

EXPORT today

IHRE WÖCHENTLICHE INFORMATIONSQUELLE RUND UM DEN EXPORT

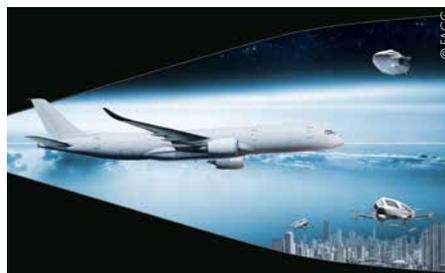
Ausgabe 09/2021

3-Phasen-Plan

FACC mit neuer Strategie in nächste Dekade.

Globale Megatrends werden die Luftfahrtindustrie nachhaltig verändern. Der Markt ziviler Passagierflugzeuge wird weiterhin stark wachsen, aber anders als bisher. Klimapolitik und Umweltschutz prägen das kommende Jahrzehnt. Als weltweit führender Technologiekonzern der Aerospace Industrie will die FACC AG mit einem Drei-Phasen-Modell sukzessive an Marktstärke zulegen:

Phase 1 – Evolution stellt Performance in den Fokus. Als Best-in-Class-Performer wird FACC ihre Marktanteile in den bestehenden Kernsegmenten erhöhen und gleichzeitig Innovationen vorantreiben. In der **Phase 2 – Transformation** will das Unternehmen mit neuen Technologien bestehende Komponenten substituieren und damit



2030 will FACC zu den 50 größten globalen Aerospace-Konzernen gehören.

bestehende Flugzeugmuster unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit verbessern. In der **Phase 3 – Diversifikation** zielt FACC darauf ab, mit gänzlich neuen Technologien bestehende Märkte disruptiv zu verändern. <

www.facc.com

Inhalt

Generationenwechsel	02
Neue Cobot-Generation	03
Wissen mit Antrieb	04
New Work Kommunikation	05
enter:sales – virtuelle B2B-Messe	07

Top-Erfolg

Steirisches Kürbiskernöl nun geschützt.

Seit 1. März ist das Abkommen zwischen der EU und China zum Schutz von geographischen Herkunftsbezeichnungen (GIs) in Kraft. In einem ersten Schritt wurden jeweils hundert europäische Lebensmittel geschützt, darunter auch steirisches Kürbiskernöl aus Österreich. In vier Jahren wird der Geltungsbereich des Abkommens auf weitere 175 GIs beider Vertragspartner ausgeweitet, darunter auch heimische Produkte wie Inländerrum, Jägertee, Tiroler Bergkäse, Tiroler Speck oder Vorarlberger Bergkäse.

wko.at/aussenwirtschaft/cn

Fokus

Öl-Plus

OPEC sieht 2021 trotz Coronakrise eine erhöhte Nachfrage.

Trotz Coronakrise wird heuer ein Anstieg der weltweiten Ölnachfrage möglich sein, glaubt die Organisation Erdöl exportierender Länder (OPEC). Die OPEC geht laut einem neuen Monatsbericht für 2021 von einem Zuwachs von durchschnittlich 5,8 Millionen Fass pro Tag aus – auf im Schnitt 96,1 Millionen Barrel täglich.

Zu einer Abwärtsrevision der Prognosen für das erste Halbjahr 2021 haben laut OPEC zuletzt verlängerte Corona-Lockdowns sowie wiedereingeführte Teil-Lockdowns in mehreren Ländern geführt. Diese Revisionen

nach unten konzentrieren sich auf die OECD-Staaten. Zugleich wird aber für das zweite Halbjahr 2021 eine positive Wirtschaftsentwicklung erwartet, unter anderem dank der Unterstützung durch massive Konjunkturprogramme, heißt es. Auch die Internationale Energie-Agentur (IEA) zeigte sich am Donnerstag zuversichtlicher für das zweite Halbjahr. Im abgelaufenen Jahr 2020 dürfte die globale Nachfrage laut OPEC um 9,7 mb/d auf im Schnitt 90,3 mb/d gesunken sein.

Ihre EXPORT today-Redaktion

newsroom.sparkasse.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:** 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

Generationenwechsel

TECHCO Group und Baumgartner Automation bilden ein starkes Team. Mitarbeiter-Stand wächst auf 250 an.

