

# EXPORT today

IHRE WÖCHENTLICHE INFORMATIONSQUELLE RUND UM DEN EXPORT

Ausgabe 05/2025

## Clean Bottles

ALPLA stärkt Produktion in Südamerika.

ALPLA übernimmt die Mehrheit am brasilianischen HDPE-Recyclingbetrieb Clean Bottle und expandiert in den südamerikanischen Markt. Das Werk in São José dos Pinhais, Paraná, liefert jährlich 15.000 Tonnen hochwertiges Recyclingmaterial (rHDPE), um den steigenden Bedarf an nachhaltigen Verpackungslösungen zu decken. Mit diesem Joint Venture stellt ALPLArecycling die langfristige Versorgung seiner Werke in Brasilien mit Post-Consumer-Recyclingmaterial (PCR) sicher. Bereits heute werden in der brasilianischen Produktion rund 32 Prozent PCR-Material verwendet. Clean Bottle punktet mit modernster Infrastruktur und einem etablierten Sammelnetzwerk – ein Meilenstein in ALPLAs globaler Recyclingstrategie.



ALPLA sicherte sich die Mehrheit am brasilianischen Joint Venture Clean Bottle.

Mit seinem Netzwerk aus sieben hochmodernen, über das ganze Land verteilten Produktionsstätten ist BrasALPLA zum Synonym für Innovation, Qualität und Wachstum geworden.

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

### Inhalt

Neue Struktur bei Salesianer	02
Agrarexporte wachsen weiter	03
AON schätzt Risiken ein	04
Handelsbeziehungen mit USA	06
ÖWM Jahresbericht 2024	07

### Top-Erfolg

Wietersdorfer expandiert nach Australien.

Die Wietersdorfer Gruppe übernimmt über Amiblu Australia Ltd. 75,1 Prozent des australischen GFK-Rohrherstellers RPC Pipe Systems. Damit erschließt die Unternehmensgruppe nicht nur den australischen Markt, sondern stärkt auch ihre Position in der Asien-Pazifik-Region. Mit dieser Akquisition ist die Wietersdorfer Gruppe nun auf fünf Kontinenten mit Produktionsstandorten vertreten und setzt ihren internationalen Wachstumskurs konsequent fort.

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

### Fokus

## Im Stagnationsmodus

Deutschland verzeichnet Rekorddauer ohne Wachstum.

Die deutsche Wirtschaft verzeichnete 2024 ein Minus von 0,2 Prozent beim BIP. Konjunkturchef Timo Wollmershäuser warnt davor, dass die Abwanderung von Industrieproduktion und Investitionen ins Ausland weiter zunehmen könnte, was die Wettbewerbsfähigkeit des Standorts zusätzlich belasten würde. Die DIHK prognostiziert, dass auch 2025 von einer Rezession geprägt sein könnte – womöglich drei Jahre in Folge ohne Wachstum. Hoffnung bietet ein leichter Anstieg des privaten Konsums, während Exporte und Investitionen rückläufig bleiben.

Eine Lockerung der Schuldenbremse allein wird nach Ansicht von Experten nicht ausreichen, um die Krise zu bewältigen. „Auch ohne Schuldenbremse sind aufgrund des Stabilitäts- und Wachstumspaktes der Ausgabenfreude des Staates enge Grenzen gesetzt“, betont Martin Moryson, Chefvolkswirt Europa bei der DWS. Ohne eine klare strategische Neuausrichtung und mutige wirtschaftspolitische Maßnahmen droht Deutschland in einer wirtschaftlichen Abwärtsspirale zu verharren.

Ihre EXPORT today-Redaktion

[www.dihk.de](http://www.dihk.de)

### 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:** Larin Polak (+43/1/235 13 66-300, larin.polak@newbusiness.at) **Artredaktion:** Gabriele Sonnberger (gabriele.sonnberger@newbusiness.at) **Hinweis:** Im Sinne der leichteren Lesbarkeit werden geschlechtsspezifische Bezeichnungen nur in ihrer männlichen Form angeführt. Dies impliziert keinesfalls eine Benachteiligung des jeweils anderen Geschlechts. Frauen und Männer mögen sich von den Inhalten unseres Newsletters gleichermaßen angesprochen fühlen.

