im Geschäftsjahr 2015/16 EUR 43,7 Millionen bei einer Mitarbeiteranzahl von 233. hali ist Marktführer in Österreich und hält im Geschäftsjahr 2015/2016 einen Marktanteil von 14 Prozent bei einem Exportanteil von ca. 16,5 Prozent.

www.hali.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.