TECHCO Group mit Sitz in Korneuburg ist eine international aufgestellte Unternehmensgruppe in den Bereichen Elektrotechnik und Metallverarbeitung. Mit der Übernahme der Anteile an der Baumgartner Automation GmbH wird das Portfolio der Gruppe um einen Spezialisten im Bereich Automatisierung erweitert.

„Die Erzeugnisse der TECHCO Group sind in der Verarbeitungsindustrie, in der Verkehrs- und Energietechnik sowie in Kommunikationstechnologien zu finden. Mit der Übernahme der Baumgartner Automation in die Unternehmensgruppe wird das bestehende Portfolio optimal um Steuerungs- und Automatisierungstechnik sowie Softwarelösungen ergänzt“, freut sich Radovan Ivetic, geschäftsführender Gesellschafter von TECHCO.

TECHCO-Miteigentümer DI Andreas Zwerger: „Durch die Eingliederung in die TECHCO Group können wir unseren Kunden künftig von der Planung bis zur Produktumsetzung optimale Lösungen aus einer Hand anbieten.“

Verstärkung bei Baumgartner Automation
Mit 1. April 2021 verstärkt DI Horst Geiblinger als designerter Geschäftsführer das Management-Team von Baumgartner Automation. Der studierte Elektrotechniker kann auf umfassende Erfahrung in den Bereichen Fertigung und Regelungstechnik verweisen und war zuvor mit Führungsaufgaben bei den Industrieunternehmen Engel Austria GmbH, Anger Machining GmbH und Keba AG betraut.

„Mit ihrem unermüdlichen Einsatz haben



Mit Know-how und Qualität einen Mehrwert für die Kunden schaffen.

Maria Baumgartner und Johann Waldenberger in den vergangenen Jahren einen leistungsfähigen Anlagenbauer geformt, der Kompetenz, Qualität und Innovationskraft im gesamten Bereich der Automatisierung vereint. Wir danken ihnen für ihren Einsatz und wünschen alles Gute für den Ruhestand. Horst Geiblinger wird auf diesen Leistungen aufbauen und die Integration von Baumgartner Automation in die TECHCO Group zügig vorantreiben“, ist Andreas Zwerger überzeugt.

www.techco.at | www.baum-autom.at

DB SCHENKER

eSchenker

Steuerung und
Optimierung Ihrer
Lieferkette aus
einer Hand.



Jetzt registrieren:
eschenker.dbschenker.com

Neue Cobot-Generation

ABB ebnet neuen Branchen und Erstanwendern den Weg in die Automatisierung.

ABB erweitert ihr Portfolio an kollaborativen Robotern (Cobots) um die neuen Cobot-Familien GoFa™ und SWIFTI™. Diese bieten höhere Traglasten und Geschwindigkeiten und ergänzen das bisherige Cobot-Angebot von ABB, bestehend aus dem Zweiarm-Roboter YuMi® und der einarmigen YuMi®-Variante. Die noch stärkeren, agileren und vielseitigeren Cobots werden die Expansion des Unternehmens in wachstumsstarke Segmente wie Elektronik, Gesundheitswesen, Konsumgüter, Logistik sowie die Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie beschleunigen. Mit den neuen Lösungen bedient ABB die kontinuierlich steigende Nachfrage nach Automatisierungslösungen in vielen Branchen.

GoFa™ und SWIFTI™ lassen sich intuitiv bedienen, sodass Kunden nicht auf ausgebildete In-House-Programmierer mit Fachkenntnissen angewiesen sind. Die Cobots sind innerhalb kürzester Zeit nach der Installation einsatzbereit, ohne dass ein spezielles Training erforderlich ist. Dadurch haben Branchen mit geringem Automatisierungsgrad die Möglichkeit, umfassend von Automatisierung zu profitieren.

„Unser neues Cobot-Portfolio ist das vielseitigste auf dem Markt. Es hilft unseren Kunden, ihre Prozesse zu automatisieren und dadurch ihre operative Performance zu verbessern und zu wachsen“, sagte Sami Atiya, Leiter des ABB Geschäftsbereichs Robotik & Fertigungsautomation.



