

EXPORT today

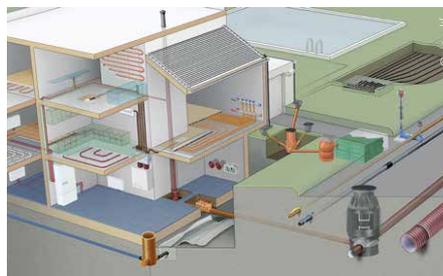
IHRE WÖCHENTLICHE INFORMATIONSQUELLE RUND UM DEN EXPORT

Ausgabe 34/2019

Volles Rohr

Neuausrichtung bei Pipelife.

Österreichs größter Hersteller von Kunststoffrohren, die Firma Pipelife Austria mit Sitz in Wiener Neudorf, befindet sich in einer Phase tiefgreifender Umstrukturierung und Neuausrichtung. „Wir entwickeln uns von einem reinen Rohranbieter zu einem Anbieter ganzer Rohrsysteme, so z.B. für Elektroinstallationen, für Datenträger, aber auch für Wasser und Abwasser“, erklärt Heimo Scheuch, Vorstandsvorsitzender der Pipelife-Muttergesellschaft Wienerberger AG. Chancen auf weiteres Wachstum im Rohrgeschäft sieht Scheuch durch Zukäufe sowie im Export, insbesondere in Osteuropa: „Polen, die baltischen Staaten Estland und Lettland sowie der Balkan mit Rumänien, Bulgarien und Griechenland laufen gut. Dort werden viele Infrastruktur-



Die Wasserversorgung oder -entsorgung erfolgt in Österreich meistens mittels Pipelife-Rohr.

projekte der EU umgesetzt, wovon auch wir profitieren.“ Der Pipelife-Konzern, ein Unternehmen mit mehr als 2.600 Beschäftigten, ist in 26 Ländern Europas und in den USA vertreten.

www.pipelife.at

Inhalt

| | |
|-------------------------|----|
| Smarter Millstätter See | 02 |
| Digitale Transformation | 03 |
| Sauberes Forum Alpbach | 05 |
| Allianz für Österreich | 06 |
| Exklusive Vermarktung | 08 |

Top-Erfolg

Käse von Exportqualität.

Der Waldviertler Nahrungsmittelherzeuger „Die Käsemacher“, der jedes dritte seiner erzeugten Produkte exportiert, will das Auslandsgeschäft weiter forcieren. Hauptabsatzmärkte außerhalb Österreichs sind zurzeit Frankreich, die Benelux-Staaten, Deutschland, Italien und Spanien. Die beiden EU-Länder am Mittelmeer stehen ab sofort verstärkt im Fokus der Bemühungen. „Italien und Spanien haben sich im Vorjahr geschäftlich sehr positiv entwickelt“, erklärt Käsemacher-GF Doris Ploner.

www.kaesemacher.at

Fokus

Pistensanierung

PORR erhält weiteren Großauftrag in Rumänien.

Die PORR unterzeichnete unlängst den Vertrag für die Generalinstandsetzung der Piste 2 am Henri Coanda Flughafen in Bukarest-Otopeni. Der Generalunternehmerauftrag beläuft sich auf rund 23 Millionen Euro. Gegenstand des Vertrags sind Planung und Generalsanierung der 3,5 Kilometer langen Piste des größten Flughafens in Rumänien. Der Auftrag umfasst das Abfräsen des Asphalts auf der existierenden Betondecke, die Sanierung der Betonpiste und die Herstellung eines neuen Asphaltüberbaus. Gleichzeitig werden die Regenentwässerung,

die elektrische Ausstattung und das Beleuchtungssystem erneuert. Die PORR sichert sich damit nun den vierten Großauftrag für die Herstellung von Flughafenbetriebsflächen in Rumänien und zeigt, dass die Spezialisierung auf den Pistenbau europaweit Zuspruch findet. Damit unterstreicht das Bauunternehmen die Vorreiterrolle im Bereich Pistenbau aufs Neue: Neben den Projekten in Rumänien, wurden kürzlich Pistensanierungen am Flughafen Köln und Flughafen Salzburg erfolgreich umgesetzt.

