

# NEW BUSINESS

# EXPORT

**SCHIFF AHOI.** Es geht los: Auf zu neuen wirtschaftlichen Ufern.



Ausgabe 01 | Juni 2026 | EUR 5,90

## NEUE MÄRKTE

*Wie die neuen Wachstumsmärkte Europas und damit auch Österreichs Unabhängigkeit stärken können.*

## NEUE CHANCEN

*Warum es wichtig ist, mehr denn je in Forschung und Innovation zu investieren, um global erfolgreich mitzuspielen.*

## NEUE REGELN

*Was Datensicherheit, Resilienz und Nachhaltigkeit mit dem internationalen Wettbewerb zu tun haben.*



# Mobilität für alle

Barrierefreiheit bedeutet für uns, die Bedürfnisse aller Menschen zu erfüllen. Dabei denken wir ganzheitlich, von der Straße bis in die Kabine und wieder zurück. Barrierefreie Stationskonzepte mit einfachen Personenflüssen sowie Übergängen zu anderen Verkehrsmitteln erleichtern die Nutzung des ÖPNV und fördern somit Inklusion und Komfort.

# DIE ZUKUNFT HAT BEGONNEN



« Damit der Plan einer wirtschaftlichen Transformation zur Unabhängigkeit auch tatsächlich aufgeht, müssen die Mitspielerinnen und Mitspieler beherzt ihre Hausaufgaben machen. »

PETER ZIRBS,

CHEFREDAKTION NEW BUSINESS EXPORT-MAGAZIN

**VOR EINEM** halben Jahr waren wir alle mehr oder weniger noch in einem Zustand der – wenn auch bereits abklingenden – Schockstarre. Zu unvorhersehbar war das, was die geopolitischen und wirtschaftlichen Ambitionen gewisser Nationen anbelangte. Sind wir jetzt diesbezüglich klüger als zuvor? Keine Spur. Dennoch: Wir haben etwas gelernt. Und mit „wir“ meine ich Europa, Österreich, heimische Konzerne und die vielen KMUs. Wir haben gelernt, dass dieser momentane Zustand kein Ausnahmezustand ist und so schnell nicht mehr aufhören wird – und dass die Vogel-Strauß-Taktik, das Abwarten und Durchtauchen, nicht funktionieren wird. Und das ist gut so, denn das ermöglicht substanzielles Wachstum für kommende Zeiten.

## WEIL DIE ZUKUNFT SCHON BEGONNEN HAT

Sich aus Abhängigkeiten zu lösen, dürfte wohl einer der großen Erkenntnisgewinne sein. So erhält beispielsweise das bisherige „Nice-to-have“-Thema der erneuerbaren Energien unvermutet Rückenwind durch den Umstand, dass internationalen Energielieferanten ein unkalkulierbares Risiko innewohnt. Neue Märkte werden erschlossen, weil die alten unverlässlich oder zu teuer geworden sind. Da trifft es sich wiederum gut, dass etwa Südostasien und Indien zu den großen Wachstumsmärkten zählen.

## DIVERSIFIZIERUNG, INNOVATION UND RESILIENZ – DIE MAGISCHEN WORTE

Erfolgreiche Großkonzerne haben es vorgemacht: Breit

auf mehreren Standbeinen aufgestellt sein; vorn mit dabei, was Entwicklungen angeht, sowie die Fähigkeit, mit Schocks wie Lieferkettenproblemen umzugehen, sind Tugenden, die nun nicht mehr länger nur den „Großen“ vorbehalten sind. Sie sollen Vorbild und Inspiration für ein neues Selbstverständnis auch oder gerade für KMUs sein.

## WENN ALLE MITSPIELEN

Damit dieser Plan einer wirtschaftlichen Transformation zu mehr Unabhängigkeit auch wirklich aufgeht, müssen allerdings die Mitspielerinnen und Mitspieler beherzt ihre Hausaufgaben machen – allen voran die heimische und europäische Politik: Die Vereinheitlichung von Vorgaben und Regelungen wäre eine dieser Aufgaben, wie auch die sinnvolle Unterstützung zukunftssträchtiger Lösungen.

## NEUE KARTEN, GLEICHES SPIEL

Die jüngsten Zahlen lassen jedenfalls bereits darauf hoffen, dass die Sohle des Tals der Tränen erreicht, wenn nicht sogar schon überwunden ist. Die Karten sind neu gemischt, die Spielregeln haben sich zwar geändert – aber das Spiel an sich ist immer noch dasselbe. Somit gilt: auf ein hartes, aber hoffentlich faires Spiel mit vielen heimischen Gewinnern. ♦

„Auf zu neuen wirtschaftlichen Ufern“ lautet also das Motto. In diesem Sinne: Gute Unterhaltung mit dem neuen NEW BUSINESS EXPORT!  
Ihr Peter Zirbs

© Milica Ševarić

COVER-THEMA



**System unter Spannung**

Die Karten sind neu gemischt: Zwischen geopolitischem Risiko, steigenden Kosten und Wachstumsmärkten hat eine Phase begonnen, in der Anpassungsfähigkeit über Wettbewerbsfähigkeit entscheidet.

Seite 12 – 22

INHALT

**WIE FORSCHUNG, RESILIENZ**

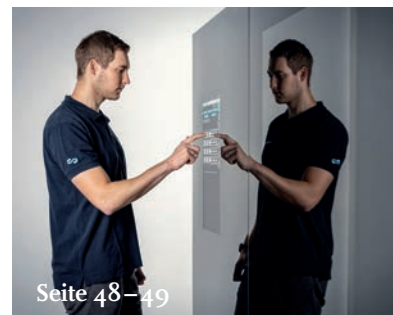
- 24 **EXPORTHELDEN** Vier Unternehmen, die innovative Produkte erfolgreich in die Welt exportieren: Wir stellen sie vor.
- 30 **DIE CHANCE LEBT** Neue Wachstumsmärkte, ein neues europäisches Selbstbewusstsein und strategische Möglichkeiten: Warum die Zukunft bereits begonnen hat.
- 36 **WAS KI KANN** Vom belächelten Toy zum unverzichtbaren Tool: Wie künstliche Intelligenz das Exportwesen längst nachhaltig verändert hat.
- 40 **E-MOBILITY** Spezialisierte Nischen: Warum Österreich auch ohne eigenes E-Auto kräftig am Mobility-Markt mitmischen kann.



Seite 30 – 34



Seite 36 – 39



Seite 48 – 49



Seite 52 – 53

© Magnific/tawatchai07 (12–22), Kostwein Group (24–28), IMS/Höllinger (30–34), Magnific (36–39), Cubicure (48–49), Expo 2027 Belgrade (52–53),

**IMPRESSUM**

**Medieneigentümer-, Herausgeber- und Chefredaktionsanschrift:** NEW BUSINESS Verlag GmbH **Geschäftsführung:** Lorin Polak **Chefredaktion:** Peter Zirbs **Art-Direktion:** Genius Graphics Gabriele Sonnberger **Anzeigenleitung:** Lorin Polak **Anzeigen Exportmedien:** Marcus Kellner **Lektorat:** Julia Teresa Friehs **Coverfoto:** Adobe Stock/auttawit **Verlagsanschrift:** NEW BUSINESS, Kutschergasse 42, 1180 Wien, Tel.: +43 1 235 13 66-0; office@newbusiness.at **Verlagspostamt:** 1060 Wien **Druck:** Hofeneder&Partner GmbH. Alle Rechte, auch die Übernahme von Beiträgen nach § 44 Abs. 1 und 2 Urheberrechtsgesetz, sind vorbehalten.

## UND IDEENREICHTUM DEN STANDORT SICHERN

- 44 DATENDIEBE** Cyberattacken werden häufiger und sind längst straff organisiert – und warum KI die Sache nur bedingt besser macht.
- 48 WIE GEDRUCKT** CubiCure – wie ein Unternehmen aus Wien als Schnittstelle zwischen digitaler und physischer Welt reüssiert.
- 52 EXPO BELGRAD** Play for Humanity: Warum die erste spezialisierte Expo auf dem Westbalkan strategische Chancen für Österreich birgt.
- 54 MEHR TEMPO** Reformen beschleunigen statt Krisen verwalten, fordert die Deutsche Handelskammer in Österreich – und trifft damit einen Nerv.
- 56 GROSS DENKEN** Von Beginn an globale Herausforderungen suchen: So haben sich heimische Start-ups in den vergangenen Jahren profiliert.
- 62 EXPORTTAG** Der unverzichtbare Treffpunkt der heimischen Exportszene – mit Keynotes, Diskussionen, Panels und Deep Dives.
- 64 IMMER GRÜNER** Weshalb sich das Thema Nachhaltigkeit in kurzer Zeit vom netten Image zum echten Wettbewerbsvorteil gemausert hat.
- 68 FIT FÜR DIE ZUKUNFT** Wie sich traditionsreiche Unternehmen innovativ weiterentwickeln und auf diese Weise fit für den Markt bleiben.
- 72 FROHES 2030** Damit der Motor der heimischen Kreativwirtschaft in Zukunft noch satter brummt, gibt es ein Innovationsprogramm.
- 76 CREATIVE EXPORTS** Wie sich die österreichische Kreativwirtschaft mit inhaltlicher Vielfalt als internationaler Exportfaktor etabliert hat.



DHK/G. Peroutka (54–55), Bethesda (72–75), Bene GmbH (76–82)

### Offenlegung nach §25 Mediengesetz:

Unabhängiges österreichweites Magazin, das sich mit der Berichterstattung in den Bereichen Wirtschaft, Kultur, Export, Recht und Lifestyle beschäftigt. Der Nachdruck, auch auszugsweise, sowie anderweitige Vervielfältigung sind nur mit vorheriger Zustimmung der Herausgeber gestattet. Für die Rücksendung von unverlangt eingesandten Manuskripten und Bildmaterial wird keine Gewähr übernommen. Namentlich gekennzeichnete Beiträge stellen nicht unbedingt die Meinung der Redaktion dar. Unsere Verlagsprodukte entsprechen den Anforderungen der EU-Verordnung über die allgemeine Produktsicherheit (GPSR).

**MISSION DATTELBÄR****Naschen in der  
Wüste Saudi-Arabiens**

**+** Nach dem erfolgreichen Aufbau des heimischen Start-ups Dattelbär haben Dominik Graef und Gottfried Prinz ein visionäres Pilotprojekt mit der saudischen Königsfamilie gestartet – nämlich den Umbau der Dattelpflanzungen nach regenerativen Permakulturprinzipien und mit einer erstmalig in der Wüste Saudi-Arabiens umgesetzten eigenen Kompost-, Humus- und Terra-preta-Produktion vor Ort.

**MEISTERHAFT****Sound-Standards  
für Europa setzen**

**+** Sunshine Mastering gelang mit den ESC-Gewinnerbeiträgen 2024 und 2025 eine europaweit einzigartige Konstellation: Zwei Jahre in Folge stammten Mixing und Mastering des Siegersongs aus demselben Wiener Studio, das bereits mit Produktionen für internationale Acts wie Helene Fischer, Felix Jaehn, Falco oder Milky Chance sowie Pionierarbeit im Bereich Dolby Atmos überzeugen konnte.

50 JAHRE MAM

**ZUM JUBILÄUM NEU POSITIONIEREN**

**+** **ES BEGANN** 1976 in Wien-Ottakring: MAM verkaufte seinen ersten Schnuller. Heute, 50 Jahre später, zählt das Unternehmen zu den weltweit führenden Marken für hochwertige Babyartikel mit Design-Anspruch. Das Portfolio entwickelte sich über die Jahrzehnte – neben Schnullern und Fläschchen sind mittlerweile auch Trinkbecher, Zahn- und Mundpflegeprodukte sowie Esslern- und Stillbedarf fester Bestandteil des Sortiments. Heute gehört man zu den führenden internationalen Premiummarken für Babyprodukte – und ist die Nummer eins bei Flaschen und Schnullern in Europa sowie die Nummer eins bei Schnullern in den USA.

Im Jubiläumsjahr will sich die Marke neu positionieren und dabei bewusst die Eltern in den Fokus rücken. Denn mit der Geburt eines Babys werden auch Eltern geboren. Mit dem neuen Claim „Gemeinsam Schritt für Schritt“ bringt das Unternehmen auf den Punkt, wofür die Marke seit jeher steht: Eltern und Babys in jeder Entwicklungsphase verlässlich zu begleiten. Vom ersten Tag an – und weit darüber hinaus. Mit Produkten und Services, die auf die Bedürfnisse von Babys und Eltern zugeschnitten sind, bietet man Sicherheit, Vertrauen und Unterstützung. „Wir sehen uns nicht nur als Produkthersteller, sondern als Partner an der Seite von Familien – unterstützend, entlastend und mit einem tiefen Verständnis für die Bedürfnisse moderner Eltern. Eltern werden ist eine der größten Transformationen im Leben – sie bringt Freude, Zweifel, Wachstum und Stärke zugleich“, sagt Sabrina Krejan, MAM Marketing Manager Austria. Zum Auftakt der Neupositionierung wird eine weltweite Imagekampagne gelauncht: Unter dem Titel „As they grow, so do you“ startet MAM in eine neue Ära der Markenkommunikation. Die Kampagne wurde im November 2025 in Großbritannien und Brasilien gestartet – entwickelt von der preisgekrönten Agentur Manifest Group aus London – und ist hierzulande ab sofort auf allen Kanälen präsent. In Österreich wird die Kampagne unter dem Leitspruch „Sie wachsen, und du mit ihnen“ kommuniziert. ◆



ÖSTERREICH IM AUFSCHWUNG

**ERFINDERISCHER DENN JE**

**+** **UNTERNEHMEN** sowie Erfinderinnen und Erfinder aus Österreich reichten im Jahr 2025 insgesamt 2.253 europäische Patentanmeldungen beim Europäischen Patentamt (EPA) ein, wie das im April veröffentlichte „EPO Technology Dashboard 2025“ (ehemals „Patent Index“) zeigt. Das entspricht einem Anstieg von fünf Prozent gegenüber 2024. Damit liegt Österreich deutlich über dem

EU- und dem weltweiten Durchschnitt. Zugleich markiert dies eine Rückkehr zum Wachstum nach zwei aufeinanderfolgenden Jahren des Rückgangs. Diese Zahlen unterstreichen die weiterhin starke Innovationsleistung Österreichs im Verhältnis zu seiner Größe. Patentanmeldungen sind ein Frühindikator für Investitionen in Forschung und Entwicklung: Österreich liegt weltweit auf Platz 16, in der EU auf Platz zehn und bei den Anmeldungen pro Kopf auf Platz acht; elektrische Maschinen, Apparate und Energie bleiben Österreichs führender Technologiebereich. ◆

**NEUER MARKT****Zurich expandiert nach Polen**

**+** Zurich Österreich gründet in Polen eine Niederlassung. Damit steigt die Zurich Insurance Group in das Firmenversicherungsgeschäft auf dem polnischen Markt ein – Zielgruppen sind sowohl lokale als auch multinationale Unternehmenskunden. Das Unternehmen arbeitet eng mit polnischen Versicherungsmaklern zusammen und wird als Versicherer, Mitversicherer und Rückversicherer tätig sein.

**GEBRAUCHT & GUT****Größter Refurbishment-Marktplatz Europas**

**+** Die Expansion im Jahr 2026 brachte Refurbed drei Milliarden Euro Außenumsatz in weniger als einem Jahr und eine Verdopplung der Märkte: Expandiert wurde in die Schweiz, Spanien, Frankreich, UK, Polen, Slowakei, Slowenien, Kroatien, Litauen, Estland, Lettland, Bulgarien und Luxemburg. Refurbed ist damit der führende Refurbished-Online-Marktplatz in Europa mit 486 Millionen Konsument:innen.

**KAFFEEPAUSE****Marktpräsenz in Tschechien ausgebaut**

**+** café+co International haben sich über ihre Tochter Delikomats Tschechien mit 75 Prozent am tschechischen Kaffeespezialisten Mia Coffee beteiligt. Das Unternehmen



beliefert mehr als 300 Kundinnen und Kunden in Gastronomie und Hotellerie mit hochwertigen Kaffeesystemlösungen und erzielt derzeit einen Jahresumsatz von rund 2,5 Millionen Euro. Mit der Beteiligung baut café+co die Marktpräsenz in Tschechien gezielt aus und setzt die erfolgreiche Erweiterungsstrategie in Zentral- und Osteuropa konsequent fort. Nach den jüngsten Wachstumsschritten in Deutschland und Slowenien wird nun also auch im Premiumsegment des tschechischen Markts investiert.

« Diese Akquisition stärkt unsere Position in einem wachsenden Marktsegment und eröffnet uns neue Entwicklungsmöglichkeiten. »

FRITZ KALTENEGGER,  
GESCHÄFTSFÜHRER CAFÉ+CO INTERNATIONAL

**DIGITALER EURO****Ist das Ende  
des Bargelds nah?**

**+** In drei Jahren, also 2029, soll der digitale Euro nach den Plänen der Europäischen Zentralbank (EZB) Wirklichkeit werden. Die Vorbereitungsphase für das elektronische Gegenstück zum Bargeld wurde Ende Oktober 2025 abgeschlossen. Noch gibt es offene Fragen zum digitalen Euro – fest steht, dass der Umfang der Wallet, also der digitalen Brieftasche, voraussichtlich auf 3.000 Euro limitiert sein soll.

**ES LEBE DER SPORT****Erfolgreicher Abschluss  
der Übernahme**

**+** Intersport Austria hat die Übernahme der Intersport-Slowenien-Gruppe erfolgreich abgeschlossen – damit stärkt das Unternehmen seine Rolle im europäischen Sportfachhandel und baut seine Präsenz in Zentral- und Südosteuropa gezielt aus. Das Netzwerk umfasst künftig auch Slowenien, Kroatien, Bosnien und Herzegowina, Montenegro sowie Serbien, Albanien, Kosovo und Nordmazedonien.

## INTERNATIONAL WETTBEWERBSFÄHIG

**STANDARDS WERDEN ZUM MACHTFAKTOR**

**+** **GEOPOLITISCHE** Spannungen, fragile Lieferketten und der Wettlauf um Schlüsseltechnologien setzen Europa zunehmend unter Druck. In diesem Umfeld gewinnen Standards strategische Bedeutung: Wer sie mitgestaltet, beeinflusst Märkte, Technologien und internationale Wettbewerbsfähigkeit. In Österreich engagieren sich inzwischen mehr als 5.000 Expertinnen und Experten in der Standardisierung – Tendenz steigend.

Denn was lange als technisches Detail galt, entwickelt sich zunehmend zu einem geopolitischen Instrument: Standards definieren Schnittstellen, sichern Qualität und legen fest, wie Technologien weltweit eingesetzt werden. Damit entscheiden sie auch darüber, welche Lösungen sich international durchsetzen. „Wer Standards mitgestaltet, gestaltet Märkte mit“, meint Valerie Höllinger, CEO von Austrian Standards. „Gerade in einer Welt zunehmender Unsicherheit schaffen Standards Orientierung, stärken Vertrauen und machen Europa handlungsfähiger.“

2025 arbeiteten rund 5.000 Expertinnen und Experten aus etwa 3.000 Organisationen in nationalen, europäischen und internationalen Gremien an Standards. Mehr als 400 davon sind neu hinzugekommen. Eine zentrale Rolle spielt dabei die Vernetzung: Über nationale, europäische und internationale Strukturen sorgt Austrian Standards dafür, dass österreichische Expertise in globale Standardisierungsprozesse eingebracht wird. So wird sichergestellt, dass die Stimme Österreichs auf internationaler und europäischer Ebene gehört wird und aktiv in die Entwicklung neuer Standards einfließt.

Besonders auffällig ist dabei die breite Beteiligung der Wirtschaft: 44,47 Prozent aller entsendenden Organisationen sind KMUs, innerhalb der Interessengruppe „Wirtschaft“ liegt ihr Anteil sogar bei 65 Prozent. „Dass sich gerade KMUs verstärkt einbringen, ist ein wichtiges Signal. Sie sichern ihre Wettbewerbsfähigkeit nicht nur über Innovation, sondern zunehmend auch über die aktive Mitgestaltung von Standards“, so Höllinger. ◆



© Magnific/Who is Danny (1), Magnific/mojaff (2), Maximilian Messinger (3)

POSITIVE BILANZ

## ERFOLGREICHES JAHR FÜR ALFIES

**+** **DAS UNTERNEHMEN** verbesserte im vergangenen Jahr seine Profitabilität und wuchs mit einem Umsatz von rund 33 Millionen Euro im zweistelligen Prozentbereich. Seine Position als innovativer Player im Lebensmittel-einzelhandel in Österreich und der Schweiz stärkte Alfies unter anderem durch die Einführung von „Alfie“, dem ersten KI-Assistenten eines europäischen On-



linesupermarkts. Auch das Einwegpfand prägte das Jahr. „2025 feierten wir unser zehnjähriges Jubiläum. Schon seit 2015 liefern wir in Wien Lebensmittel. Die Herausforderungen im Onlinelebensmittelhandel sind heute andere als damals, aber für langfristigen Erfolg braucht es Durchhaltevermögen und das richtige Geschäftsmodell. Das haben wir auch anhand vieler Konkurrenten gesehen, die im letzten Jahrzehnt in den Markt eingestiegen oder wieder ausgeschieden sind“, sagt Gunther Michl, Mitgründer und Geschäftsführer von Alfies. ◆

## KÜNSTLICH INTELLIGENT

### Auf Wachstum statt Effizienz setzen



**+** Eine PwC-Studie zeigt, warum drei Viertel des KI-Wertschöpfungspotenzials bei nur 20 Prozent der Unternehmen landen: KI wird dort zwei- bis dreimal häufiger genutzt, um Wachstumschancen zu identifizieren und das Geschäftsmodell zu transformieren, Arbeitsabläufe werden doppelt so häufig neu gestaltet und Grundlagen wie Datenqualität sowie Governance-Strukturen konsequent vorangetrieben.

