

EXPORTtoday

IHRE WÖCHENTLICHE INFORMATIONSQUELLE RUND UM DEN EXPORT

Ausgabe 25/2023

Abflug in die Wüste

Dubai erhält österreichische Flugzeuge.

Die Emirates Flight Training Academy (EFTA) hat eines der fortschrittlichsten Pilotenausbildungsprogramme der Welt. Dabei werden u.a. Flugzeuge des Wiener Neustädter Herstellers Diamond Aircraft eingesetzt. Die EFTA hat drei Diamond DA42-VI Flugzeuge und den dazugehörigen Flugsimulator im März dieses Jahres im Wert von vier Millionen Euro bei Diamond Aircraft bestellt und vor kurzem die letzte Diamond DA42-VI in ihre Flotte aufgenommen. Die Auslieferung des Simulators wird in Kürze erwartet. Die Flugschüler werden in den kommenden Monaten mit der Ausbildung auf den Jets in Dubai beginnen. An Standorten in Österreich, Kanada und China baut Diamond Aircraft mit mehr als 1.000 Beschäftigten eine breite Palette an



© Diamond Aircraft

Dubai beherbergt eine der besten Pilotenausbildungsstätten der Welt.

Leichtflugzeugen. Mittlerweile werden rund um den Globus mehr als 5.500 Jets des Flugzeugherstellers von Privatpiloten, professionellen Flugausbildern und weiteren Institutionen geflogen.

www.diamondaircraft.com

Inhalt

Award für Recyclingprojekt	02
Herausforderung für Exporteure	03
Chancen und Risiken der KI	04
Workshop für KI-Tools	05
ACP – 30 Jahre IT-Dienstleister	07

Top-Erfolg

Doppelsieger.

Die AMAG Austria Metall AG erhielt von Airbus den „Accredited Supplier“-Award. Es ist die höchste von vier Qualitätsauszeichnungen, die der europäische Flugzeughersteller an seine Lieferanten verleiht.

Die AMAG ist damit aktuell auch der einzige Lieferant von Walzprodukten aus Österreich, der auf diesem höchsten Niveau ausgezeichnet wurde. Diese Auszeichnung erging an die AMAG bereits zweimal in Folge, zuletzt im Jahr 2020.

www.amag.at

Fokus

Bilaterale Erfolgsgeschichte

Tschechische Regionen schätzen Kooperation mit Österreich.

Tschechien bewertet die bilaterale Zusammenarbeit seiner drei an Österreich angrenzenden Regionen Südböhmen, Südmähren und Vysočina mit Partnerinstitutionen aus dem Mühl-, Wald- und Weinviertel sehr positiv. Einen entsprechenden Bericht hat das tschechische Außenministerium vor kurzem dem Kabinett im Prager Parlament vorgelegt. Als Flaggschiff der bilateralen Kooperation im tschechisch-österreichischen Grenzgebiet gelten dabei insbesondere Projekte auf dem Gesundheitssektor. Auch die gemeinsamen Programme zu Klimafrä-

gen sowie zu den Themen Forschung, Bildung und Kultur würden sich gut entwickeln, heißt es in dem Bericht. Die grenzüberschreitende Kooperation Tschechiens mit Österreich besteht schon seit 1995. Für die Jahre 2021 bis 2027 läuft zurzeit das EU-Finanzierungsprogramm Interreg VTA mit einem Budget von 86,8 Millionen Euro. Außerdem werden in Zusammenarbeit mit den regionalen Stellen auf der tschechischen und österreichischen Seite des Programmbiets mehrmals Webinare durchgeführt

Ihre EXPORT today-Redaktion

www.at-cz.eu/at

Impressum

EXPORT today wird vom Observer beobachtet.

Medieneigentümer, Redaktionsadresse: NEW BUSINESS Verlag GmbH, A-1180 Wien, Kutschergasse 42, 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

Prämiertes Recycling

AT&S gewinnt den Airbus Avionics Supplier Award für das „Best Improvement Project“.

AERIS, ein innovatives Recyclingsystem, mit dem das steirische Hightechunternehmen AT&S wichtige Chemikalien und bis zu 1000 Kilogramm Kupfer pro Tag aus dem Abwasser zurückgewinnen kann, hat den Airbus Avionics Supplier Award für das beste Verbesserungsprojekt gewonnen. Der Preis wurde im Rahmen des 1. Airbus Avionics Supplier Day in Toulouse, Frankreich, verliehen.