Ihre EXPORT today-Redaktion

www.porr-group.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

Smarter Millstätter See

Die Destination geht zusammen mit dem Kärntner Unternehmen Xamoon zukunftsweisende Wege.

Am Millstätter See ist längst das interaktive Zeitalter angebrochen und zusammen mit den Gemeinden und Tourismusverbänden wurden an den Logenplätzen der Destination mobile Infopoints angebracht.

Urlaub als Erlebnis

Anstelle Schilder und Tafeln in der Natur aufzustellen, findet man dezente blaue Labels an vielen Erlebnisorten rund um den Millstätter See. Dank smarter Zugangstechniken wie QR-Codes und Near Field Communication (NFC) von Xamoon werden die Besucher mit ihrem Smartphone von Punkt zu Punkt geleitet. Egal ob Geschichten, Wanderkarten oder Hinweise zu weiteren touristischen Zielen, der Gast erhält aktuelle maßgeschneiderte Informationen, um die See- und Bergberührungen® perfekt zu erleben.

Millstätter See ist digitaler Star

Zahlreiche Plätze am Millstätter See sind mit kurzweiligen Texten und ansprechenden Bildern interaktiv ausgestattet und laden zum Verweilen ein. Am Granattor rücken die rubinroten Halbedelsteine sowie der Drei-Täler-Blick in das Zentrum der Anekdoten und Spittal begeistert mit einem interaktiven Stadtrundgang auf seinem Baukulturweg. „Mit dem digitalen Angebot können wir die Besucher direkt am Ort des Geschehens auf weitere Logenplätze hinweisen“, verrät Maria Theresia Wilhelm, Geschäftsführerin Millstätter See Tourismus GmbH.

Immer aktuell

Spannend an der technischen Ausführung von Xamoon ist, dass die Coderierungen nicht einfach auf eine bereits bestehende



Jederzeit abrufbare Informationen über die schönsten Logenplätze am Millstätter See.

Homepage hinführen, sondern auf eine mobile Webseite, die nutzerfreundlich mit Bildern und Texten sowie Verlinkungen aufbereitet worden ist. Der Millstätter See Tourismus wie auch die TVBs können schnell und immer aktuell diese Seiten verwalten und auf spezielle Angebote aufmerksam machen. Bis Ende der Saison werden weitere Logenplätze in Seeboden und Döbriach am Millstätter See digitalisiert. <

www.millstaettersee.com

Berufsbegleitend studieren

Professional MSc Management und IT Digital Corporate Governance MBA

Die berufsbegleitenden Masterlehrgänge „Professional MSc Management und IT“ und „Digital Corporate Governance MBA“ verbinden klassisches Wissen zur Unternehmensführung mit neuen Digitalisierungsstrategien. Im allgemeinem Kerncurriculum und berufsspezifisch ausgerichteten Spezialisierungen werden Inhalte und Methoden für eine erfolgreiche Umsetzung der digitalen Transformation in der Praxis übermittelt.

Spezialisierungen: > IT-Consulting > Strategie, Technologie und Management > Information Security Management > Supply Chain Management > Industrial Maintenance Management

Information: maria.schuler@donau-uni.ac.at, Tel. +43 (0)2732 893-2307

www.donau-uni.ac.at/mit

MSc Security and Safety Management

Ziel des Lehrgangs ist die Vorsorge von Sicherheit für Personen und Sachwerten in einer professionellen Form durch entsprechend ausgebildete und erfahrene Fachleute. Sie umfasst die präventive Gewährleistung von Sicherheit und die Gefahrenabwehr unter Zuhilfenahme von personellen und technischen Ressourcen.

Information: ingeborg.zeller@donau-uni.ac.at, Tel. +43 (0)2732 893-2316

www.donau-uni.ac.at/ssm



Donau-Universität Krems. Die Universität für Weiterbildung.

