

EXPORT today

IHRE WÖCHENTLICHE INFORMATIONSQUELLE RUND UM DEN EXPORT

Ausgabe 26/2023

Investment-Profitteur

FACC hat gut gefüllte Auftragsbücher.

Auf der diesjährigen Paris Air Show wurden von allen internationalen Luftfahrtsherstellern Aufträge in Rekordhöhe verzeichnet. Insgesamt gingen Bestellungen über rund 1.300 neue Flugzeuge ein, 1.033 davon alleine bei Airbus und Boeing. Zu den am stärksten nachgefragten Modellen zählen Flugzeuge mit einer Kapazität von 150 bis 220 Passagieren. Die FACC profitiert von dieser Entwicklung sehr stark, da Leichtbaulösungen der FACC bei allen Flugzeugherstellern zum Einsatz kommen. Insgesamt wuchs das Orderbuch der FACC dadurch um etwa 400 Millionen Euro. Das erklärte Ziel der gesamten Industrie: Bestehende Flotten mit nachhaltigeren und emissionsärmeren Flugzeugen zu modernisieren. Einen besonderen Stellenwert bei der



V.l.n.r.: Roland Brunner, Robert Machtlinger und Günter Nelböck freuen sich über Aufträge.

Erreichung dieser Ziele sind Leichtbausysteme. Diese tragen dazu bei, das Flugzeuggewicht deutlich zu reduzieren sowie durch aerodynamische Lösungen den Luftwiderstand zu verringern.

www.facc.com

Inhalt

Innovative Werbeform	02
feratel erhält Zuschlag in Italien	03
Crossmediale Werbemessung	05
E-Commerce-Konferenz in Wien	06
Schwieriges Jahr für Startups	08

Top-Erfolg

Diskreter Exporteur.

Es ist ein diskretes Metier, in dem die Koenig & Bauer GmbH die Position des Weltmarktführers einnimmt. Acht von zehn Banknotendruckmaschinen auf dem Globus kommen aus der Fertigung des österreichischen Tochterunternehmens der Koenig & Bauer Gruppe in Würzburg, deren 5.000 Beschäftigte rund 1,2 Milliarden Euro Jahresumsatz erzielen. Etwa 25 neue Maschinen verlassen jedes Jahr das Werk in Maria Enzersdorf, das 2023 das Jubiläum des 175-jährigen Bestehens feiern.

<https://at.koenig-bauer.com/de>

Fokus

Exportmotor UBIT

Export Erlöse stiegen 2022 auf 9,45 Milliarden Euro an.

Die UBIT-Branche boomt. 2022 lag der Umsatz der Unternehmensberater, Buchhalter, IT-Dienstleister bei rund 45 Milliarden Euro, wie der neueste UBIT Radar zeigt. Auch im Ausland sind die Expertise und das Know-how der UBIT-Betriebe stark gefragt. Diesen erfreulichen Trend zeigt auch der diesjährige Exportpreis 2023 der AUSSENWIRTSCHAFT Austria der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) deutlich: Drei UBIT-Betriebe wurden mit dem Exportpreis ausgezeichnet. Gold ging an das Tiroler Unternehmen Cropster GmbH, Silber an

Zactrack GmbH aus Wien und Bronze an A&C Automationssysteme & Consulting GmbH aus Salzburg.

Im Jahr 2022 erwirtschafteten die UBIT-Betriebe insgesamt 9,45 Milliarden Euro im Ausland. Im Vergleich zum Vorjahr ist dieser Wert um 3,7 Prozent angestiegen. An der Spitze der Exporterlöse liegt die IT-Branche mit 7,17 Milliarden Euro vor den Berufsgruppen Unternehmensberatung mit 1,59 Milliarden Euro und der Buchhaltung mit 20 Millionen.

Ihre EXPORT today-Redaktion

www.ubit.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

Innovative Werbeform

Die Vermarktungsagentur Purpur Media erweitert Angebotsportfolio um InGame-Audio Advertising.