Mehr Kupfer, weniger Verschmutzung

Mit der Implementierung eines innovativen und selbst entwickelten Abwasserbehandlungsverfahrens liefert AT&S eine neue Lösung für nachhaltiges Ressourcenmanagement und Recyclingpraktiken in der Elektronikindustrie: AERIS ist ein Kupferrecyclingsystem zur Rückgewinnung von

reinem Kupfer und Chemikalien aus Abwasser. Die Vorteile liegen auf der Hand: weniger Chemikalien- und Kupfereinkauf, weniger Abfall, weniger CO₂-Emissionen und eine effizientere Wiederverwendung von Ressourcen.

Das Projekt AERIS wurde 2019 gestartet und kürzlich am Hauptsitz der AT&S in Hinterberg installiert. Die Anlage wird bald die Rückgewinnung von bis zu 1.000 kg reinem Kupfer pro Tag sowie das Recycling einer beträchtlichen Menge an Chemikalien ermöglichen. Diese kreislaforientierte Produktion ermöglicht es AT&S, den Einkauf von Kupfer, Salzsäure und Chemikalien für die Abwasseraufbereitung drastisch zu reduzieren und gleichzeitig den Anfall von mehreren Tonnen Industrieschlamm pro Jahr zu verhindern. AERIS verringert den



AT&S gewinnt den Airbus Avionics Supplier Award für „Best Improvement Project“

CO₂-Fußabdruck von AT&S um 29 Prozent im Vergleich zu einer Standardprimärnutzung von Kupfer, indem der Bedarf nach Produktion und Transport von wertvollen Ressourcen minimiert wird.

„Wir zeigen, dass wir nicht nur in der Elektronik Technologieführer sind, sondern auch im Bereich nachhaltige Produktion. Mit unseren innovativen Produkten gestalten wir die Zukunft der Energie-, Verkehrs- und Kommunikationssysteme mit“, sagt AT&S CTO Peter Griehsnig.

www.ats.net



Therese Niss, Vorständin der MINTality Stiftung vergibt den besten Praktikumsplatz aller Zeiten.

Gerade erst hat die MINTality Stiftung mit einer aussagekräftigen Studie belegt, dass der MINT-Begriff in der Bevölkerung – und gerade bei den weiblichen Job-suchenden – noch viel zu wenig verankert ist. Das soll sich nun rasant ändern. MINTality setzt mit einem spektakulären Aufruf einen weiteren Schritt, um sich im Bewusstsein der jeweiligen Zielgruppen zu verankern: MINTality schreibt ein Superpraktikum aus, dessen Gehalt mit 5.324,- Euro für einen Monat (inkl. Urlaubs- und Weihnachtsgeld) so hoch ist wie ein durchschnitt-

Superpraktikantin gesucht

MINTality Stiftung vergibt den besten Praktikumsplatz mit einem Monatsgehalt von 5.324,- Euro!

licher Fach- und Führungskräfte-lohn im MINT-Bereich. Der Hintergrund für diesen Superpraktikantinnenplatz liegt auf der Hand: Die MINTality Stiftung möchte junge Frauen gezielt auf die extrem guten und ausgesprochen fair bezahlten Zukunftsmöglichkeiten im MINT-Bereich aufmerksam machen. Schließlich sind nur 22 Prozent der Tech-Jobs in der EU weiblich besetzt.

„Durch falsche Rollenbilder werden Frauen entmutigt und von Tech-Jobs ferngehalten. MINTality möchte diese Rollenklischees aufbrechen und mit der Aktion auch aufzeigen, wie gut man im MINT-Bereich verdienen kann“, so Therese Niss, Vorständin der MINTality Stiftung.

Was sind die Voraussetzungen?