## JUBILÄUM

### 20 Jahre FMVÖ-Recommendier-Award



**+** Im Mai feierte der „Oscar der Finanzwirtschaft“, der FMVÖ-Recommendier-Award, sein 20-Jahr-Jubiläum: Rund 180 Gratulant:innen versammelten sich im Camineum der Nationalbibliothek in der Wiener Innenstadt, um gemeinsam mit den Initiatoren des Awards eine Institution der österreichischen Finanzwirtschaft zu zelebrieren – und zwei bewegte Jahrzehnte Revue passieren zu lassen. Auch wir gratulieren!

## OFFICE NEU

### Gemeinsamer Einzug in den Coworking Hub

**+** Das Wiener KI-Start-up newsrooms.ai und das zu newsrooms.ai gehörende Trending Topics verlegen ihren Sitz in den AI:AT Coworking Hub der AI Factory Austria AI:AT. Mit dem Einzug in



Österreichs nationale Plattform für angewandte künstliche Intelligenz und Hochleistungsrechnen (High-Performance Computing, HPC) rücken die beiden Unternehmen näher an jene Infrastruktur, Expertise und Community, die KI-Anwendungen aus der Idee in die Umsetzung bringen soll. newsrooms.ai entwickelt KI-gestützte Werkzeuge für redaktionelle Prozesse, Medienanalyse und Content-Produktion. Trending Topics wird seine redaktionelle Arbeit fortsetzen und KI-gestützte Recherche- und Produktionsprozesse weiterentwickeln.

« Österreich braucht Orte, an denen KI nicht abstrakt bleibt, sondern in konkrete Anwendung übersetzt wird. »

PETER HANKE, BUNDESMINISTER FÜR INNOVATION, MOBILITÄT UND INFRASTRUKTUR

**RESILIENT****Wachstum in anspruchsvollen Zeiten**

Das internationale Transport- und Logistikunternehmen Gebrüder Weiss hat das Geschäftsjahr 2025 mit einem Nettoumsatz von 2,73 Milliarden Euro abgeschlossen und liegt damit leicht über dem Niveau des Vorjahres. Trotz verhaltener Konjunktur in Europa gewann das Unternehmen Marktanteile hinzu und steigerte zugleich seine Produktivität; Investitionen stärkten Effizienz und Netzwerk.

**UNTER DRUCK****Nahost-Krieg trübt Konjunkturausblick**

Der Krieg im Nahen Osten belastet den Wirtschaftsausblick für 2026 und 2027 und verstärkt bestehende Schwächen: Nach Einschätzung der Acredia Group in Zusammenarbeit mit Allianz Research führt das zu schwächerem Wachstum, Inflation und Unsicherheit. Besonders betroffen sind energieabhängige Regionen, exportorientierte Volkswirtschaften sowie Unternehmen mit angespannten Margen.

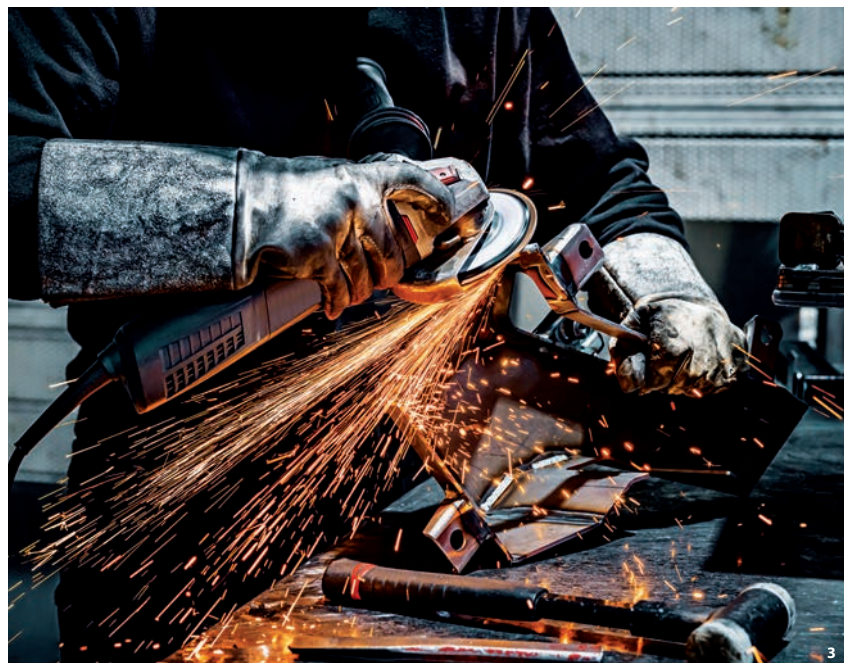
AUSSENHANDEL BRAUCHT DIVERSIFIZIERUNG

**NICHT NUR DIE GROSSEN**

**ÖSTERREICHS** Außenhandel hängt einseitig an den exportorientierten Großunternehmen und wächst hauptsächlich durch die Intensivierung bereits bestehender Handelsbeziehungen. Um auch kleinere und mittlere Unternehmen verstärkt in den Export zu bringen und somit längerfristig den Außenhandel zu diversifizieren, braucht es gezielte Fördermaßnahmen und Strategien. Das sind die wesentlichen Ergebnisse einer neuen Studie des Wiener Instituts für Internationale Wirtschaftsvergleiche (wiiw) im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft, Energie und Tourismus (BMWET). Denn ein Prozent der größten österreichischen Firmen generiert rund die Hälfte des gesamten Handelsvolumens, zehn Prozent dieser Firmen rund neunzig Prozent davon. Große Unternehmen sind nicht nur stärker, sondern auch breiter aufgestellt, produktiver und exportieren höherwertige Produkte zu niedrigeren Preisen, vor allem in Drittstaaten außerdem der EU.

Notwendig wäre auch die Etablierung langfristigerer und stabilerer Handelsbeziehungen mit dem Ausland. Denn nur rund 17 Prozent der Exporteure und 24 Prozent der Importeure waren über den gesamten Untersuchungszeitraum (2013 bis 2022) hinweg im Außenhandel tätig. Firmen, die ein oder mehrere Produkte in ein bestimmtes Land exportierten, taten dies in nahezu der Hälfte der Fälle über lediglich ein Jahr. „Mehr Exportberatung und Exportfinanzierung, besseres Risikomanagement und der Abbau von Markteintrittsbarrieren für kleinere und mittlere Unternehmen wären daher förderlich“, so Robert Stehrer, wissenschaftlicher Direktor des wiiw und Autor der Studie.

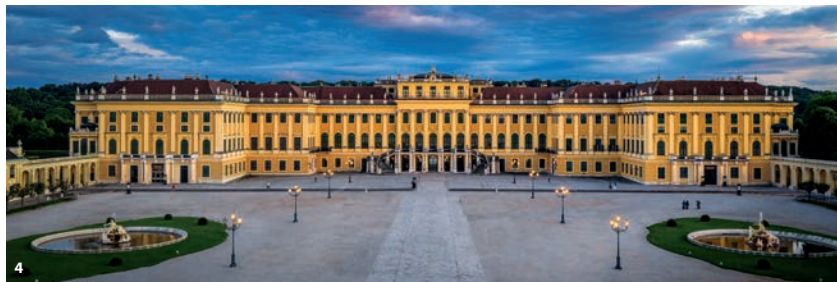
Die Studie plädiert daher für eine Diversifizierung der Bezugsquellen, neue Handelsabkommen, mehr Recycling, Importsubstitution und die strategische Bevorratung kritischer Produkte und Rohstoffe. Daneben sollten die entsprechenden Lieferketten über eine bessere europäische Koordination abgesichert und diversifiziert werden. ◆



SCHLOSS SCHÖNBRUNN FEIERT

**IMPERIALER TOURISMUSMAGNET UND WELTERBE**

**+** **SEIT DER** Aufnahme des Schlosses und der Gärten von Schönbrunn und des Tiergartens Schönbrunn in die UNESCO-Welterbeliste im Dezember 1996 ist Schönbrunn nicht nur eines der bedeutendsten nationalen Kulturgüter Österreichs, sondern auch ein international anerkanntes Kulturdenkmal sowie Fixpunkt für Wien-Besuche aus aller Welt. Um das zu ermöglichen, spielen hinter den Kulissen über 471 (VZÄ, im Jahr 2025) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – von der Restaurierung bis zur Kulturvermittlung – als Team perfekt zusammen. International einzigartig daran ist, dass die Schönbrunn Group die Mittel für Erhaltung und Restaurierung selbst erwirtschaftet: Die Erträge aus dem laufenden Betrieb fließen unmittelbar in den denkmalpflegerischen Erhalt des Ensembles – ohne jegliche staatliche Zuschüsse. Unter dem Motto „30 Jahre Welterbe“ setzt die Schönbrunn Group heuer Schwerpunkte in mehreren Feldern. ◆

**ERNEUERBAR****Weniger Öl- und Gas-Importe gewünscht**

**+** Rund drei Viertel der österreichischen Verbraucher halten die Abkehr von Öl- und Gas-Importen für wichtig oder sehr wichtig. 71 Prozent wollen zudem Strom statt fossiler Brennstoffe zur zentralen Energie machen. Das sind Ergebnisse aus dem aktuellen „Energie-Trendmonitor Österreich 2026“, für den 1.000 Bürger:innen im Januar 2026 repräsentativ im Auftrag von Stiebel Eltron befragt wurden.

**WIR SIND URLAUB!****Auf unsere Nachbarn ist Verlass**

**+** Weder wirtschaftliche Herausforderungen noch die angespannte weltpolitische Lage bremsen die Urlaubspläne der Deutschen – zumindest im Hinblick auf Österreich: Österreich war 2025 das einzige Alpenziel, das seinen Marktanteil aus Deutschland steigern konnte; das Kurzreisevolumen stieg sogar um neun Prozent. Damit bleiben wir weiterhin das beliebteste ausländische Kurzreiseziel der Deutschen.

**POSITIV ENTWICKELT****Anstieg der Insolvenzen hat sich beruhigt**

**+** Österreichs Insolvenzen stiegen zwar 2025 moderat an – im Vergleich zu den beiden Vorjahren hat sich der Anstieg der Insolvenzen allerdings deutlich abgeflacht. Das Austrian Credit Insurance Counsel (A.C.I.C.) stuft die Entwicklung positiv ein: Der rasante Anstieg an Insolvenzen in den Jahren 2023 und 2024 kann als Reaktion auf den pandemiebedingten historischen Tiefstand gesehen werden – man spricht von einem Aufholeffekt; Auswertungen zeigen, dass dieser Effekt weiterhin anhält. Gemäß Prognosen soll sich der pandemiebedingte Rückstau bis Mitte 2026 weitgehend bereinigen: Der abgeflachte Insolvenzanstieg deutet darauf hin, dass sich die österreichische Insolvenzlandschaft zunehmend stabilisiert.



« Im Jahresvergleich zeigt sich: Der Zuwachs an Insolvenzen fiel 2025 im Verhältnis zu den beiden Vorjahren moderat aus. »

A.C.I.C.,

AUSTRIAN CREDIT INSURANCE COUNSEL

# SYSTEM UNTER

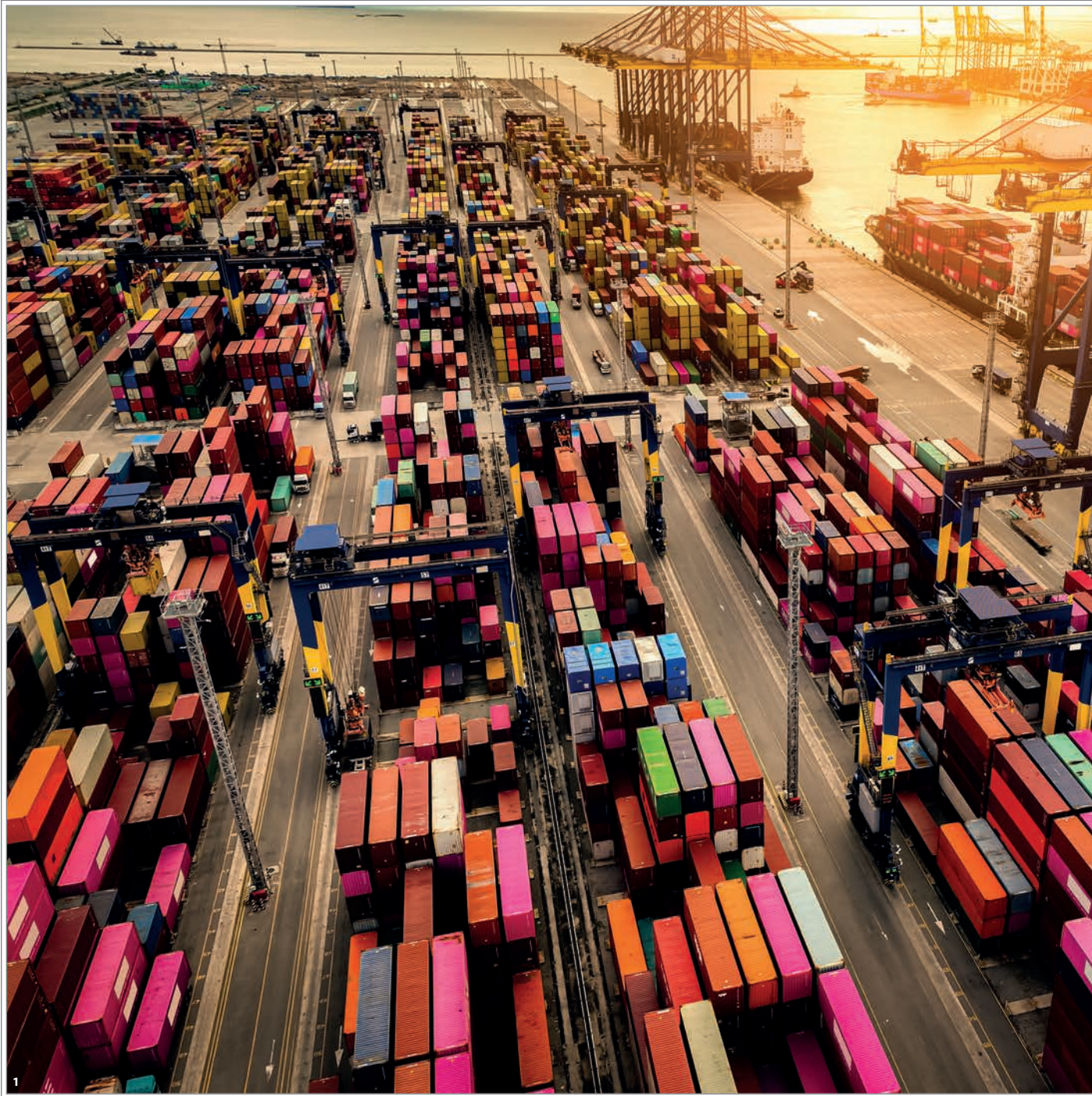


Die Spielregeln im Welthandel verschieben sich – und das mit großer Wahrscheinlichkeit nachhaltig. Für Österreich als exportgetriebene Volkswirtschaft bedeutet das mehr als nur eine konjunkturelle Delle: Zwischen geopolitischem Risiko, steigenden Kosten und neuen Märkten beginnt eine Phase, in der Anpassungsfähigkeit über Wettbewerbsfähigkeit entscheidet. Immerhin: Auch unsere Karten werden gerade neu gemischt, wenn auch das Spiel dasselbe bleibt.

# ER SPANNUNG



© Magnific/musgraphic



**DIE EXPORTWIRTSCHAFT** ist lange schon das verlässliche Rückgrat der heimischen Volkswirtschaft. Offenheit, Integration in europäische Wertschöpfungsketten und eine starke industrielle Basis sorgten für Stabilität und Wachstum. Doch dieses Modell steht unter Druck: Die

Weltwirtschaft ist unberechenbarer geworden, geopolitische Konflikte greifen in ökonomische Prozesse ein, und die Phase grenzenloser Globalisierung scheint zu Ende zu gehen. Die zentrale Frage lautet nicht mehr, ob sich die Spielregeln ändern, sondern wie tiefgreifend dieser Wandel ist.



## EIN ERFOLGSMODELL – ALLERDINGS MIT HOHER ABHÄNGIGKEIT

Österreich zählt allen aktuellen Widrigkeiten zum Trotz auch weiterhin zu den exportintensivsten Volkswirtschaften Europas. Rund jeder zweite Euro wird direkt oder indirekt im Ausland verdient. Diese Stärke ist aber zugleich eine Verwundbarkeit, denn ein hoher Grad an Internationalisierung bedeutet auch eine hohe Sensibilität gegenüber externen Schocks. Besonders deutlich wird das in wirtschaftlich schwächeren oder unsicheren Phasen: Wenn zentrale Handelspartner – allen voran Deutschland – an Dynamik verlieren, trifft das die heimische Industrie unmittelbar. Die enge Verzahnung mit europäischen Lieferketten, lange ein Wettbewerbsvorteil, wird in Krisenzeiten plötzlich zur Herausforderung.

## ENDE DER KOMFORTZONE

Minus 27 Prozent. So stark brachen Österreichs Exporte in die USA im dritten Quartal laut EY Industriebarometer 2025 ein – 1,6 Milliarden Euro, weg in drei Monaten. „Wer verstehen will, was sich gerade in Österreichs Exportwirtschaft verändert, muss mit dieser Zahl beginnen. Nicht mit Trump. Nicht mit Zöllen. Das ist mehr als eine kurzfristige konjunkturelle Schwäche – es ist ein strukturelles Warnsignal für das bisherige Exportmodell“, bringt es Michael Rauhofer, Managing Director des Logistikers Dachser Austria, auf den Punkt. „Österreichs Industrie hat Jahrzehnte von drei Gewissheiten gelebt: geografischer Nähe zu Deutschland, technischer Tiefe in der Nische, funktionierendem Welthandel als Rückenwind.“ 78 Prozent der Warenexporte gehen heute noch in die EU – ein Wert, der wie Stabilität klingt und eine Abhängigkeit beschreibt. Deutschland schwächelt seit drei Jahren. Dann kamen im April 2025 die US-Pauschalzölle: 15 Prozent auf EU-Waren, 50 Prozent

« Österreichs Industrie hat Jahrzehnte von drei Gewissheiten gelebt: geografischer Nähe zu Deutschland, technischer Tiefe in der Nische, funktionierendem Welthandel als Rückenwind. »

MICHAEL RAUHOFFER, MANAGING DIRECTOR DACHSER AUSTRIA



© Magnific/fahroni (1), Magnific/Freeepik (2), DACHSER (3)



Das Freihandelsabkommen der EU mit Indien bedeutet den Zugang zu einem riesigen Markt, der viele neue Chancen birgt.

auf Stahl, Aluminium und Kupfer. Das Wifo simuliert einen BIP-Rückgang von 0,23 Prozentpunkten kurzfristig, 0,33 mittelfristig. Für ein Land im dritten Rezessionsjahr ist das keine abstrakte Modellrechnung. Den Schaden trägt, wer hohe Wertschöpfung und hohe Löhne hat: Maschinenbau, Fahrzeugindustrie, Metallverarbeitung. Was das konkret bedeutet, lässt sich in Mattighofen besichtigen: Dort übernimmt der indische Konzern Bajaj KTM, nachdem er 600 Millionen Euro in den insolventen Motorradhersteller gesteckt hat. Bis Mai 2026 soll er die Mehrheit an der Pierer Mobility AG halten. „Ein oberösterreichisches Traditionsunternehmen unter indischer Führung – das ist, ganz konkret, die neue Geografie. Indien ist nicht nur Abnehmer. Es kommt auch als Eigentümer“, erklärt Rauhofer.

