

EXPORTtoday

IHRE WÖCHENTLICHE INFORMATIONSQUELLE RUND UM DEN EXPORT

Ausgabe 35/2022

Kampf der Inflation

BIP-Rückgänge in Industrieländern.

Die Zentralbanken möchten ihr langfristiges Inflationsziel von zwei Prozent erreichen. Darum erhöhen sie die Leitzinsen und vollziehen eine restriktive Geldpolitik. Die höheren Leitzinsen werden das Wirtschaftswachstum schwächen und damit auch den Arbeitsmarkt. Die Wirtschaftsindikatoren deuten auf globaler Ebene auf ein reales Wachstum des Bruttoinlandsproduktes unter dem Potenzial hin („Subpar-Growth“). In der vergangenen Woche waren die wichtigsten Berichte die vorläufigen Einkaufsmanagerindizes (PMI) für den Monat August für ausgewählte Länder in den entwickelten Volkswirtschaften. Alle Länder (USA, Eurozone, Japan, UK, Australien) und Sektoren (Fertigung, Dienstleistung) zeigten Rückgänge. Auf der positiven



Die Zentralbanken wollen mit höheren Leitzinsen die Inflation abmildern.

Seite fallen in den PMI-Berichten die weitere Verkürzung der Lieferzeiten und der weitere Rückgang der Verkaufspreise auf. Der pandemiebedingte Inflationsdruck nimmt mithin weiter ab.

newsroom.sparkasse.at

Fokus

Überschuss nach Defiziten

Leistungsbilanz der Eurozone wieder positiv.

Nach drei Defiziten in Folge hat die Leistungsbilanz der Eurozone wieder einen Überschuss verbucht. Das Plus betrug im Juni etwa vier Milliarden Euro, wie die Europäische Zentralbank (EZB) mitteilte. Im Mai war in der Leistungsbilanz noch ein Defizit von rund sieben Milliarden Euro angefallen. Normalerweise weist die Eurozone einen deutlichen Überschuss in der Leistungsbilanz aus, nicht zuletzt aufgrund des regen Warenexports in andere Wirtschaftsräume. Zeitweise war die Warenbilanz aber ins Minus gedreht. Belastet wurde die Handelsbilanz

zuletzt durch hohe Importpreise bei Energie- und Rohstoffen. Zudem werden die Exporte durch die schwächelnde Weltwirtschaft belastet. Im Juni wurde in der Warenbilanz ein Defizit von 0,3 Milliarden Euro verbucht. Das belegen die Zahlen der EZB. In der Leistungsbilanz werden der Waren- und Dienstleistungsverkehr sowie Einkommensübertragungen abgebildet. Sie stellt damit den volkswirtschaftlichen Austausch der Eurozone mit Ländern außerhalb des Währungsraums dar.

Ihre EXPORT today-Redaktion

newsroom.sparkasse.at

Inhalt

Innovationsagentur „INNER“	02
Radical Innovation von Zühlke	03
Neue Digital-Strategin bei Corvis	05
TEC-Talk in Alpbach	05
Logistiklösungen nach Maß	06

Top-Erfolg

Welser Umsatzsprung.

Der Metallverarbeiter Welser Profile Austria erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2021 um 43 Prozent mehr Umsatzerlöse als im Vorjahr. Welser Profile stellt in zwei Werken in Österreich Spezialprofile für den Fahrzeugbau, die Bau- und Beschlägeindustrie, die Lager-, Förder- und Befestigungstechnik sowie die Klima- und Umwelttechnik her. Dazu kommen drei weitere Produktionsstandorte in Deutschland und in den USA. Das Industrieunternehmen hat einen Exportanteil von mehr als 75 Prozent.

www.welser.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



Vince Bennett, vormals Creative Director bei Loebell Nordberg leitet „Inner“.

Die Wiener Kommunikationsagentur LOEBELL NORDBERG erweitert mit der Gründung der Agentur-Tochter INNER ihr Angebot um Experiential Publicity. Vollintegriert in das multidisziplinäre Leistungsspektrum der Agentur entwickelt die neue Tochter Experiences, die Marken sowie deren Produkte und Services mittels Interaktion spürbar und auch medial multiplizierbar machen. Geführt wird INNER von Vince Bennett, vormals Creative Director bei LOEBELL NORDBERG und langjähriger Kooperationspartner.

Creative Think Tank

Die Kommunikationsagentur LOEBELL NORDBERG startet ihre Agentur-Tochter „INNER“ – mit H&M als erstem Kunden.