Sami Atiya, Leiter des ABB Geschäftsbereichs Robotik & Fertigungsautomation

Automatisierung prägt die Zukunft der Fertigung

Kollaborative Roboter sind für die Zusammenarbeit mit Menschen ohne zusätzliche Sicherheitseinrichtungen, wie etwa Zäune, konzipiert. Gleichzeitig können sie sehr einfach in Betrieb genommen und bedient werden. Im Jahr 2019 wurden weltweit mehr als 22.000 neue Cobots installiert – ein Plus von 19 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Es wird erwartet, dass die Nachfrage nach kollaborativen Robotern zwischen 2020 und 20.253 jährlich um durchschnittlich 17 Prozent wächst. Der weltweite Umsatz wird zwischen 2019 und 20.254 voraussichtlich von geschätzten 0,7 Milliarden US-Dollar auf rund 1,4 Milliarden US-Dollar steigen. Für den weltweiten Industrierobotermarkt wird ein Wachstum von rund 45 Milliarden US-Dollar im Jahr 2020 auf rund 58 Milliarden US-Dollar bis 2023 erwartet (durchschnittliches jährliches Wachstum von 9 Prozent).

GoFa™ und SWIFTI™ sind dafür konzipiert, Unternehmen bei der Automatisierung von Prozessen zu unterstützen und Mitarbeitende bei Aufgaben wie Materialhandhabung, Maschinenbedienung, Montage und Verpackung zu helfen. Die vielseitigen Cobots der neuen Generation sind für den Einsatz in der Fertigung, in medizinischen Laboren, in Logistikzentren und Lagerhäusern ebenso geeignet wie für den Einsatz in Werkstätten und kleinen Produktionsbetrieben.

„Mit unserer Expansion machen wir die Bedienung und Inbetriebnahme von Cobots einfacher. Damit unterstützen wir ihren Einsatz auch in Unternehmen, die bisher noch nicht daran gedacht haben, Roboter zu nutzen“, sagte Atiya.

Wer ein Tablet oder Smartphone bedienen kann, kann dank der ABB-Tools für ein schnelles Setup auch ohne Schwierigkeiten die neuen Cobots programmieren. Kunden profitieren zudem von der umfassenden Branchen- und Anwendungsexpertise, die ABB durch die Installation von über 500.000 Robotiklösungen seit 1974 gewon-



Erweitertes Portfolio an kollaborativen YuMi®-Robotern mit Cobot-Familien GoFa™ und SWIFTI™.

nen hat, sowie von der Unterstützung durch das ABB-Netzwerk mit über 1.000 Partnern weltweit.

Die neuen Cobot-Familien GoFa™ und SWIFTI™ bauen auf dem Erfolg der YuMi®-Familie von ABB auf. Seit der Einführung von YuMi® im Jahr 2015 hilft der weltweit erste wirklich kollaborative Roboter Unternehmen dabei, wichtige Arbeitsschritte sicher zu automatisieren. Heute arbeiten die YuMi-Cobots von ABB Seite an Seite mit Menschen in Fabriken, Werkstätten und Laboren auf der ganzen Welt und erledigen vielfältige Aufgaben wie das Verschrauben und Montieren von Bauteilen, das Herstellen von Ventilen und USB-Sticks oder die Analyse von COVID-19-Tests in Laboren.

Zu jedem installierten ABB-Cobot gehört ein Startup-Paket, das neben der Servicelösung ABB Ability™ Condition Monitoring & Diagnostics (Zustandsüberwachung und Diagnose) auch den Zugang zum branchenübergreifenden Online-Kundenservice von ABB beinhaltet. Dieser ist in den ersten sechs Monaten kostenfrei.

www.abb.com/robotics

Wissen mit Antrieb

FAULHABER bietet das größte Portfolio an innovativer Miniatur- und Mikroantriebstechnologie, das weltweit aus einer Hand verfügbar ist – und nun auch weitere Online-Informationstools.

Egal, ob im Homeoffice, unterwegs oder im Büro – die vom Miniatur- und Mikroantriebstechnologie-Unternehmen FAULHABER angebotenen Webinare geben die Möglichkeit, von jedem Ort aus mehr über die hauseigenen Produkte und Lösungen zu erfahren. Antriebsexperten stellen Tools und Anwendungs-Know-how vor und beantworten am Ende jeder Sitzung Fragen. So können Nutzer beispielsweise mehr über die Berechnungshilfe FAULHABER Drive Selection Tool für eine bessere Antriebsauslegung erfahren oder die Motion Manager Software näher kennenlernen. Darüber hinaus widmen sich die Webinare auch technischen Fragestellungen wie etwa der Geräuschentwicklung bei Motoren, der richtigen Berechnung des Antriebs oder anderen speziellen Applikationsanforderungen.