Digitale Transformation

Peter Parycek und Walter Seböck von der Donau-Universität Krems sprachen mit NEW BUSINESS Herausgeber Lorin Polak über die Digitalisierung in Wirtschaft und Gesellschaft.

Wie wird die Digitalisierung Unternehmensstrategien verändern?

Parycek: Durch die rasanten Entwicklungen der letzten Jahre müssen sich alle Branchen intensiv mit der Digitalisierung und ihren Auswirkungen auseinandersetzen. Bislang haben wir die IT hauptsächlich zur Prozessoptimierung eingesetzt, ohne die damit verbundenen Geschäftsmodelle in Frage zu stellen. Aber jetzt beginnt die Software, in die Objekte hineinzuwachsen, und mit dieser fortschreitenden Digitalisierung der Gesellschaft sehen wir, dass alle Branchen gefordert sind, ihre Dienstleistungen und Produkte zu hinterfragen.

Wird die Digitalisierung neue Funktionen im Unternehmen schaffen?

Parycek: Ja, diese Entwicklung führt schlussendlich auch dazu, dass wir einen „Chief Data Officer“ in der Geschäftsführung brauchen. Bisher waren die IT-Leiter in der Rolle, Prozesse und Informationen zu verknüpfen und diese intern und extern fließen zu lassen. Das reicht nicht mehr. Unternehmen müssen sich überlegen, was diese technologische Revolution für Produkte und Services bedeutet. Genau diesen Paradigmenwechsel geben wir den Studierenden in der Weiterbildung sowohl im IT- als auch im Managementbereich mit.

Was hat Sie zur inhaltlichen Zusammenarbeit mit NEW BUSINESS bewogen?

Parycek: Weil die Unternehmen unabhängig von ihrer Branche auf diesen Paradigmenwechsel aufmerksam gemacht werden müs-



Peter Parycek,
Leiter Department
für E-Governance
in Wirtschaft und
Verwaltung



sen. Die Partnerschaft mit NEW BUSINESS lag auf der Hand, da Ihr Magazin die Transformation bereits im Namen trägt.

Welche Rolle spielt die Informationssicherheit in der Digitalisierung?

Seböck: Informationssicherheit wurde auf das Funktionieren der IT reduziert und war damit in der Technik angesiedelt. Das änderte sich mit der Durchdringung aller Wertschöpfungsprozesse durch die IT und der daraus folgenden Abhängigkeit von Unternehmen und Gesellschaft von der IT. Damit rückten die IT und der Wert von Informationen zunehmend in den Fokus. Daten wurden zur Ware und Ware schützt man. Die Digitalisierung aller Bereiche beschleunigt diese Entwicklung und nun gilt es, Werte wie Transparenz, Offenheit und Kollaboration neu zu definieren sowie neue Geschäftsfelder und -modelle zu entwickeln und zu schützen. Damit wird die Verbindung zwischen Technologie, Kreativität und Sicherheit zum bestimmenden Faktor des Wirtschaftsstandorts.

Die Donau-Universität setzt auf einen Forschungs- und Weiterbildungsschwerpunkt zum Thema Sicherheit. Was kann man sich darunter vorstellen?



Walter Seböck,
Zentrumsleiter
Infrastrukturelle
Sicherheit

Seböck: Wir erleben derzeit die Ablöse der alten Modelle des Industriezeitalters durch die Netzwerkgesellschaft, die den Prinzipien Zusammenarbeit, Offenheit, Teilen und Interdependenz folgt. Bedingt durch das explosionsartige Anwachsen von Daten muss das Problem des Datenmissbrauchs und der ungewollten Transparenz noch gelöst werden. Wir brauchen aber nicht so weit zu gehen, um zu sehen, wie brandaktuell das Thema Sicherheit ist. Uns ist allen klar, dass es eine hundertprozentige Sicherheit nicht geben kann, dass Sicherheit ein Prozess und stark mit Emotionen und wenig mit Logik beschreibbar ist. Wir sprechen von Safety im Sinn von Betriebssicherheit und von Security im Sinn von Angriffssicherheit. Alle sind aufgefordert, Visionen und Fragen zu formulieren, denn Security hat nur einen Fokus: den Menschen. <

www.donau-uni.ac.at



Ein guter Ruf

verbreitet sich von selbst!
96% der Kunden empfehlen

AKZEPTA

Erfolgreich und empfehlenswert
– seit mehr als 30 Jahren!



