

# EXPORT today

IHRE WÖCHENTLICHE INFORMATIONSQUELLE RUND UM DEN EXPORT

Ausgabe 43/2020

## Top-Fünf

Auszeichnung für Digitalisierungsstrategie.

Mit ihren RegioStars-Preisen zeichnet die Europäische Kommission jedes Jahr die innovativsten regionalen Projekte in Europa aus. Verliehen werden die RegioStars Awards an solche EU-finanzierte Konzepte, die neue Ansätze in der regionalen Entwicklung hervorbringen und ihre Exzellenz unter Beweis stellen. In der Kategorie „Industrieller Wandel für ein intelligentes Europa“ – eine von fünf Wertungen – hat es heuer das „Haus der Digitalisierung“ aus Österreich in die Endausscheidung geschafft. Aus mehr als 200 eingereichten Projekten wurde dieses Programm schließlich unter die Top-Fünf gereiht. „Die Nominierung zum RegioStars Award stärkt unser Digitalisierungsnetzwerk in Europa“, erläutert Landeshauptfrau Johanna Mikl-Leitner.



© NIK/Fitzwieser

Im „Haus der Digitalisierung“ werden digitale Knotenpunkte an niederösterreichischen Standorten entwickelt.

Das „Haus der Digitalisierung“ ist eine Initiative des Landes Niederösterreich, die im Zuge der Erstellung der NÖ Digitalisierungsstrategie 2017 entstanden ist. <

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

### Inhalt

Internationaler Zusammenschluss	02
Lebensmittelexport im Aufwind	03
Ausgezeichnete Nachhaltigkeit	05
Neuer Leiter bei Helvetia	05
Export besser als erwartet	06

### Top-Erfolg

#### Ein goldenes Vlies?

Gleich vier Innovationen hat Michael Veigl, Einpersonnenunternehmer und Geschäftsführer der Secvel Technologies GmbH im niederösterreichischen Strengberg beim riz up GENIUS Ideen- und Gründerpreis 2020 in der Kategorie „Geniale UnternehmerInnen“ eingereicht. Für KARABASE, einem Vegetationsvlies aus Schafwolle, gab es eine Nominierung. Die Exportquote dieses Produktes kommt auf 25 Prozent, die nach Deutschland, Italien und in die Schweiz gehen.

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

### Fokus

## Geschenk an Havanna

### Österreichische Müllautos im kubanischen Dienst.

Österreichs größter Hersteller von Kommunalfahrzeugaufbauten, die Maschinen-Umwelttechnik-Transportanlagen GmbH (M-U-T), zeigt mit seinen Produkten auch in Übersee Flagge. Ab sofort sind auf den Straßen der kubanischen Hauptstadt Havanna 20 Müllautos unterwegs, die aus der M-U-T-Fertigung stammen. Bei den Fahrzeugen handelt es sich um ausrangierte, aber funktionstüchtige Müllwagen aus dem Fuhrpark der Wiener Magistratsabteilung MA48. Die markant-orangefarbenen Müllautos erhalten die Kubaner kostenlos, be-

zahlt werden musste lediglich die Schiffs-passage von Europa auf die Karibik-Insel. Schon seit 2003 besteht eine von der Natur-, Kultur- und Landschaftsschutzorganisation Alliance for Nature initiierte Städtepartnerschaft zwischen Wien und Havanna. Weil die kubanische Hauptstadt mit einem veralteten Fuhrpark, zu wenig Ersatzteilen und untauglichen Deponieflächen zu kämpfen hat, erhalten die dortigen Behörden immer wieder Unterstützung von ihren Wiener Arbeitskollegen.

Ihre EXPORT today-Redaktion

[www.m-u-t.az](http://www.m-u-t.az)

### 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](http://www.newbusiness.at)



Die Speed U Up Geschäftsleitung.  
V.l.n.r.: Sarah Huber, Laura Bauer, Fabian Lechner und Melanie Lenz

Gemeinsam mit dem führenden Medienkonzern der Südstschweiz, der Samedia AG, gründet die Tiroler Digitalagentur ein Joint Venture am Schweizer Markt: Die Speed U Up Suisse AG. Gleichzeitig beteiligt sich die Samedia AG bei der österreichischen Speed U Up GmbH.