Geräuschentwicklung bei Antriebssystemen

Im Webinar „Geräuschentwicklung bei Antriebssystemen“ bringt Electronics-Engineering-Experte Mario Zecchin den Besuchern alles über Schwingungen und Geräusche in einem Antriebssystem bei, was diese verursacht und wie man ihnen begegnet. Beginnend mit den Basics zu Schwingungen, ihren Resonanzwegen und zum Modus, befasst sich das Webinar mit der subjektiven Wahrnehmung von Geräuschen und Schwingungen. Dabei wird auch möglichen Ursachen für mechanische



Mario Zecchin, einer der Vortragenden, in Aktion.

Schwingungen in einem Antriebssystem auf den Grund gegangen, über die passenden Messinstrumente gesprochen und ebenso erläutert, wie man mit diesen Messdaten die Ursachen von Geräuschen ermitteln kann. Beendet wird das Webinar mit den besten Methoden zur Lärmreduzierung. Die Online-Veranstaltung findet am 16. März von 11:00 Uhr bis 12:00 Uhr statt.

Motion Controller & Speed Controller

Kunden, die mehr über die FAULHABER Motion Controller erfahren möchten – maßgeschneiderte Einachs-Positionierregler für die Ansteuerung von DC Motoren, bürsten-

losen Motoren und Linearmotoren – sind beim Webinar „Motion Controller & Speed Controller“ goldrichtig. Experte Dr. Ing. Andreas Wagener war unter anderem für die Entwicklung der FAULHABER MC V3.0 Generation verantwortlich. Im Webinar wird Schritt für Schritt mit einer Live-Demonstration der Motion Manager Software gezeigt, wie ein typisches Setup eines FAULHABER Motion Controller (MC V2.5 / MC V3.0) aussieht, ergänzt um zusätzliche Informationen zu Anpassungsoptionen und der Auswahl passender Komponenten. Für Interessierte ist das eine einzigartige Gelegenheit, alle technischen Fragen zu FAULHABER Speed Controllern oder Motion Controllern mit einem ausgewiesenen Experten mit Spezialisierung auf elektrische Antriebe zu erörtern. Näheres erfahren die Besucher im Webinar am 24. März von 10:00 Uhr bis 11:00 Uhr. Wer die ersten Webinare verpasst hat, kann diese jederzeit online in der FAULHABER GoTo Stage (www.faulhaber.com/webinare/) abrufen. Die Webinare werden in deutscher und englischer Sprache angeboten.



Webinar „Geräuschentwicklung bei Antriebssystemen“



Webinar „Motion Controller & Speed Controller“

www.faulhaber.com/webinare

Anzeige • Fotos: FAULHABER

„Zuhören lohnt sich!“

New Work ist mehr als nur Homeoffice. Echte Flexibilität beginnt in den Köpfen der Menschen, unterstreicht der Kommunikations-experte Dr. Alexander Lille von der Contentmanufaktur.

Corona wirkt für viele Unternehmen wie ein Turbo in Sachen Digitalisierung. Dabei geht es aber um weit mehr als nur neue Technologien. New Work steht im Fokus. Und das jetzt allgegenwärtige Homeoffice war da bestenfalls der Anfang.

Warum ändert sich unsere Arbeitswelt und wo geht es hin?

Alexander Lille: Schon vor Corona standen die beiden eng verknüpften Themen Produktivität und Flexibilität in vielen Unternehmen ganz oben auf der Agenda. Digitalisierung ist ein wichtiger Schlüssel dazu. Die Praxis hat allerdings gezeigt, dass Bits und Bytes nur ein Teil der Antwort sind. Denn die Arbeitswelt verändert sich oft rascher als die IT. Agilität ist Trumpf. Gefragt sind smarte Prozesse und Mitarbeiter, die flexibel sind und über sich hinauswachsen. Covid, Homeoffice und Co. waren in dieser Hinsicht für viele Firmen ein intensives Learning, aber nur der Anfang.

Ist Corona so etwas wie ein „Enabler“ für New Work?

Wenn ja, dann sollte uns das zu denken geben. Die Pandemie hat diese Entwicklung jedenfalls deutlich beschleunigt. Plötzlich waren Flexibilität und Eigenverantwortung gefragt. Das Homeoffice hat nämlich so manche straffe „Führungsleine“ abrupt gekappt. Zudem sind „Top-down-Systeme“ grundsätzlich langsam und neigen zur Komplexität. Viel schneller ist es, Entscheidungen direkt vor Ort zu treffen, unmittelbar dann, wenn sie benötigt werden. Da gibt es jedoch einen Haken: Das muss man auch können und natürlich wollen.