Ab sofort bietet das Team um Bernd Platzer, Gründer und Geschäftsführer von Purpur Media, werbetreibenden Unternehmen mit InGame-Audio Advertising eine gänzlich neue Spielart von Werbung für die attraktive Zielgruppe der Gamer an. Mit dem Launch von InGame Audio in Kooperation mit Audiomob betritt Purpur Media Neuland. Zum Launch werden drei verschiedene Werbeformate zur Verfügung gestellt – User Initiated In Game Audio Ads, Skippable Audi Ads und Rewarded Audio Ads. Innovativ ist allerdings nicht nur die Werbeform per se, sondern auch das Pricing-Modell für Werbekunden: Abgerechnet wird nämlich auf Basis von Cost per Engagement (CPE).

„Ich freue mich schon darauf das InGame Audio-Angebot unseren Kunden und Part-

nern präsentieren zu können. Nicht zuletzt, weil Audio-Vermarktung Teil meiner DNA im Bereich Media Sales ist“, erklärt Jürgen Platzer, Head of Sales Purpur Media, der in Österreich über viele Jahre hinweg in leitender Position Radiowerbezeit vermarktet hat.

700.000 zusätzliche Monthly Active User im Gaming-Bereich

Parallel vergrößert Purpur Media seinen Footprint im Bereich der klassischen InGame-Vermarktung um weitere 700.000 Monthly Active User im Bereich Mobile Gaming – und zwar in den Genres „Sports & Racing“, „Action“, „Hypercasual“ und „Simulation“.

Und auch hier kann Purpur Media mit Innovationen aufwarten: Ab sofort können IAB Standard Formate sowie InGame Videos



Bernd Platzer, Founder und Geschäftsführer der Vermarktungsagentur Purpur Media

zum Einsatz gebracht werden. Purpur-Media-Gründer Bernd Platzer: „Der stetige Ausbau unseres Angebotes und laufende Innovationen machen Purpur Media zum ersten Ansprechpartner für werbetreibende Unternehmen im Bereich Gaming und Entertainment in Österreich.“

Purpur Media ist ein Spezialist für Digitale Werbung und seit 17 Jahren Österreichs einzige neutrale Vermarktungsagentur von Online Werbung, unabhängig von Einzelmedien oder Medienhäusern.

www.purpur.media



V.l.n.r.: Andreas Thaller (COO), Thomas Burgstaller (CGO) und Max Tertinegg (CEO), Coinfinity

Seit dem 22. Juni haben die Kundinnen und Kunden von Coinfinity die Möglichkeit, in einem ersten Schritt Bitcoin-Käufe über das effiziente Lightning-Netzwerk zu tätigen, welches von signifikanten Einsparungen hinsichtlich Transaktionsgebühren und Zeit profitiert. In einem zweiten Schritt wird dann auch der Bitcoin-Sparplan per Lightning verfügbar sein, gefolgt von der Möglichkeit, Bitcoin-Verkäufe über Lightning durchzuführen. Das Lightning-Netzwerk erlaubt es, Bitcoin-Transaktionen in Sekundenschnelle bei minimalen Gebüh-

Digitale Innovation

Der österreichische Bitcoin-Broker Coinfinity integriert das Lightning-Netzwerk in sein Angebot.

ren durchzuführen. „So früh auf dem Markt zu sein ist ein wichtiger Innovationsschritt für uns bei Coinfinity und Lightning selbst ist eine wesentliche Grundlage für die weltweite Akzeptanz von Bitcoin als nutzbares Geldsystem,“ sagt Thomas Burgstaller, Chief Growth Officer bei Coinfinity.

Ein wichtiger Innovationsschritt

Die herausragenden Merkmale der Bitcoin-Blockchain sind ihre Dezentralität und Netzwerksicherheit - ein Hack oder eine Manipulation der Blockchain konnte bislang nicht verzeichnet werden. Um diese Sicherheit und Dezentralität zu gewährleisten, wurde die Transaktionskapazität eines Blocks bewusst limitiert, was allerdings zu längeren Wartezeiten und oft hohen Transaktionsgebühren (Mining-Fees) führt - das

so genannte Blockchain-Trilemma. Dieses Problem adressiert das Lightning-Netzwerk als „Second-Layer“-Lösung. Um die Bitcoin-Blockchain zu entlasten, übernimmt Lightning als Protokoll der zweiten Schicht die vielen Transaktionen kleinerer Bitcoin-Beträge. Mit Lightning wird Bitcoin zu einem konkurrenzfähigen Zahlungssystem, das die Transaktionsvolumen von VISA oder Mastercard übertrifft.