Durch den internationalen Zusammenschluss gewinnt die Speed U Up Zugang zu neun von zehn Einwohnern der Südstschweiz. Zur Verfügung steht dafür die gesamte Bandbreite der Samedia-Kommuni-

## Zusammenschluss

Die am stärksten wachsende Digitalagentur im Alpentourismus, die Speed U Up, expandiert in die Schweiz.

kationskanäle. Dieser Schritt ermöglicht es der Speed U Up österreichischen und deutschen Destinationen/Leistungsträgern den Schweizer Markt zukünftig aus erster Hand vertriebs- und marketingtechnisch zu erschließen – als Agentur und Medienhaus in einem. Sarah Huber, Geschäftsleitung Speed U UP Innsbruck und Thomas Kundert, CEO Samedia, freuen sich, dass der Verlag aus den Schweizer Alpen und die Digitalagentur aus den Tiroler Alpen zusammengefunden haben. Insgesamt entstehen weitere 75 neue Arbeitsplätze.

### 2 Partner, 2 Standorte

Mit den Büros in Innsbruck und Chur setzt die Speed U Up ihren Weg zur „No. 1 Digitalagentur für Tourismus im gesamten Alpenraum“ konsequent fort. Darüber hinaus

werden Präsenz und Betreuung der Kunden in jeweiligen Land gestärkt.

### Über Samedia

Als Kompetenzzentrum für Kommunikation entwickelt, produziert Samedia individuelle Kampagnen, Konzepte und Lösungen für Unternehmen, Verlage, Verbände und Behörden.

### Über Speed U Up GmbH

Speed U Up ist spezialisiert auf Online-Kommunikation für den Alpentourismus. Aktuelle Projekte liegen in den Bereichen Social Media, Guerilla- und Performance-Kampagnen, Content Produktion und Distribution, sowie Amazon Alexa Skills und Google Actions.

[www.speed-u-up.at](http://www.speed-u-up.at) | [www.samedia.ch](http://www.samedia.ch)

35 JAHRE  
Kompetenz

## LEAN BACK LÖSUNGEN VON DEN BRANCHEN- EXPERTEN

- › PC-Systeme
- › HMI-Lösungen
- › Mobile Konzepte
  
- › Industrie 4.0
- › Smart Factory
- › IIoT

- › individuell
- › beratungsstark
- › servicekompetent

INDUSTRIE-PC  
PANEL-PC  
INDUSTRIEMONITOR  
MOBILE COMPUTING

 **ELECTRONIC**  
perfect industrial IT  
[www.tl-electronic.at](http://www.tl-electronic.at)

# Lebensmittelexport im Aufwind

Der österreichische Lebensmittelexport trotz der Coronakrise. Nur ein starker EU-Binnenmarkt öffnet die Türen für Lebensmittel „Made in Austria“.

Die ersten Exportzahlen für 2020 stimmen uns sehr optimistisch: Unsere heimischen Lebensmittelexporteure konnten eindrucksvoll zeigen, dass sie auch in der Coronakrise mit ihren Lebensmitteln ‚Made in Austria‘ rund um den Globus punkten konnten“, freut sich Mag. Katharina Koßdorff, Geschäftsführerin des Fachverbands der Lebensmittelindustrie, über die vorläufigen Halbjahresergebnisse für dieses Jahr. Die Erzeugnisse der Lebensmittelindustrie legten mit einem Wert von 3,8 Mrd. Euro um 3,1 % zu. Beim Anteil an Gesamtexporten Österreichs erzielten die Lebensmittelexporte mit 5,6 % sogar einen neuen Bestwert.

## Starker EU-Binnenmarkt

Welche immense Bedeutung der EU-Binnenmarkt für die österreichische Lebensmittelindustrie hat, bestätigen ebenfalls eindrucksvoll die aktuellen Halbjahreszahlen. Die EU bleibt der wichtigste Markt für österreichische Lebensmittel: Rund 70 % der Lebensmittelexporte gehen in die EU. Auch Milchprodukte wie Käse, Süß- und Backwaren sowie eine Vielzahl an Lebensmittelzubereitungen. Heimische Futtermittel sind im Ausland ebenfalls sehr gefragt.

Damit die heimischen Lebensmittelexporteure auch in Zukunft weiterhin erfolgreich sein können, ist ein starker EU-Binnenmarkt essentiell. Tendenzen zur Renationalisierung bereiten der Branche indes Kopfzerbrechen. Neben offenen Grenzen steht die Lebensmittelindustrie für eine faire Handelspolitik. „Wir brauchen eine Politik, die für einen starken und funktionierenden Binnenmarkt kämpft“, appelliert Koßdorff an die Politik.