„Immer häufiger konfrontieren uns Kund:innen mit Kommunikationsherausforderungen, die nur mehrdimensional zu beantworten sind. Full-Service-Kommunikation bedeutet heute Multichannel-Informationsvermittlung im Zusammenspiel mit der Kraft der Interaktion – digital und analog“, beschreiben Annabel Köle-Loebell und Maria Grazia Nordberg-Constantini, Gründerinnen und Geschäftsführerinnen von LOEBELL NORDBERG, die Motivation hinter dem Launch von INNER.

„INNER als hauseigener Kreativ-Provider ermöglicht die Dimension immersiver Experiences eingebettet in eine ganzheitliche Kommunikationsstrategie. Postpandemisch besteht die Herausforderung für Marken mehr denn je, stärker erlebbar zu sein. Wer sich heute für Produkte oder Services ent-

scheidet, will sie spüren. Diesem kulturellen Wandel begegnet INNER mit konkreten Kreativ- und Kommunikationslösungen, die immer auf die große Kommunikationsstrategie einzahlen. INNER-Content hat immer eine Botschaft – we create to communicate“, so Vince Bennett.

H&M als erster Top-Kunde an Bord

In einem Pitch für H&M Hennes & Mauritz im Juli 2022 setzte sich INNER durch und steht der schwedischen Fashion Brand ab sofort mit Experiential Publicity, Events und Influencer Relations zur Seite. Als erstes gemeinsames Projekt präsentierte INNER die neue Movement Brand von H&M – H&M Move – ausgewählten Multiplikator:innen im Zuge einer Sport-Experience. <

www.inner.wien

DB SCHENKER

From Austria to überall.

Let's go global:
mit den Export-Experten von DB Schenker in Österreich.

Kontaktieren Sie uns:
info.at@dbschenker.com | +43 (0) 5 7686-210900
www.dbschenker.com/at

Scan me



Schuster, pfeif auf deine Leisten!

In der Darwin'schen Evolutionstheorie ist vom „Survival of the Fittest“ die Rede. Unternehmen, die sich an den steten Wandel am besten anpassen können, sind diejenigen, die langfristig erfolgreich sind.

Es ist zwar nur schwer möglich, künftige Entwicklungen vorherzusehen, sicher ist jedoch, dass wir in den kommenden Jahrzehnten weitere einschneidende Veränderungen erleben werden. Darwins Grundsatz vom „Survival of the Fittest“ besagt, dass es nicht die Stärksten sind, die in einem sich ständig verändernden Umfeld überleben, sondern diejenigen, die sich an die Veränderungen bestmöglich anpassen können. Genau deshalb muss sich eine Organisation nicht nur stetig verbessern können, sondern auch in der Lage sein, gewohnte Pfade zu verlassen und sich radikal zu verändern. Der Weg dahin ist jedoch nicht eindeutig. Er ist mit Hindernissen, Risiken, komplexen Problemen und Unsicherheiten gepflastert.

Radikale Innovation ist komplex

„Radikale Innovationen, sprich etwas grundlegend Neues zu schaffen, das weitreichende Auswirkungen auf das gesamte Unternehmen hat, ist komplex“, sagt Andreas Pfleger, Industry Lead Industrial Innovation beim Innovationsberater Zühlke Österreich, und erklärt weiter: „Anders als inkrementelle Innovationen, basieren sie nicht auf bereits bestehenden Produkten oder Services. Eine radikale Innovation braucht, abgesehen vom neuen Produkt oder von der neuen Dienstleistung, üblicherweise den Aufbau und die Entwicklung einer völlig neuen Organisation.“

Damit tun sich viele Unternehmen noch sehr schwer. Es braucht ein klares Commitment, wie Dominic Böni, Head of Radical Innovation bei Zühlke, weiß: „Für Radikale Innovation braucht es das Mandat der Eigentümer. Denn grundlegende Neugestaltungen gehen gut und gerne über ein Jahrzehnt. Das erfordert große unternehmerische Ausdauer und einen starken Willen zur Innovation, der über kurzfristige Unternehmensplanung hinausgeht.“ Da das neue Produkt auf dem Markt noch nicht existiert, können Entscheidungen nicht anhand von Erfahrungswerten oder Kundenfeedback



1 Andreas Pfleger (li.), Industry Lead Industrial Innovation bei Zühlke Österreich, und sein Schweizer Kollege Dominic Böni, Head of Radical Innovation



getroffen werden. Radikale Innovation voranzutreiben, bedeutet ein Wechselbad der Gefühle, eine emotionale Intensität, die man in einem etablierten Unternehmen üblicherweise nicht erlebt.