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

AON



Panasonic  
INDUSTRY



# Weichen für die Zukunft

SALESIANER setzt auf eine klare Aufteilung der Verantwortungsbereiche in der Geschäftsführung.

Die SALESIANER Gruppe, führender Anbieter von Miettextilien für die Industrie, das Gewerbe und das Gesundheitswesen in Österreich und Zentraleuropa, richtet seine Geschäftsführung neu aus und stellt damit die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft. Die neue Struktur, die mit 1. Jänner 2025 in Kraft trat, verteilt die Führungsverantwortung auf drei weitere C-Level-Positionen in direkter Berichtslinie an Thomas Krautschneider und Victor Ioane und stärkt die strategische Ausrichtung des Unternehmens.

## Die Führungsstruktur wird verstärkt

Mit Romana Steinböck als neue Chief Customer Officer (CCO), Johann Kandelsdorfer als CFO und Phillip-Sebastian Marchl, der neue Chief Operating Officer (COO)

wird die Führungsstruktur von SALESIANER verstärkt. Mag. Thomas Krautschneider, geschäftsführender Gesellschafter und Dr. Victor Ioane, CEO, betonen die Bedeutung dieser Entscheidung für die Zukunft.

## Weichen für die Zukunft gestellt

„Die neue Struktur stärkt unsere Innovationskraft und verteilt Verantwortung auf mehrere Schultern. Dies ist ein entscheidender Schritt in Richtung einer noch wettbewerbsfähigeren und zukunftssicheren Organisation“, erklärt Krautschneider. Ioane ergänzt: „Mit dieser optimierten Führungsstruktur schaffen wir eine solide Grundlage, um weiterhin ein nachhaltiges, gesundes Wachstum zu fördern und unsere Marktführerschaft in Österreich und der CEE-Region weiter auszubauen.“



© Marcel Springholz

Neue Geschäftsführungsstruktur, um Innovationskraft und Wettbewerbsfähigkeit zu stärken.

Die neue Geschäftsführungsstruktur ist Teil eines langfristigen Transformationsprozesses, der SALESIANER für die Herausforderungen eines dynamischen Marktes rüstet. Die klare Aufteilung der Verantwortlichkeiten fördert Effizienz, Transparenz und eine stärkere Kundenorientierung. Die SALESIANER-Gruppe blickt optimistisch in die Zukunft und setzt auf die neu geschaffene Struktur, um die Erfolgsstory des Unternehmens konsequent fortzuschreiben.

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

**AON**

## Aon Österreich – Die beste Entscheidung

Ihr Risikoberater und Versicherungsmakler an acht Standorten. Wir bieten unseren Kunden ganzheitliche Beratung und Lösungen zum Schutz und Wachstum Ihres Unternehmens – weltweit.

**Kontakt:**  
Aon Austria GmbH  
Schwarzenbergplatz 3  
1010 Wien

[www.aon-austria.at](http://www.aon-austria.at)  
[aon@aon-austria.at](mailto:aon@aon-austria.at)  
+43 57800-0



# Exportschlager Deutschland

Besonders erfreulich ist das anhaltende Wachstum der Agrarexporte nach Deutschland, dem mit Abstand wichtigsten Absatzmarkt für österreichische Agrarprodukte.

Im Zeitraum Jänner bis September 2024 erreichte der Gesamtwert der agrarischen Exporte (Zollkapitel 1 bis 24) laut vorläufigen Ergebnissen der Statistik Austria 12,65 Mrd. Euro, was einer Stabilität auf Vorjahresniveau entspricht (+0,4 %). Gleichzeitig stieg der Wert der importierten Waren um 7,9 Prozent auf 13,89 Mrd. Euro und die importierte Menge um 10,8 Prozent zulegen. Die Exportmenge konnte ebenfalls leicht um 7,0 Prozent gesteigert werden. Das Außenhandelsaldo im Agrarbereich zeigte im Zeitraum Jänner bis September 2024 ein traditionell negatives Ergebnis von minus 1,2 Mrd. Euro.