## Coronakrise bringt Licht und Schatten

„Unsere Betriebe haben verlässlich die tägliche Versorgung der Menschen mit sicheren und qualitativ hochwertigen Lebensmitteln garantiert. Das tun sie im Normalbetrieb ebenso wie in Krisenzeiten“, unterstreicht Koßdorff.



Für den heimischen Lebensmittelexport ist ein starker EU-Binnenmarkt essentiell.

Die Halbjahreszahlen 2020 zeichnen die Hochschaubahn der Nachfrage zu Beginn der Coronakrise deutlich nach: Die Entwicklung der abgesetzten Produktion der österreichischen Lebensmittelindustrie zeigt für den März einen deutlichen Anstieg um 11,2 %. Ausschlaggebend dafür waren die Hamsterkäufe im Zuge des Lockdowns im März. Dabei handelte es sich großteils um Vorzieh- bzw. Lagerkäufe, wie der Einbruch in den darauffolgenden Monaten wiederum verdeutlicht. Denn in den Monaten April und Mai gab es Rückgänge um 8,4 % bzw. 8,2 %. Erst im Juni drehte der Absatz mit 1,0 % wieder leicht ins Plus.

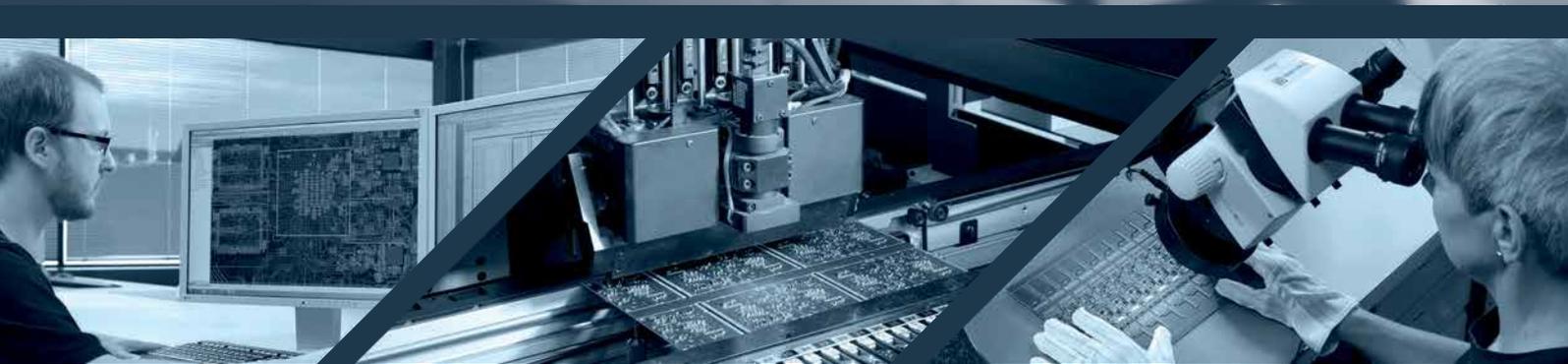
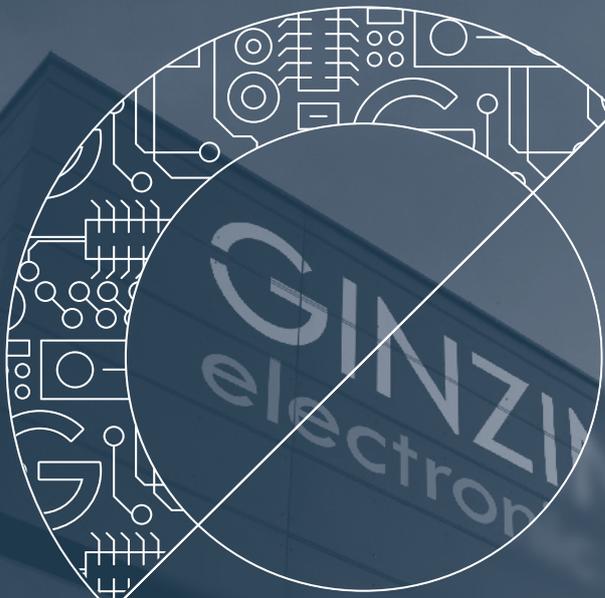
Der Wegfall von Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung sowie der Einbruch im Tourismus verursachten bei vielen Unternehmen der Lebensmittelindustrie große Umsatzeinbußen. Einzelne Branchen, etwa die Brau- und Getränkeindustrie leiden weiterhin an Absatzschwierigkeiten durch die geringe Auslastung von Gastronomie, Hotellerie sowie der Kultur- und Eventbranche. Eine Entspannung ist aktuell nicht in Sicht. Das erste Halbjahr 2020 konnte die Lebensmittelindustrie mit einer „roten Null“ (- 0,2 %) abschließen. Für das zweite

Halbjahr rechnet die Branche mit einer fortlaufend schwierigen Marktsituation vor allem im Wintertourismus und durch abgesagte Events und Veranstaltungen.