Hindernisse auf dem Weg

Radikale Innovation ist in hohem Maße von Flexibilität und einer schnellen Arbeitsweise abhängig. Sobald eine radikale Innovation in das bestehende Unternehmen integriert werden soll, wird sie erfahrungsgemäß ausgebremst. Große Hindernisse stellen bestehende Prozesse dar, die in einem etablierten, stark differenzierten und erfolgreichen Betrieb als Schutzmaßnahmen unerlässlich sind. In einem „move fast and break things“-Modus müssen jedoch Fehler als Teil der Weiterentwicklung explizit zugelassen werden. Auch klassische KPIs blockieren grundlegende Innovationen. Wendet man statische Normen und Regeln der bestehenden Organisation auf etwas völlig Neues an, sind diese oft ungeeignet, wecken falsche Erwartungen und geben unerreichbare Ziele vor – was zielsicher zum Scheitern führt. Gerade deshalb ist es für Unternehmen essenziell, auf Personen zurückgreifen zu können, welche Erfahrung darin haben ganz neue Konzepte und Organisationen aus dem

Nichts aufzubauen. Die Erfahrung klassischer Manager, existierende Organisationen zu optimieren, ist dagegen hinderlich. „Dank unserer ausführlichen DACH-Studie zur radikalen Innovation in der Industriebranche, konnten wir unsere Erfahrung mit über 100 individuellen Interviews anreichern und verfeinern. Kombiniert mit dem Know-how der Zühlke-Gruppe, wie man komplexe innovative Projekte erfolgreich umsetzt, geben wir in der Studie Einsichten in die tieferen Dynamiken, welche hinter den typischen Symptomen und Herausforderungen radikaler Innovationsinitiativen stecken. Außerdem gehen wir darauf ein, wie man diese am besten adressiert“, schließt Dominic Böni.

Finden Sie die komplette Studie unter:

www.zuehlke.com/radical-innovation

Zühlke Engineering (Austria) GmbH

1200 Wien, Rivergate, Handelskai 92

Tel.: +43/1/205 11-6800

wien@zuehlke.com

www.zuehlke.com



DER BERG RUFT!

Vormittag SEMINAR
Nachmittag GIPFELGLÜCK

Fernab des Berufsalltags sorgen die frische Bergluft und die prachtvolle Natur für neue Impulse. Arbeit und Erholung zugleich – St. Anton am Arlberg schafft den perfekten Rahmen für jede Veranstaltung. Egal ob Seminar, Kongress oder Event, Ihren Wünschen sind dank der 16 verschiedenen Räumlichkeiten keine Grenzen gesetzt.

Flexibilität bieten wir nicht nur bei den Veranstaltungsräumen, sondern auch bei der Unterkunftssuche und dem Rahmenprogramm. Hüttenwanderungen, Kletterpartien, Biketouren oder Rafting-Ausflüge sorgen für neue Inspirationen und stärken den Gemeinschaftssinn. Dies gilt auch für gemütliche Hüttenabende in der verschneiten Landschaft, Schneeschuhwanderungen, Rodelausflüge oder gemeinsames Skifahren.

St. Anton am Arlberg bietet das perfekte Zusammenspiel aus Gemeinschaftserlebnis an der frischen Bergluft und produktiven Arbeitstreffen.



KONTAKT:

kongress@stantonamarlberg.com

T: +43 (0) 5446 2269-55 und

T: +43 (0) 5446 2269-54

www.arlberg-wellcom.at



Ab sofort unterstützt Alexandra Pytko als „Head of Digital Strategy“ die weltweit agierende Digitalagentur aus Wien.

Global gedacht

Mit Alexandra Pytko setzt die Wiener Digitalagentur Corvis auf eine international erfahrene Top-Strategin.

Mit Alexandra Pytko als neue „Head of Digital Strategy“ bauen die Corvis-Gründer Martin und Markus Siuda die globale Ausrichtung ihrer international agierenden Performance Marketing-Agentur mit Sitz in Wien weiter aus. „In Alexandra haben wir eine international erfahrene Top-Strategin gefunden, mit der wir gemeinsam am digitalen Erfolg unserer Kunden arbeiten und Corvis weiter internationalisieren werden“, so die beiden Unternehmer.