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.akzeptacom

www.1000-kundenmeinungen.eu

Forum Alpbach fährt sauber

SMATRICS als Mobilitätspartner hat für das Europäischen Forum Alpbach einen umweltfreundlichen E-Shuttleservice für internationale Speaker eingerichtet.



Umweltfreundlicher E-Shuttleservice von SMATRICS für die Speaker des EFA

Von 14. bis 30. August ist im Dorf der Denker zu sehen, wie nachhaltige Mobilität funktionieren kann. SMATRICS, das österreichische E-Mobilitäts-Unternehmen mit dem schnellsten Ladenetz im ganzen Land, ist Mobilitätspartner des Europäischen Forum Alpbach und sorgt damit auch im dritten Jahr für einen umweltfreundlichen und emissionsarmen Shuttlebetrieb. Die Shuttleflotte aus rein elektrischen Modellen und Plug-In-Hybridfahrzeugen wird im EFA/SMATRICS-Branding für den Transfer von Sprecherinnen und Sprechern eingesetzt.

Die nachhaltige Shuttleflotte besteht dabei aus vollelektrischen Autos und Plug-In-Hybriden der Marken Hyundai, Jaguar, KIA, Nissan, Mitsubishi, Mercedes-Benz und Volvo. Somit werden die Speaker während des Forums sauber und leise von A nach B gebracht.

Mobilität der Zukunft

„Wir freuen uns, dass sich die Zusammenarbeit mit dem Europäischen Forum Alpbach

so gut entwickelt hat“, sagt SMATRICS Geschäftsführer Dr. Michael-Viktor Fischer. Was mit einem einzigen E-Auto als Ausstellungsstück begann, ist mittlerweile zu einem großen Projekt gewachsen. „Weil wir uns unermüdlich dafür einsetzen, den Menschen zu erklären, dass den emissionsfreien Fahrzeugen die Zukunft gehört“, betont Fischer, der als Teilnehmer an der Podiumsdiskussion „Wahlfreiheit vs. Regulierung beim Umstieg auf alternative Antriebe“ am 28. August einmal mehr eine Lanze für die Elektromobilität brechen wird.

Dass Entwicklungen auch immer von der Politik abhängen, zeigt ein praktisches Beispiel in Tirol. Hier wurde nach langen Diskussionen ein Vorschlag umgesetzt, der einzig E-Auto-Fahrern vorbehalten ist: Auf der Innsbrucker Autobahn dürfen sie den sogenannten „Lufthunderter“ (IG-L) schlichtweg ignorieren und erreichen so das Dorf der Denker schneller, leiser und ohne Emissionen.

„Mit unserer Shuttleflotte in Alpbach wollen wir auch immer neue Modelle herzei-

gen, deren Reichweiten kontinuierlich steigen – auch die Preise werden immer konkurrenzfähiger. Wir hoffen, damit wieder den einen oder anderen mit dem E-Virus zu infizieren und viele E-Mobilitätsfans zu gewinnen“, so Fischer abschließend.

Über SMATRICS

SMATRICS ist führender Anbieter von Dienstleistungen rund um das Thema Elektromobilität und betreibt als erster und einziger Anbieter ein flächendeckendes LadeNetz in Österreich und über die Grenzen hinaus. Der Strom für das Hochleistungs-LadeNetz mit 400 Ladepunkten im Umkreis von rund 60km kommt zu 100% aus österreichischer Wasserkraft. Das Leistungsspektrum umfasst zudem maßgeschneiderte Ladelösungen für Unternehmen, deren Mitarbeiter, Kunden und Gäste. Von der Beratung über Installation und Betrieb der Infrastruktur bis hin zu individuellen Verrechnungsmodellen bietet SMATRICS alle Leistungen aus einer Hand.

www.smatrics.com



Die Wissenschaftsallianz lenkt die Aufmerksamkeit auf einige Faktoren für die künftige FTI-Strategie.