## Unterstützung im Export

„Um nach der Coronakrise möglichst rasch die Recovery der Unternehmen zu schaffen, sollte die Politik alle Anstrengungen unternehmen, um die Lebensmittelindustrie zu entlasten und bei ihren Exportbemühungen zu unterstützen. Noch ungelöst sind aktuell die Export-Kreditversicherungen“, betont Koßdorff. Diese sollen mögliche Ausfälle im Export auffangen. Die Prämien dafür sind deutlich erhöht und die für die Exporteure wichtigen Limits zur Auslösung dieser Exportversicherungen massiv reduziert worden. Die versprochene Lösung durch staatliche Haftungen ist im Gegensatz zu anderen EU-Ländern in Österreich noch immer nicht umgesetzt worden. „Neben der Bedeutung von regionaler Wertschöpfung ist auch international für viele österreichische Unternehmen der Lebensmittelindustrie unverzichtbar“, unterstreicht Koßdorff abschließend.

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



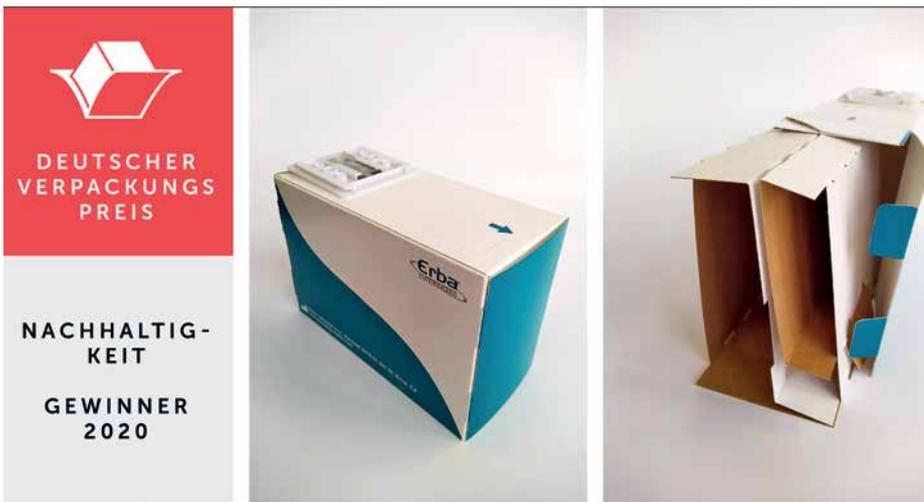
## CONVERTING CHALLENGES INTO SOLUTIONS

Wir sind Experte und Pionier – Komplettanbieter von maßgeschneiderten Hard- und Softwarelösungen mit eigener Entwicklung und Produktion. Vorteile die sich in der Konsumelektronik bewährt haben, machen wir für industrielle Anwendungen nutzbar. Dank GELin, unserer eigenen Linux-Distribution, haben wir die Embedded-Welt fest im Griff und setzen neue Maßstäbe.

Mit einem umfangreichen Technologieportfolio, modernsten Maschinen und der Kompetenz unserer Mitarbeiter bieten wir Lösungen auf höchstem Niveau.

Nähere Informationen finden Sie unter  
[www.ginzinger.com](http://www.ginzinger.com)





## Preisverdächtig

Zum dritten Mal ausgezeichnete Nachhaltigkeit vom Grazer Verpackungsspezialist AR Packaging Graz GmbH.

Im Rahmen der internationalen Ausschreibung des Deutschen Verpackungsinstitutes wurde AR Packaging Graz bereits zum dritten Mal mit dem Deutschen Verpackungspreis ausgezeichnet. Die Auszeichnung für die Verpackungslösung ISE-Analyser EC Cartridge in der Kategorie Nachhaltigkeit sorgte für große Freude bei AR Packaging Graz. Größte Herausforderung für das Designteam stellte der komplexe Einsatz dieses Medizinproduktes und die damit verbundenen speziellen Anforderungen an diese innovative Verpackungslösung dar. Der Ansatz, wesentliche Teile der Reagenziengebinde mit Karton zu realisieren, folgt dem Prinzip der Nachhaltigkeit. Zusätzlich wurde ein smartes Innenleben mitentwickelt, das das Kartongehäuse in Segmente unterteilt und sich an die verändernden Volumen der Gebinde anpassen kann. Das EC Cartridge wird auch für den flüssigen biologischen Abfall nach einer Messung genutzt. Der medizinische Sondermüll ist durch den Einsatz von Karton leichter und nachhaltiger zu entsorgen.