Und wo sehen Sie diesen „Haken“ – bei den Menschen oder den Unternehmen?

Das variiert von Unternehmen zu Unternehmen und von Mitarbeiter zu Mitarbeiter. Darum gibt es auch keine Universalrezepte und keine standardisierte Definition von New Work. Sie ist das, was man daraus macht – ein individueller Weg, den Mitar-

beiter und Unternehmen gemeinsam erarbeiten. Dabei geht es beispielsweise um ein neues Verständnis von Leadership, Teamwork und eine gemeinsame Vision. Die Sinnfrage rückt in den Fokus und das oft alles entscheidende Thema Vertrauen – das Vertrauen der Mitarbeiter in sich selbst, in das Unternehmen und umgekehrt. Denn Vertrauen ist keine Einbahnstraße. Wer möchte, dass die Mitarbeiter Verantwortung übernehmen, der muss ihnen auch Vertrauen entgegenbringen.

Wo soll man starten, wenn man sich für New Work interessiert?

Die klare Antwort lautet: Man muss lernen zuzuhören. Das ist der Ausgangspunkt für einen umfassenden kulturellen Wandel – eine nachhaltige (R)Evolution von innen. Echte Kommunikation ist der erste Schritt in Richtung New Work. Es geht aber nicht nur darum, selbst zu einem guten Zuhörer zu werden – was im Alltagsstress schon schwierig genug ist. Vielmehr kommt es darauf an, das Zuhören im Unternehmen zu institutionalisieren und einen Dialog mit den Mitarbeitern zu ermöglichen.

New Work heißt also auch aktive Kommunikationsarbeit?

Anderenfalls ist scheitern vorprogrammiert. Denn der beste Kick-off und der motivierteste New-Work-Coach können nur wenig ausrichten, wenn die Ausrollung und die praktische Umsetzung im Alltag nicht klappen. Das ist Pflicht und Kür in einem. Gerade Corona hat gezeigt, was es heißt, den Spirit und Drive bei den Mitarbeitern auch im Homeoffice aufrecht zu erhalten. Der Bildschirm führt uns zusammen und er trennt uns – das ist der Fluch und Segen einer digital vernetzten Welt.

Und wie schafft man das?

Durch konsequente Bewusstseinsbildung. Eine Transformation und New Work Communication lassen sich nicht mit einem sporadisch erscheinenden internen Newsletter



© Contentmanufaktur/K. Axmann

Dr. Alexander Lille und seine Contentmanufaktur begleiten Unternehmen und ihre Trainer inhaltlich und strategisch bei der Transformation und kommunikativen Umsetzung von New Work in die Praxis.

erledigen. Es geht nämlich um einen nachhaltigen Wandel der Unternehmenskultur, der bis ins Homeoffice wirkt. Dazu gehören unter anderem Wertschätzung, ein respektvoller Umgang, Verbundenheit, die Frage nach dem Sinn und Selbstwert. Das muss man leben, spüren, und darüber muss gesprochen werden. In etlichen Vorzeigeunternehmen wird das längst nicht mehr als esoterisch angesehen. Dabei geht es um harte Zahlen, Erfolg und den Kampf um die besten Mitarbeiter. Die können sich nämlich aussuchen, wo sie arbeiten. Eine schöne Fassade alleine reicht nicht, damit lassen sich Top-Mitarbeiter dauerhaft nicht halten. Die Arbeitswelt hat sich verändert und sie wird sich weiter ändern – schneller, als manch einer es möchte. Darauf müssen sich Unternehmen und ihre Mitarbeiter vorbereiten. Tatsache ist, dass wir privat heute alle bestens vernetzt sind. Kommunikation ist das Thema unserer Zeit. Das dürfen Unternehmen nicht vergessen – gerade wenn es um die eigenen Mitarbeiter geht. Und zuhören lohnt sich auf jeden Fall!

www.contentmanufaktur.at



Die englischsprachige Medienplattform Metropole veröffentlicht die Ergebnisse der größten Expats-Umfrage Wiens.

Herausfordernder Start

Wien lockt Internationals mit hoher Lebensqualität und attraktiven Jobangeboten.