### DIE STILLE ZÄSUR DER VORJAHRE

Die Entwicklungen deuten also auf mehr als eine konjunkturelle Delle hin. Die Rückgänge im Export sind kein isoliertes Ereignis, sondern Teil einer breiteren Verschiebung. Während einzelne Märkte einbrechen, entwickeln sich andere stabiler oder sogar dynamisch. Diese Uneinheitlichkeit ist neu – und sie erschwert Planung und Strategie. Gleichzeitig fällt auf: Die Erholung, die viele Prognosen für 2026 erwarten, bleibt verhalten. Es ist keine Rückkehr zur alten Dynamik in Sicht, sondern eher eine Stabilisierung auf niedrigerem Wachstumspfad. Das legt nahe, dass strukturelle Faktoren eine immer größere Rolle spielen. Was sich derzeit abzeichnet, ist demnach kein abruptes Ende der Globalisierung, sondern ihr Umbau. Effizienz wird zunehmend durch Resilienz ergänzt – oder

ersetzt. Unternehmen gewichten Risiken heute anders als noch vor wenigen Jahren. Politische Stabilität, Versorgungssicherheit und regulatorische Verlässlichkeit gewinnen an Bedeutung. Diese Entwicklung verändert die Logik des Exports. Es geht weniger um die billigste Produktion und den schnellsten Zugang, sondern um robuste Netz-



werke. Für Österreich, mit seiner starken Einbindung in europäische Strukturen, kann das ein Vorteil sein – wenn es gelingt, diese Position strategisch zu nutzen.

### INDIENS POTENZIAL, NÜCHTERN BETRACHTET

Im Jänner schloss die EU ein Freihandelsabkommen mit Indien ab. Nach vollständiger Umsetzung entfallen Zölle auf 96,6 Prozent der EU-Ausfuhren. „Für österreichische Autozulieferer, Bahntechnik, Maschinenbauer und Pharmaunternehmen bedeutet das Zugang zu einem riesigen Markt, der bislang mit Zöllen von über 100 Prozent auf Automobile abgeschirmt war. Rund 160 heimische Unternehmen sind bereits vor Ort. Indien kaufte allein 2025 Waren im Wert von 1,5 Milliarden Euro – ein Plus von 13 Prozent in einem Jahr, in dem der restliche Weltmarkt stagnierte“, schildert Rauhofer. Wirtschaftsminister Wolfgang Hattmannsdorfer rechnet mit 5.000 zusätzlichen Arbeitsplätzen. Damit öffnet sich eine Tür zu einem Markt, auf dem lokale Konkurrenten ohne europäische Energiekosten, ohne Lieferkettengesetze und ohne Rücksicht auf Gewinnmargen kämpfen.

### MERCOSUR: DIE ABSTIMMUNG, DIE ZÄHLT

Das zweite große Abkommen ist komplizierter. Im Dezember 2024 einigten sich die EU und Mercosur nach

25 Jahren Verhandlungen. Der Handelsteil gilt seit dem 1. Mai 2026 vorläufig. Er bringt EU-Unternehmen Zollersparnisse von bis zu vier Milliarden Euro pro Jahr und Zugang zu 270 Millionen Konsumenten in Brasilien, Argentinien, Uruguay und Paraguay. Das Partnerschaftsabkommen mit Investitionsregeln und politischem Dialog muss jedoch von allen 27 nationalen Parlamenten beschlossen werden. Auch vom Nationalrat in Wien, der seit einer Entschließung aus dem Jahr 2019 gegen Mercosur gebunden ist. „Dort wird sich zeigen, ob Österreichs Diversifizierungsstrategie mehr ist als nur eine Absichtserklärung. Stimmt die Koalition zu, stellt sie sich gegen die Bauernlobby, bleibt aber ihrer Industriestrategie treu. Stimmt sie nicht zu, bleibt nur ein Dokument, in dem Diversifizierung steht, ohne dass etwas passiert – und eine Republik, die schon bei der ersten Abstimmung scheitert, weil die nächste Wahl wichtiger war“, sieht es Michael Rauhofer realistisch.

### WAS RESILIENZ WIRKLICH KOSTET

Freihandelsabkommen sind Infrastruktur. Sie schaffen Möglichkeiten, keine Umsätze. Wer in Brasilien oder Pune verkaufen will, braucht Vertrieb vor Ort, Sprachkompetenz, lokale Netzwerke – und Kapital, das Rückschläge aushält. Für Konzerne wie Voestalpine ist das unangenehm, aber machbar. Für den mittelständischen Zulieferer aus dem Mühlviertel, der seit 30 Jahren denselben deutschen Automobilhersteller beliefert, ist es existenziell neu. „Die Ära, in der österreichische Qualität sich gewissermaßen von selbst verkaufte, weil sie nah genug war und gut genug war, endet nicht wegen Trump. Sie endete, weil Deutschland als Lokomotive ins Stocken geraten ist und weil Schwellenländer aufgeholt haben. Die Zölle haben das nur beschleunigt – und sichtbar gemacht, was sich schon länger zusammenbraute“, mein Rauhofer, und ergänzt: „Ob Österreich die nötige Anpassungsfähigkeit besitzt, wird sich nicht in Brüssel entscheiden und nicht in Parlamentsdebatten über Mercosur. Es wird sich in den Betrieben entscheiden – und daran, ob die Politik ihnen dabei hilft oder im Weg steht.“

### GEOPOLITIK WIRD ZUR STANDORTFRAGE

Die Trennung zwischen Wirtschaft und Politik scheint mittlerweile endgültig aufgehoben. Handelsbeziehungen werden zunehmend von strategischen Interessen geprägt. Sanktionen, Handelsbarrieren und industriepolitische Programme großer Wirtschaftsräume beeinflussen Wettbewerbsbedingungen direkt. Für exportorientierte Unternehmen bedeutet das also eine neue Realität: Märkte sind

© DACHSER (1), Magnific/pablographix (2), Magnific/frolopiaton-palm (3)



Global vor Ort sein: Für viele Unternehmen kommt das einem tiefgreifenden organisatorischen Wandel gleich.

nicht mehr nur ökonomische Räume, sondern auch politische. Entscheidungen über Investitionen und Expansion müssen geopolitische Risiken stärker berücksichtigen. Das erhöht die Komplexität – und verlangt gleichzeitig auch neue Kompetenzen.

### EUROPAS DOPPELTE ROLLE

Die Europäische Union ist für Österreich weiterhin gleichzeitig Stabilitätsanker und Reformbaustelle. Denn einerseits bietet der Binnenmarkt zwar Sicherheit, gemeinsame Regeln und eine starke Verhandlungsposition gegenüber Drittstaaten, andererseits zeigen sich innerhalb der EU zunehmend Unterschiede – etwa bei Energiepreisen, Förderpolitiken oder industriellen Strategien. Diese Divergenzen wirken sich allerdings direkt auf die Wettbewerbs-

fähigkeit aus. Für Österreich stellt sich daher die Frage, wie aktiv es die europäische Wirtschaftspolitik mitgestalten kann – und muss. Denn die Rahmenbedingungen des Exports werden zu einem großen Teil natürlich immer noch in Brüssel definiert.

### KOSTEN, INNOVATION UND DER NEUE WETTBEWERB

Parallel zu den geopolitischen Veränderungen verschärft sich auch der ökonomische Wettbewerb. Steigende Kosten – insbesondere für Energie und Arbeit – setzen die Margen unter Druck. Gleichzeitig verschiebt sich der Wettbewerb in Richtung Qualität, Technologie und Spezialisierung. Zum Glück hat Österreich hier traditionell Stärken: nämlich in Nischenindustrien, im Maschinenbau, in

hochwertigen Dienstleistungen. Doch diese Position ist leider kein Selbstläufer, sondern erfordert kontinuierliche Investitionen in Forschung, Bildung und Infrastruktur. Der Export der Zukunft ist demnach wahrscheinlich weniger volumengetrieben – und stärker wissensbasiert. Das Zauberwort bleibt also Innovation.



### DIVERSIFIZIERUNG ALS STRATEGISCHE NOTWENDIGKEIT

Eine der sichtbarsten Reaktionen auf die neue weltwirtschaftliche Lage ist die zunehmende Diversifizierung von Absatzmärkten. Unternehmen suchen gezielt nach Alternativen zu traditionellen Partnern und erschließen neue Regionen – nicht nur in Asien oder Nordamerika, sondern verstärkt auch in wachstumsstarken Märkten in Südostasien, Lateinamerika oder Teilen Afrikas. Dabei geht es längst nicht mehr nur um kurzfristige Möglichkeiten, sondern um eine strategische Neuausrichtung der internationalen Präsenz. Diese Entwicklung ist allerdings mehr als bloße Risikostreuung – sie markiert einen tiefgreifenden Paradigmenwechsel. Während früher Effizienz, Skaleneffekte und die Konzentration auf wenige große Märkte im Vordergrund standen, rücken heute Resilienz und Flexibilität in den Fokus. Wer breiter aufgestellt ist, kann wirtschaftliche oder geopolitische Schocks besser abfedern, Lieferketten stabilisieren und Nachfrageschwankungen in einzelnen Regionen ausgleichen. Diversifizierung wird damit zur Voraussetzung für Stabilität – nicht mehr nur zur Option. Gleichzeitig steigen die Anforderungen deutlich. Unterschiedliche regulatorische Rahmenbedingungen, komplexe Zollregime und lokale Standards erfordern mehr Know-how und Ressourcen. Hinzu kommen kulturelle Unterschiede, die Markteintrittsstrategien erschweren, so-

wie politische Risiken, die Investitionsentscheidungen beeinflussen. Auch die operative Umsetzung wird anspruchsvoller: Vertrieb, Logistik und Service müssen stärker regional gedacht und organisiert werden. Für viele Unternehmen bedeutet das einen deutlichen organisatorischen Wandel. Internationale Expansion erfordert nicht nur neue Märkte, sondern auch neue Strukturen, Partnerschaften und Kompetenzen. Um es salopp auszudrücken: Einfacher wird es wohl nicht werden, erfolgreich im Export zu sein – aber strategischer denn je.

### DIE UNTERSCHÄTZTE DYNAMIK DER DIENSTLEISTUNGEN

Ein gelegentlich unterschätzter Aspekt der Exportwirtschaft ist die stetig wachsende Bedeutung von Dienstleistungen: Während der klassische Warenhandel in den vergangenen Jahren spürbar an Dynamik verloren hat, zeigen sich Dienstleistungen deutlich robuster und in vielen Bereichen sogar wachstumsstärker. Digitale Angebote, technische Services, After-Sales-Leistungen und wissensintensive Tätigkeiten gewinnen kontinuierlich an Gewicht und verändern die Struktur des Außenhandels nachhaltig. Diese Entwicklung ist naturgemäß eng mit technologischen Veränderungen verknüpft – denn Digitalisierung ermöglicht es Unternehmen, Leistungen grenzüberschreitend anzubieten, ohne physisch vor Ort präsent sein zu müssen. Gleichzeitig steigt auch die Nachfrage nach integrierten Lösungen: Kunden erwarten nicht mehr nur ein Produkt, sondern ein Gesamtpaket aus Beratung, Wartung, Software und datenbasierten Services. Gerade in industriellen Kernbranchen verschwimmen damit die Grenzen zwischen Produktion und Dienstleistung zunehmend.

### EIN IMMER WICHTIGERES FELD, DAS ES ZU BEACKERN GILT

Für Österreich eröffnet sich hier eine gar nicht kleine strategische Chance: Diese Kombination aus industrieller Kompetenz und hochwertigen Dienstleistungen könnte sich als entscheidender Wettbewerbsvorteil erweisen. Viele heimische Unternehmen verfügen nämlich über genau jene Spezialisierung, die in diesem Umfeld gefragt ist – etwa im Maschinenbau, in der Umweltechnik oder in technischen Nischen. Wird diese Stärke konsequent mit serviceorientierten Geschäftsmodellen verknüpft, entsteht ein Angebot mit hoher Wertschöpfung und vergleichsweise geringer Preissensibilität. Zugleich trägt die stärkere Rolle von Dienstleistungen zur Resilienz bei. Anders als physische Güter sind sie weniger anfällig für Störungen in Lieferketten, Transportengpässe oder handelspolitische

© DACHSER (1), Magnific/eyesartist (2), Magnific/rattanathip (3)



Mit den Tugenden Innovation, Service, Know-how und raschem Reagieren auf Veränderung lässt sich die Zukunft meistern.

Barrieren. In einer Welt, in der genau diese Risiken zunehmen, gewinnt dieser Faktor zusätzlich an Bedeutung. Die Exportwirtschaft der Zukunft wird daher nicht nur digitaler, sondern damit auch „unsichtbarer“ – und genau darin könnte eine ihrer größten Chancen liegen.

### **SIND DIE KARTEN NUN NEU GEMISCHT – ODER NICHT?**

Die Metapher der „neu gemischten Karten“ greift nur teilweise, denn die Grundstruktur des Spiels bleibt bestehen: Export bleibt zentral, internationale Märkte bleiben entscheidend für Wachstum, Beschäftigung und Wertschöpfung in Österreich. Doch innerhalb dieses bekannten Rahmens haben sich die Gewichte spürbar verschoben – und zwar nicht punktuell, sondern entlang mehrerer Dimen-

sionen gleichzeitig. Risiko spielt eine deutlich größere Rolle als früher. Gemeint ist damit nicht nur das klassische Währungs- oder Konjunkturrisiko, sondern ein breiteres Spektrum an Unsicherheiten: geopolitische Spannungen, handelspolitische Eingriffe, Lieferkettenstörungen und regulatorische Fragmentierung zwischen den großen Wirtschaftsblöcken. Die Planungssicherheit, lange Zeit ein stiller Vorteil global integrierter Unternehmen, ist damit deutlich geringer geworden. Entscheidungen müssen unter Bedingungen getroffen werden, in denen Stabilität weniger selbstverständlich ist als früher. Gleichzeitig gewinnen strategische Überlegungen an Gewicht. Exportentscheidungen sind stärker als in der Vergangenheit Teil einer langfristigen Unternehmensarchitektur. Fragen der Marktauswahl, der Produktionsstandorte und der Partner-

strukturen werden nicht mehr primär kurzfristig optimiert, sondern im Kontext von Robustheit und Krisenfestigkeit gedacht. Damit verschiebt sich auch die Rolle des Managements: weg von reiner Effizienzlogik, hin zu Szenariodenken und Risikobalance. Erfolg hängt damit weniger von einzelnen, kurzfristigen Marktchancen ab – etwa

in klassischen linearen Wachstumsmodellen zu denken und stattdessen stärker in Szenarien. Flexibilität wird dabei vermutlich einen ebenso hohen Stellenwert genießen wie operative Effizienz: Produktions- und Lieferstrukturen müssen immer schneller anpassbar sein, Märkte dynamischer bewertet und darauf reagiert werden. Diversifikation wird damit, wie bereits erwähnt, nicht nur zur Risikoreduktion, sondern zu einem aktiven Steuerungsinstrument unter unsicheren Bedingungen.

### HABEN WIR EIGENTLICH SCHON „INNOVATION“ ERWÄHNT?

Denn parallel zu all diesen Entwicklungen gewinnt Innovationsfähigkeit, wie bereits erwähnt, weiter an großer Bedeutung. Technologische Entwicklung, Digitalisierung und die Fähigkeit, komplexe Leistungen zu integrieren, werden zu zentralen Differenzierungsmerkmalen im internationalen Wettbewerb. Gerade in einer Phase schwächerer Gesamtdynamik entscheidet erneut weniger das Volumen als vielmehr die Qualität der Positionierung. Für Politik wie Wirtschaft gilt daher gleichermaßen: Die Zeit der Selbstverständlichkeiten ist vorbei. Rahmenbedingungen, die lange als stabil galten – offene Märkte,

planbare Handelsbeziehungen, verlässliche Wachstumsdynamiken – müssen heute aktiv abgesichert und laufend neu bewertet werden. Erfolg im Export wird damit weniger eine Frage einzelner Märkte sein, sondern zunehmend eine Frage strategischer Anpassungsfähigkeit in einer dauerhaft volatilen Weltwirtschaft.

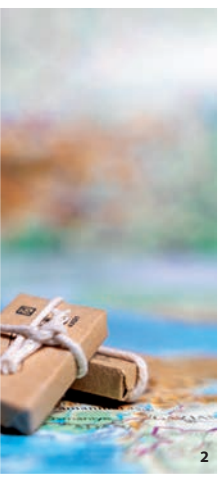
### KEIN BRUCH, ABER ANSPRUCHSVOLL – UND SEHR VIEL ARBEIT

Die österreichische Exportwirtschaft steht nicht vor einem Bruch, sondern vor einer tiefgreifenden Anpassung innerhalb eines vertrauten, aber deutlich anspruchsvolleren globalen Umfelds. Die Karten sind nicht völlig neu gemischt, aber sie wurden neu verteilt, und die Spielzüge sind komplexer geworden. Wer seine Position halten oder verbessern will, muss sich bewegen, schneller reagieren und strategischer denken als in früheren Phasen relativ stabiler Weltmärkte. Gerade darin liegt jedoch auch eine Chance. Denn in einer Welt im Wandel können jene profitieren, die Veränderungen früh erkennen und aktiv gestalten – statt nur auf sie zu reagieren. Österreich bringt dafür durchaus günstige Voraussetzungen mit: eine stark industrialisierte Basis, hohe Spezialisierung in Nischenmärkten, gute Einbindung in europäische Wertschöpfungsketten und eine ausgeprägte Exporttradition, die über Jahrzehnte gewachsen ist. Beispiele dafür finden sich etwa im Maschinen-

konjunkturellen Nachfrageimpulsen in einem bestimmten Land –, sondern stärker von der langfristigen Positionierung im internationalen Gefüge. Unternehmen, die frühzeitig in Diversifikation, technologische Spezialisierung und flexible Strukturen investiert haben, sind in diesem Umfeld klar im Vorteil. In Summe bedeutet das: Das Spiel bleibt dasselbe, aber die Regeln, nach denen es entschieden wird, sind komplexer, dynamischer und weniger vorhersehbar geworden.

### UM SINOWATZ ZU ZITIEREN: ES IST ALLES SEHR KOMPLIZIERT

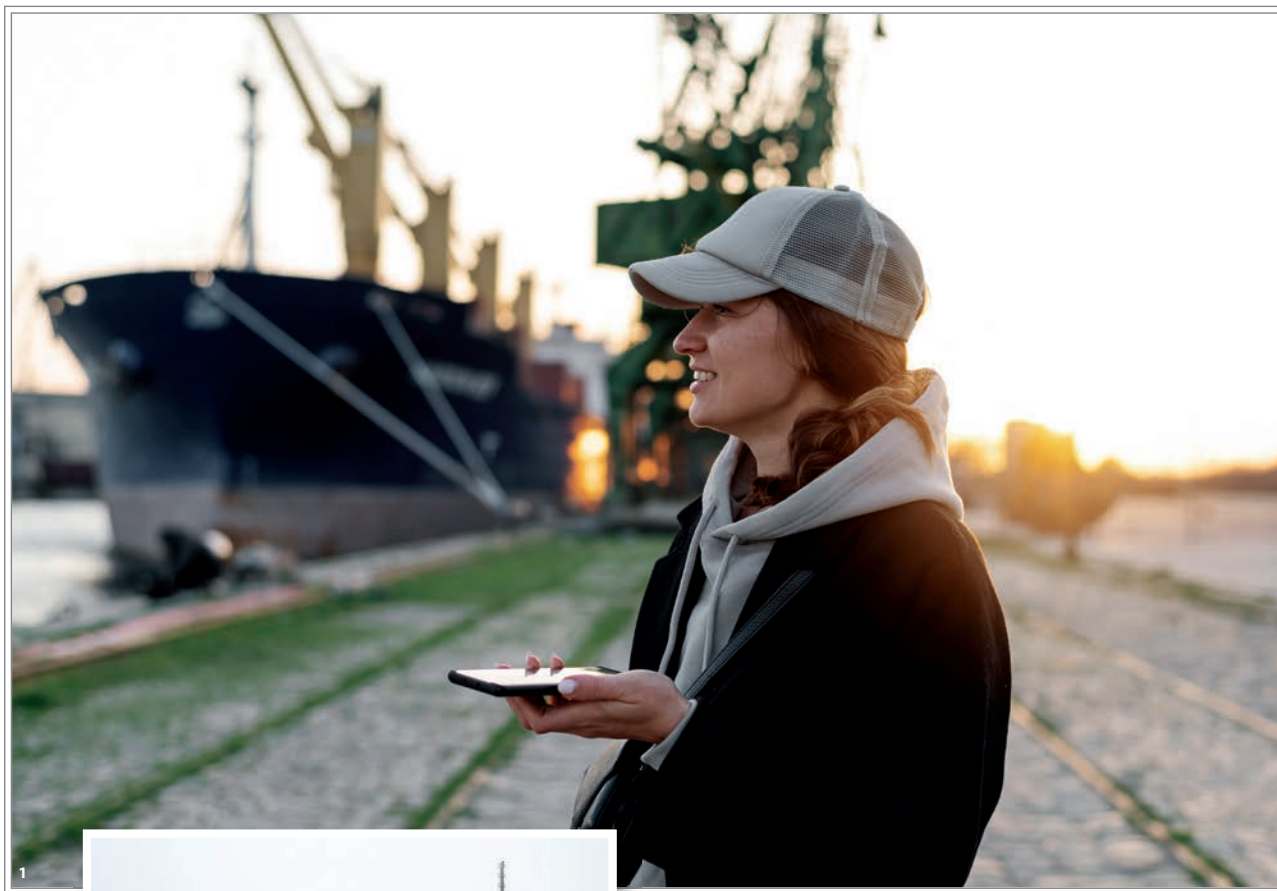
Für die kommenden Jahre zeichnet sich kein eindeutiges Bild ab. Vieles spricht für eine moderate Erholung der Exportwirtschaft, getragen von einer allmählichen Stabilisierung der europäischen Nachfrage sowie einer vorsichtigen Belebung einzelner internationaler Märkte. Gleichzeitig bleibt dieses Szenario fragil, da es stark von externen Faktoren abhängt – von geopolitischen Entwicklungen über energiepolitische Rahmenbedingungen bis hin zur weiteren Fragmentierung globaler Handelsstrukturen. Prognosen bleiben daher notwendigerweise mit Unsicherheiten behaftet, selbst in relativ stabilen Grundannahmen. Die entscheidende Herausforderung wird wohl darin liegen, mit dieser Unsicherheit auch tatsächlich produktiv umzugehen. Für Unternehmen könnte das bedeuten, weniger



2



3



1



2

und Anlagenbau, in der Umwelttechnik oder in hochpräzisen Komponentenlieferungen, bei denen österreichische Unternehmen international als zuverlässige Qualitätsanbieter gelten. Gleichzeitig entstehen neue Chancenfelder dort, wo klassische Industrie und digitale Dienstleistungen ineinandergreifen. Unternehmen, die ihre Produkte zunehmend mit Software, Datenanalyse oder Serviceleistungen kombinieren, können ihre internationale Wettbewerbsfähigkeit deutlich ausbauen. Auch die stärkere Ausrichtung auf europäische Nearshoring-Trends könnte

Muss das Alte weg, damit etwas Neues entsteht? Vielleicht ist das so – doch das Neue birgt eben immer auch ein Risiko.