Für diesen besonderen Job – der für Spät-

sommer oder Herbst avisiert ist – werden konkret Schülerinnen und junge Frauen gesucht. Sie sollen neugierig sein, begeisterungsfähig und reiselustig, betont Niss. „In unserem MINTernship, wie wir es nennen, geht es darum, einer jungen Frau Einblick in eine Welt zu geben, die jeden Tag alles daran setzt, dass unser Alltag reibungsloser abläuft. Deshalb wird unsere Superpraktikantin auch in jedem der in der MINTality Stiftung integrierten Unternehmen Zeit verbringen, um möglichst viel von diesem Innovationsgeist der heimischen Industrie aufnehmen zu können.“

Bewerbungen bis 7. Juli 2023 an:

office@mintality.at, MINTality Stiftung, Schottenring 16/3, Haus der Philanthropie, 1010 Wien
www.mintality.at

Zwischen Optimismus und Angst

Wie schätzen Exporteure ihre Chancen für 2023 ein? Welche Herausforderungen stehen an oberster Stelle? Antworten auf diese und weitere Fragen gibt eine weltweite Umfrage unter 3.000 Exportunternehmen des Kreditversicherers Acredia gemeinsam mit Allianz Trade.

Die Herausforderungen im Welthandel sind nach wie vor groß. Die Krisen der letzten Jahre, von der Covid-19-Pandemie bis zur Invasion der Ukraine, sind noch nicht ganz vorüber, schon ziehen neue Wolken in Form von hoher Inflation und steigenden Zinsen am Wirtschaftshimmel auf. Acredia, die führende Kreditversicherung in Österreich, wollte wissen, wie sich die aktuelle Situation auf den Welthandel auswirkt, und hat gemeinsam mit Eigentümer Allianz Trade eine globale Umfrage durchgeführt. „Wir haben weltweit rund 3.000 Exporteure aus Frankreich, Deutschland, Italien, Spanien, Polen, dem Vereinigten Königreich und den USA zu ihren Erwartungen für 2023 befragt“, sagt Michael Kolb, Vorstand bei Acredia. „Die Ergebnisse zeigen, dass die Exporteure zwar optimistisch hinsichtlich des Umsatzwachstums sind, jedoch steigt die Angst vor Zahlungsausfällen.“

Steigende Unsicherheit verdirbt Appetit auf neue Märkte

Etwa 70 Prozent der befragten Unternehmen erwarten dieses Jahr einen Umsatzanstieg durch Exporte, letztes Jahr waren es noch 80 Prozent. „Das Ergebnis reflektiert das derzeit ungünstige Umfeld für den globalen Handel“, so Kolb. Außerdem erwarten mehr Exporteure, dass sich die Zahlungsfristen verlängern (42 Prozent gegenüber 31 Prozent). Vor allem in den USA und Großbritannien bereiten sich fast 50 Prozent der Befragten darauf vor, dass sie länger auf ihr Geld warten werden. „Die Rentabilität der Unternehmen gerät durch die hohe Inflation, steigende Zinsen und den engen Kapitalmarkt zunehmend unter Druck. Längere Zahlungsfristen und ein höheres Risiko von Zahlungsausfällen sind deshalb wahrscheinlich“, macht Kolb die derzeitige Situation deutlich. Das Interesse an neuen Märkten scheint gedämpft. 63 Prozent der Befragten bevorzugen eine Erhöhung der Investitionen in Ländern, in denen sie bereits präsent sind, während 47 Prozent pla-



nen, in neuen Ländern zu investieren. Auch beim Ausbau der Marktanteile konzentriert sich der Großteil, nämlich 55 Prozent, auf bestehende Märkte. 52 Prozent streben eine Diversifizierung und Erschließung neuer Länder an.

Bargeld ist nach wie vor der König für Exportfinanzierung

Um ihre Exportentwicklungspläne zu finanzieren, planen Unternehmen weiterhin, auf Bargeld, Bankkredite und Zahlungsbedingungen zu setzen. Die ersten beiden Optionen lagen auch in der Umfrage des letzten Jahres vorn, obwohl der Abstand zu anderen Finanzierungsmöglichkeiten in diesem Jahr deutlich geringer ist. Grund dafür dürften sinkende Bargeldreserven der Unternehmen und die verschärften Bedingungen für Bankkredite sein. „Interessant ist, dass Unternehmen neben den traditionellen Finanzierungsquellen vermehrt auf Buy-Now-Pay-Later-Programme zurückgreifen, um ihre Exporte zu finanzieren“, hebt Kolb hervor. „Solche Programme könnten auch für kleine und mittlere Unternehmen interessant sein, die zuvor vom globalen Handel zurückgeschreckt sind.“ Vor allem für Unternehmen in Großbritannien und Frankreich sind Buy-Now-Pay-Later-Programme die drittbeste Finanzierungsquelle nach Bargeld und Bankkrediten.