Das neue Lightning-Feature wird nun schrittweise für alle Kundinnen und Kunden im Coinfinity Web-Portal freigeschaltet und wird in Kürze auch in der mobilen Coinfinity App für iOS & Android verfügbar sein. Coinfinity ist somit der erste Bitcoin-Broker in der EU, der dieses zukunftsweisende Zahlungsnetzwerk zugänglich macht.

<https://coinfinity.co/>

Zuschlag in Italien

Nach einem fast einjährigen Ausschreibungsverfahren des italienischen Tourismusministeriums sind die Würfel gefallen: feratel wird weitere fünf Regionen mit seinem Destinationsmanagementsystem Deskline ausstatten.

Mehrere Anbieter haben sich 2022/23 um den Auftrag für die Realisierung eines Destinationsmanagementsystems für insgesamt fünf Regionen gemacht. feratel überzeugte und ist mit der Realisierung beauftragt.

Auftragsvolumen im siebenstelligen Eurobereich

„Wir sind sehr stolz, dass wir mit Deskline weitere Regionen in Italien ausstatten werden und damit eine wesentliche Rolle beim Digitalisierungsschritt im italienischen Tourismus spielen. Damit unterstreichen wir einmal mehr unsere Technologieführerschaft“, freut sich Vorstandsvorsitzender Markus Schröcksnadel über den Auftrag und beziffert das Auftragsvolumen im siebenstelligen Eurobereich.

Das Destinationsmanagementsystem feratel Deskline ist seit 2010, ebenfalls nach einer internationalen Ausschreibung, im Trentino, Venetien, Friaul-Julisch Venetien und den Abruzzen sowie lokalen Destinationen wie Bormio, Alassio, Finale Ligure, Ferrara im Einsatz.

Deskline, als umfassendes Destinationsmanagement System erfüllt sämtliche Anforderungen touristischer Akteure. Schwerpunkt bildet das leistungsfähige Content Management System zur flächendeckenden Darstellung sämtlicher touristischer Produkte (Unterkünfte, Erlebnisse, Ausflugsziele, Gastronomie, Veranstaltungen etc.) und deren Online Buchbarkeit auf den unterschiedlichsten Kanälen wie Destinations- und Betriebs Websites, Apps und Portalen.

Schnittstellen zu 150 Hotelprogrammen und Erlebnisanbietern inklusive

Deskline unterstützt als Informations-, Vermarktungs- und Buchungssystem sowohl B2C (Endkunden) und B2B (für Reisebüros und Buchungsportale) Funktionalitäten und bietet einen umfangreichen Back-Office-Bereich mit Abrechnungs- und Zahlungsfunktionalitäten. Für die Integration der



Dr. Markus Schröcksnadel, Vorstandsvorsitzender feratel

Leistungspartner stehen moderne Online Zugänge und leistungsfähige Schnittstellen für 150 Hotelprogramme und Erlebnisanbieter zur Verfügung.

Mit Deskline verfügen Touristiker:innen über ein System mit einer ganzen Reihe von unterschiedlichen Modulen, wie einem Informationsmanagementsystem mit Eventkalender, einem CRM (Customer Relation Management) System, einem Hotelbewertungssystem, einem leistungsfähigen One-Stop-Shop für Buchung und Angebote von Unterkünften, Packages, Erlebnissen und Tickets, u.v.m.

Im System integriert ist zudem ein Channel Management-System für die zusätzliche Vermarktung der Betriebe auf 30 angeschlossenen Buchungsportalen, darunter Airbnb und Booking.com.

Destinationen stärken mit Deskline die direkte Buchbarkeit ihrer Betriebe und tragen so zur Wertsteigerung bei. Mit den integ-

rierten Analysetools stehen auf Knopfdruck in Echtzeit Daten zur aktuellen Nachfrage- und Auslastungssituation zur Verfügung, die eine wertvolle Basis für modernes Destinationsmanagement und die Marketingplanung darstellen.