Österreich – trotz hoher Kostenstruktur – in bestimmten Segmenten wieder näher an strategische Wertschöpfungsketten rücken.

#### ALTES ABREISSEN, UM NEUES AUFZUBAUEN

Entscheidend wird letztlich sein, ob es gelingt, diese vorhandenen Stärken konsequent zu nutzen und weiterzuentwickeln. Nicht einzelne kurzfristige Markterfolge werden darüber entscheiden, sondern die Fähigkeit, Strukturwandel als kontinuierlichen Prozess zu begreifen. In diesem Sinne ist die Exportwirtschaft weniger am Ende eines Modells angekommen – sie befindet sich vielmehr in dessen bewusster Weiterentwicklung. Und genau darin liegt ihre eigentliche Bewährungsprobe der kommenden Jahre. Da klingen die Theorien des Ökonomen Joseph Schumpeter aus dem frühen 20. Jahrhundert und sein berühmter, wenn auch zugespitzter Satz eigentlich auf einen Schlag wieder sehr zeitgemäß: „Der Kapitalismus ist ein Prozess der schöpferischen Zerstörung.“

© Magnific/Freepix (1), DACHSER (2)

# ACREDIA Garantieverversicherung – in Kooperation mit Allianz Trade

## Garantien für jeden Bedarf.

Garantien stärken jede geschäftliche Beziehung. Sie benötigen Garantien gegenüber Ihren Auftraggebern? Wir stellen gerne die erforderlichen Urkunden für Sie aus und bilden auch individuelle Bedarfe problemlos ab.



Mehr Liquidität  
für Sie



Maximale  
Sicherheit



Top-Beratung

SCAN ME



**ACREDIA**  
MACHT MUT ZU HANDELN

**Allianz** 

Allianz  
Trade

## HELDEN DES EXPORTS

Was macht sie aus, die Helden des Exports? Nun, da ist zum einen der kompromisslose Wille zum herausragenden Produkt – denn ohne das geht es nicht. Dazu kommt eine hartnäckige Abteilung für Research & Development, um rasch auf Bedürfnisse der Kunden reagieren zu können. Und nicht zu vergessen: sinnvolle Investitionen. Vier erfolgreiche Unternehmen stellen wir hier vor.



**WENN AUF** internationalen Flughäfen Flugzeuge rollen, Starts koordiniert oder Tower-Systeme digital gesteuert werden, steckt nicht selten Technologie von ADB Safegate dahinter. Das Unternehmen mit seinem starken Entwicklungsstandort in Graz zählt zu den weltweit führenden Anbietern von Airside-Technologien für Flughäfen und Flugsicherung: Entwickelt werden Systeme für Flughafenbeleuchtung, Tower-Management und digitale Airside-Prozesse. Ziel ist es, Flughäfen sicherer, effizienter und nachhaltiger zu machen. Denn gerade in Zeiten steigender Passagierzahlen und zunehmender Komplexität im Luftverkehr gewinnen intelligente Steuerungssysteme massiv an Bedeutung. Besonders stark positioniert sich das Unternehmen derzeit im Bereich digitaler Tower- und Airside-Lösungen. Ein aktuelles Prestigeprojekt kommt dabei direkt aus Österreich: Austro Control setzt künftig auf die „OneControl“-Plattform von ADB Safegate, um die Flugverkehrskontrolle am Flughafen Wien bis 2028 zu modernisieren. Entwickelt wird das System – richtig, im schönen Graz.

#### **TECHNOLOGIE AUS GRAZ FÜR DIE FLUGHÄFEN DER WELT**

Das Projekt zeigt recht anschaulich, wie österreichisches Know-how in hoch spezialisierten Technologiebereichen international sichtbar wird: Die Systeme koordinieren komplexe Abläufe im Flugverkehr und sollen gleichzeitig Effizienz und Sicherheit erhöhen. Und gerade die Digitalisierung der sogenannten Airside – also jener Bereiche, in denen sich Flugzeuge auf dem Boden bewegen – gilt derzeit als eines der wichtigsten Zukunftsfelder der Luftfahrtindustrie. Gesetzt wird dabei verstärkt auf datengetriebene Lösungen und künstliche Intelligenz. Das Unternehmen spricht selbst von einer „Airside 4.0“-Strategie, mit der operative Prozesse auf Flughäfen digital vernetzt werden sollen. Für den österreichischen Standort ist das durchaus bemerkenswert, denn obwohl die globale Luftfahrtindustrie von internationalen Großkonzernen geprägt ist, entstehen hoch spezialisierte Schlüsseltechnologien oft in vergleichsweise kleinen Entwicklungszentren. Graz hat sich dabei über Jahre zu einem wichtigen Standort für Flugsicherungs- und Airport-Technologien entwickelt. Der internationale Charakter des Geschäfts ist jedenfalls offensichtlich: Flughäfen und Flugsicherungen weltweit zählen zu den Kunden. Damit zeigt das Unternehmen beispielhaft, wie österreichische Technologieunternehmen globale Infrastruktur mitgestalten – oft im Hintergrund, aber in diesem Fall mit einer enormen Wirkung auf Sicherheit und Effizienz des internationalen Luftverkehrs.

© Magnific/FreePik



Verträge sind nicht einfach Papierkram: Für Fynk sind sie Momentum und Motor eines jeden Deals.

### MIT KÜNSTLICHER INTELLIGENZ GEGEN DEN VERTRAGSDSCHUNDEL

Ein ganz anderes Feld beackert fynk: Verträge zählen in vielen Unternehmen noch immer zu den größten Zeitfressern; sie liegen verteilt in Postfächern, auf Netzlaufwerken oder als PDF-Anhang irgendwo im digitalen Nirwana. Genau hier setzt das Wiener Legal-Tech-Unternehmen Fynk an. Geschaffen wurde eine KI-gestützte Plattform für Vertragsmanagement, mit der Unternehmen Dokumente erstellen, analysieren, verhandeln und digital unterzeichnen können – alles in einem System. Was nach einem Nischenthema klingt, entwickelte sich rasch zu einem internationalen Wachstumsmarkt. Denn der regulatorische Druck steigt weltweit, Vertragsprozesse werden komplexer, und gerade international tätige Unter-

nehmen müssen tausende Dokumente effizient verwalten. Genau darin sieht Fynk seine Chance: Das Unternehmen verbindet klassische Vertragsverwaltung mit KI; die Software kann Inhalte automatisch analysieren, Risiken erkennen oder Fristen extrahieren. Besonders stark positioniert sich das Unternehmen bei mittelständischen Firmen und schnell wachsenden Scale-ups, die ihre juristischen Prozesse professionalisieren wollen, ohne dafür große Rechtsabteilungen aufzubauen.

### EXPORT ALS WICHTIGER BESTANDTEIL DES KONZEPTS

Der Exportgedanke war dabei von Beginn an Teil des Geschäftsmodells. Digitale Softwareprodukte kennen keine Landesgrenzen, und genau das nutzt das Wiener

Unternehmen konsequent. Kunden aus unterschiedlichen europäischen Märkten arbeiten bereits mit der Plattform, dazu kommen internationale Partner und integrationsfähige Schnittstellen zu anderen Business-Tools. Gerade im Bereich KI-basierter

Werkstoff dahinter, der derzeit eine Renaissance erlebt: Kupfer. Die niederösterreichische Asta Energy Solutions zählt zu den international relevanten Spezialisten in diesem Bereich: Das Unternehmen produziert hoch spezialisierte Kupferdrähte und Komponenten für Energie-, Industrie- und Mobilitätsanwendungen – und profitiert damit direkt vom globalen Umbau der Energieinfrastruktur. Der Export ist dabei auch hier zentraler Bestandteil des Geschäfts: Asta beliefert internationale Kunden aus der Energie-, Automobil- und Industriebranche und ist zunehmend begehrt als Technologiepartner für Zukunftsmärkte. Besonders gefragt sind Lösungen für Transformatoren, Elektromobilität und erneuerbare Energien. Mit der weltweiten Elektrifizierung steigt auch der Bedarf an hochwertigen Kupferlösungen – ein Trend, der dem Unternehmen starkes Wachstum beschert.



Unternehmenssoftware gilt Europa derzeit als dynamischer Wachstumsmarkt – allerdings auch als besonders anspruchsvoll, was Datenschutz und Compliance betrifft. Fynk profitiert zusätzlich davon, dass Vertragsmanagement zunehmend als strategisches Thema verstanden wird: Unternehmen wollen nicht mehr nur

Dokumente archivieren, sondern aus Vertragsdaten aktiv Erkenntnisse gewinnen.

### KUPFER – EIN SCHLÜSSELMATERIAL DER ENERGIEWENDE

Wenn weltweit Stromnetze ausgebaut, Windparks errichtet oder Elektromotoren produziert werden, steckt oft ein

### INVESTIEREN IN DIE ZUKUNFT

Bereits 2007 entstand eine Produktionslinie in Vadodara in Indien, um die Präsenz in einem der am schnellsten wachsenden Energiemärkte der Welt auszubauen. Gleichzeitig treibt das Unternehmen Investitionen in Recycling- und Produktionskapazitäten voran, um der steigenden Nachfrage gerecht zu werden. Bemerkenswert ist dabei die Rolle Österreichs als Industriestandort: Während viele energieintensive Produktionen unter Kostendruck stehen, gelingt es Asta, sich über Spezialisierung und Technologiekompetenz international zu behaupten. Natürlich spielt der weltweite Ausbau von Stromnetzen, Rechenzentren und Ladeinfrastruktur dem Unternehmen zusätzlich in die Karten: Kupfer wird in nahezu allen Zukunftstechnologien benötigt – und zwar von Windkraftanlagen bis zu Hochleistungsbatterien.

### KÄRNTNER PRÄZISION GEHT UM DIE WELT

Die Kärntner Kostwein Group wiederum gehört zu jenen österreichischen Industrieunternehmen, die außerhalb der Fachwelt kaum bekannt sind, in internationalen Hightech-Branchen jedoch eine zentrale Rolle spielen. Das Unternehmen produziert Maschinen, Module und

« 2025 war unser stärkstes Jahr: Die Kombination aus solidem Umsatzwachstum, deutlicher Margenverbesserung und erhöhter Planungssicherheit spiegelt sowohl unsere operative Exzellenz als auch unsere strategische Klarheit wider. »

DR. KARL SCHÄCKE, CEO ASTA ENERGY SOLUTIONS AG



© ASTA Energy Solutions AG (1), Victor Liska (2), Montana Aerospace (3)



Kostwein: erfolgreiche Positionierung mit komplexen Prozessen zwischen klassischer Industrie und Hightech-Produktion

### KOMPLEXE PROZESSE ZUVERLÄSSIG BEHERRSCHEN

Weiterhin investiert Kostwein auch stark in Automatisierung und digitale Fertigungsprozesse. Das Unternehmen präsentierte bereits eine automatisierte Produktionslösung für einen 24/7-Betrieb – ein Hinweis darauf, wie stark Industrieproduktion mittlerweile von Digitalisierung und Robotik geprägt wird. Gleichzeitig bleibt die Fähigkeit zur flexiblen Kleinserien- und Prototypenfertigung ein wichtiger Wettbewerbsvorteil. Dass dieses Modell international wirklich gut funktioniert, zeigt unter anderem die jüngste Auszeichnung: 2025 erhielt Kostwein den goldenen österreichischen Exportpreis. Besonders bemerkenswert ist dabei die Positionierung des Unternehmens zwischen klassischer Industrie und Hightech-Produktion – viele Kunden erwarten heute nicht mehr nur einzelne Komponenten, sondern komplette Prozesslösungen inklusive Logistik, Qualitätssicherung und Montage. Die Stärke solcher Unternehmen scheint oft weniger in spektakulären Produkten zu liegen, die von den Medien gefeiert werden, als in ihrer Fähigkeit, komplexe industrielle Prozesse zuverlässig zu beherrschen. Und genau diese Kompetenz ist international gefragt – und wird es wohl auch noch länger bleiben. ◆

© Kostwein Group

Präzisionskomponenten für unterschiedlichste Industrien – von Halbleitertechnik über Medizintechnik bis zum Maschinenbau. Im Zentrum steht dabei ein Geschäftsmodell, das stark auf Prozessinnovation ausgerichtet ist. Während sich Kunden auf ihre Produktentwicklung konzentrieren, übernimmt Kostwein komplexe Fertigungs-, Montage- und Supply-Chain-Prozesse. Gerade in technologisch anspruchsvollen Industrien wird diese Fähigkeit immer wichtiger, weil Produktionsprozesse hoch präzise, skalierbar und international verlässlich funktionieren müssen. Der Exportanteil des Unternehmens ist entsprechend hoch. Die Produkte und Systeme gehen an internationale Industriekonzerne und Technologieunternehmen, die in globalen Märkten tätig sind. Besonders spannend ist dabei die Nähe zu Zukunftsbranchen wie Halbleiterindustrie und Automatisierung. Gerade europäische Zulieferer mit hoher Qualität und Engineering-Kompetenz gewinnen dort zunehmend an Bedeutung.

# Sicherheit für Exportentscheidungen. Wachstum für neue Märkte.

Internationale Expansion ist kein Experiment,  
sie ist eine strategische Entscheidung.  
Doch wie gut kennen Sie Ihre  
Geschäftspartner wirklich?

Gerade beim Eintritt in neue Märkte  
entscheiden **verlässliche Informationen** über  
Erfolg oder Risiko. Mit **Skyminder von CRIF**  
erhalten Sie weltweite Unternehmensdaten,  
übersichtlich aufbereitet und direkt vergleichbar.

Erkennen Sie ...

... die finanzielle Stabilität potenzieller Partner

... Risiken, bevor sie zum Problem werden

... echte Chancen in dynamischen Märkten

Und treffen Sie Entscheidungen  
nicht nur schneller, sondern **besser**.

Erfahren Sie mehr  
zu den Lösungen von CRIF

**Jetzt**  
entdecken!





## DIE GROSSE CHANCE

---

Protektionismus, geopolitische Spannungen und ein stagnierender Welthandel setzen das exportorientierte Österreich unter Druck. Doch inmitten dieser Unsicherheit zeichnen sich durchaus neue Chancenmärkte und strategische Möglichkeiten ab, die – wenn die Politik mitspielt – den heimischen Exportmotor wieder auf Hochtouren bringen können.



**DIE AUSGANGSLAGE** ist herausfordernd, um es höflich auszudrücken: Das österreichische Exportvolumen sank 2024 erstmals seit Jahren um knapp zehn Milliarden Euro auf 191 Milliarden Euro. Acht der zehn wichtigsten Absatzmärkte liegen in Europa, und genau dort gab es zuletzt spürbare Einbußen. Und als wäre das nicht genug, kommen auch noch strukturelle Herausforderungen hinzu: etwa preisliche Wettbewerbsnachteile, wachsende Konkurrenz durch China und asiatische Produzenten sowie ein Welthandel, der laut IWF nur noch halb so schnell wächst wie das globale BIP. Außerdem haben sich diverse

protektionistische Maßnahmen seit 2016 vervierfacht – eine bedrohliche Entwicklung für ein Land, in dem sechs von zehn Euro im Ausland verdient werden. Aber ist denn all das tatsächlich Grund genug, um hemmungslos in Schwarzmalerei zu verfallen?

### REGIONEN MIT RICHTIG VIEL POTENZIAL

Nein, denn gerade diese Umbrüche eröffnen neue Perspektiven. Die Wirtschaftskammer Österreich hat acht Chancenmärkte identifiziert, die ein zusätzliches Exportpotenzial von rund 20,8 Milliarden Euro bieten. Allen voran Nordamerika mit 11,1 Milliarden Euro, gefolgt von Südostasien und Ozeanien (3,3 Milliarden Euro), Japan (1,3 Milliarden Euro), der Golfregion (1,2 Milliarden Euro), Indien (1,1 Milliarden Euro), dem Westbalkan und Südamerika (je eine Milliarde Euro) sowie Zentralasien mit 0,5 Milliarden Euro. Eine Diversifizierungsstrategie ist alles andere als reiner Selbstzweck: Sie verringert Abhängigkeiten von konjunkturschwachen europäischen Kernmärkten und erschließt dynamische Wachstumsregionen. Die Economist Intelligence Unit bestätigt diesen Kurs: Die unberechenbare Zollpolitik der USA steigere das Interesse an der EU als verlässlichem Handelspartner und beschleunige Bemühungen der Union, Freihandelsabkommen mit neuen Partnern abzuschließen. Die im Dezember 2024 erzielte Einigung mit dem Mercosur-Block nach 25 Jahren der Verhandlung, die voraussichtlich 2026 ratifiziert wird, sowie laufende Gespräche mit Indien, Australien und den Vereinigten Arabischen Emiraten kann man durchaus als handfesten Ausdruck dieser Dynamik betrachten.

### EXPORTKRAFT DURCH FRUCHTSAFT

Begonnen hat die Erfolgsgeschichte der IMS Höllinger GmbH im Jahr 1998, als Gerhard Höllinger erkannte, dass in den heimischen Supermarktregalen unter den Getränken ein Produkt fehlte – nämlich der Apfeldirektsaft. Der vormalige Produktmanager machte sich ans Werk und entwickelte den ersten naturtrüben, direkt gepressten Apfelsaft. Die Basis dafür waren die besten Äpfel aus der Oststeiermark. Bei der Unternehmensgründung wurde noch alles direkt aus der damaligen Wohnung koordiniert, doch von der einstigen Lagerung auf dem Balkon und dem Büro samt Labor im Wohnzimmer ist längst nichts mehr übrig; Mittlerweile ist das Angebot des Sortiments auf über 50 Produkte gestiegen; exportiert wird in 50 Länder weltweit.

### ZWISCHEN REGULIERUNG UND REALITÄT

„Österreich ist ein Exportland – und das aus gutem Grund. Gerade mittelständische Unternehmen tragen mit



Im Fruchtsaft liegt die Exportkraft. Voraussetzung für langfristigen Erfolg sind allerdings faire Rahmenbedingungen und harmonisierte Systeme.