Wissenschaftsallianz

Wirtschaft & Forschung gemeinsam für die Stärkung des Innovationsstandorts Österreich.

Die Wissenschaftsallianz befürwortet eine Steigerung des Anteils der im Wettbewerb vergebenen Forschungsmittel, eine einfachere und wirkungsorientierte Steuerung der Forschungs- und Innovationsförderungseinrichtungen durch ein neues Forschungsrahmengesetz und ein planbares jährliches Wachstum von zumindest sieben Prozent der Förderungsbudgets für die im Forschungsrahmengesetz erfassten Einrichtungen.

Mit Blick auf die Neufassung einer FTI-Strategie bis 2030 fordert Generalsekretär-Stellvertreterin Mariana Kühnel ein Plus des bundesfinanzierten Anteils: „Österreichische Betriebe und ihre Eigentümer werden im Jahr 2019 voraussichtlich F&E-Aufwendungen von rund 8,1 Mrd. Euro tätigen. Sie schaffen damit die Potentiale, die wir für künftiges Wachstum und Beschäftigung brauchen. Darüber hinaus geben Unternehmen ca. eine Milliarde jährlich für die nicht-forschungsbasierte Innovation aus. Während die Wirtschaft ihr Investment und Forschung und Innovation in den letzten Jahren überdurchschnittlich gesteigert hat, ist der von Bund und Bundesländern finanzierte Anteil zurückgegangen. Jetzt, wo das Ziel der bisherigen FTI-Strategie von 2/3 privat finanzierten F&E-Aufwendungen praktisch erreicht ist und Österreich jährlich

rund 200 Mio. Euro an EU-Mitteln lukrieren kann, darf der Anteil des Bundes und auch der Bundesländer für Forschung, insbesondere für die angewandte Forschung, nicht fallen. Das erklärte Ziel ist, dass sich Österreich im internationalen Innovationswettbewerb weiter verbessert und zu den „Innovation Leaders“ vorstößt“, so Kühnel. Wichtig sei auch die Sicherung der Leistungsfähigkeit der FTE-Nationalstiftung über das Jahr 2020 hinaus, damit die Größenordnung von ursprünglich 125 Mio. Euro pro Jahr langfristig erhalten bleibe.

Neune Geschäftsmodelle berücksichtigen „Die Wirtschaftskammer hat mit der Innovationsstrategie und der Fokussierung ihres internationalen Leistungsangebots für die heimischen Betriebe den Kurs zu einer höheren Innovationsfähigkeit der Wirtschaft gesetzt. Die Ziele der Innovationsstrategie, die Breite der Innovation im wirtschaftlichen Umfeld abzubilden und neben Wissenschaft und Technik auch die Innovation durch Kreativleistungen, neue Geschäftsmodelle und die Innovation in Märkten und in der Gesellschaft zu berücksichtigen, sollten auch in einer neuen FTI-Strategie Berücksichtigung finden“, so Kühnel abschließend.

<http://news.wko.at/oe>

E-Commerce

FMA verlängert Frist zur Umsetzung der starken Kundenauthentifizierung

Österreichs Finanzmarktaufsichtsbehörde (FMA) wird die Frist zur Umsetzung der starken Kundenauthentifizierung („2-Faktor-Authentifizierung“) bei Kartenzahlungen im E-Commerce-Bereich verlängern, um betroffenen Zahlungsdienstleistern und Handelsunternehmen zusätzliche Zeit für technische Umstellungen zu ermöglichen. Die FMA macht damit von der Möglichkeit einer „aufsichtsbehördlichen Nachsicht“ Gebrauch, welche ihr von der Europäischen Bankenregulierungsbehörde (EBA) eingeräumt wurde. Betroffene Zahlungsdienstleister sind dazu angehalten der FMA einen Umsetzungsplan zu übermitteln und die FMA laufend über den Fortschritt des Implementierungsprozesses zu informieren. Die neue Frist zur Umsetzung der starken Kundenauthentifizierung im E-Commerce-Bereich sowie Details zum Umsetzungsprozess und zu laufenden Informationspflichten werden auf europäischer Ebene Ende September 2019 beschlossen und europaweit einheitlich gelten. Diese Faktoren sind: Wissen, Besitz und Integrität.