Finanzielle Stabilität hat Priorität vor ESG Angesichts der abnehmenden Wirtschafts-

dynamik und der restriktiveren Kreditvergabe geben mehr als 80 Prozent der Befragten an, dass die Geschäftskontinuität derzeit gegenüber ESG-Verpflichtungen Vorrang hat. Dennoch haben Unternehmen ihre ESG-Ziele nicht vollständig aufgegeben: Die meisten Befragten (85 Prozent) intensivieren ihre Bemühungen, langfristig auf grüne Energiequellen umzusteigen, insbesondere in Spanien, den USA und Frankreich. Vor allem die Energiekrise beschleunigt den grünen Übergang. „Der Hauptaugenmerk in Bezug auf ESG liegt immer noch auf kurzfristigen Maßnahmen“, so Kolb. „Es werden jedoch auch strukturellere Maßnahmen gesetzt, wie die Entwicklung nachhaltiger und innovativer Produkte und Dienstleistungen und die Reduzierung von nicht nachhaltigen Aktivitäten.“

ACREDIA Versicherung AG

Himmelpfortgasse 29, 1010 Wien

T. +43 0 5 01 02-0

office@acredia.at

www.linkedin.com/company/acredia-versicherung-ag | www.acredia.at

ACREDIA
MACHT MUT ZU HANDELN

Gekürzte Fassung. Den vollständigen Artikel lesen Sie in der aktuellen Ausgabe NEW BUSINESS Export 1/2023

„ChatGPT, wen soll ich angreifen?“

Neue KI-Programme ermöglichen ungeahnte Betrugsversuche. Wie man dem entgegen treten kann, diskutierten Expoerten bei der Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein

KI-Software vereinfacht zwar unseren Arbeitsalltag, sie beflügelt aber auch Kriminelle. Befragt man österreichische Führungskräfte nach den größten digitalen Risiken, antworten 72% (Quelle PwC) mit Gefahren durch Cyberkriminelle. Befürchtet werden vor allem Angriffe per E-Mail (57%). Noch nicht wirklich in den Chefetagen angekommen scheint jedoch die Bedrohung durch Deep-Fakes oder KI-Software wie ChatGPT & Co. Bei der Top Speakers Lounge der Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein in den Räumlichkeiten von PwC Österreich im DC Tower diskutierten Christine Antlanger-Winter (Google Country Director Switzerland, Regional Lead Austria & Switzerland), Ludmila Georgieva (Head of Government Affairs & Public Policy, Google Österreich), Michael Valersi (Leiter Stabsstelle Cyber Security Liechtenstein), Philipp Mattes-Draxler (Partner und Cybersecurity-Experte bei PwC Österreich) und Andreas Ritter (CIO Alcar Holding), Cybersicherheit aus den unterschiedlichen Perspektiven, welche Auswirkungen die digitale Transformation inkl. KI auf Cybercrime hat und wie man sich dem entgegenstellen kann.

420 Bitcoins Lösegeld

Wie es ist, gehackt zu werden, weiß Andreas Ritter nur zu gut. Mitten in der Nacht wurde der CIO über einen Hackerangriff informiert. Keiner der weltweit 130 Alcar-Server war mehr erreichbar. „Sie wollten 420 Bitcoins von uns – das waren zu dem Zeitpunkt etwa 3,4 Millionen Euro. Aber wir haben uns entschieden, nicht zu zahlen.“ Nach der ersten Schockstarre ging die Arbeit los. „Ein Krisenstab musste eingerichtet werden. Eine Anzeige bei der Polizei wurde gemacht und unsere Mitarbeiter mussten informiert werden. Die technische Arbeit trat zunächst in den Hintergrund“, so Ritter. Dann ging man auf Spurensuche, holte Hilfe und kam schließlich mit einem blauen Auge davon. „Der Angriff hat uns einen hohen sechsstelligen Betrag gekostet,



V.l.n.r.: Andreas Ritter, Ludmila Georgieva, Philipp Mattes-Draxler, Christine Antlanger-Winter, Michael Valersi und Patrick Göschl.

aber die Maßnahmen danach waren um ein Vielfaches teurer. Heute haben wir die besten Lizenzen.“ Glück im Unglück hatte Ritter, weil er es nach eigener Aussage nicht mit einem Superprofi zu tun hatte. Heute sucht die KI nach Einfallstoren ...