Innovationskraft, Qualität und unternehmerischem Mut maßgeblich dazu bei, heimische Produkte international erfolgreich zu positionieren. Doch während die Chancen auf globalen Märkten steigen, wachsen gleichzeitig die Hürden im eigenen Land und innerhalb der Europäischen Union“, stellt Axel Fila, Geschäftsführer der IMS Höllinger GmbH fest. Ein aktuelles Beispiel ist die geplante Paketabgabe im Onlinehandel. Nach jüngsten Anpassungen soll diese nun gezielt große Onlinehändler treffen und erst ab einer Umsatzschwelle von 100 Millionen Euro greifen. Das ist ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung – greift jedoch in der Praxis zu kurz. Denn die Regelung betrifft auch große Onlineplattformen, auf denen zahlreiche kleine und mittelständische Anbieter ihre Produkte vertreiben. Diese sind auf solche Marktplätze angewiesen, um Reichweite zu erzielen und überhaupt am

Markt sichtbar zu sein. „Die Folge: Die zusätzliche Belastung wird entlang der Wertschöpfungskette weitergegeben und trifft damit indirekt genau jene Unternehmen, die eigentlich entlastet werden sollten. Für viele kleinere Anbieter bleibt der eigene Webshop oder die Präsenz auf großen Plattformen der zentrale Vertriebskanal. Jede zusätzliche Kostenbelastung, auch wenn sie formal bei großen Playern ansetzt, wirkt sich daher unmittelbar auf Preise, Margen und Innovationsspielräume aus“, konstatiert Fila.

#### DER ERFOLG BEGINNT DAHEIM

Besonders kritisch ist dabei die strukturelle Ausgangslage im heimischen Markt. Für viele Unternehmen – insbesondere kleinere – ist es entscheidend, zunächst im Inland erfolgreich zu sein, um Produkte zu testen, Marktfeedback zu sammeln und darauf aufbauend international zu skalieren.

Genau hier zeigen sich jedoch zwei zentrale Probleme: Einerseits fehlt oft der Zugang zum Markt, etwa durch begrenzten Regalplatz im stationären Handel und eine hohe Marktkonzentration. Andererseits bestehen selbst bei



erfolgreicher Positionierung weiterhin Handelshemmnisse innerhalb der EU, die eine Skalierung erschweren. Wer also in Österreich nicht ausreichend die Möglichkeit erhält, Produkte zu etablieren, kann kaum die Grundlage für internationale Expansion schaffen. Und selbst erfolgreiche Geschäftsmodelle stoßen bei der Expansion rasch an regulatorische Grenzen.

### **GESUCHT: EU- STATT INSELLÖSUNGEN**

Hinzu kommen strukturelle Herausforderungen auf europäischer Ebene. Unterschiedliche regulatorische Anforderungen und steigende bürokratische Auflagen erschweren den Export erheblich. Ein besonders praxisnahes Beispiel ist das Thema Einwegpfand: „Anstatt eines europaweit einheitlichen Pfandsystems haben sich Insellösungen einzelner Staaten durchgesetzt, welche den freien Marktzugang faktisch unmöglich machen. Somit darf ein für Deutschland produziertes Produkt nicht in Österreich verkauft werden und umgekehrt. Das konterkariert den freien Warenverkehr mit unserem wichtigsten Exportpartner und führt zu enormem Mehraufwand. Für exportorientierte Unternehmen ist es entscheidend, mit harmonisierten Systemen arbeiten zu können. Nationale Sonderwege erhöhen die Komplexität, treiben Kosten und machen grenzüberschreitendes Wirtschaften unnötig schwierig“, erklärt Axel Fila die Lage aus seiner Perspektive. Die Konsequenzen sind bereits spürbar: Unternehmen richten ihre Stra-

tegien zunehmend auf internationale Märkte aus, während der heimische Markt an Attraktivität verliert. Investitionen, Produktentwicklungen und sogar Produktionsstandorte werden stärker an jene Länder angepasst, die bessere Rahmenbedingungen bieten oder durch ihre schiere Marktgröße Sonderwege rechtfertigen. „Das ist keine strategische Präferenz, sondern oft eine wirtschaftliche Notwendigkeit“, sagt Fila.

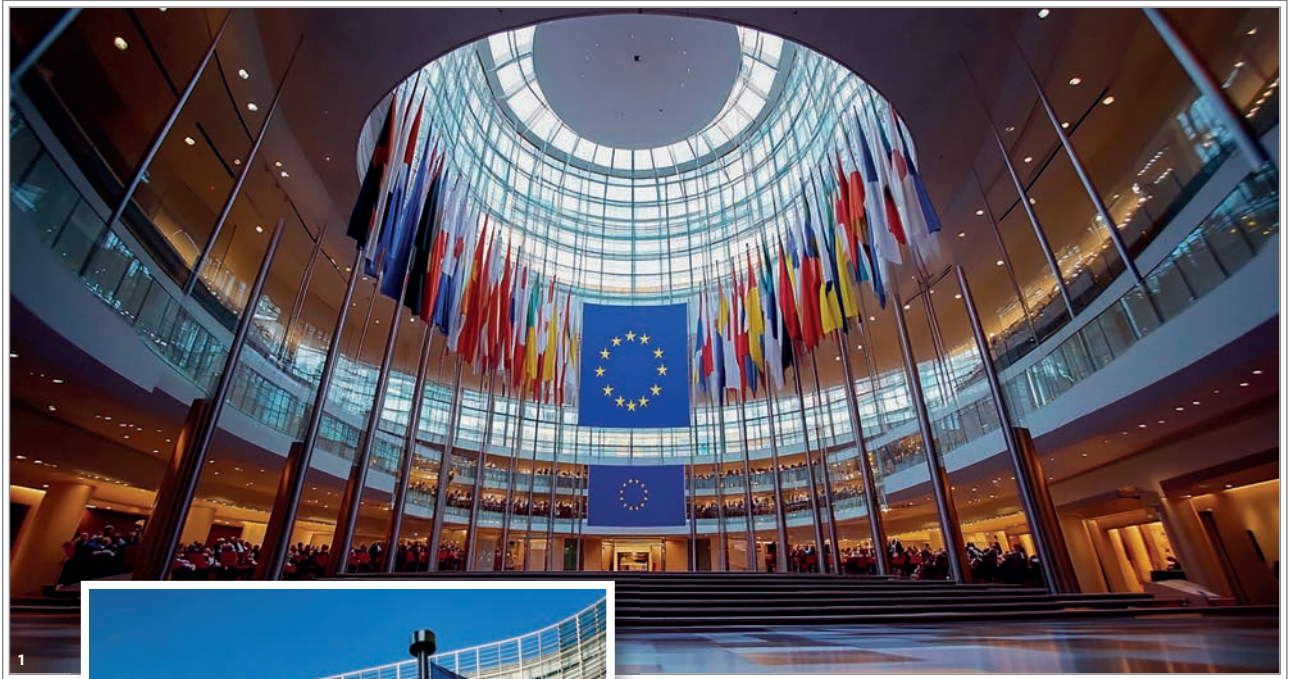
### **FAIRE MARKTCHANCEN FÜR INNOVATIONEN AUS ÖSTERREICH**

Dabei liegt enormes Potenzial direkt vor unserer Haustür. Österreichische Unternehmen sind nicht nur in der Lage, internationale Trends aufzugreifen – sie setzen selbst Impulse. „Ein gutes Beispiel ist der wachsende Markt für alkoholfreie Alternativen. Hier zeigen heimische Produzenten eindrucksvoll, wie Innovationskraft und Qualitätsbewusstsein neue Kategorien prägen können. Gerade in frühen Entwicklungsphasen ist es jedoch entscheidend, am heimischen Markt Fuß fassen zu können. Dieser dient als Testumfeld, Lernplattform und Sprungbrett für internationale Skalierung“, so Fila. Wenn dieser Zugang fehlt, wird Innovation bereits im Ansatz ausgebremst. Umso wichtiger ist es, alternative Vertriebswege wie den Onlinehandel nicht zusätzlich zu belasten, sondern gezielt zu stärken. Sie sind ein entscheidender Hebel, um Innovation sichtbar zu machen, erste Markterfolge zu ermöglichen und Wettbewerb zu fördern – gerade dort, wo klassische Strukturen an ihre Grenzen stoßen.

### **DER EUROPÄISCHE BINNENMARKT ALS STRATEGISCHES FUNDAMENT**

Das Wachstumspotenzial Europas ist jedenfalls nicht zu unterschätzen: Der EU-Binnenmarkt ist mit 450 Millionen Verbrauchern und 31 Millionen Unternehmen der größte gemeinsame Markt der Welt. Schätzungen der Europäischen Kommission beziffern das jährliche Wachstumspotenzial bis Ende 2029 auf 713 Milliarden Euro. Doch dieses Potenzial ist bei Weitem nicht ausgeschöpft: Barrieren auf dem Binnenmarkt entsprechen immer noch Quasi-Zöllen von bis zu 44 Prozent für das verarbeitende Gewerbe und 110 Prozent für Dienstleister. Modellsimulationen zeigen, dass bereits der bestehende Integrationsgrad den durchschnittlichen regionalen Verlust an realer Wertschöpfung infolge der US-Zölle pro Kopf um rund 25 Prozent reduziert. Eine vertiefte Integration durch Harmonisierung technischer Vorschriften und bessere Umsetzung von Binnenmarktvorschriften könnte den Intra-EU-Warenhandel um bis zu 7,6 Prozent und das Realeinkommen im EU-Durchschnitt um bis zu 0,5 Prozent erhöhen.

© IMS Höllinger (1+2), Magnific/Freepik (3)



### CHANCEN FÜR EUROPA – UND DAMIT AUCH FÜR UNS

Die aktuellen Herausforderungen können aber paradoxerweise Europa zu neuer Stärke verhelfen. Während die USA durch ihre eigene Zollpolitik konjunkturell unter Druck geraten, profitiert Europa. Über 70 Prozent der österreichischen Wirtschaft entfallen auf Dienstleistungen, die von US-Zöllen nicht betroffen sind. Dazu kommt noch die nahezu historische Wende in der deutschen Finanzpolitik: Die Ausnahmeregelung für Verteidigungsausgaben von der Schuldenbremse und die Einrichtung eines 500-Milliarden-Euro-Infrastrukturfonds werden sich ab 2026 in höheren Investitionsausgaben niederschlagen. Für österreichische Unternehmen, de-

ren wichtigster Abnehmer Deutschland bleibt, entstehen damit erhebliche neue Exportchancen. Auch der europäische Verteidigungsplan „ReArm EU“, der 800 Milliarden Euro für militärische Investitionen mobilisieren soll, eröffnet neue Wachstumspotenziale – naturgemäß ganz besonders für Zulieferer in diesem Sektor.

### WENIGER HÜRDEN, MEHR HARMONISIERUNG

„Wenn Österreich seine Rolle als Exportnation sichern und weiter ausbauen will, braucht es jetzt klare politische Entscheidungen. Gefordert sind der Abbau bürokratischer Hürden, eine stärkere Harmonisierung innerhalb der EU – etwa beim Pfandsystem – sowie faire Wettbewerbsbedingungen für alle Vertriebskanäle“, ist sich Axel Fila sicher. „Nur mit den richtigen Rahmenbedingungen können mittelständische Unternehmen ihr volles Potenzial entfalten und weiterhin als Rückgrat der österreichischen Exportwirtschaft wirken.“

« Nur mit den richtigen Rahmenbedingungen können mittelständische Unternehmen ihr volles Potenzial entfalten und weiterhin als Rückgrat der österreichischen Exportwirtschaft wirken. »

AXEL FILA, GESCHÄFTSFÜHRER IMS HÖLLINGER GMBH



© Magnific/madushika (1), Magnific/user17364411 (2), Milla Zytka (3)

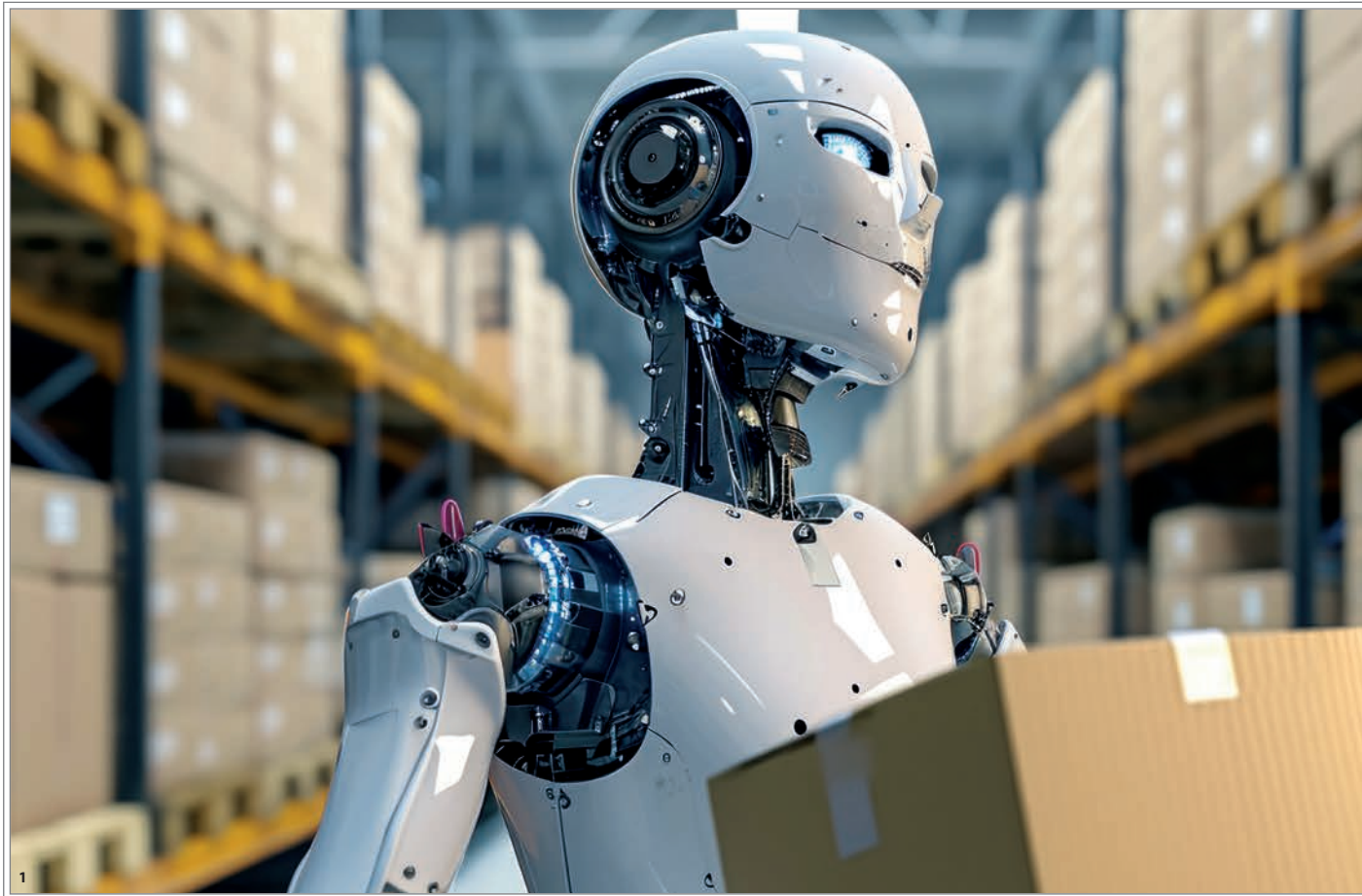


## WIR BEWEGEN LEBEN

London, Paris, New York, Rio de Janeiro, Moskau ... Wohin auch immer es Sie auf der Welt verschlägt – Sobolak International bietet weltweit hoch qualitative Übersiedlungstransporte und Relocation-Services.

**MOVING – RELOCATION SERVICES**





## DATEN – DER SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG

Noch vor wenigen Jahren galt künstliche Intelligenz als wissenschaftliches Spielzeug. Die Zeiten haben sich schnell geändert: Anfangs noch belächelt, ist sie heute aus dem Exportwesen nicht mehr wegzudenken. Anwendungsgebiete gibt es viele, doch letztlich lässt sich der Nutzen auf einen Begriff reduzieren – nämlich Datenauswertung.

**KÜNSTLICHE INTELLIGENZ** (KI) entwickelt sich zunehmend zu einem zentralen Wettbewerbsfaktor der internationalen Exportwirtschaft. Gerade für Österreich als stark exportorientierte Volkswirtschaft gewinnt der Einsatz datenbasierter Technologien in Produktion, Logistik und Marktanalyse immer massiver an Bedeutung: KI kann dabei helfen, Lieferketten effizienter zu steuern, Absatzmärkte präziser zu analysieren und Innovationsprozesse deutlich zu beschleunigen. Studien zeigen zudem, dass

KI-nutzende Unternehmen häufiger exportaktiv sind und tendenziell komplexere Produkte exportieren. Es sind zahlreiche Faktoren, die dafür sorgen, dass KI ein bisschen wie ein allheilendes Zaubermittel gesehen wird. Das ist sie natürlich nicht, aber richtig eingesetzt kann sie in vielen Bereichen ein wertvolles, wenn nicht sogar mächtiges Tool darstellen. Einer, der damit tagtäglich zu tun hat, ist Thomas Tropper, Manufacturing & Automotive Principal bei Tieto, einem der führenden nordeuropäischen Technolo-



Optisch weniger spektakulär, dafür aber weit effizienter ist das, was KI bei richtiger Anwendung mit den Daten von Exportunternehmen bewirken kann.

## DATENINTEGRATION ALS STRATEGISCHE VORAUSSETZUNG

„Im Mittelpunkt steht die Datenintegration: In nahezu allen Unternehmen sind relevante Daten vorhanden, jedoch verteilt über heterogene Systemlandschaften: ERP-, Transport-Management- und Warehouse-Management-Systeme, ergänzt durch externe Quellen zu Wetter, Marktbewegungen oder geopolitischen Ereignissen. Erst durch die systematische Integration dieser Daten, etwa über APIs, Event-Streaming oder standardisierte Schnittstellen, entsteht eine konsistente, domänenübergreifende Datenbasis. Technologien wie REST-APIs, Kafka oder dedizierte Integration-Layers machen Daten systemübergreifend verfügbar und nutzbar“, erläutert Tropper.

Auf dieser Grundlage gewinnen moderne Datenplattformen an Bedeutung. Architekturen wie Data-Lakes und



gieunternehmen, das sich auf Softwareentwicklung, digitale Dienstleistungen und Beratung spezialisiert hat.

### WIE KI DEN EXPORT RESILIENT UND STEUERBAR MACHT

Globale Lieferketten folgen keinen stabilen, deterministischen Mustern mehr. Geopolitische Konflikte, Handelsrestriktionen und volatile Märkte destabilisieren selbst etablierte Exportprozesse in kurzer Zeit. „Künstliche Intelligenz wird in diesem Kontext häufig als zentrale Lösung positioniert, doch in der Praxis entscheidet weniger das Modell als die Qualität der zugrunde liegenden Datenarchitektur über Erfolg oder Misserfolg. Entscheidend ist der Zugriff auf integrierte, aktuelle und verlässliche Daten“, weiß Thomas Tropper.

Lakehouses ermöglichen die skalierbare Speicherung und Verarbeitung strukturierter und unstrukturierter Daten. „Konzepte wie die Medallion Architecture (Bronze, Silver, Gold) sorgen für schrittweise Anreicherung und Qualitätssicherung. Ergänzend konsolidieren SAP-nahe Lösungen wie die Business Data Cloud operative Daten. In der Praxis entstehen zunehmend hybride Architekturen, die SAP-Plattformen mit cloudbasierten Lakehouses verbinden und so durchgängige Datenflüsse gewährleisten. Bei der Implementierung ist ein klarer Fokus auf skalierbare Datenplattformen, die Integration verteilter Datenquellen sowie den Aufbau robuster Datenpipelines entscheidend. Dabei kommen Technologien wie Microsoft Fabric, Databricks oder vergleichbare Orchestrierungs- und Processing-Frameworks zum Einsatz.“

© Magnific/FreePik (1+3), Magnific/ik360606 (2)



Tieto unterstützt Kunden aus den Bereichen Banken, Gesundheitswesen, Finanzdienstleistungen und Energie bei der digitalen Transformation durch moderne Technologien, KI, Software- und Produktentwicklung.

### VON ROHDATEN ZU ENTSCHEIDUNGS-REIFEN DATENPRODUKTEN

Ein zentraler Schritt ist die Transformation von Rohdaten in nutzbare Datenprodukte. Thomas Tropper erklärt das so: „Durch Datenharmonisierung, Qualitätsmanagement und semantische Modellierung, etwa mittels Data Vault oder Graphmodellen, entstehen konsistente, wiederverwendbare Strukturen. Diese ‚Data Products‘ bilden die Grundlage für

Analytics und KI. Ohne eine verlässliche Datenbasis ist weder Skalierung noch Vertrauen in datengetriebene Entscheidungen möglich. Parallel steigt die Bedeutung von Near-Real-Time-Architekturen. Event-Streaming und Stream-Processing ermöglichen die kontinuierliche Verarbeitung von Daten und deren Integration in laufende Prozesse.“ In der Exportlogistik eröffnet das konkrete Handlungsspielräume: dynamische Routenoptimierung, laufende Kapazitätsbewertung, flexible Auswahl von Logistikpartnern.

Entscheidungen basieren damit nicht mehr ausschließlich auf quasi historischen Daten, sondern auf kontinuierlichen, aktuellen Datenströmen.