Eine Milliarde Buchungsumsatz

Das Destinationsmanagementsystem Deskline hat allein in den vergangenen 2 Jahren 1 Milliarde Euro vermittelten Buchungsumsatz generiert. Über Deskline werden knapp 123.000 Betriebe aus über 12.450 Destinationen in Europa verwaltet. Das System ist in Österreich, Deutschland, in der Schweiz, in Italien, Frankreich, Liechtenstein, Tschechien, in der Slowakei und Slowenien im Einsatz. Die Projekte umfassen unterschiedliche Größenordnungen – von Einzellösungen über Destinationübergreifende Lösungen bis hin zu Landeslösungen. <

www.feratel.at

Die Königin der Ha Long Bucht

Seilbahnen sind nicht nur ein hervorragendes Personen- und Materialtransportmittel, sondern eine Attraktion für sich. Das stellt spektakulär die Ha Long Queen Cable Car in Vietnam unter Beweis. Jede der beiden zweigeschossigen Kabinen bietet Raum für bis zu 230 Fahrgäste. Bei der Fahrt über die Ha Long Bucht überquert die Pendelbahn zudem mit 188,88 Metern die ehemals höchste Seilbahnstütze der Welt – zwei Seilbahnhighlights auf einen Schlag! Bei der Ha Long Queen Cable Car ist so ziemlich alles im XXL-Format.

Crossmediale Werbemessung

Talk Online und FLUZO bringen einen neuen, einheitlichen Messstandard für Werbewirksamkeit nach Deutschland und Österreich.

Talk Online und FLUZO gehen eine Kooperation ein, um einen medienübergreifenden Messstandard für die Werbewirkung in Deutschland und Österreich einzuführen. Durch diese Zusammenarbeit erhalten Werbetreibende in beiden Märkten Zugang zu einer einheitlichen Reichweiten- und Frequenzmessung, die verschiedene Medienplattformen – TV, Connected-TV, YouTube, Over-the-top media services (OTTs) wie Netflix und Disney, Online-Video- und Audioumgebungen sowie Display-Werbung – umfasst.

Diese innovative Lösung ermöglicht es Werbetreibenden, den Mehrwert jedes Medienkanals innerhalb deren Kampagnen zu erkennen, Zielgruppenüberschneidungen zu identifizieren, potenzielle Durchdringungspunkte festzustellen und letztendlich ihre Medienpläne zu optimieren. Durch die Nutzung dieser umfassenden Daten können Werbetreibende strategische Kombinationen entwickeln, die die Reichweite maximieren, ohne ihr Budget zu erhöhen.

Wie funktioniert der Messstandard?

Im Rahmen der Kooperation integriert FLUZO seine ACR-Audiotechnologie („Automatic Content Recognition“) in die bevölkerungsrepräsentativen Nutzerpanels von Talk Online. Durch die Nutzung dieser Technologie werden die Mobiltelefone der Panelmitglieder zu „individuellen tragbaren Personenmessgeräten“, die es ermöglichen, den Medienkonsum sowohl innerhalb als auch außerhalb des Hauses passiv und beobachtend zu messen – und zwar für alle Medien, einschließlich TV, CTV, OTTs wie Netflix, Online-Video, Radio, On-Demand-Audio wie Spotify und so weiter.

Die durch diesen innovativen Ansatz gesammelten Daten zur Werbepresenz können mit anderen Datensätzen desselben Panels kombiniert werden, einschließlich deklarativer Informationen aus Umfragen sowie Daten über das digitale Verhalten der Panelmitglieder, wie etwa Browserverlauf, Google-Suchen und App-Nutzung. Diese um-



© Talk Online



© FLUZO

V.l.n.r.: Anita Primo, CEO Talk Online und Jose Luis Garcia, CEO FLUZO

fassenden Daten im selben Panel ermöglichen die Messung der Kampagnenwirkung und die Bewertung ihrer Wirksamkeit durch die Analyse von Änderungen markenbezogener Variablen, wie der Erinnerung sowie das Tracken der Traffic-Aktivierung zu bestimmten digitalen Assets.