Starke Kundenauthentifizierung

Weitere Bereiche, in welchen die starke Kundenauthentifizierung zukünftig anzuwenden ist – wie zum Beispiel beim Online-Zugriff auf ein Zahlungskonto, bei elektronischen Überweisungen, oder bei Point of Sale-Zahlungen – sind nicht von der Fristverlängerung betroffen. In diesen Bereichen muss die starke Kundenauthentifizierung somit ab dem 14. September 2019 europaweit angewendet werden.

Starke Kundenauthentifizierung bedeutet, dass die Identität einer zahlenden Person mindestens anhand zweier Faktoren von insgesamt drei zu überprüfen ist, um Betrugsfälle im Zahlungsverkehr zu minimieren. Ursprünglich hatten Unternehmen bis 14. September 2019 Zeit, auf starke Kundenauthentifizierung umzustellen.

www.fma.gv.at

GEHT NICHT, GIBT'S NICHT.

WIR WACHSEN MIT IHREN ANFORDERUNGEN!



Sind Sie bereit für den "digitalen Wandel" oder schon mit-tendrin? Die Auseinandersetzung mit dem Thema Digitalisierung löst bei vielen Verantwortlichen und Entscheidern gemischte Gefühle aus. Digitalisierung wird meist als Herausforderung und Wagnis wahrgenommen – es geht schließlich darum, altbekannte und vertraute Systeme zu verändern und bestehende Arbeitsweisen infrage zu stellen. Zusätzlich betreffen Digitalisierungsmaßnahmen alle Bereiche eines Unternehmens.

Die Möglichkeiten, die in der Digitalisierung liegen, müssen jedoch früher oder später genutzt werden, um wettbewerbsfähig und erfolgreich zu bleiben. Es führt kein Weg an der digitalen Transformation vorbei. Unternehmen müssen sich dieser Herausforderung stellen – möglichst frei von Ängsten, mit viel Lust auf Neues und einer gewissen Hartnäckigkeit. Ein IT-Partner, der im Laufe der Jahre schon viele Veränderungen mitgemacht hat und stets voraus schaut, kann mit seiner Erfahrung und Kompetenz auch bei dieser Transformation für das nötige „Wohlgefühl“ und gelungene Entwicklungen sorgen.

Am besten, Sie sprechen direkt mit uns!

Telefon +43 1 416 94 49-0 oder office@wmr.at

BESUCHEN SIE WWW.WMR.AT

Intelligente Lösungen für IBM AS/400. Jetzt informieren!

WMR – eine Marke von
ROHA Software Support GmbH
Ameisgasse 49-51, A-1140 Wien

Musikland Österreich

styria digital one vermarktet ab sofort volume.at

Seit Mai 2008 dokumentiert, gestaltet und moderiert Volume den popkulturellen Zeitgeist live, offline oder online. Das Joint Venture von Österreichs erfolgreichster Konzertagentur „Barracuda Music“ und einer der führenden Agenturen für Jugendmarketing „Media in Progress“ hat sich längst zur eigenständigen Agentur entwickelt. Neben der stetig wachsenden Verlagsarbeit und den digitalen sowie grafischen Dienstleistungen steht vor allem die exklusive Vermarktung der hierzulande größten Musikfestivals (Nova Rock & FM4 Frequency) im Unternehmensvordergrund. Für die Vermarktung des digitalen Musik- und Studentenmagazins volume.at hat sich der Verlag nun einen starken Partner an Bord geholt. Die styria digital one (sd one), Österreichs führende digitale Vermarktungsgemeinschaft, bietet volume.at ab sofort zur Buchung in ihrem Portfolio an.