Über 700.000 Internationals leben in Wien. Rund 600 von ihnen haben nun ihre Erfahrungen und Geschichten mit Metropole, Österreichs führendem Medienetzwerk in englischer Sprache, geteilt – die größte Umfrage mit dieser Gruppe, die es bisher je in Österreich gegeben hat. Sie liefert Einblicke ins Leben der Expats sowie erzählt was ihnen an Wien gefällt und was sie sich wünschen.

4,5 von 5 Sterne bekommt Wien von hier ansässigen Internationals für die Lebensqualität und lockt dadurch jährlich über 150.000 Menschen an, die hierher ziehen. Der wichtigste Grund hierher zu ziehen war für die Befragten ein attraktives Jobangebot, die meisten bewerten auch den Umzug im Großen und Ganzen als sanft und reibungslos. Diejenigen, die am Anfang doch Schwierigkeiten hatten (34%), haben die mangelnde Beschäftigungsmöglichkeiten für Ausländer und Schwierigkeiten in Wien ohne Deutschkenntnisse eine Arbeit zu finden als die größten Herausforderungen genannt. Die Sprachbarriere zählt allgemein zu einem der stärksten Bedenken, die Expats noch vor ihrem Ankommen nach Wien haben. Nichtsdestotrotz würden 84% der Internationals die österreichische Hauptstadt als ein Niederlassungsziel anderen Expats weiterempfehlen.

Hohe Lebensqualität

Zusätzlichen Fokus lag bei der Umfrage auf dem Thema Mediennutzung. 69% der Befragten konsumieren sowohl lokale als auch internationale Nachrichten. Die meisten Expats machen dies auf Englisch. Nur 10% den Befragten lesen Nachrichten auf Deutsch. „Die Umfrageergebnisse bestätigen nochmal, wie wichtig die Aufgabe von Metropole ist: Die in Wien lebenden Internationals mit tagesaktuellen Nachrichten und Informationen zu kulturellen und gesellschaftlichen Themen auf Englisch zu versorgen. Metropole ist mehr als ein Magazin, wir sind die Stimme des internationalen Wiens und werden uns dieser Mission weiter widmen“, so Margaret Childs, CEO und Herausgeberin von Metropole. Nachrichten konsumieren die Befragten meist über die Onlinekanäle (94%) und die Social Media-Seiten der Medien (68%).

Die Umfrage wurde vom Home Town Media GmbH initiiert und zwischen März und Juli 2020 durchgeführt. 608 in Wien lebende Internationals haben an der Online-Umfrage teilgenommen. Die Befragten stammen aus 80 verschiedenen Ländern, die meisten aus den USA, Rumänien, dem Vereinigten Königreich, Russland, Ungarn und Australien.

www.metropole.at

Marktplatz

Alibaba sichert Änderung der Geschäftsbedingungen bis spätestens 1. Mai 2021 zu.

Knapp zwei Jahre nachdem der Handelsverband im Rahmen seiner „Fair Commerce Initiative“ den chinesischen Online-Marktplatz AliExpress wegen missbräuchlichen Klauseln und Praktiken ins Visier genommen hat, gab AliExpress der Europäischen Kommission nun endlich die Zusage, künftig die EU-Verbraucherrechte einzuhalten.

Konkret sollen Änderungen bei der Einhaltung des Widerrufsrechts und der gesetzlichen Garantien erfolgen und Verbraucher im Sinne einer besseren Transparenz deutlich darauf hingewiesen werden, dass zusätzliche Kosten für die Zollabfertigung anfallen können. Bis spätestens 1. Mai 2021 wird AliExpress darüber hinaus seine Allgemeinen Geschäftsbedingungen unionrechtskonform für Verbraucher klarer gestalten.

Schritt in die richtige Richtung

„Die aufgedeckten Verbraucherschutzverstöße verschaffen asiatischen Onlinehändlern seit Jahren einen massiven Wettbewerbsvorteil gegenüber dem heimischen Handel. Die Abschaffung der 22-Euro-MwSt-Freigrenze mit 1.7.2021 wird von den österreichischen Händlern bereits sehnlichst erwartet. Zurzeit kommen 97 Prozent aller chinesischen Pakete falsch deklariert nach Europa“, so Rainer Will, Geschäftsführer des Handelsverbandes.