Ziel: Optimierung von Mediaplänen und Mediabudgets

Jose Luis Garcia, CEO von FLUZO, erklärt: „Unser Markteintritt in Deutschland und Österreich mit Talk Online ist ein entscheidender Schritt in der Internationalisierung unseres crossmedialen Messstandards für Werbung. In einem Markt mit jährlichen Werbeausgaben von rund 30 Milliarden US-Dollar werden Werbetreibende von einer einheitlichen Sicht auf ihre Kampagnen profitieren, die ihnen hilft, ihre Mediapläne und letztlich auch ihre Budgets zu optimieren. Für Talk Online ist das eine Garantie für die Qualität der Datenerfassung und des Panelmanagements.“

Anita Primo, CEO von Talk Online, fügt hinzu: „Seit der Unternehmensgründung konzentriert sich Talk Online auf die Bereitstellung hochwertiger Daten für die Medi-

en- und Werbeforschung. Durch die Partnerschaft mit FLUZO stärken wir unseren Fokus auf ganzheitliche Medien- und Werbemessung weiter und runden unser Markt- und Datenforschungsportfolio ab.“

Über Talk Online und FLUZO

Die Talk Group betreibt Online-Panels mit einem tiefen Profiling in 24 Ländern mit 1,3 Millionen aktiven Mitgliedern im deutschsprachigen Raum sowie in Mittel-, Ost- und Südosteuropa. Das Unternehmen hat Niederlassungen in ganz Europa und steht für hohe Datenqualität, herausragende Expertise im Panelmanagement und eine umfassende Einhaltung der Datenschutzbestimmungen.

FLUZO hilft einigen der weltweit führenden Marken, ihre Medienbudgets zu maximieren und ihre Werbemaßnahmen zu verbessern. Deren Daten ermöglichen eine präzisere Werbeplanung, helfen dabei, ‚Werbemüdigkeit‘ zu vermeiden und verwandeln die mit dem fragmentierten Werbekonsum verbundenen Herausforderungen in Chancen.

<https://talkonlinepanel.com/de>
www.fluzo.com



Bei der Fachkonferenz JETZT Shopping vermitteln E-Commerce-ExpertInnen, was innovative neue Marketing- und Werbemöglichkeiten zum Umsatzerfolg im E-Commerce beitragen können.

E-Commerce

Wie die Kassen dank Live Shopping, Retail Media, Conversational Commerce und Metaverse in Zukunft klingeln.

Jede Menge Know-how und Inspiration für all jene, die im Internet Waren und Dienstleistungen verkaufen, bietet die Fachkonferenz JETZT Shopping am 10. und 11. Oktober 2023 in Wien. An den beiden auch separat buchbaren Konferenztage vermitteln E-Commerce-ExpertInnen von werbetreibenden Unternehmen, Agenturen und Spezialdienstleistern, wie E-Commerce-Strategien im Jahr 2024 aussehen müssen.

Workshops und Hands-on-Übungen

Der Training Day der JETZT Shopping liefert den TeilnehmerInnen sofort in die Tat umsetzbares Know-how, enthält eine ganze Reihe von praxisrelevanten Übungen und wartet mit vielen Tipps und Tricks für die tagtäglichen Herausforderungen im E-Commerce auf. Die KonferenzteilnehmerInnen werden nach Absolvierung des Training Day der JETZT Shopping verstehen, welche neuen Möglichkeiten im E-Commerce zukünftig die Kassen klingeln lassen, inwiefern Retail Media ein Gamechanger sein kann, wie Shop-Betreiber sämtliche Touchpoints umsatzstimulierend nutzen können, ob das Metaverse das neue Shopping-Paradies für die Massen wird und wie man seine E-Commerce-Strategie generell aufsetzen muss, um nachhaltig am Markt erfolgreich zu sein.