Cybersicherheit ist ein Mannschaftssport

Dass KI nicht nur Risiken, sondern auch enormes positives Potenzial birgt, weiß man auch bei Google. Ludmila Georgieva: „Es geht um KI in der Cybersicherheit und Cybersicherheit in der KI. KI ist keine Bedrohung, KI sehen wir als Chance, sie hat großes Potenzial, gesellschaftspolitische Fragestellungen zu lösen und minimiert Risiken. KI-Analysen können die Effizienz verbessern. Seit 2011 setzen wir maschinelles Lernen ein, um die Sicherheit zu erhöhen. 99,9 Prozent des Spams werden aussortiert. Auch im Google Play-Store werden täglich 125 Milliarden Apps mithilfe von KI-Algorithmen gescannt. Ganz neu ist Google's Secure AI Framework, das einen Weg für den sicheren und Aufbau und Einsatz von KI aufzeigt, inspiriert von Googles Best Practices bei der Softwareentwicklung.

Wir verfolgen einen offenen und kollaborativen Ansatz in Bezug auf Cybersicherheit und teilen Bedrohungslagen mit anderen, denn Cybersicherheit ist ein Mannschaftssport.“

Christine Antlanger-Winter setzt auf mehr Problemerkennung: „Wir versuchen, die Sicherheit von Anfang an mitzudenken und das Risiko zu minimieren, Fachleute zu unterstützen, Know-how zu stärken und Weiterbildung anzubieten. Bei der Kompetenzsteigerung konzentrieren wir uns auf Zielgruppen wie Frauen. Hier gibt es großes Potenzial und Möglichkeiten, unter anderem in Partnerschaft mit dem lokalen Chapter der Woman 4 Cyber.“

Auf den Faktor Mensch setzt auch Michael Valersi: „Die Angriffsvektoren haben sich nicht wesentlich geändert. Der Mensch, die Software und die Hardware. Man muss nur die Ergebnisse der KI kritisch hinterfragen. Das wird oft vergessen: Es fehlt oft das Nachdenken darüber, ob diese Ergebnisse überhaupt richtig sind. Wir werden neue Angriffstechniken erleben. Das Spiel wird weitergehen.“

www.hk-schweiz.at



Das JETZT KI Bootcamp wartet mit Tipps und Tricks für Herausforderungen in der Arbeit mit KI-Tools auf.

Eintägiges Bootcamp

In vier Workshops am 4. Oktober 2023 geht es um die spannendsten KI-Tools für Marketing- und Werbeprofis.

Im Rahmen von interaktiven Hands-on-Workshops vermitteln KI-Experten aus Österreich und Deutschland wie Marketing-, Werbe- und Kommunikationsprofis jetzt von KI-Anwendungen für Text, Bild, Video/Audio, Website-Erstellung und Präsentationen profitieren. Klares Ziel der vier ineinander übergehenden Workshops ist es, Marketing-, Werbe- und Kommunikationsprofis näherzubringen, wie sie von KI-Anwendungen für Text, Bild, Video/Audio sowie für die Erstellung von Websites und Präsentationen profitieren können. Bei der JETZT KI fungieren KI-Tool-Experten von Agentur- und Dienstleisterseite als Trainer, die sich schon lange vor dem großen Roll-out von ChatGPT im Herbst 2022 mit dem Thema Künstliche Intelligenz und dessen Auswirkungen auf Marketing und Werbung auseinandergesetzt haben.

Top-Trainer mit breiten KI-Anwenderkenntnissen

Maik Ignaszak ist Kreativkopf der Hamburger Werbeagentur Wallek von Zitzewitz, die im Frühjahr 2023 mit einer mittels ChatGPT, Midjourney, Dall-E und Co. generierten Kampagne für die Softdrink-Marke Afri Cola über die Grenzen Deutschlands hinaus für großes Aufsehen gesorgt hat.

Jürgen Bogner ist Co-Founder der Wiener

Kreativagentur biteme.digital, der von den unendlichen Möglichkeiten von KI-Tools für Text, Bild, Bewegtbild, aber auch für Prozesse in Werbung und Marketing nicht nur fasziniert ist, sondern bereits in Kampagnen für seine Kunden einfließen lassen hat. Julian Koßmann ist Growth Hacker und Software-Entwickler bei der Innovationsagentur TheVentury und unterstützt Startups sowie etablierte Unternehmen in Wachstumsfragen und bei der Skalierung. Nebenbei teilt Koßmann seine Erfahrungen in Workshops und Vortragsserien an Fachhochschulen und Universitäten – etwa mit einer sechsteiligen Seminarreihe zum Thema „Unternehmenschatbots mit ChatGPT“. Das JETZT KI Bootcamp liefert den TeilnehmerInnen sofort in die Tat umsetzbares Know-how für eigene aktuelle und zukünftige Projekte und wartet mit vielen Tipps und Tricks für die tagtäglichen Herausforderungen in der Arbeit mit KI-Tools auf.