Auf Augenhöhe mit den Kunden

Tatsächlich kann Pytko als Digital Native auf mehr als 15 Jahre Branchenerfahrung aus Spanien, England, CEE und dem DACH-Raum bauen. Bei den Agenturen wie Leo Burnett, Havas, Jung von Matt und DMB betreute sie Kunden aus den Sektoren Automotive, E-Commerce, FMCG, Education, Luxury, Fashion, Versicherung, Energie, Handel und Tourismus. Zuletzt hat Pytko ein internationales Digital Solutions Hub in der MENA Region aufgebaut und gesteuert. Pytko: „Heutzutage haben es Marken mit volatilen Marktsituationen zu tun, wo Budgets als auch Ressourcen zunehmend schwerer planbar sind. Umso wichtiger ist es, mit Kunden auf Augenhöhe zu arbeiten und die Unternehmensstrategie zu verstehen, um verfügbare Mittel so effizient wie

möglich einzusetzen.“ Gemeinsam möchte man zukünftig Potenziale erkennen, Marken stärken und in Zusammenarbeit mit Kunden deren Wachstum aktiv vorantreiben. „Corvis bringt die notwendige Agilität und Testing Mentalität mit und versteht es, führenden Unternehmen eine starke Brandformance zu verleihen“, so Pytko.

Ein besonderes Anliegen ist Alexandra Pytko der digitale Erfolg der Kunden, für den die Agentur das digitale Setup laufend analysiert und optimiert. Dafür setzt man bei Corvis vor allem auf das eigens entwickelte Performance Framework, mit dem ein starkes Augenmerk auf holistische Omnichannel-Strategien gelegt wird.

Experten für Online Marketing

Corvis ist eine international agierende Performance Agentur mit Sitz in Wien. Die von Martin und Markus Siuda im Jahr 2014 gegründete Agentur bietet datengetriebenes Performance Marketing für den Erfolg führender Brands. Corvis punktet hier mit einer Kombination aus Consulting und Digitalmarketing mit Fokus auf messbaren Ergebnissen.

Die Agentur arbeitet dabei eng mit Kanälen wie Meta, Google, Pinterest, TikTok, Snapchat und Twitch zusammen.

www.corvis-digital.com

TEC-Talk

Entwicklung und Nutzung der künstlichen Intelligenz als entscheidender Standortfaktor.

Künstliche Intelligenz bietet enorme Hebel für die Wettbewerbsfähigkeit in Österreich und Europa, Kooperationen aus Wirtschaft und Wissenschaft und Digital Skills spielen dabei eine entscheidende Rolle“, so die zentrale Botschaft der Content Session-Session des Vereins zur Förderung von Forschung und Innovation (vffi) und der Industriellenvereinigung (IV) bei den diesjährigen Technologiegesprächen in Alpbach. Die Bedeutung der digitalen Transformation und Technologien wie KI für Unternehmen zeige sich deutlich anhand einer digitalen Dividende, von der Vorreiter profitieren könnten. „Unternehmen mit hohem Digitalisierungsgrad sind produktiver, können höhere Umsatzsteigerungen erzielen und ziehen mehr Talente an“, führt Christoph Neumayer, Generalsekretär der Industriellenvereinigung, aus. Österreich befindet sich derzeit allerdings im europäischen Mittelfeld, was die Digitalisierung angeht und belegt Platz 10 im diesjährigen Digital Economy and Society-Index der Europäischen Kommission. Insbesondere bei KI und der Nutzung von Big Data wird Österreich Aufholbedarf gegenüber den Vorreitern bescheinigt.

„Es muss uns gelingen, die Jugend für MINT- und Digitalausbildungen zu begeistern, Weiterbildung in diesem Bereich voranzutreiben sowie die digitale Grundbildung in der breiten Bevölkerung zu stärken. Digitale Skills sind der Schlüssel zum Erfolg!“

www.iv.at

Forderungsrealisierung
weltweit
zu besonderen
Konditionen!



www.akzeptata.at

Logistiklösungen mit Mehrwert

Neben weltweiten Transport- und Warehouse-Leistungen bietet DACHSER zahlreiche Services entlang der Lieferkette, die individuell gestaltet werden können.

Das 1930 gegründete Familienunternehmen DACHSER mit seinem Hauptsitz in Kempten, Deutschland, ist mit rund 31.800 Mitarbeitenden an weltweit 376 Standorten vertreten und zählt heute zu den weltweit führenden Logistikdienstleistern. In Österreich umfasst das Geschäftsmodell Transportlogistik, Warehousing und kundenindividuelle Services. Die DACHSER-IT verknüpft die verschiedenen Transportleistungen und macht so einen reibungslosen und effizienten Warenverkehr über alle Grenzen hinweg möglich.