Keynotes, Vorträge und Best Practices

Der zweite Tag der JETZT Shopping – der Conference Day – liefert den TeilnehmerInnen im Rahmen von Keynotes, Vorträgen und Best Practices jede Menge Know-how im Themenfeld E-Commerce und konkrete Handlungsanleitungen für zukünftige Verkaufserfolge. Der thematische Bogen spannt sich dabei von Neuromarketing und Wahrnehmungspsychologie in Hinblick auf E-Commerce über Trending Topics wie Retail Media, Checkout Marketing, Live Shopping, Social Shopping, KI und Metaverse bis hin zu Kundenrezensionen und E-Commerce Fulfillment sowie B2B E-Commerce.

Als Vortragende und Panel-TeilnehmerInnen am Conference Day der JETZT Shopping haben sich angesagt: Ulli Kittinger (MTH Retail Group/Libro & Pagro), Viktoria Zischka (REWE International AG), Maximilian Pruscha (YOC), Jürgen Eppinger (Rosenbauer), Thomas Schwabl (Marketagent.com), Martin Distl ([m]studio), Claudia Schabata-Ostermann (IP), Birgit Sedlmayer-Gansinger (Virtual Identity), Peter Rosenkranz (media4more), Sarah Weitnauer (Autorin des Business Bestsellers „Psyketing“), Matthias Erwin Kurz (KNAPP) und Markus Kalb (Userwerk). <

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

Erfolgskurs

Almdudler übernimmt den Vertrieb der ikonischen Glasflasche in Deutschland

Der Erfolgskurs des österreichischen Nationalgetränks Almdudler im Nachbarland Deutschland setzt sich weiter fort: Ab Jänner 2024 wird in Deutschland der Vertrieb der beliebten und umweltfreundlichen Trachtenpärchen Mehrweg Glasflasche direkt von Almdudler selbst abgewickelt. Almdudler Sprudelfabrikant Heribert Thomas Klein zu der Entscheidung: „Der Schritt zum eigenständigen Vertrieb in unserem wichtigsten Exportmarkt gibt uns die Möglichkeit der direkten und individuellen Betreuung unserer Kunden.“

Bisheriger Partner für das Abfüllen sowie den Vertrieb der Mehrweg Glasflaschen war die Franken Brunnen Gruppe, die sich zukünftig für Almdudler auf Abfüllung und Rampenfunktionen fokussieren wird. „Wir freuen uns sehr, dass die Kundenbetreuung nun auch in Deutschland von unserem neu geschaffenen, dreiköpfigen Key Account Management Team mit Unterstützung von zwölf Markenbotschafter:innen vor Ort abgewickelt wird. Das gibt uns die Möglichkeit noch intensiver in den deutschen Markt einzusteigen und gemeinsam mit unseren Partnern im Getränkehandel und in der Gastronomie mehr Almdudler Aktivitäten umzusetzen“, erklärt Thomas Horak, Gesamtverkaufsleiter Almdudler. Gleichzeitig wird die Distribution von Almdudler im Norden Deutschlands ausgebaut, denn sie wird über Rampen der Hassia Gruppe sichergestellt. Dies ermöglicht eine nationale Abdeckung des Marktes und einen weiteren Ausbau der Verfügbarkeit. <

www.almdudler.com

**Forderungsrealisierung
weltweit
zu besonderen
Konditionen!**



www.akzeptata.at

WIR BEWEGEN LEBEN

Sobolak International ist der Marktführer
für weltweite Übersiedlungstransporte und
Relocation Services in Österreich.

MOVING - RELOCATION SERVICES

50

— Jahre —
Jubiläum

Schwieriges Jahr für Startups

Die Finanzierung für Startups geht im laufenden Jahr laut aktuellen Prognosen deutlich zurück. Investoren geben um 39 % weniger Geld.



© Timisu/Phobay

2023 gibt es ein neues Gesetz für „FlexCo“ in Österreich.

Seit dem Rekordjahr 2021 hat sich in Europa das Kapital, das Risikogebere:innen in Startups investieren, halbiert. Währenddessen hat die österreichische Regierung vor wenigen Tagen in einem Gesetzesentwurf eine deutliche Erleichterung für junge Unternehmen angekündigt. Die von der Startup-Szene lange geforderte neue Gesellschaftsform „FlexCo“ (Flexible Company) steht damit nun in den Startlöchern.