Auch gegen Produktfälschungen muss aus Sicht des Handelsverbandes künftig stärker vorgegangen werden. Der HV hat in den letzten Jahren dutzende Testbestellungen von Produkten namhafter Marken auf AliExpress durchgeführt. Das Ergebnis war eindeutig: Fast alle Produkte waren gefälscht, wie uns von Herstellerseite bestätigt wurde. Viele Händler aus dem asiatischen Raum halten sich zudem nicht an die EU-Vorschriften und die erforderlichen Produktkennzeichnung (CE-Kennzeichnung) und gefährden damit die Sicherheit der Konsumentinnen und Konsumenten.

www.handelsverband.at

enter:sales – alles, nur kein Bullshit

Die größte virtuelle B2B-Messe und Online-Konferenz für Marketing, Sales und Neukundengewinnung bietet vom 20. bis 22. April 2021 eine noch nie dagewesene Übersicht.

Die enter:sales ist die größte digitale Messeplattform auf der sich Unternehmen und Entscheidungsträger aus allen Branchen eine ganzheitliche Übersicht im Bereich Marketing und Sales machen können. Dazu zählen bewährte Ansätze ebenso wie neue Technologien und wie dieses Know-how im Unternehmen erfolgreich genutzt werden kann.

Gregor Radej, Initiator und Geschäftsführer des Veranstalters Dynamerx GmbH: „Wir sind in der Messevorbereitung auf viele Unternehmen gestoßen, die in den letzten Jahren den Trend hin zur Digitalisierung und der modernen Kommunikation samt Kundengewinnung über die sozialen Medien unterschätzt haben. Darauf haben wir den gesamten „Marketing & Sales“-Bereich analysiert und die Messe in 15 Segmente zusammengefasst.“ Diese unterteilen sich in Marketing- und Werbeagenturen, soziale Medien, Verkaufsberatung, Public Relations, Medien, Telemarketing, Grafik- und Webdesign, Foto/Video/Imaging, Software, Messen und Events, Werbemittel, Personalwesen, Druck, Textierung sowie Recht und Datenschutz.



Gregor Radej, Initiator und Veranstalter der Messe enter:sales



Die enter:sales ist die größte virtuelle Messe für Marketing, Sales und Neukundengewinnung.

Maßgeschneiderte Ausstellerpakete

Mit den drei Paketen COMPLETE, BUNDLE und FULL Package finden alle Unternehmensgrößen ihren maßgeschneiderten Messeauftritt. Das kleinste Paket umfasst den virtuellen Messestand, einen Workshop-Slot, Newsletter-Beitrag, eine Mini-Site auf der enter:sales Webseite sowie DSGVO-konforme Leads. Je nach Anforderungen können optionale Zusatzpakete wie zusätzliche Workshops, Grafik- und Designsupport, Öffentlichkeitsarbeit und vieles mehr gebucht werden. Anmeldeschluss ist am 9. April 2021. Weitere Optionen und Informationen zu den Ausstellerpaketen sind unter hello@enter-sales.com beziehungsweise www.enter-sales.com erhältlich.

Begleitender Fachkongress

Für die Fachbesucher wird das Messekonzept mit Fachvorträgen von anerkannten Experten vervollständigt. Sie referieren über Konzepte und Lösungen, Best Practices und Case Studies sowie kostenfreien Workshops zu den relevanten Themen. Die Besucher haben somit die einzigartige Möglichkeit, genau auf jene Fragen Antworten zu finden, die für sie interessant sind. Sie

erhalten auf diese Weise einen einfachen, aber gleichzeitig sehr guten und tiefen Einblick, um ihren Verkauf zu optimieren ohne das Büro oder das Home-Office verlassen zu müssen.

Über Dynamerx GmbH

Dynamerx ist ein Unternehmen, das sich auf interne Prozessoptimierung sowie Marketing & Sales Optimierung spezialisiert hat. Dabei analysieren die Experten die aktuelle Situation im Betrieb und entwickeln danach ein ganzheitliches Konzept, damit das Unternehmen die gesteckten und machbaren Ziele auch erreichen kann.

Als neutrale und unabhängige Experten identifizieren sie von außen die Probleme einfacher und schneller und legen aber auch den Finger in die Wunde(n).

Neben der Erstellung eines nachhaltigen Vertriebskonzepts (von der Marketing Strategie bis zu den operativen Aktivitäten und einer Timeline der Umsetzung) übernehmen sie in den meisten Fällen auch die konkrete Umsetzung. Der Slogan der DYNAMERX ist damit eigentlich Programm: „No Bullsh*t, just more Sales“.

www.dynamerx.at | www.hzcomm.com

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.