« In der Praxis entscheidet weniger das Modell als die Qualität der zugrunde liegenden Datenarchitektur über Erfolg oder Misserfolg. »

THOMAS TROPPEL, MANUFACTURING & AUTOMOTIVE  
PRINCIPAL VON TIETO

### WO DIE KI ZUR HÖCHSTFORM AUFLÄUFT

Erst auf dieser Grundlage entfaltet künstliche Intelligenz ihren vollen Mehrwert:

„Machine-Learning-Modelle erstellen Prognosen, bewerten Risiken oder simulieren Szenarien, etwa bei Störungen von Transportkorridoren oder regulatorischen Verän-

men überführen, schaffen die Basis für den effektiven Einsatz von KI und damit für eine adaptive, zukunftsfähige Steuerung globaler Lieferketten.“



derungen. KI wird so zum integralen Bestandteil eines adaptiven, datengetriebenen Steuerungssystems für globale Lieferketten“, so Tropper. Die eigentliche Herausforderung liegt dabei aber nicht in der Modellentwicklung, sondern in der Operationalisierung. „MLOps, automatisierte Deployment-Pipelines, Monitoring und Versionierung sind entscheidend, um Modelle stabil im produktiven Betrieb zu verankern. Nur so lassen sich KI-Anwendungen nachhaltig in Geschäftsprozesse integrieren.“

### END-TO-END: VON DATENINTEGRATION ZU OPERATIVER UMSETZUNG

Genau hier ist es wichtig, mit einem End-to-End-Ansatz, der Datenintegration, Plattformarchitektur und operative Umsetzung konsequent verbindet, anzusetzen. „Der Fokus liegt neben dem Aufbau moderner Datenplattformen auf der Integration in bestehende IT-Landschaften sowie der Orchestrierung durchgängiger Datenpipelines. Das Leistungsspektrum reicht von der Integration verteilter Systeme über semantische Datenmodelle bis zur Operationalisierung von KI. Use-Cases wie Demand Forecasting, dynamische Routenoptimierung oder die Bewertung alternativer Lieferkettenstrategien werden dabei nicht nur konzipiert, sondern nachhaltig umgesetzt“, so Tropper. Die Entwicklung zeigt: Resiliente Exportstrukturen sind nicht das Ergebnis isolierter KI-Initiativen, sie entstehen durch robuste Datenarchitekturen. „Unternehmen, die ihre Daten systematisch integrieren und in skalierbare Plattfor-

### ES GIBT KEIN ZURÜCK

Die zunehmende Integration künstlicher Intelligenz wird die Exportwirtschaft in den kommenden Jahren wohl nachhaltig verändern – Anwendungen in Logistik, Datenanalyse und automatisierter Entscheidungsunterstützung eröffnen Unternehmen neue Möglichkeiten, international wettbewerbsfähig zu bleiben. Gleichzeitig steht Österreich vor der Aufgabe, digitale Kompetenzen, Forschung und Innovationskraft gezielt auszubauen, um im globalen Wettbewerb nicht zurückzufallen. Entscheidend könnte sein, technologische Innovation mit qualifizierten Fachkräften, verantwortungsvoller Regulierung und gezielter Förderung von KMUs zu verbinden, damit Österreich seine Rolle als moderner Exportstandort weiter stärken kann. ◆

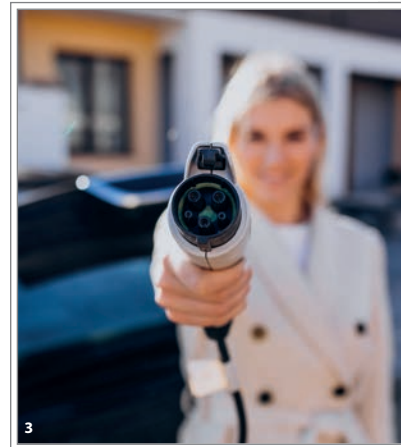
### GLOSSAR

- ◆ **Medaillon Architecture:** Eine Medaillon-Architektur strukturiert Daten in mehreren Qualitätsstufen – von Rohdaten bis zu veredelten Geschäftsdaten –, um Datenqualität und Analysen effizient zu verbessern.
- ◆ **Lakehouse:** Ein Lakehouse kombiniert die Flexibilität eines Data-Lakes mit den Analysefunktionen eines Data-Warehouses in einer gemeinsamen Plattform.
- ◆ **Microsoft Fabric:** Microsoft Fabric ist eine integrierte Daten- und Analyseplattform von Microsoft, die Datenmanagement, Business-Intelligence und KI-Anwendungen in einer Cloud-Lösung vereint.
- ◆ **Databricks:** Databricks ist eine cloudbasierte Plattform für Datenanalyse, KI und Machine-Learning, die auf der Verarbeitung großer Datenmengen mit Apache Spark basiert.
- ◆ **MLOps:** MLOps beschreibt Methoden und Prozesse, um Machine-Learning-Modelle effizient zu entwickeln, bereitzustellen, zu überwachen und kontinuierlich zu verbessern.
- ◆ **Near-Real-Time-Architektur:** Eine Near-Real-Time-Architektur verarbeitet und analysiert Daten mit minimaler Verzögerung, um Informationen nahezu in Echtzeit verfügbar zu machen.

© Antti Aimo-Koivisto/Lehtikuva (1), Magnific/Freepic (2), Magnific/Frolopiaton Palm (3), Thomas Unterberger (4)

# DER RUN AUF DIE E-KOMPETENZ

Im weltweiten Wettlauf um die Technologien für Elektroantriebe könnte Österreich eine durchaus größere Rolle spielen: Eine Studie zeigt, warum gerade spezialisierte Industrien einen entscheidenden Standortvorteil haben.



E-Mobility: Bestehende technologische Kompetenzen könnten für die heimische Exportwirtschaft wie ein Sprungbrett wirken.

40

**DIE ZUKUNFT** der Automobilindustrie wird nicht mehr in den allseits bekannten klassischen Motorenwerken entschieden – dazu ist die E-Mobilität bereits zu sehr in der Realität angekommen. Batterien, Leistungselektronik, neue Werkstoffe und intelligente Fertigungstechnologien rücken entsprechend ins Zentrum der globalen Industriepolitik. Und dort liegen auch Österreichs Chancen: Laut der im Jänner präsentierten Industriestrategie 2035 soll die heimische Industrie gezielt gestärkt werden, um Österreich unter die zehn wettbewerbsstärksten Volkswirtschaften der Welt zu bringen. Ab 2027 wird daher verstärkt in Schlüsseltechnologien wie Elektronik, Robotik und Advanced Materials investiert – also jene Bereiche, die

für moderne E-Antriebe entscheidend sind. Eine aktuelle Studie des Supply Chain Intelligence Institute Austria (ASCI) zeigt nun, wie groß dieses Potenzial tatsächlich ist: Die Untersuchung analysierte die Daten von mehr als 60.000 Automobil- und Komponentenherstellern weltweit und verknüpfte sie mit internationalen Handelsdaten aus über 5.000 Produktgruppen. Ziel war es, jene Länder und Industriezweige zu identifizieren, die künftig besonders gute Chancen haben, sich als Standorte für E-Antriebstechnologien zu etablieren.

## SPEZIALISIERUNG IST TRUMPF

Der technologische Wandel dürfte die Spielregeln der Industrie jedenfalls gewaltig verändern: Während bei Verbrennungsmotoren jahrzehntelang mechanisches Know-how dominierte, hängt die Wettbewerbsfähigkeit bei Elektrofahrzeugen hingegen vor allem von Batterietechnologien, Software und modernen Werkstoffen ab. Entscheidend ist laut Studie deshalb nicht allein die Stärke der klassischen Automobilindustrie, sondern ein spezialisierter Branchenmix. Als besonders wichtig

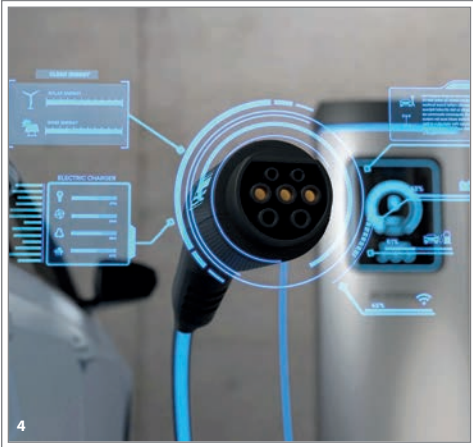


5

« Österreich kann auch ohne eigene E-Auto-Produktion eine bedeutende Rolle in der europäischen Wertschöpfungskette einnehmen. »

PETER KLIMEK, DIREKTOR DES ASCII

werden Kompetenzen in Elektronik, Maschinenbau und Materialwissenschaften bewertet – kein Wunder, bilden sie doch die Grundlage für zentrale Komponenten wie Elektromotoren, Batteriesysteme oder hochkomplexe Produktionsanlagen. Die Studie zeigt einen klaren Zusammenhang: Länder, die bereits Spezialisierungen in diesen Bereichen besitzen, haben eine um 52 Prozent höhere Wahrscheinlichkeit, neue Wettbewerbsvorteile bei E-An-



trieben aufzubauen. Wer also über die richtigen industriellen Schnittstellen verfügt, kann wesentlich schneller neue Technologien entwickeln und solcherart entlang der Wertschöpfungskette aufsteigen.

### EUROPA SUCHT SEINE ROLLE

Der globale Wettbewerbsdruck ist naturgemäß hoch; China gilt sowohl als größter Hersteller als auch als wichtigster Zulieferer im Bereich der E-Antriebe. Gleichzeitig investieren aber auch die USA, Südkorea, Kanada, Japan und das Vereinigte Königreich massiv in neue industrielle Kapazitäten. Und wo ist da noch Platz für uns? Die vielleicht überraschende Antwort: Europa besitzt laut ASCII wichtige Stärken, vor allem traditionelle Industriezweige wie Fahrzeugtechnik, Aluminiumverarbeitung oder Spezialgummierzeugnisse könnten zur Basis neuer Spezialisierungen werden. Die Studie kommt zum Schluss, dass in diesen technologisch verwandten Branchen bis zu fünfmal mehr neue Wettbewerbsvorteile entstehen können als in anderen Industriezweigen. „Europa kann im globalen Wettbewerb um die Elektroantriebe bestehen, wenn es seine bestehenden industriellen Stärken als Hebel nutzt und neue Nischen besetzt. Deshalb sollte gezielt in jene Berei-

che investiert werden, die ein großes Potenzial für Spezialisierungen bieten“, meint Klaus Friesenbichler, stellvertretender Direktor des ASCII. Für Österreich sieht die Studie bemerkenswerte Potenziale: Die starke industrielle Basis in Maschinenbau, Elektronik sowie Metall-, Aluminium- und Werkstoffkompetenz könne als „Sprungbrett“ für neue Wertschöpfungsfelder dienen – etwa bei Fertigungstechnologien, Leistungselektronik oder spezialisierten Produktionsanlagen. Ausnehmend interessant erscheint dabei der Bereich der Batteriekreislaufwirtschaft. Eine frühere ASCII-Studie zur Batterieindustrie hatte gezeigt, dass Österreich gute Voraussetzungen für Second-Life-Anwendungen, intelligentes Batteriemangement, Recyclingtechnologien und neue Materialkreisläufe besitzt. Strategisch könnte das entscheidend werden, denn gerade bei Batteriezellen und Permanentmagneten ist Europa derzeit stark von Importen aus China abhängig. Die Suche nach resilienteren Lieferketten und alternativen Lösungen gewinnt daher zunehmend an Bedeutung. „Österreich kann auch ohne eigene E-Auto-Produktion eine bedeutende Rolle in der europäischen Wertschöpfungskette einnehmen – als hoch spezialisierter Zuliefer- und Technologiestandort. Die Chance liegt vor allem in Batteriekreislaufösungen sowie darin, bestehende Stärken in anderen Industriesektoren in neue Kompetenzen zu übersetzen und Abhängigkeiten zu verringern“, so Peter Klimek, Studienautor und Direktor des ASCII. Für Österreich geht es dabei allerdings nicht nur um Mobilität, sondern um die industrielle Wettbewerbsfähigkeit insgesamt: Die große Verschiebung der globalen Wertschöpfungsketten läuft jedenfalls schon – und sie wird entscheiden, welche Regionen künftig zu den technologischen Zentren Europas gehören werden. ◆

#### INFO-BOX

##### ◆ Supply Chain Intelligence Institute Austria

Das Supply Chain Intelligence Institute Austria (ASCII) sieht sich als unabhängiges, weltweit führendes Lieferketteninstitut für interdisziplinäre, datengetriebene Analysen globaler Produktions- und Logistiknetzwerke – mit dem Ziel, resiliente, nachhaltige und zukunftsfähige Lieferketten zu gestalten.

Das Institut wurde als Forschungs-Joint-Venture vom Österreichischen Wirtschaftsforschungsinstitut (Wifo) gemeinsam mit dem Complexity Science Hub (CSH), dem Logistikum der Fachhochschule Oberösterreich und dem Verein Netzwerk Logistik (VNL) gegründet.

[www.ascii.ac.at](http://www.ascii.ac.at)



## ONE-STOP-SHOP FÜR EXPORTBETRIEBE

Als Top-drei-Institut für klassische Exportfinanzierungen in Österreich ermöglicht die Raiffeisenlandesbank OÖ Erfolge im Auslandsgeschäft.

**Unternehmen brauchen** insbesondere in einem herausfordernden Umfeld starke Partner, um Vorhaben und Projekte erfolgreich umzusetzen. Der Export bietet dabei vielfältige Wachstumschancen. Für die Exportfinanzierung ihrer Firmenkunden arbeitet die Raiffeisenlandesbank Oberösterreich eng mit der Oesterreichischen Kontrollbank (OeKB) zusammen.

In den vergangenen Jahren hat die Raiffeisenlandesbank OÖ zahlreiche Unternehmen sowie Benchmarkprojekte begleitet und ihren Marktanteil auf aktuell 11,45 Prozent ausgebaut. Damit zählt sie im Bereich der klassischen Exportfinanzierung zu den Top-drei-Instituten in Österreich und wickelt aktuell ein Volumen von rund 2,21 Milliarden Euro über die OeKB ab.

### **Kunden profitieren von Netzwerk und Know-how**

Die Raiffeisenlandesbank OÖ unterstützt Exporteure nicht nur bei der Finanzierung von Exportgeschäften, sie ist vielmehr ein One-Stop-Shop für Unternehmen, die ihren Fokus auf Auslandsgeschäfte setzen. „Wir wollen für unsere Kundinnen und Kunden immer das Optimum herausholen, indem wir uns die individuellen Bedürfnisse ganz genau ansehen, einzelne Produkte zu einem Lösungspaket kombinieren und dadurch Konditionen optimieren bzw. das Risiko minimieren“, sagt Stefan Sandberger, Generaldirektor-Stellvertreter der Raiffeisenlandesbank OÖ.

Wesentlicher Partner dabei ist die OeKB, die die Exportwirtschaft mittels günstiger Refinanzierungen und Haftungsübernahmen unterstützt. Als Treuhandbank für die OeKB

„Es ist von großer Bedeutung, die eigene Hausbank in einem möglichst frühen Stadium der Investitionsüberlegungen einzubeziehen, um alle Szenarien sowie mögliche Lösungswege zu erörtern.“

**Stefan Sandberger,**  
Generaldirektor-Stellvertreter Raiffeisenlandesbank OÖ



wickelt die Raiffeisenlandesbank OÖ diese Geschäfte ab. Dazu gibt es unterschiedliche Möglichkeiten und Instrumente:

- Zur Finanzierung von Exportgeschäften stehen revolvierende Betriebsmittelkredite (Exportfondskredit für KMU bzw. Kontrollbankrefinanzierungsrahmen für Großunternehmen) zu günstigen Konditionen oder ein Kredit mit flexiblen Tilgungen (Vorratsinvest) zur Verfügung, um die Produktion und die Beschaffung von Vorprodukten zu sichern.
- Finanzierungen von Investitionen im Ausland (Beteiligungsfinanzierung) oder im Inland (Auftrags- bzw. Exportinvest) sind ebenso möglich wie die Finanzierung des Abnehmers im Ausland – die sogenannte Absatzfinanzierung.
- Für österreichische Exportunternehmen, die umweltfreundliche Inlandsinvestitionen tätigen wollen, sind die Exportinvest Green und die Exportinvest Green Energy der OeKB ideale Finanzierungsinstrumente. Unternehmen profitieren dabei von einer höheren Finanzierungsquote. Zudem ist eine Risikoübernahme durch die OeKB von bis zu 70 Prozent möglich. Voraussetzungen sind Gesamtinvestitionskosten in Höhe von mindestens zwei Millionen Euro sowie eine Mindest-Exportquote von 20 Prozent.
- Für Energieversorgungsunternehmen hat die OeKB ein spezielles Programm zur Energieerzeugung und zum Ausbau der Netzkapazitäten aufgelegt.

#### Die Raiffeisenlandesbank OÖ ist starker Partner zahlreicher Exportunternehmen

Die Raiffeisenlandesbank OÖ hat zuletzt sehr erfolgreich mehrere Benchmark-Finanzierungen begleitet. Die Kunden profitieren hierbei von der Kapitalstärke der Bank ebenso wie von Flexibilität, kurzen Entscheidungswegen und der engen Zusammenarbeit zwischen Kundenbetreuern und einem erfahrenen Expertenteam.

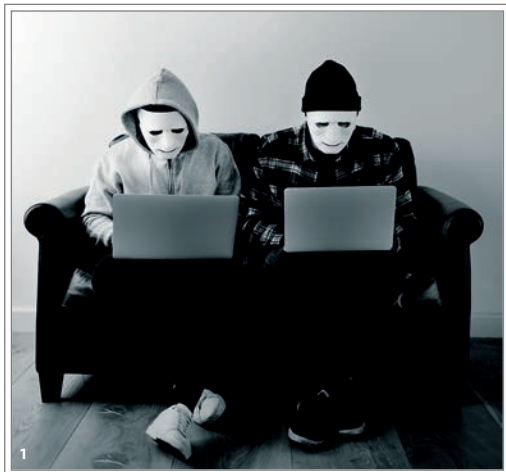
„Es ist von großer Bedeutung, die eigene Hausbank in einem möglichst frühen Stadium der Investitionsüberlegungen einzubeziehen, um alle Szenarien sowie mögliche Lösungswege zu erörtern“, betont Stefan Sandberger und verweist – neben Vertrauen und offener Kommunikation – auf weitere Erfolgsfaktoren im Exportgeschäft: Dazu zählen fristenkonforme Finanzierungen, Währungsabsicherungen oder die Berücksichtigung etwaiger Risiken, zum Beispiel durch fremde Rechtsordnungen. ★

**Raiffeisenlandesbank  
Oberösterreich**



#### KONTAKT

Raiffeisenlandesbank Oberösterreich AG  
Europaplatz 1a • 4020 Linz  
T. +43 732 65 96-0  
[www.rlbooe.at](http://www.rlbooe.at)



Die Zeiten, in denen kultige Hacker für Schaden sorgten, sind vorbei: Die Angreifer sind heute organisiert wie ein Unternehmen.

## DER UNSICHTBARE ANGREIFER

Cyberangriffe treffen nicht mehr nur Großkonzerne: Auch mittelständische Exportbetriebe geraten heute ins Visier digitaler Erpresser. KI stärkt zwar die Verteidigung, macht aber auch Hacker schneller, präziser und gefährlicher.

**CYBERANGRIFFE** sind kein Randthema der IT-Abteilung mehr. Sie betreffen Produktionsbetriebe ebenso wie Banken, Logistikunternehmen oder Universitäten – und sie werden laufend professioneller, automatisierter und schwerer erkennbar. Besonders brisant: Künstliche Intelligenz verändert derzeit die Spielregeln auf beiden Seiten. Denn während Unternehmen KI nutzen, um Angriffe schneller zu erkennen, setzen Cyberkriminelle dieselbe Technologie ein, um täuschend echte Phishing-Mails, gefälschte Stimmen oder automatisierte Angriffswellen zu erzeugen. Laut dem aktuellen „Cyber Security Report 2026“ von Deloitte berichten bereits 28 Prozent der österreichischen Unternehmen von beinahe täglichen Ransomware-Angriffen.

**PROFESSIONELL ORGANISIERTE ANGRIFFE**  
Die klassische Vorstellung vom „Hacker im dunklen Keller“ ist dabei allerdings längst überholt; moderne Cyberkriminalität funktioniert von der Arbeitsteilung her oftmals selbst wie ein Unternehmen: Es gibt spezialisierte Gruppen für Datendiebstahl, Erpressung, Schadsoftware oder den Verkauf gestohlener Zugangsdaten. Besonders

gefragt sind derzeit sogenannte Supply-Chain-Angriffe, bei denen nicht direkt das Zielunternehmen attackiert wird, sondern ein Dienstleister oder Softwareanbieter. Dadurch können gleich hunderte Organisationen gleichzeitig betroffen sein. Das daraus entstehende Chaos ist nicht nur eine nervliche Belastung, sondern kostet meist auch noch richtig viel Geld.