Tirol seit 1995 – ein Netz verbindet Europa

Das Logistikzentrum Tirol mit seinen 20.000 Quadratmetern bietet seinen Kunden alles aus einer Hand: kundenindividuelle Services im Rahmen der Kontraktlogistik sowie direkten Anschluss an das europäische Transportnetzwerk, aber auch weltweite Luft- und Seefrachtdienstleistungen. Dabei verfügt das Familienunternehmen über eines der engmaschigsten Logistiknetze für den Transport von Stückgut in Europa. „Dicht getaktete Linienverkehre verlassen täglich unsere Niederlassung und es werden stetig mehr, um die Laufzeiten in Richtung West- und Südeuropa zu verkürzen“, sagt Robert Kloker, Niederlassungsleiter des Logistikzentrums Tirol.

Lösungen nach Maß

Mit seinen Corporate Solutions verbindet DACHSER spezifisches Branchen-Know-how mit bewährten Services im globalen

Logistiknetzwerk von DACHSER. Für definierte Branchen bietet DACHSER maßgeschneiderte Logistiklösungen, die dennoch von globalen Qualitätsstandards profitieren. Paradebeispiele dafür sind die bereits seit Jahren etablierten Corporate Solutions DACHSER DIY Logistics für die Home-Improvement-Branche und DACHSER Chem Logistics für die chemische Industrie. Mit DACHSER Automotive Logistics, DACHSER Fashion Logistics sowie DACHSER Life Science und Healthcare Logistics wurden weitere Branchenlösungen geschaffen, mit denen Kunden ein Vorteil geboten wird. Zudem startet DACHSER derzeit in Frankreich und ab 2023 auf breiterer Ebene die Branchenlösung DACHSER Cosmetics Logistics, die auf die spezifischen Anforderungen der Kosmetikindustrie angelegt ist.

„Wird aus der Anforderungssicht der Kunden gedacht, ergeben sich vollkommen neue Denkprozesse und Lösungen. So kann man ganzheitliche Logistikkonzepte mit echtem Mehrwert schaffen, die – ganz im Sinne der DACHSER-Mission – positiv auf die Logistikbilanz unserer Kunden einzahlen“, sagt Manuel Schmelz, Business Development Manager Solutions von DACHSER-Austria.

Mit der Etablierung von Corporate Solutions gehen auch Innovationen wie der Roll&GOH im Bereich der DACHSER Fashion Logistics einher. Dabei handelt es sich um einen von DACHSER entwickelten Rollcontainer, in dem sowohl Liege- als auch Hängeware transportiert wird. Der Rollcontainer ist so für das DACHSER-Netzwerk konzipiert,



DACHSER-Logistikzentrum Tirol in Stans

dass er effizient eingesetzt werden kann. Ganz besonders eignet er sich für die anspruchsvolle Belieferung der Shops und Malls in den Innenstädten der europäischen Metropolregionen – übrigens nicht nur für Fashionprodukte.

DACHSER als Lead Logistics Provider

Die Lieferketten stets im Blick zu haben und steuern zu können, ist für funktionierende Geschäftsmodelle immer entscheidender. In Zeiten massiver Störungen der globalen Supply Chains wird das besonders deutlich. Mit dem DACHSER LLP Control Tower Konzept werden alle vom Kunden eingesetzten Logistikdienstleister zentral gesteuert und koordiniert. Je nach Kundenanforderung können dabei verschiedene Services wie beispielsweise Lieferantenkoordination, Auftragsmanagement, Supply Chain Event Management, Überwachung der Kosten, KPIs und Reporting und vieles mehr genutzt werden. Die Basis bildet eine innovative IT-Lösung, eine Visualisierungs- und Connectivity-Plattform für die komplette Supply Chain. Dadurch werden Transparenz und Steuerungsmöglichkeiten massiv verbessert.

FACT-BOX

2004 Gründung der DACHSER-Austria Gesellschaft m.b.H.

- Standorte: 9 in Österreich
- Mitarbeiter: 618
- Umsatz: 217,3 Mio. Euro
- Sendungen: 2,3 Mio.
- Tonnage: 1,2 Mio. t



Robert Kloker,
Niederlassungs-
leiter des Logistik-
zentrums Tirol

DACHSER-Austria Gesellschaft m.b.H.

Logistikzentrum Tirol
6135 Stans, Dornau 9
Tel.: 0524221210-0
dachser.innsbruck@dachser.com
www.dachser.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.