### Technische Kompetenzen

Als Kunstdruckerei 1868 gegründet, wurde das Unternehmen zu einem der führenden Unternehmen der Faltschachtelindustrie ausgebaut. Die Übernahme durch die inter-

ationale AR Packaging Group erfolgte im Mai 2015. Heute zählt AR Packaging Graz mit 36.000 m<sup>2</sup> Produktions- und Logistikfläche und rund 400 Mitarbeitern zu den größten Verpackungsherstellern in Europa. Produziert werden hochwertige Faltschachteln für die Tabak-, Süßwaren- und Konsumgüterindustrie. Das Unternehmen bedient die gesamte Wertschöpfungskette, verfügt auch über ein Designteam zur strukturellen Verpackungsentwicklung und ist der einzige österreichische Tiefdrucker, der seine Druckzylinder im Werk selbst herstellt. Zum internationalen Kundenstamm zählen Mars, Wrigley, Mondelēz, Triumph, Nespresso, British American Tobacco und Imperial Tobacco.

### AR Packaging

AR Packaging ist eines der führenden europäischen Unternehmen im Verpackungssektor mit einem Nettoumsatz von mehr als 900 Millionen Euro, 5.500 Mitarbeitern und 27 Fabriken in 13 Ländern. Die Gruppe bietet eine einzigartige Auswahl an Verpackungslösungen aus ihren spezialisierten Werken. Der Mehrwert für Kunden wird durch das breite Produktangebot und das umfassende Wissen über kartonbasierte und flexible Verpackungen geschaffen.

[www.ar-packaging.com](http://www.ar-packaging.com)

## Karriere

Markus Fischer wurde zum neuen Regionalleiter Partnervertrieb Ost bestellt.

Die Helvetia Vertriebspartner der Region Ost haben einen neuen Ansprechpartner: Markus Fischer. Der gebürtige Niederösterreicher ist ein versierter Versicherungsexperte und in seiner neuen Position für 20 Mitarbeitende sowie 54 Mio. Euro Prämienbestand des Unternehmens im Maklerbereich in Wien, Niederösterreich und dem Burgenland verantwortlich. Der zweifache Familienvater war zehn Jahre lang bei der Skandia Versicherung in der Maklerbetreuung und als Sales Manager tätig, bevor er 2013 zur Standard Life Assurance wechselte. Zuletzt war er dort für das Sales Management der Region Nord und Ost verantwortlich. Seine Erfahrung als Spezialist für mittel- und langfristige Investmentanlagen kann er bei der Helvetia Versicherung optimal einbringen.

Die Position des Regionalleiters Partnervertrieb in der Region Ost hat Markus Fischer im August übernommen. In dieser Funktion ist er für die Betreuung und Zielplanung der knapp 500 Vertriebspartner im Gebiet Wien, Niederösterreich und dem Burgenland, sowie für die Einführung und Entwicklung neuer Produkte in Zusammenarbeit mit dem Produktmanagement und der Gewinnung neuer Maklerverbindungen zuständig.

„Unser Team wird durch Markus Fischer mit einem sehr erfahrenen und kompetenten Ansprechpartner erweitert,“ freut sich Alexander Neubauer, Leiter des Partnervertriebs Helvetia Österreich.

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



Markus Fischer (38) übernahm die Leitung der Region Ost im Partnervertrieb der Helvetia Versicherungen AG.

# Kreative Problemlösungen

Auch Dank neuer Konzepte für Verkostungen in Deutschland waren die österreichischen Agrarexporte im ersten Halbjahr 2020 besser als erwartet.

Die Export-Daten für das erste Halbjahr zeigen ein positives Bild. Ausfuhren im Wert von 6.329 Mio. Euro stehen Einfuhren von 6.334 Mio. Euro gegenüber. Die Handelsbilanz ist damit ausgeglichen wie noch nie. Im Handel mit Deutschland wurde Österreich sogar zum Nettoexporteur.