## Agrarsektor: Ein stabiler Anker

Der Anteil der Agrarexporte an den Gesamtexporten Österreichs hat sich seit 1995 kontinuierlich von 4,2 auf aktuell 8,8 Prozent mehr als verdoppelt. Ausschläge nach oben gab es sowohl während der Wirtschafts- und Finanzkrise 2009, wie auch zu Beginn der Coronakrise. Gleichmaßen stieg der Anteil der Agrarexporte auch 2024 aufgrund der spürbaren Rezession in Europa. „Die Entwicklungen zeigen, dass sich der Agrarsektor als stabiler Anker der österreichischen Exportwirtschaft in turbulenten Zeiten erweist“, sagt Christina Mutenthaler-Sipek, Geschäftsführerin der AMA-Marketing.

## Entwicklung der Top-Exportmärkte

Österreichs Exporte gehen vor allem nach Deutschland mit rund 4,95 Mrd. Euro und in den EU-Binnenmarkt - rund 2,8 Mrd. Euro waren es zwischen Jänner und September 2024. Während die Agrarexporte nach Deutschland, Österreichs wichtigstem Exportmarkt, um 3,6 Prozent Mrd. Euro zunahm, war in Italien, dem zweitwichtigsten Exportland, ein leichter Rückgang um 3,1 Prozent zu verzeichnen. Der Außenhandel mit Ungarn blieb nahezu unverändert (-0,5 %), während die Exporte in die Schweiz leicht sanken (-1,4 %). Positive Entwicklungen zeigten sich hingegen bei



© Freepik/Abelkonradthilteufel

Die österreichischen Agrarexporte verzeichnen auch im Jahr 2024 eine stabile Entwicklung.

den Exporten nach Polen (+7,5 %) und Rumänien (+12,1 %) in den ersten neun Monaten. Um ein Drittel weniger Exportaktivitäten sind mit den Vereinigten Staaten zu verzeichnen. Diese Entwicklung ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass österreichische Unternehmen der Getränkeindustrie mit Zielmarkt USA ihre Produktion vermehrt dorthin verlagern, um wirtschaftliche Vorteile vor Ort zu nutzen.

## Deutschland: Wachstum am wichtigsten Exportmarkt geht weiter

Mit einem Anteil von 39,2 Prozent bleibt Deutschland der mit Abstand bedeutendste Markt für österreichische Agrarexporte. In den ersten drei Quartalen 2024 führte das Wachstum sowohl bei Exportmengen (+9,1 %) als auch -umsätzen (3,6%) zu einer positiven Entwicklung. Das trug zu einem positiven Außenhandelsaldo mit Deutschland in Höhe von 383 Mio. Euro bei. Die Importe aus Deutschland stagnierten im Vergleich zum Vorjahr.

Zu den führenden Warengruppen im Export nach Deutschland zählen neben den Ge-

tränken, Würste, Speck und Fleischzubereitungen (+16,2 %), Käse (-2,3 %), andere Lebensmittelzubereitungen (+8,9 %) und Tierfutter (+19,1 %). In Folge reihen sich Backwaren, Rindfleisch und Geflügelfleisch in die Top-Exportgüter mit Destination Deutschland. Nicht nur im Ranking, sondern auch im Zeitverlauf ist bei Würsten und Speck die dynamischste Entwicklung in Wert und Menge zu beobachten.

## Ausblick auf Messeauftritte 2025

Mit der Dachmarke „Land der Berge“ plant die AMA-Marketing auch 2025 umfassende Maßnahmen, um das Image österreichischer Agrarprodukte weiter zu stärken. Zu den zentralen Aktionen gehören Print- und Online-Kampagnen rund um das AMA-Gütesiegel Tierhaltung plus, Handelskooperationen sowie B2B-Events. Neben der Grünen Woche, eine der traditionsreichsten Messen Deutschlands, plant die AMA-Marketing 2025 weitere wirkungsvolle Messeauftritte auf der Biofach in Nürnberg, der Tutto Food in Mailand und der Anuga in Köln.

www.ama.at

# Risiken werden immer komplexer

Der Aon Austria Market Insights Report 2024 fasst die wichtigsten Trends des österreichischen Versicherungsmarkts zusammen und liefert eine Einschätzung zur aktuellen Marktsituation.