Details zum Workshop

Anmeldungen zum eintägigen JETZT KI Bootcamp sind ab sofort hier möglich: <https://ki.jetzt-konferenz.at/tickets>. Der Ticketpreis für die JETZT KI beträgt 490 Euro netto. Bis Ende Juni 2023 gilt der um 25 Prozent billigere Early-Bird-Tarif.

<https://ki.jetzt-konferenz.at>

Wende

„Online-Boom ist zu Ende, das Pendel schlägt wieder Richtung stationärem Handel“

In Österreich sowie in der EU ist der Internet-Shopping-Boom aus der Corona-Zeit zu Ende“, so Rainer Trefelik, Obmann der Bundessparte Handel in der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ). Konkret zeigen die Analysen, dass EU-weit 68 Prozent der Konsument:innen (16-74 Jahre) zumindest manchmal online einkaufen, in Österreich sind es 66 Prozent. Damit ist der Anteil der Online-Shopper:innen in Österreich, der 2021 rückläufig war, wieder so hoch wie 2020. „Dennoch liegt Österreich im internationalen Vergleich deutlich hinter den nordischen, aber auch hinter vielen anderen EU-Ländern zurück“, führt Ernst Gittenberger vom Institut für Handel, Absatz und Marketing (IHaM) aus. Spitzenreiter sind Dänemark und die Niederlande mit einem Anteil von je 88 Prozent sowie Schweden (86 Prozent). In Deutschland beträgt der Anteil 76 Prozent, in Italien sowie in Rumänien und Bulgarien hingegen bestellt weniger als die Hälfte der Bevölkerung (16-74 Jahre) übers Internet.

Paradoxe Entwicklung

„Fast paradox ist allerdings, dass trotz steigender Shopper-Zahlen die Online-Ausgaben gesunken sind“, sagt Christoph Teller, Vorstand des IHaM an der JKU. Das betrifft sowohl die EU-weiten Ausgaben als auch jene in Österreich: Im EU-27-Durchschnitt ist der Online-Anteil an den gesamten Einzelhandelsausgaben von 10,6 Prozent im Jahr 2021 auf 9,6 Prozent 2022 gesunken, in Österreich von 11,5 auf 10,4 Prozent. Davon profitiert hat der stationäre Handel.

<http://wko.at>

Forderungsrealisierung
weltweit
zu besonderen
Konditionen!



www.akzeptata.at



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



30 Jahre IT-Dienstleister

ACP, Österreichs größtes und modernstes IT-Systemhaus zelebriert seinen runden Geburtstag mit einem 900-Millionen-Euro Rekordumsatz.

Mit einem Umsatz von 900 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2022/23 und mehr als 2.200 Mitarbeiter*innen gehört die österreichische ACP Gruppe 30 Jahre nach ihrer Gründung zu den erfolgreichsten IT-Dienstleistern Mitteleuropas. Das einzigartige 360° IT-Portfolio sichert dem IT-Systemhaus nicht nur in Österreich die Führungsposition, sondern auch in Deutschland einen Platz unter den Top Ten der Branche. Die beiden Vorstände der ACP Gruppe Rainer Kalkbrener (Österreich) und Günther Schiller (Deutschland) möchten den stabilen Wachstumskurs der letzten Jahrzehnte auch in Zukunft fortführen und vor allem in der DACH-Region weiter expandieren. Spätestens 2025 soll die Umsatz-Milliarde erreicht werden. Die dafür notwendigen strategischen Weichen haben sie bereits gemeinsam mit den ACP-Gründern Stefan Csizy, Walter Gsöll, Gerald Huber sowie Herbert und Gerhard Sanjath gestellt.