„Die Lebensmittelwirtschaft hat in den vergangenen Monaten ihre Stabilität und Krisenfestigkeit sowie ihre enorme gesamtwirtschaftliche Bedeutung eindrucksvoll bewiesen“, so Michael Blass, Geschäftsführer der AMA-Marketing. Die Agrarexporte nahmen in den letzten sechs Monaten mehr als 9% an den gesamten Exporten Österreichs ein. Das ist ein absoluter Rekordwert.

## Handel wird internationaler

Die Handelsbeziehungen im Agrarbereich werden internationaler. Deutschland liegt mit einem Anteil von 36% an den gesamten Agrarexporten nach wie vor an erster Stelle, danach folgt der EU-Raum. Der Anteil der europäischen Drittstaaten inklusive Russland ist gestiegen. Die Ausfuhren Richtung USA und Asien legten weiterhin zu, wenn gleich auf niedrigerem Niveau.

Im Ranking der wertmäßig stärksten agrarischen Exportwaren führen Milchprodukte, gefolgt von veredeltem Obst und Gemüse, Wurst-, Schinken- und Speckwaren. Die Ausfuhren fast aller Produktgruppen konnten im ersten Halbjahr 2020 zulegen.

Betrachtet man die einzelnen Monate und Produktgruppen im Detail, so zeigen sich deutlich unterschiedliche Entwicklungen. Während die Ausfuhren von Jänner bis März 2020 konstant anstiegen, wies der April ein kleines, der Mai ein deutliches Minus auf. Der Juni verzeichnete hingegen in fast allen wesentlichen landwirtschaftlichen Zollkapiteln wieder ein Plus. Sehr konstant war die Entwicklung in der großen Produktkategorie Milch und Milchprodukte. Die stärksten prozentuellen Schwankungen verzeichneten Eier - eine kleine Produktgruppe, in der sich bereits geringe Veränderungen schnell zu Buche schlagen.



Die agrarischen Exporte stiegen gegenüber dem Vergleichszeitraum 2019 um vier Prozent.

## Schweinefleisch in Drittstaaten gefragt

Je näher die Exportmärkte, desto stärker performen landwirtschaftliche Produkte. Ganz besonders gilt dies für die Milch. Deutschland und Italien sind hier mit großem Vorsprung die wichtigsten Absatzmärkte. Für Käse spielt unser großes Nachbarland eine zentrale Rolle. Käse im Wert von knapp 190 Mio. Euro wurde im ersten Halbjahr 2020 nach Deutschland geliefert. „Unser Bergkäse ist in jedem gut sortierten Geschäft der Bundesrepublik als Repräsentant für österreichische Gastlichkeit erhältlich“, erklärt Blass. Beim Rindfleisch spielen neben Deutschland weitere EU-Staaten eine wichtige Rolle, beim Schweinefleisch sind Drittstaaten inzwischen die größten Abnehmer. Auch bei frischem und zubereitetem Obst ist der Mix an Zielmärkten breit.

## Neues POS-Konzept in Deutschland

Gerade weil große b2b-Messen wie die SIAL in Paris heuer Corona-bedingt nicht stattfinden können, setzt die AMA-Marketing zahlreiche Exportaktivitäten „below the line“. Der Onlineauftritt unter [www.ama.global](http://www.ama.global)

wurde in den vergangenen Monaten komplett überarbeitet und trägt mit einem breiten Angebot an Informationen dazu bei, dass Lebensmittel aus dem „Land der Berge“ auch ohne physischen Kontakt erlebbar sind. Diese Aufgabe galt es auch mit Blick auf die bisherigen Aktivitäten in deutschen Verbrauchermärkten zu meistern. „Unsere POS-Maßnahmen setzten auf Verkostung und das persönliche Gespräch der Promotoren mit den Kunden. Wir arbeiten gerade an Ansätzen, die Information, Interaktion und Lust am Ausprobieren ohne physische Präsenz zu kombinieren, also an einem ‚Silent Tasting‘. Screens in den Supermärkten leiten eine individuelle Verkostung an. Unterstützt werden wir dabei von der renommierten Hamburger Agentur Brandmeyer“, erläutert Blass. Die Agentur untersuchte für die AMA auch die Corona-bedingte Veränderung des Einkaufsverhaltens am POS in Deutschland. „Die Menschen sehnen sich jetzt nach Sicherheit und Stabilität. Das gibt der Vermarktung unserer Lebensmittel kraftvollen Rückenwind.“

<https://amainfo.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](mailto: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.