**EXPORT – EINE LOHNENDE ZIELSCHEIBE**  
Diese Vernetzung macht die Gefahr für exportorientierte Unternehmen besonders groß, denn Produktionsanlagen, Cloud-Systeme, Lieferketten und internationale Standorte sind digital miteinander verbunden – und damit potenzielle Einfallstore. Gleichzeitig wächst aber auch der regulatorische Druck: Mit der EU-Richtlinie NIS 2 beziehungsweise dem österreichischen NISG 2026 werden ab Oktober 2026 deutlich strengere Sicherheits- und Meldepflichten gelten. Rund 4.000 Unternehmen und Einrichtungen in Österreich könnten davon direkt betroffen sein. Viele Unternehmen befinden sich allerdings noch mitten in der Vorbereitung – eine aktuelle österreichische Studie zeigt, dass zwar neun von zehn Unternehmen die neue Richt-

44



linie kennen, aber etwa jedes zweite nicht sicher einschätzen kann, ob es tatsächlich betroffen ist. Gerade kleinere und mittlere Betriebe unterschätzen häufig ihre Attraktivität für Angreifer. Das ist ein mitunter folgenschwerer Irrtum: KMUs gelten mehr und mehr als „leichtere Ziele“, weil dort mitunter Ressourcen oder spezialisierte Sicherheitsteams fehlen.

### VERTRAUE KEINEM, ÜBERWACHE ALLES

Die stärkste Veränderung der letzten Jahre lautet: Weg vom reinen „Mauern bauen“, hin zu permanentem Monitoring. Moderne Sicherheitskonzepte basieren auf dem sogenannten Zero-Trust-Prinzip. Dabei wird grundsätzlich niemandem automatisch vertraut – weder innerhalb noch außerhalb des Firmennetzwerks. Jeder Zugriff muss laufend überprüft werden. Multi-Faktor-Authentifizierung, segmentierte Netzwerke, Echtzeitüberwachung und regelmäßige Mitarbeiterschulungen gelten inzwischen als Standard. Denn, so zynisch das auch klingen mag – der Mensch bleibt die größte Schwachstelle. Noch immer beginnen viele erfolgreiche Angriffe mit einem simplen, harmlos wirkenden E-Mail. Besonders gefährlich sind AI-generierte Phishing-Nachrichten, die sprachlich nahezu fehlerfrei wirken und individuell auf Unternehmen zugeschnitten werden. Sicherheitsfirmen beobachten außerdem einen starken Anstieg sogenannter Deepfake-Attacks, bei denen Stimmen oder Videobotschaften von Führungskräften täuschend echt nachgebildet werden.

### DIE COLLINS-AEROSPACE-ATTACKE

Wie kritisch digitale Abhängigkeiten inzwischen geworden sind, zeigte im September 2025 der Angriff auf den internationalen Luftfahrt-Dienstleister Collins Aerospace:

Mehrere europäische Flughäfen waren betroffen, Check-in- und Gepäcksysteme fielen teilweise aus, vielerorts musste kurzfristig wieder mit Papierlisten gearbeitet werden. Einige Flughäfen konnten größere Schäden nur verhindern, indem sie ihre Systeme sofort vom betroffenen Anbieter trennten. Die Folge: Rund zehn Prozent der Flüge wurden gecancel. Der Vorfall zeigt, wie stark moderne Infrastrukturen voneinander abhängig sind – und wie wichtig schnelle Reaktionspläne geworden sind.

### CYBERSECURITY ALS ERFOLGSFAKTOR

Auch heimische Unternehmen investieren zunehmend in „Cyber Resilience“. Gemeint ist damit nicht nur Prävention, sondern auch die Fähigkeit, nach einem Angriff rasch weiterarbeiten zu können. Offline-Back-ups, Krisensimulationen oder klar definierte Notfallprozesse – viele Unternehmen führen regelmäßige „Cyber-Drills“ durch, Feueralarmen nicht unähnlich. Für den Export ein weiteres Wettbewerbsargument: Wer sensible Daten, Lieferketten und Produktionssysteme zuverlässig absichern kann, stärkt nicht nur die eigene Stabilität, sondern auch das Vertrauen der internationalen Partner. In einer digitalisierten Welt ist Cybersicherheit jedenfalls längst schon ein wirtschaftlicher Standortfaktor. ◆

#### INFO-BOX

##### Was bedeutet ...

- ◆ **Honeytoken:** Gezielt platzierte Fake-Daten oder Zugänge, die Angreifer anlocken und Sicherheitsverantwortliche alarmieren, sobald darauf zugegriffen wird.
- ◆ **Living off the Land (LotL):** Angriffstechnik, bei der Hacker ausschließlich bereits vorhandene Systemprogramme nutzen, um möglichst unauffällig im Netzwerk zu bleiben.
- ◆ **Endpoint Security:** Schutz einzelner Geräte wie beispielsweise Laptops oder Smartphones im Firmennetzwerk.
- ◆ **Supply-Chain-Angriff:** Attacke über externe Dienstleister oder Softwareanbieter.
- ◆ **Zero Trust:** Sicherheitsprinzip, bei dem niemandem automatisch vertraut wird.
- ◆ **Deepfake-Angriff:** Mit KI erzeugte, täuschend echte Stimmen oder Videos, z. B. des Chefs.
- ◆ **NIS 2/NISG 2026:** Neue EU- beziehungsweise österreichische Cybersicherheitsvorgaben für Unternehmen.
- ◆ **Ransomware:** Schadsoftware, die Daten verschlüsselt und Lösegeld fordert.



Die Doppelmayr Gruppe blickt auf ein Jahrhundert Planung, Entwicklung, Konstruktion, Produktion und Bau von Seilbahnen zurück.



## BEEINDRUCKENDE PROJEKTILANZ

Im vergangenen Jahr hat die Doppelmayr Gruppe weltweit 84 Neuanlagen an Kunden übergeben – von der 3S über Kabinenbahnen bis zu Monoracks: Seilbahnprojekte, die die Mobilität am Berg, in Städten und am Point of Interest entscheidend prägen.

**Innovationskraft.** Mit 84 realisierten Neuanlagen weltweit konnte das hohe Niveau des Vorjahres gehalten werden: Regional führt Europa das Ranking mit 55 Neuanlagen an. Es folgen Nordamerika, Asien, Ozeanien und Südamerika. Mit der Câble C1 im Großraum Paris, der ersten TRI-Line in Hoch-Ybrig und weiteren innovativen Seilbahnen in Österreich, Chile und den USA konnten zahlreiche Highlight-Projekte erfolgreich umgesetzt werden. Allein auf den Alpenraum entfallen heuer 44 Neuanlagen – eine Steigerung von 13 Anlagen gegenüber dem Vorjahr. Doch beeindruckt nicht nur die reine Anzahl der an Kunden übergebenen Anlagen, sondern auch deren Einzigartigkeit und Innovationskraft.

### Vorzeigeprojekt urbaner Mobilität

Am 13. Dezember 2025 eröffnete die Region Île-de-France mit der Câble C1 ihre erste urbane Seilbahn, die längste Europas. Die 4,5 Kilometer lange Linie mit fünf Stationen verlängert die Metro-Linie 8 und verbindet die südlichen Vororte von Paris schnell, hindernisfrei und ohne CO<sub>2</sub>-

Emissionen mit dem öffentlichen Verkehrsnetz. Die 105 OMEGA V-XL Kabinen mit einer Kapazität von jeweils zehn Personen bieten optimalen Komfort sowie eigens ausgewiesene Bereiche für Fahrräder, Kinderwagen und Rollstühle. Mit einer täglichen Fahrgastzahl von über 11.000 Personen und nur 18 Minuten Fahrzeit, die die ursprüngliche Reisezeit damit halbiert, stellt Câble C1 eine effiziente Alternative im überlasteten Verkehrsnetz dar. Sie ist ein Vorzeigeprojekt für nachhaltige urbane Mobilität mit Seilbahnen und ein Modell für Städte weltweit.

### Weltpremiere der TRI-Line

Mit der neuen TRI-Line Weglosen–Seebli hat im Dezember 2025 die weltweit erste Seilbahn mit dem innovativen TRI-Line System ihren Dienst aufgenommen. Die Bahn kombiniert die Vorteile der 3S-Technologie mit der D-Line und überzeugt durch ein neu entwickeltes Laufwerk, kompakte Stationen, hohe Windstabilität und barrierefreie Fahrzeuge. 18 STELLA Kabinen von CWA transportieren bis zu 1.400 Per-



sonen pro Stunde, die Fahrzeit beträgt rund sieben Minuten. Auf der circa 1,7 Kilometer langen Strecke kommen lediglich zwei Stützen zum Einsatz. Jede besteht aus zwei Rundrohrstützen, was den Flächenbedarf reduziert und die Anlage harmonisch ins Landschaftsbild einfügt. Die AURO-Fähigkeit ermöglicht bei Bedarf auch einen autonomen Betrieb. Der Betreiber kann flexibel zwischen den Betriebsarten wechseln und seine Ressourcen optimal einsetzen.

#### Autonomer Betrieb

In Ischgl zeigen seit dieser Saison die beiden 8er-Sesselbahnen Höllboden und Sassgalun, was technisch möglich ist. Beide Anlagen bieten höchsten Komfort und dank innovativer AURO-Technologie ein neues Level an Sicherheit und Effizienz. Kameras und Sensoren an der Bergstation liefern kontinuierlich Daten, die durch ein KI-gestütztes System in Echtzeit ausgewertet werden. Bei Bedarf wird die

Bahn automatisch verlangsamt oder gestoppt – ganz ohne Bedienpersonal am Berg (AURO CLD). In der Talstation unterstützt das brandneue AURO Assist das Betriebspersonal und überwacht, ob die Fahrgäste richtig im Sessel sitzen. Auch in Sachen Nachhaltigkeit setzen die beiden neuen Sesselbahnen ein Zeichen. Solaranlagen auf den Stationen decken künftig einen Teil des Energiebedarfs ab.

#### Nachhaltig zum Point of Interest

Die neue 8er-Gondelbahn Pío Nono verbindet auf einer Strecke von knapp einem Kilometer drei beliebte Ausflugsziele miteinander: den Nationalzoo an der Talstation, den künftig entstehenden Eco-Park Chile Nativo, der über die Zwischenstation erreichbar sein wird, sowie den Gipfel des Cerro San Cristóbal, der einen spektakulären Blick auf die Stadt und die Anden bietet. 24 moderne Kabinen mit Fahrradhalterungen ermöglichen komfortable Fahrten für Besucher und Biker, die Zugang zu verschiedenen Trails am Stadthügel erhalten. Die Anlage stärkt das interne Verkehrsnetz des Parks und entlastet bestehende Transportsysteme. Damit stellt sie einen Schritt in Richtung nachhaltiger Mobilität in der chilenischen Hauptstadt Santiago de Chile dar.

#### Pioniercharakter

Die neue 10er-Gondelbahn Explorer Gondola ist der Höhepunkt der Seilbahntransformation in Big Sky. Sie ermöglicht nun die Verbindung vom Mountain Village bis zur Bergstation der Lone Peak Tram. 83 maßgeschneiderte OMEGA V Kabinen von CWA bieten Platz für jeweils zehn Personen und verfügen über Panoramafenster, beheizte Einzelsitze sowie erstmals in Nordamerika das Ski Rack TWISTIN. Als Vorzeiganlage von Big Sky ist sie die erste Seilbahn in Nordamerika mit dem kubischen D-Line-Stationsdesign R2, Bike Cabs für den Sommerbetrieb und einer Fahrgeschwindigkeit von 7,1 m/s, angetrieben vom nahezu geräuschlosen Doppelmayr Direct Drive. Die Mittelstation erschließt ideales Trainingsterrain und ermöglicht Einsteigern ein echtes alpines Erlebnis. Von der Bergstation aus erreichen die Gäste die legendäre Lone Peak Tram, die Ausblicke auf drei Bundesstaaten und zwei Nationalparks bietet. ★

#### KONTAKT

##### Doppelmayr Gruppe

Konrad-Doppelmayr-Straße 1 • 6922 Wolfurt

T. +43 5574 604

dm@doppelmayr.com

www.doppelmayr.com





## DIE ZUKUNFT AUS DEM DRUCKER

Als Schnittstelle zwischen digitaler und physischer Welt versteht sich Cubicure: Das Unternehmen aus Wien entwickelt, produziert und vertreibt Systemlösungen für den industriellen 3D-Druck von Kunststoffteilen.

**MIT DEM ANSPRUCH**, die digitale Zukunft der Industrie mitzugestalten, will das Unternehmen von Wien aus die Weichen zur digitalen Serienfertigung stellen. Das Hot-Lithography-Verfahren ermöglicht nämlich eine bislang noch nie dagewesene additive Fertigung von widerstandsfähigen Präzisionsbauteilen. Die Produkte von Cubicure sind die Grundlage für Innovationen in schnelllebigen Märkten: Um den hohen Qualitätsstandards der Industrie zu entsprechen, ist das Unternehmen seit Februar 2023 nach ISO 9001 zertifiziert; bereits 2020 hat es seinen Hot-Lithography-Prozess durch den TÜV Austria zertifizieren lassen. Das ermöglicht die Lieferung

verlässlicher Werkzeuge für eine zukunftssichere Produktion. „Mit additiver Fertigung können Bauteile mit komplexer Geometrie deutlich leichter und günstiger hergestellt werden. Es entstehen Produktionsvorteile durch eine flexible, werkzeugfreie und individualisierte Produktion“, erklärt Robert Gmeiner, Managing Director der Cubicure GmbH, der das Unternehmen im Jahr 2015 als Spin-off der TU Wien mitbegründet hat.

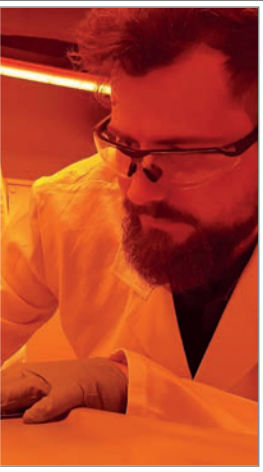
### NEUARTIGE, VERLÄSSLICHE FERTIGUNGSMETHODE

Im Vergleich zu anderen Verfahren ist die additive Fertigung eine relativ neue Fertigungsmethode, insbesondere im Bereich der industriellen Serienproduktion. Durch das erwähnte Implementieren internationaler Normen stellt Cubicure sicher, dass der 3D-Druck sich als verlässliche alternative Fertigungsmethode etablieren kann. „Unsere Produkte sind Grundlage für Innovationen in schnelllebigen Märkten. Das erfordert eine kontinuierliche Weiterentwicklung aller involvierten Prozesse“, so



« In Mitteleuropa unterschätzen wir unser Innovationspotenzial: Es herrscht die Grundstimmung, dass echte Innovation nur aus den USA kommt. »

DR. ROBERT GMEINER, MD CUBICURE GMBH



Hot Lithography: ein neues Fertigungsverfahren, das die präzise Erstellung von Prototypen bis hin zu Millionenstückzahlen erlaubt

Gmeiner. Von präzisen Elektronikbauteilen bis hin zu funktionalen Serienkomponenten in der Medizintechnik wird die Technologie von Cubicure bereits von innovativen Unternehmen in unterschiedlichsten Branchen erfolgreich eingesetzt.

### WIDERSTANDSFÄHIGES MATERIAL, HOHE PRÄZISION UND GROSSE STÜCKZAHLEN

So funktioniert das neue Verfahren: Durch den Einsatz von Hitze wird die Verarbeitung extrem zähflüssiger fotoreaktiver Harze ermöglicht, die mit klassischen SLA-3D-Druckern nicht druckbar wären. Dadurch öffnet Hot Lithography ein breites Prozessfenster, das die stetige Entwicklung neuer und besserer Materialien erlaubt – für besonders widerstandsfähige Bauteile. Die innovative 3D-Druck-Lösung wiederum erreicht durch modernste Belichtungstechnologie eine exzellente Druckauflösung. Damit können hochaufgelöste Bauteile gefertigt werden, die sonst nur mit Spritzguss möglich wären. Darüber hinaus profitiert das Vorgehen von kürzeren Entwicklungszeiten und Kosteneinsparung für Werkzeuge. Skaliert werden die 3D-Druck-Projekte ganz nach Bedarf, das heißt von Prototypen bis hin zu Serienbauteilen in Millionenstückzahlen. Die Genauigkeit und die Qualität bleiben dabei über das gesamte Baufeld erhalten. Die Technologie ermöglicht, sowohl einige sehr große als auch tausende individuelle Präzisionsteile gleichzeitig zu drucken.

### DAS IST DOCH AUSGEZEICHNET!

Kein Wunder also, dass das Unternehmen mit Ehrungen nahezu am laufenden Band belohnt wird, wie zum Beispiel für das in Zusammenarbeit mit der Harting Technology Group entwickelte Material, das den 3D-Druck laser-

strukturierbarer Bauteile (LDS) mit der Hot-Lithography-Technologie ermöglicht. Dafür wurde Cubicure bei den TCT Awards 2025 mit dem zweiten Platz in der Kategorie „Industrial Product Application“ ausgezeichnet. Ein Jahr davor erlangte Cubicure den dritte Platz beim Digital Impuls Award in der Kategorie Innovation. Die Erfindung der Hot-Lithography-Technologie bewies einen hohen Grad an technologischer Fortschrittlichkeit und wurde von der Jury als herausragend bewertet. ♦

#### INFO-BOX

##### ♦ Was ist Hot Lithography?

Hot Lithography ist ein von Cubicure entwickeltes sogenanntes stereolithografisches Produktionsverfahren: Es basiert auf der klassischen SLA-Technologie, geht aber deutlich weiter. Während bei herkömmlichen Verfahren nur dünnflüssige Harze verarbeitet werden können, erlaubt der spezielle Beheizungsmechanismus dieser Technologie auch die Verarbeitung extrem zähflüssiger und leistungsfähiger Photopolymere: Diese werden im Druckprozess unter Hitze Schicht für Schicht mit UV-Licht bestrahlt. So entstehen widerstandsfähige Bauteile aus festem Kunststoff mit mechanischen Eigenschaften in Spritzgussqualität. Durch die Kombination aus Robustheit, Präzision und Qualität eignet sich die Technologie besonders gut für den Einsatz in verschiedenen anspruchsvollen Industrien – etwa in der Elektronik oder Labor- und Medizintechnik.

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

© Cubicure



Ein klares Bild vor Markteintritt: Skyfinder von CRIF ist ein entscheidendes Instrument in der frühen Phase der Expansion.

## WIE SIE GLOBALE CHANCEN SICHTBAR MACHEN

Sicherheit trifft Wachstum: Als globaler Anbieter von Informationsdienstleistungen unterstützt CRIF Organisationen dabei, fundierte Entscheidungen zu treffen.

**Ein mittelständisches** Unternehmen aus Österreich steht kurz vor dem nächsten großen Schritt: dem Eintritt in einen neuen internationalen Markt. Die Nachfrage ist vielversprechend, die Strategie steht, doch eine entscheidende Frage bleibt: Wie verlässlich sind die potenziellen Geschäftspartner vor Ort? Und noch wichtiger: Welche Risiken zeichnen sich bereits ab, bevor sie überhaupt sichtbar werden?

### Zwischen Unsicherheit und Aufbruch

Die Welt des internationalen Handels befindet sich im Wandel. Märkte entwickeln sich dynamisch, wirtschaftliche Rahmenbedingungen ändern sich oft kurzfristig, und regu-

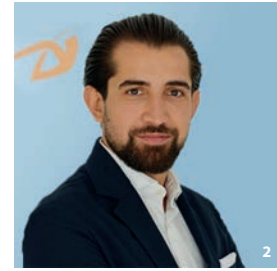
latorische Anforderungen werden zunehmend komplex. Gleichzeitig entstehen neue Chancen in Regionen, die noch vor wenigen Jahren schwer erreichbar waren. Unternehmen bewegen sich damit in einem Spannungsfeld zwischen Aufbruch und Unsicherheit. Entscheidungen müssen schneller getroffen werden, leider häufig auf Basis lückenhafter Informationen.

### CRIF: Orientierung in komplexen Märkten

Als globaler Anbieter von Informationsdienstleistungen unterstützt CRIF Organisationen dabei, fundierte Entscheidungen zu treffen. Sei es bei der Bewertung von

„Erfolgreicher internationaler Handel geht heute über reine Absicherung hinaus. Unternehmen benötigen Transparenz, um Risiken frühzeitig zu erkennen und gleichzeitig Chancen schneller und gezielter zu nutzen.“

**Dominique Don Giordano, Key Account Manager bei CRIF**



Geschäftspartnern, beim Risikomanagement oder bei der Erschließung neuer Märkte.