Aon, eines der führenden internationalen Beratungs- und Dienstleistungsunternehmen, hat seinen Marktreport 2024 für den österreichischen Versicherungsmarkt veröffentlicht. Der Report fasst die wichtigsten Trends zusammen und liefert eine Einschätzung der Expertinnen und Experten von Aon zur aktuellen Marktsituation.

## Wachstumschancen und Unsicherheiten

Die österreichische Versicherungs- und Rückversicherungsbranche befindet sich in einer herausfordernden Zeit. Einerseits gilt es, Wachstumschancen wahrzunehmen, andererseits ist sie mit erheblichen Unsicherheiten konfrontiert. Der Markt ist zwar gut kapitalisiert und wachstumsorientiert, aber Naturkatastrophen, soziale Inflation und geopolitische Spannungen – wie der anhaltende Krieg in der Ukraine oder die Konflikte im Nahen Osten – belasten. Dennoch setzen viele Versicherer ihre erfolgreiche Geschäftsentwicklung fort und profitieren von stabilen Prämienniveaus in verschiedenen Industriezweigen.

Der Versicherungswirtschaft kommt eine immer wichtigere Rolle zu, wenn es darum geht, den Markt dabei zu unterstützen, flexibel auf die sich wandelnden Bedingungen und Herausforderungen zu reagieren. Denn die Komplexität der Risikolandschaft nimmt weiter zu. Klimarisiken, neue Gesetze zur Produkt- und Cybersicherheit, künstliche Intelligenz oder die klimaneutrale Transformation der Industrie (ESG) mit neuen Vorgaben und weitreichenden Auswirkungen auf die gesamte Wertschöpfungskette gewinnen durch verschärfte regulatorische Anforderungen massiv an Bedeutung. Unternehmen



Michael Sturmlechner, Geschäftsführer bei Aon in Österreich

sind gefordert, weitsichtige Entscheidungen für ihr Risikomanagement und ihre Risikoversorgung zu treffen.

## Lieferzeiten beeinflussen die Wettbewerbsfähigkeit

Das Top-Thema des Marktreports 2024 steht im Zusammenhang mit dem neuen Lieferkettengesetz, dessen Umsetzung in Österreich für viele Unternehmen vor allem im Hinblick auf die Einhaltung von Lieferzeiten eine große Herausforderung darstellen wird. „Die Lieferzeiten sind seit jeher ein zentraler Aspekt in der Supply-Chain-Logistik und beeinflussen maßgeblich die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen“, erklärt Michael Sturmlechner, Geschäftsführer bei Aon in Österreich. „Das neue Lieferkettengesetz verpflichtet zu einer umfassenden Sorgfaltspflicht entlang der gesamten Lieferkette. Unternehmen, die auf digitale Lösungen setzen, eng mit ihren Lieferanten zusammenarbeiten und flexible sowie nachhaltige Lieferkettenstrategien entwickeln, können diese Herausforderungen jedoch erfolgreich meistern und ihre Wettbewerbsfähigkeit stärken. Wir unterstützen unsere Kunden dabei, das Risiko von Betriebsunterbrechungen durch Brüche in der Lieferkette mittels sorgfältigem Business Continuity Management zu minimieren“, betont Sturmlechner.