Die neue FlexCo

Die FlexCo, die auch Flexible Kapitalgesellschaft genannt wird, ist eine Art Hybrid zwischen der GmbH und der AG. Sie soll vor allem Startups durch ein geringeres Gründungskapital und weniger Bürokratie helfen, flexibler und rascher agieren zu können. So sollen diese nicht zuletzt auf dem internationalen Parkett leichter reüssieren und an Investoren herankommen können, schreiben die Experten des Steiermärkische Sparkasse Private Banking im jüngsten Marktcommentar.

Geldfluss an Startups nimmt ab

Das multinationale Risikokapitalunterneh-

men „Atomico“ hat in diesen Tagen eine Prognose für 2023 veröffentlicht, nach der die Finanzierung für europäische Startups um 39 % niedriger als 2022 ausfallen wird: Der Geldfluss gehe von 83 Milliarden US-Dollar auf 51 Milliarden zurück. Gegenüber 2021, als 106 Milliarden US-Dollar an Startups ausgeschüttet worden waren, beträgt der Rückgang sogar mehr als 50 %. Allerdings ist nicht nur Europa betroffen. Auch international ist das Investitionsvolumen in den letzten 2 Jahren stark rückläufig. In den USA, China und dem Rest der Welt kündigt sich für das laufende Jahr ebenfalls eine Halbierung gegenüber dem Jahr 2021 an, als die bislang höchsten Summen an Risikokapital investiert wurden. Diese Entwicklung schlägt sich auch in der Anzahl der Neugründungen wider, die aktuell um geschätzte 15 bis 20 % zurückgegangen sind.

US-Investoren sind zurückhaltender geworden

Der Abschwung in Europa ist laut der Studie auf das sinkende Engagement US-amerikanischer Fonds zurückzuführen. Sie waren in der Vergangenheit ein wichtiger

Motor für die europäische Startup-Szene. Auf dem Höhepunkt im Jahr 2021 wurden jedem US-Dollar, der von europäischen Anlegern investiert wurde, 66 Cent aus den USA gegenübergestellt. Fast alle europäischen Länder sind gleich stark betroffen. Mit zwei Ausnahmen: Die Niederlande und Dänemark konnten im ersten Halbjahr 2023 im Vergleich zu 2021 das Niveau ungefähr halten. Gleichzeitig sind die Startup-Investitionen in Großbritannien um 57 %, in Frankreich um 55 % und in Deutschland um 44 % gesunken. Die Zurückhaltung der Investoren wirkt sich unterdessen auf dem Arbeitsmarkt aus. Mehr als 11.000 Stellen wurden alleine im ersten Quartal 2023 in Europa gestrichen, weltweit gab es 185.000 Entlassungen.

Europa holt auf

Dennoch hat Europa in den letzten 10 Jahren gegenüber den Vereinigten Staaten einen bemerkenswerten Aufholprozess hingelegt. Während der US-Anteil am globalen Investitionsvolumen in junge Tech-Startups im Jahr 2013 bei 59 % und jener Europas bei 18 % lag, investierten europäische Kapitalgeber im Jahr 2023 bereits 29 % und die USA 36 %.

Startups in der Phase ihrer Gründung sind weniger stark von dieser Entwicklung betroffen. Die sogenannte Frühphasenfinanzierung (bis zu 15 Mio. US-Dollar) ist in der ersten Hälfte des aktuellen Jahres lediglich von 10,3 auf 8,2 Milliarden US-Dollar bzw. um 21 % gegenüber 2022 zurückgegangen. Für junge Unternehmen in der Spätphase sieht es schlechter aus: Dort werden 93 % des Investitionsrückgangs erwartet.

In einem Teil des Tech-Sektors waren jedoch Zuwächse zu verzeichnen, nämlich im Bereich der Künstlichen Intelligenz. 35 % der gesamten Investitionen in diesem Bereich gingen an generative KI-Startups. Das ist der bislang höchste Anteil und ein großer Sprung zum Vorjahr. 2022 lag er noch bei 5 %.

www.steiermaerkische.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.