Der Grund dafür ist laut Volume-Geschäftsführer Michael Ledl „die digitale Uhr, die sich verflucht schnell dreht und laufend neue Möglichkeiten eröffnet. Mit unseren Medien, Events und Produkten haben wir in diesem Bereich viel Potenzial zu heben. Ich freue mich daher besonders, mit der styria digital one einen professionellen Partner gefunden zu haben, der unsere komplexen Bedürfnisse versteht und auch die Möglichkeiten, die wir bieten, erkennt.“

Marion Stelzer-Zöchbauer, Prokuristin und Head of Media Sales der sd one, freut sich ebenfalls sehr über die Kooperation: „Mit volume.at haben wir nach Media in Progress, Österreichs größtem Digital-Netzwerk von Uni-, FH-, ÖH- und Studentenportalen, nun ein weiteres starkes, junges Portal im Netzwerk, dass für unsere Kunden eine noch größere Reichweite in der studentischen und, darüber hinausgehendend, der jungen Musik- und Festival-begeisterten Zielgruppe bietet.“

Volume ist laut, live und leidenschaftlich. Die besten Musikveranstaltungsphotos, Events und Konzert- & Festivalnews aus erster Hand bringen die Magazininhalte ins digitale Hier & Jetzt. Die Zielgruppe von volume.at entspricht jener der großen Live-



Volume-Geschäftsführer Michael Ledl und styria digital one Prokuristin und Head of Media Sales Marion Stelzer-Zöchbauer

Events und -Festivals und deren vorrangig jungen Besuchern (16 - 35 Jahre). Volume.at kann über 1,5 Mio. Page Impressions und 80.000 Unique Clients pro Monat aufweisen, sowie 65.000 Facebookfans.

Ganz. Schön. Laut. Stark.

Volume ist ein junges Medienhaus, innovative Agentur und Technologie-Provider im Herzen Wiens mit tiefen Wurzeln in der Musik- und Festivalkultur. Das Joint Venture von Österreichs erfolgreichster Konzertagentur „Barracuda Music“ und einer der führenden Agenturen für Jugendmarketing „Media in Progress“ produziert, verbreitet und vermarktet Medieninhalte im Print-Magazin Volume, auf den Websites wie volume.at und über Social Media Kanäle. Auch die exklusive Vermarktung der hierzulande größten Musikfestivals (Nova Rock & FM4 Frequency) steht im Unternehmensvordergrund. Volume inszeniert Marken kreativ, serviceorientiert & besuchernah auf den größten Festivals des Landes und in deren digitalem Kosmos. Volume leistet technisch Innovatives für Partner aus Wirtschaft & Musikindustrie. Dabei kom-

muniziert Volume auf Augenhöhe mit einer über klassische Wege immer schwieriger zu erreichenden Zielgruppe.

Österreichs führende Onlinevermarktungsgemeinschaft

styria digital one ist innovativer Sparring-Partner für Unternehmen in der Digitalisierung. Die sd one verantwortet die digitale Vermarktung der österreichischen ‚Styria Media Group‘-Portale wie kleinezeitung.at, DiePresse.com, ichkoche.at, wienerin.at, ligaportal.at, uvm. sowie externer Online-Angebote. Für zahlreiche namhafte Kunden aus allen Branchen betreut die sd one die Konzeption, Umsetzung und Erfolgsmessung von Digital-Kampagnen inkl. Content-Erstellung sowie die Entwicklung von Digitalisierungsstrategien und neuen Kommunikationslösungen und Werbeprodukten. Das große Medien- und Kunden-Netzwerk, die vielfältige Digital-Expertise und die Vernetzung mit der Content-Marketing-Agentur Styria Content Creation machen die sd one zu einem vertrauenswürdigen und verlässlichen Partner für sämtliche digitalen Lösungen aus einer Hand. <

www.sdo.at | www.volume.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.