## Lückenloses Risikomanagement ist unabdingbar

Der Einfluss der vier Megatrends Handel, Technologie, Klima und Personal, die bereits im Aon Client Trends Report thematisiert wurden, ist auch auf dem österreichischen Versicherungsmarkt in allen Sparten und Specialties spürbar und beeinflusst die Versicherungslandschaft maßgeblich. Dies gilt sowohl für Unternehmen als auch für Versicherer. Vor diesem Hintergrund sind individuelle Risikoanalysen und die detaillierte Aufbereitung von Risikoinformationen für ein lückenloses Risikomanagement seitens der Unternehmen unabdingbar. Michael Sturmlechner: „Je komplexer die Risiken sind, desto wichtiger ist ein flexibler und vorausschauender Umgang mit ihnen.“ Der vollständige Aon Austria Market Insights Report 2024 steht ab sofort zum kostenfreien Download zur Verfügung. <

## Aon Austria GmbH

Schwarzenbergplatz 3, 1010 Wien  
Tel.: +43 5 7800-0  
wien@aon-austria.at  
www.aon-austria.at



Anzeige • Foto: Wilke



Dieser QR-Code führt Sie zum vollständigen Aon Austria Market Insights Report 2024.





*JOY Fancoil*



*JOY Heating / Cooling*



*SRW03 / SR-KCS / SAB+*

## **JOY – RAUMREGLER MIT DESIGNANSPRUCH**

- » Elegante, hochwertige Optik für designorientierte Einrichtungen (z.B. Hotels, Bürogebäude, Wohnungen, ...)
- » Erhältlich als EasySens®-Funk-Variante (EnOcean)
- » Change-Over-Anwendungen über Temperatursensor oder digitalen Schaltkontakt
- » Digitale Eingänge zur Anbindung von Fensterkontakten, Kartenschaltern, etc.
- » Nutzerfreundliches Bedienkonzept durch 2- bzw. 4-Tastenprinzip
- » Bedarfsoptimierte Steuerung durch Einrichtung unterschiedlicher Nutzungsprofile



© Freepik/presfoto



Stabile Handelsbeziehungen mit USA sind für die österreichische Wirtschaft wesentlich

## Handel mit den USA

US-Zölle könnten die EU unter Druck bringen. Deshalb sollten transatlantische Handelsbeziehungen proaktiv gestaltet werden.

Mit der Vereidigung von Donald Trump als 47. Präsident der USA stehen der Weltwirtschaft potenziell unsichere Zeiten bevor. Vor allem der Fokus auf protektionistische Maßnahmen könnte zu wirtschaftlichen Verwerfungen führen und das für 2025 prognostizierte geringe Wachstum nach unten drücken. Trump möchte die Wettbewerbsfähigkeit der USA durch eine Senkung der Energiekosten und Steuern sowie Abbau von Bürokratie weiter stärken.

### Stabile Handelsbeziehungen mit USA

Vor diesem Hintergrund müsse sich die neue Bundesregierung auf eine starke Außenpolitik und eine gestaltende Stimme in der Europäischen Union konzentrieren. „Österreich lebt vom Export. Wir verdienen 6 von 10 Euro im Ausland“, so IV-Präsident Georg Knill. „Offene Volkswirtschaften wie Deutschland - Österreichs wichtigster Handelspartner - und auch Österreich selbst wären von potenziellen protektionistischen US-Maßnahmen und Verwerfungen im internationalen Handelsgefüge besonders betroffen“, warnt Knill.

Protektionismus kennt nur Verlierer wo hingegen wirtschaftliche Zusammenarbeit Wohlstand und Arbeitsplätze sichert - allein im transatlantischen Verhältnis mehr als 16 Millionen Jobs.

### Neue Handelsabkommen abschließen

„Europa muss daher zügig auf die neue US-Regierung zugehen und die transatlantischen Wirtschaftsbeziehungen proaktiv gestalten sowie nach Möglichkeit vertiefen. Dies ist insbesondere für Österreich von Bedeutung: Die USA sind die zweitwichtigste Exportdestination für heimische Produkte und der zweitbedeutendste Markt für Investitionen österreichischer Unternehmen. Es gibt rund 800 österreichische Niederlassungen in den USA (rund 250 produzierende), die über 65.000 Arbeitsplätze vor Ort sichern. In diesem Sinne gilt es, einerseits an der Lösung bestehender Probleme zu arbeiten und dabei gleichzeitig die europäischen Interessen klar und selbstbewusst zu vertreten“, so Knill.