Vom Produktanbieter zum Digitalisierungspartner

Bereits heute unterstützen die erfahrenen Expert*innen von ACP internationale Unternehmen, Behörden und Organisationen dabei, komplexe Prozesse klimaneutral und zukunftsorientiert zu gestalten. ACP Österreich Vorstand Rainer Kalkbrener: „Wir sind in den letzten 30 Jahren stark gewachsen und haben uns mit unseren Kunden weiterentwickelt: Am Anfang entfielen 90 Prozent unserer Dienstleistungen auf den Hardware-Bereich, heute liegt der Fokus auf hochkomplexen IT-Dienstleistungen und nachhaltigen Digitalisierungsprojekten in enger Zusammenarbeit mit unseren Kunden. ACP ist immer öfter direkt an der Innovation der Kunden beteiligt. Das bedeutet für uns, dass wir unsere Kunden mit unseren zielgerichteten Serviceangeboten so weit wie möglich entlasten, damit diese ihr innovatives und kreatives Potenzial voll entfalten können.“ In den nächsten Jahren konzentriert sich ACP daher vor allem auf vier strategische Geschäftsfelder: Cyber-Security,



Die ACP-Gründer

Gerhard Sanjath, Walter Gsöll, Herbert Sanjath, Stefan Csizy und Gerald Huber feiern den 30. Geburtstag des Unternehmens.

ty, individuelle digitale Lösungen, Hybrid Cloud & Data Center sowie Modern Workplace.

ACP Plattform als One-Stop-Lösung für moderne IT-Dienstleistungen

Die ACP Plattform ist eine moderne, auf Wachstum und Innovation ausgerichtete unternehmerische Organisationsform, die sich aus verschiedenen Einheiten mit unterschiedlichen Kompetenzen zusammensetzt. ACP besteht heute aus 35 operativen Gesellschaften und bietet allen 2.200 Mitarbeitenden einen umfangreichen Gestaltungsfreiraum. Dieser gewährleistet die Stärke, die Vielfalt und die Ressourcen, um modernen Unternehmen bei der Umsetzung ihrer Ideen und Geschäftsziele mit leistungsstarken IT-Lösungen zu unterstützen. Rainer Kalkbrener: „Für unsere Kunden verbindet die ACP Plattform regionale Nähe und Agilität mit der Expertise hochspezialisierter Unternehmen. Das macht uns zu einem One-Stop Shop für moderne IT Dienstleistungen.“

Mehrfach ausgezeichnete Arbeitgeber

Die unterschiedlichen Geschäftsfelder und vielfältigen Tätigkeitsbereiche machen ACP nicht nur für die langjährigen Mitarbeiter*innen interessant, sondern auch als zukünftigen Arbeitgeber für engagierte junge Talente sehr attraktiv. Großer Wert wird auch

auf Mitarbeiter*innen-Empowerment sowie internationale Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten gelegt. Wesentlich zum Erfolg der ACP Gruppe hat zudem die breite Eigentümer*innenstruktur beigetragen. ACP ist zu 100 Prozent im Besitz der Mitarbeitenden. Für seine Arbeitgeber-Initiativen wurde das Unternehmen bereits mehrfach staatlich ausgezeichnet.

Dass Achtsamkeit und Effizienz in der IT-Branche keinen Widerspruch darstellen, sondern eine positive Dynamik entfalten, stellt das Unternehmen bereits seit 30 Jahren tagtäglich unter Beweis. „Wertschätzung gegenüber unseren Mitarbeiter*innen, Vertrauen und konstruktive Fehlerkultur, sowie ökologische Achtsamkeit waren von Beginn an ein wichtiger Teil unserer Unternehmenskultur und gehören heute zur DNA unserer Marke“, betont ACP-Gründer und Aufsichtsratsvorsitzender Stefan Csizy.

Besonders stolz ist das Gründerteam auch auf die langjährige Freundschaft und das grenzenlose Vertrauen, die heute noch die Basis für die wertschätzende Unternehmenskultur sind. Entsprechend haben sich die Gründer bereits vor einigen Jahren aus der operativen Führung zurückgezogen und das Tagesgeschäft der nächsten Generation übertragen. Stefan Csizy: „Nun haben die Jüngeren die Möglichkeit, die Zukunft von ACP zu gestalten.“

www.acp.at

NEW BUSINESS

**Alles, was
Sie für Ihr
Business
brauchen!**



DAS NEW BUSINESS PAKET um nur 37 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 37 Euro.
- ☐ Ja, ich bestelle das Vorteilsabo NEW BUSINESS für zwei Jahre (22 Ausgaben) um nur 63 Euro.