Gleichzeitig muss Europa seine eigene Handelspolitik mehr denn je weiter forcieren, um neue Märkte zu öffnen und bestmöglichen Zugang für europäische Unternehmen weltweit zu schaffen. Hierzu braucht es gut gemachte EU-Freihandelsabkommen wie unter anderem mit Indien oder Mexiko und - insbesondere - Mercosur.

„Wir sollten auch nach Möglichkeit einen neuen Anlauf für ein transatlantisches Freihandels- wie auch Investitionsabkommen nehmen“, so Knill.

www.iv.at

## Abkommen

Die Industrie ist über neuen Anlauf für ein EU-Malaysia Handelsabkommen erfreut.

Angesichts der globalen Spannungen, der konjunkturellen Schwäche Europas und der Präsidentschaft von Donald Trump hat die Industrie die Notwendigkeit betont, neue Märkte durch gut gemachte Freihandelsabkommen zu öffnen. „Umso erfreulicher ist es, dass die EU-Kommission die Wiederaufnahme der Verhandlungen mit Malaysia zu einem Freihandelsabkommen verkündet hat“, erklärt IV-Generalsekretär Christoph Neumayer.

Im Jahr 2023 belief sich das jährliche Handelsvolumen zwischen der EU und dem südostasiatischen Land auf rund 45 Milliarden Euro. Österreichische Exporte nach Malaysia sind zuletzt um fast 20 Prozent gestiegen und beliefen sich 2024 auf mehr als 600 Millionen Euro. Damit ist das Land der bedeutendste Absatzmarkt für heimische Betriebe in der wichtigen ASEAN-Region. Investitionen österreichischer Unternehmen von 2,4 Milliarden Euro sichern mehr als 4.000 Arbeitsplätze vor Ort.

Zuletzt wurde eine Einigung auf das Mercosur-Freihandelsabkommen, ein Kooperationsabkommen mit der Schweiz und erst kürzlich eine Modernisierung des Abkommens mit Mexiko erzielt. „Jetzt gilt es, die Verhandlungen mit Malaysia zügig fortzuführen und andere Abkommen rasch umzusetzen. Das bringt Wachstumsimpulse für die Industrie in der EU sowie in Österreich und ist wesentlich, wenn es darum geht, die Wettbewerbsfähigkeit langfristig auszubauen und ein starker Partner in der Welt zu bleiben“, so Neumayer.

www.iv.at

**Förderungsrealisierung  
weltweit  
zu besonderen  
Konditionen!**



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

# Weinkultur erhalten und gestalten

Die ÖWM organisierte im vergangenen Jahr insgesamt 148 Veranstaltungen, bei denen 6.122 Weine von 980 österreichischen Weingütern präsentiert wurden.

Mit 2024 liegt ein weiteres herausforderndes Jahr hinter der österreichischen Weinwirtschaft – das aber auch Lichtblicke hatte. Die schwierige Gesamtlage hemmte sowohl auf dem Heimmarkt als auch im Export die Nachfrage nach Wein. Um den Verkauf von österreichischem Wein zu stimulieren, setzte die Österreich Wein Marketing GmbH (ÖWM) Maßnahmen für Fachleute und Konsument:innen in 59 Ländern.

Auf dem Heimmarkt war die Konsumlaune 2024 generell getrübt, was sich auch auf den Wein niederschlug. Bei Redaktionsschluss des Jahresberichts zeigten die letzten Zahlen, dass zwischen Oktober 2023 und September 2024 im Lebensmitteleinzelhandel um 2,6 % weniger Wein verkauft wurde als im Jahr zuvor; der erzielte Umsatz fiel um 0,9 %. Die Verluste betrafen dabei in erster Linie ausländische Weine (-5,8 % Absatz, -2,3 % Umsatz), Österreichs Weine blieben fast stabil (-1,0 % bzw. -0,5 %).

## Export: Knick zu Rekordjahr 2023

Insgesamt bietet der Heimmarkt nur noch wenige Wachstumschancen für den österreichischen Wein. Daher ist der Export seit Langem von zentraler strategischer Bedeutung für die Weinwirtschaft. Seit vielen Jahren zeigt die Exportkurve von Österreichs Weinen nach oben. Einen besonders großen Zuwachs gab es 2023 durch einmalig hohe Flaschenverkäufe nach Deutschland, der Exportwert stieg auf insgesamt 248 Mio. Euro. Diese Dynamik konnte in den ersten drei Quartalen 2024 nicht gehalten werden: Der Exportwert sank um 5,1 %, wobei die exportierte Menge fast gleich blieb (-0,1 %). Für das Gesamtjahr 2024 ist davon auszugehen, dass der Exportwert etwas unter 2023 liegen wird - aber wohl über dem Niveau von 2022.

## Über 1.200 Fachgäste bei VieVinum

Eine der wichtigsten Plattformen für den internationalen Handel mit Österreichs Weinen ist die Weinmesse VieVinum, die 2024



Die ÖWM arbeitete auch 2024 mit den wichtigsten Handelsunternehmen Österreichs zusammen.

zu einer Rekordveranstaltung wurde: Über 1.200 internationale Fachleute brachte die ÖWM zur Messe – so viele wie nie zuvor. Drei Tage lang kosteten sich diese durch die Weine von über 500 Betrieben.

Das große Interesse an der VieVinum zeigt auch den Stellenwert, den der österreichische Wein in aller Welt genießt. Dabei stechen Potenzialmärkte wie Kanada oder die Nordics (Norwegen, Schweden, Dänemark und Finnland) hervor, in denen Österreichs Weine sehr gefragt sind. Das kräftige Wachstum in diesen Ländern fängt andere, schwächelnde Exportmärkte auf und lässt auf eine baldige Erholung der Gesamtexporte hoffen.

Neben der VieVinum als wichtigstem Export-Impulsgeber war die ÖWM 2024 auch anderweitig international aktiv: beispielsweise auf den großen Weinmessen ProWein Düsseldorf, ProWine Shanghai, Millésime Bio oder Vinexpo Paris, wodurch über 300 österreichische Weingüter an diesen Messen teilnehmen konnten. Aber auch eigene Veranstaltungen organisierte die ÖWM: so etwa Verkostungen in Deutschland, der Schweiz, den USA, UK, Kanada oder China. Insgesamt konnten so 5.406 österrei-

chische Weine präsentiert werden. Daneben arbeitete die ÖWM mit Dutzenden Handels- und Medienunternehmen zusammen, damit österreichischer Wein in den Regalen und Newsfeeds in aller Welt präsent ist.

## Trends und Zukunftsthemen im Fokus

Das Jahr 2024 war auch geprägt von neuen Trends im Konsumverhalten, auf die die ÖWM mit eigenen Werbeschwerpunkten reagierte. So wirkte sie beispielsweise dem rückläufigen Rotweinkonsum mit Bewerbungen in Medien, Handel und Gastronomie entgegen. Eine steigende Nachfrage hingegen herrscht bei alkoholfreien und alkoholarmen Weinen. Daher schuf die ÖWM 2024 die Voraussetzungen, diese Weine künftig bei eigenen Veranstaltungen präsentieren zu können. Besonders nachgefragt sind solche „NoLo“-Weine bei jüngeren Zielgruppen. Um deren Einstellung zum Thema Wein generell besser zu verstehen, führte die ÖWM eine repräsentative Studie unter 20- bis 35-Jährigen durch. Die Ergebnisse werden ab 2025 in die Konzeption von Werbemaßnahmen für diese Zielgruppe einfließen.

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

# NEW BUSINESS

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



**DAS NEW BUSINESS PAKET um nur 40 Euro!**

**Abonnieren & profitieren Sie!**

Hotline: 01/235 13 66-100

Fax: 01/235 13 66-999

E-Mail: [sylvia.polak@newbusiness.at](mailto:sylvia.polak@newbusiness.at)

- Ja, ich bestelle NEW BUSINESS für ein Jahr (elf Ausgaben) um nur 40 Euro.
- Ja, ich bestelle das Vorteilsabo NEW BUSINESS für zwei Jahre (22 Ausgaben) um nur 66 Euro.