Mit tagesaktuellen, strukturierten Daten schafft CRIF Transparenz dort, wo zuvor Unsicherheit dominierte. Gerade im internationalen Kontext wird diese Vergleichbarkeit zu einem entscheidenden Wettbewerbsvorteil.

### Wenn Informationen über Erfolg entscheiden

Doch nun zurück zu unserem Unternehmen. Der neue Markt wirkt vielversprechend, aber auch schwer einschätzbar. Welche Unternehmen sind tatsächlich finanziell stabil? Welche entwickeln sich positiv? Und wo verbergen sich potenzielle Risiken, die erst auf den zweiten Blick sichtbar werden?

Genau hier zeigt sich das zentrale Problem vieler Markteintritte, denn Entscheidungen basieren oft auf fragmentierten Informationen. Risiken bleiben verborgen und Chancen ebenso.

### Skyminder: Der Blick unter die Oberfläche

Mit Skyminder bietet CRIF eine Lösung, die genau diese Transparenzlücke schließt. Die Plattform bündelt internationale Unternehmensinformationen, bereitet sie einheitlich auf und macht sie über Ländergrenzen hinweg vergleichbar. Für Unternehmen bedeutet das konkret, dass sie bereits vor dem Markteintritt ein klares Bild gewinnen können. Märkte lassen sich fundierter einschätzen, Branchenentwicklungen besser verstehen und potenzielle Geschäftspartner gezielter bewerten.

Skyminder wird damit zu einem entscheidenden Instrument in der frühen Phase der Expansion, indem Risiken nicht erst sichtbar werden, wenn Probleme entstehen, sondern bereits in der Planungsphase erkannt werden.

### Ganzheitliche Risikobeobachtung in Echtzeit

Seine volle Stärke entfaltet Skyminder jedoch im laufenden Geschäft. Die Plattform ermöglicht eine ganzheitliche Risikobeobachtung, bei der unterschiedliche Faktoren zusammengeführt und kontinuierlich analysiert werden.

Ob wirtschaftliche Veränderungen, finanzielle Entwicklungen oder strukturelle Auffälligkeiten – relevante Verände-

runge werden frühzeitig erkannt und transparent aufgezeigt. Unser Beispielunternehmen wird sofort informiert, wenn sich die Situation eines Partners verändert oder neue Entwicklungen im Zielmarkt auftreten. So entsteht ein dynamisches Gesamtbild, das weit über die klassische Einzelbewertung hinausgeht und echte Handlungssicherheit schafft.

### Vom Schutzmechanismus zum Wachstumstreiber

Was früher vor allem der Absicherung diente, wird heute zum strategischen Vorteil, denn wer Risiken versteht, kann Chancen gezielter nutzen.

Unser Beispielunternehmen kann nun nicht nur Risiken vermeiden, sondern aktiv sein Wachstum gestalten: Mit welchen Partnern lohnt sich der Ausbau? Wo entstehen neue Potenziale? Welche Entwicklungen sprechen für zusätzliche Investitionen?

### Fazit: Bessere Entscheidungen beginnen mit Klarheit

Am Ende entscheidet sich das Unternehmen für einen wichtigen Schritt: Der neue Markt wird erschlossen. Nicht aus dem Bauch heraus, sondern auf Basis fundierter Informationen und eines ganzheitlichen Risikoverständnisses. In einer zunehmend komplexen Welt wird genau das zum entscheidenden Erfolgsfaktor. Unternehmen, die Informationen gezielt nutzen, gewinnen nicht nur Sicherheit, sondern auch Geschwindigkeit und strategische Freiheit im globalen Wettbewerb.

CRIF liefert mit Skyminder die Grundlage für eine ganzheitliche, kontinuierliche Sicht auf Risiken und Entwicklungen. Oder anders gesagt: die Fähigkeit, aus Unsicherheit echte Wachstumsperspektiven zu machen. ★

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





„Play for Humanity – Sport and Music for All“: die erste spezialisierte Expo auf dem Westbalkan – ein Spielraum für Menschen und Ideen

## SPIELERISCH BEZIEHUNGEN VERTIEFEN

Die Expo 2027 in Belgrad findet nächstes Jahr von 15. Mai bis 15. August statt.

Unter dem Motto „Play for Humanity – Sport and Music for All“ wird sie die erste spezialisierte Expo auf dem Westbalkan. Sie birgt strategische Chancen.

**ÖSTERREICH HAT** offiziell den nächsten Schritt Richtung Expo 2027 in Belgrad gesetzt: Regierungskommissär Philipp Gady unterzeichnete gemeinsam mit Expo-Generalkommissärin Jagoda Lazarevic und Expo-Direktor Danilo Jerinic im April den Teilnahmevertrag für Österreich. Damit beginnt die konkrete Umsetzungsphase für den österreichischen Pavillon, der bei der Weltausstellung heimische Innovationskraft, kreative Ideen und wirtschaftliche Kompetenz präsentieren soll. Erwartet werden rund 4,1 Millionen Besucherinnen und Besucher sowie mehr als 130 teilnehmende Staaten – damit gilt die Expo schon

jetzt als eines der wichtigsten internationalen Großereignisse Südosteuropas. Für Österreich hat die Teilnahme keine geringe wirtschaftspolitische Bedeutung: Serbien und die Staaten des Westbalkans zählen seit Jahren zu den wichtigsten Partnerregionen im Donauraum.

### ENGE PARTNERSCHAFTLICHE BEZIEHUNGEN

Zu Serbien sind die Beziehungen traditionell besonders eng: Österreich ist dort immerhin der drittgrößte ausländische Investor – mehr als 800 österreichische Unternehmen sind im Land aktiv. Auch im Export wurden zuletzt mehrfach Werte von über einer Milliarde Euro erreicht. Die Expo 2027 soll Österreich zugleich als innovativen und verlässlichen Partner in der Region positionieren. Im Mittelpunkt stehen Zukunftsthemen wie Nachhaltigkeit, Innovation, Talentförderung und europäische Zusammenarbeit. Der Österreich-Pavillon versteht sich dabei aber nicht nur als stati-



« Ich sehe in der Expo eine große Chance für heimische Betriebe, sich international zu vernetzen und bestehende Partnerschaften in der Region Südosteuropa weiter zu vertiefen. »

PHILIPP GADY, REGIERUNGSKOMMISSÄR



sche Ausstellungsfläche, sondern auch als Ort für regen Austausch, neue Ideen und internationale Vernetzung. „Mit der Teilnahme Österreichs an der Expo 2027 eröffnen wir Spielraum für Menschen, Ideen und zukunftsgerichtete Entwicklungen. Zugleich setzen wir konkrete und nachhaltige Impulse für die Region und machen österreichische Innovationen sichtbar, die Lebensqualität schaffen“, betont Regierungskommissär Philipp Gady. „Als Unternehmer sehe ich in der Expo eine große Chance für heimische Betriebe, sich international zu vernetzen und bestehende Partnerschaften in der Region Südosteuropa weiter zu vertiefen. Das Leitmotiv ‚Play for Humanity – Sport and Music for All‘ steht sinnbildlich dafür, Brücken zwischen Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft zu bauen.“

### NEUE FORMEN DER ZUSAMMENARBEIT SCHAFFEN

In ihren Statements gegenüber den Medien betonte Jagoda Lazarevic, Ministerin für Binnen- und Außenhandel der Republik Serbien sowie Kommissarin der Expo 2027 Belgrad, die enge politische und wirtschaftliche Partnerschaft zwischen Serbien und Österreich: Beide Länder verbinde nicht nur eine lange gemeinsame Geschichte, sondern auch intensive kulturelle und zwischenmenschliche Beziehungen sowie eine große serbische Community, die seit Jahrzehnten in Österreich lebt. „Österreich ist einer der wichtigsten politischen und wirtschaftlichen Partner der Republik Serbien. Die Expo 2027 Belgrad bietet eine hervorragende Gelegenheit, unsere bilateralen Beziehungen weiter zu vertiefen und neue Formen der Zusammenarbeit zu schaffen“, so Lazarevic.

### HOMO LUDENS – DER SPIELENDENDE MENSCH

Der österreichische Auftritt in Belgrad wird, ganz zum Motto der Expo passend, bewusst interaktiv und offen gestaltet werden. Besucherinnen und Besucher sollen Österreichs Kreativität, Innovationsgeist und internationale Vernetzung auf spielerische Weise erleben können. Ergänzt wird der Pavillon durch ein umfangreiches Rahmenprogramm mit Veranstaltungen aus Wirtschaft, Tourismus, Sport und Kultur. Die Expo wird darüber hinaus auch eine Plattform für zukunftsweisende Business-Themen wie Software, Digitalisierung, Bildung, E-Waste, Energie, Umwelt, nachhaltige Innovationen, Medizin, Pharma, Mobility, Food und vieles mehr bieten.

### DAS ZUKUNFTSPROJEKT SÜDOSTEUROPAS

Geplant sind internationale Länderpavillons, Technologie- und Innovationsshows, interaktive Musik- und Sportformate sowie Diskussionsplattformen zu Themen wie künstliche Intelligenz, Nachhaltigkeit und neue urbane Lebensräume; insgesamt sollen über 8.000 Einzelveranstaltungen – von Konzerten und interaktiven Ausstellungen bis hin zu Sport- und Zukunftsforen – die Besucherinnen und Besucher in ihren Bann ziehen. Die Veranstaltung gilt jedenfalls schon jetzt als eines der größten internationalen Zukunftsprojekte Südosteuropas. ◆

#### INFO-BOX

##### ◆ Worum man spricht: das Flugtaxi

Die futuristischen eVTOL-Fluggeräte sollen als Symbol für urbane Mobilität der Zukunft dienen und zu den spektakulärsten Programmpunkten der Expo zählen – sie könnten wohl eine der größten und sichtbarsten Innovationen der Expo 2027 werden. Damit wäre Serbien das erste Land der Region und sehr wahrscheinlich sogar das erste Land Europas, das diese Form der Luftmobilität präsentiert. Die Grundlage für die Umsetzung des Projekts wurde mit der Unterzeichnung eines Partnerschaftsabkommens zwischen der Regierung der Republik Serbien und dem amerikanischen Unternehmen Archer Aviation geschaffen; die Vereinbarung wurde im Rahmen des World Economic Forum in Davos unterzeichnet. Diese Partnerschaft umfasst die Entwicklung urbaner Lufttaxidienste mit Fokus auf den Einsatz fortschrittlicher Technologien sowie die Integration innovativer Mobilitätslösungen in das bestehende Verkehrssystem. [expobelgrade2027.org](http://expobelgrade2027.org)

© Expo 2027 Belgrade (1–4), Michaela Lorber (5)



Damit der „starke Motor Europas“ mit höherer Drehzahl brummt, braucht es Reformen und Bürokratieabbau.

## DAS TEMPO STEIGERN

Reformen beschleunigen statt Krisen verwalten: Das fordert Hans Dieter Pötsch, Präsident der Deutschen Handelskammer in Österreich. DIHK-Präsident Peter Adrian drängt auf eine Vollendung des EU-Binnenmarkts.

54

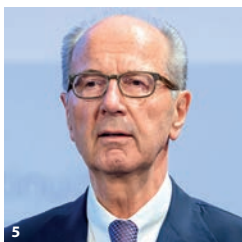
**I**N IHRER TRADITIONELLEN Jahrespressekonferenz gab die Deutsche Handelskammer in Österreich (DHK) im April einen Rück- und Ausblick auf die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland und Österreich sowie auf die bilateralen Handelsbeziehungen. Im Fokus standen die notwendigen Maßnahmen zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit und zur Verbesserung der Standortkriterien in Europa – zentrale Forderung war entsprechend eine Stärkung des Binnenmarkts für ein starkes Europa.

### ENTSCHLOSSENES HANDELN UND MEHR TEMPO

Klare Worte fand Hans Dieter Pötsch, DHK-Präsident sowie Aufsichtsratsvorsitzender der Volkswagen AG und Vorstandsvorsitzender der Porsche SE, im Rahmen dieser Jahrespressekonferenz: „Wir brauchen deutlich mehr Tempo – bei Genehmigungen, bei Investitionen und im Bildungssystem.“ Angesichts einer nur vorsichtigen konjunkturellen Erholung sei jetzt entschlossenes wirtschaftspolitisches Handeln erforderlich.

### RASCHE REFORMEN GEFRAGT

Die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland und Österreich und zwischen den beiden Ländern habe sich zuletzt erholt. Um diesen Trend nachhaltig abzusichern, brauche es jedoch raschere Reformen – insbesondere beim Bürokratieabbau, bei der Beschleunigung von



« Neue geopolitische Konflikte dürfen kein Vorwand für Reformstillstand sein – sie müssen Antrieb sein, um strukturelle Schwächen zu beheben. »

HANS DIETER PÖTSCH, DHK-PRÄSIDENT



Verfahren sowie bei Investitionen in Innovation, Bildung und Fachkräfte. Zudem sollten Deutschland und Österreich ihre enge wirtschaftliche Zusammenarbeit weiter vertiefen, um gemeinsam als „starker Motor innerhalb Europas“ zu wirken.

**HANDELSVOLUMEN IST WIEDER AM STEIGEN**

Nach Rückgängen in den Jahren 2023 und 2024 sei das bilaterale Handelsvolumen 2025 wieder gestiegen: Laut Destatis legte es um 4,1 Prozent auf 134,1 Milliarden Euro zu. Die deutschen Exporte nach Österreich erhöhten sich auf knapp 80 Milliarden Euro, die Importe aus Österreich auf 54,1 Milliarden Euro. „Diese Entwicklung ist ermutigend, aber keineswegs selbstverständlich“, so Pötsch. „Neue geopolitische Konflikte dürfen daher kein Vorwand für Reformstillstand sein – sie müssen im Gegenteil ein Antrieb sein, unsere strukturellen Schwächen rasch zu beheben.“

**WIRTSCHAFT ENTLASTEN UND DEN BINNENMARKT VOLLENDEN**

Auch Peter Adrian, Präsident der Deutschen Industrie- und Handelskammer (DIHK), betont die Bedeutung eines klaren wirtschaftspolitischen Kurses in Europa. „Ziel muss es sein, wettbewerbsfähige Energiekosten zu sichern, Brutto-Arbeitskosten beherrschbar zu machen, die Wachstumsbremse Bürokratie endlich zu lösen und Lieferketten widerstandsfähig aufzustellen“, so Adrian. Entscheidend sei zudem die Vollendung des EU-Binnen-

markts. Deutschland und Österreich könnten sich gemeinsam auf EU-Ebene dafür einsetzen, die viel zu vielen Barrieren und Hindernisse abzubauen und die heterogenen nationalen Regelungen stärker zu vereinfachen und zu harmonisieren.

**ERNSTHAFTE REFORMEN UND WIRTSCHAFTLICHE SOUVERÄNITÄT**

„Der europäische Binnenmarkt bietet weiterhin ungenutzte Chancen, die durch seine Vollendung aktiviert werden können“, unterstreicht Wifo-Direktor Gabriel Felbermayr. Aufgrund der Iran-Krise erwartet er für Österreich und Deutschland nur schwaches Wachstum nahe der Stagnation. „Damit werden die strukturellen Schwächen unserer Volkswirtschaften umso deutlicher sichtbar. Daher muss es jetzt ernsthafte Re-

formen in vielen Bereichen geben“, sagt Felbermayr. Der Umbau des Energiesystems sei dabei nicht nur klimapolitisch notwendig, sondern auch ein zentraler Hebel zur Stärkung der wirtschaftlichen Souveränität. „Um hier voranzukommen, sollten wir wieder stärker auf Marktprozesse und Eigenverantwortung setzen. Und aufhören, die zentralen Grundlagen unserer Wirtschaftsordnung infrage zu stellen“, so Felbermayr. ◆

**INFO-BOX**

◆ **Courbet mit der DHK**

Die Botschaft der Bundesrepublik Deutschland Wien und die Deutsche Handelskammer in Österreich organisieren eine exklusive Führung durch die Ausstellung des französischen Malers Gustave Courbet im Leopold Museum in Wien: Courbet gilt als bedeutendster Vertreter des Realismus, der sich über idealisierende Konventionen des 19. Jahrhunderts kühn hinwegsetzte; seine Werke verbinden gesellschaftliche Beobachtung mit einer selbstbewussten, oft provokanten Bildsprache.

**Datum:** Donnerstag, 28. Mai 2026

**Zeit:** 18:15 Uhr – 21:30 Uhr

**Ort:** Leopold Museum | Museumsplatz 1 | Wien  
Der Eintritt ist für DHK-Mitglieder sowie für geladene Gäste kostenfrei.

Anmeldung unter [oesterreich.ahk.de](https://oesterreich.ahk.de)

© DHK/G. Peroutka (1 + 2), Leopold Museum/Reiner Riedler (3), Musée de Dieppe/C2RMF/Thomas Clot (4), DHK/Max Slovencik (5)



## DIE VISION WEITER GEDACHT

Österreichs Start-up-Szene hat sich in den vergangenen Jahren zu einem bemerkenswerten Innovationstreiber entwickelt – mit wachsender internationaler Strahlkraft. Immer häufiger entstehen auf diese Weise Unternehmen, die nicht auf den Heimmarkt setzen, sondern von Beginn an die globale Herausforderung suchen.



**KATHARINA UNGER** zählt zu den prägenden Persönlichkeiten der internationalen Waste-to-Protein-Bewegung. Das klingt erst mal nach einer ehrenvollen Aufgabe, aber nicht unbedingt nach innovativem Unternehmerintum. Weit gefehlt: Als Gründerin und CEO von Livin Farms treibt sie bereits seit 2012 die Entwicklung nachhaltiger Kreislaufwirtschaften voran – mit einem klaren Fokus auf die Umwandlung organischer Nebenprodukte in hochwertige Insektenproteine. Die Pionierin der modernen Insektenzucht arbeitet nämlich an Technologien für die alternative Lebensmittel- und Futtermittelproduktion. Ihre Projekte und Forschungsinitiativen führten sie bereits quer durch Europa, die USA, Afrika und Asien. Neben ihrer unternehmerischen Tätigkeit ist Katharina Unger eine gefragte Stimme im internationalen Nachhaltigkeits- und Food-Tech-Sektor: Sie hält Vorträge an Universitäten und bei internationalen Konferenzen und wird weltweit regelmäßig als Keynote-Speakerin, Expertin und TV-Gast eingeladen.

#### **GLOBALE ERNÄHRUNG MIT BLICK AUF DIE ZUKUNFT**

Die Frage, wie eine wachsende Weltbevölkerung nachhaltig ernährt werden kann, zählt zu den zentralen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts – und genau hier setzt Livin Farms an: Das Wiener Unternehmen entwickelt modulare Systeme zur industriellen Insektenzucht und adressiert damit einen Markt, der weltweit an Dynamik gewinnt. Im Kern geht es um mehr als alternative Lebensmittel; es geht um ein neues Verständnis von Wertschöpfung. „Wir nutzen die zentrale Rolle von Insekten im Ökosystem, um unser Ernährungssystem im großen Maßstab wieder gesünder zu machen – indem wir Abfälle in wertvolle Lebensmittel verwandeln“, erklärt Unger. Diese Perspektive verbindet ökologische Notwendigkeit mit industrieller Skalierbarkeit. Denn Livin Farms liefert nicht nur Technologie, sondern auch gleich die dafür notwendigen integrierten Produktionssysteme. Organische Reststoffe werden solcherart zu Protein, Öl oder Dünger weiterverarbeitet – ein Ansatz, der insbesondere in Regionen mit knappen Ressourcen auf großes Interesse stößt.

Die Frage, wie eine wachsende Weltbevölkerung nachhaltig ernährt werden kann, zählt zu den zentralen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts – und genau hier setzt Livin Farms an: Das Wiener Unternehmen entwickelt modulare Systeme zur industriellen Insektenzucht und adressiert damit einen Markt, der weltweit an Dynamik gewinnt. Im Kern geht es um mehr als alternative Lebensmittel; es geht um ein neues Verständnis von Wertschöpfung. „Wir nutzen die zentrale Rolle von Insekten im Ökosystem, um unser Ernährungssystem im großen Maßstab wieder gesünder zu machen – indem wir Abfälle in wertvolle Lebensmittel verwandeln“, erklärt Unger. Diese Perspektive verbindet ökologische Notwendigkeit mit industrieller Skalierbarkeit. Denn Livin Farms liefert nicht nur Technologie, sondern auch gleich die dafür notwendigen integrierten Produktionssysteme. Organische Reststoffe werden solcherart zu Protein, Öl oder Dünger weiterverarbeitet – ein Ansatz, der insbesondere in Regionen mit knappen Ressourcen auf großes Interesse stößt.

© Paris Tsitsos for LivinFarms



Hat sich in einem Markt mit massiv wachsender Bedeutung profiliert: Enspired entwickelt KI-gestützte Lösungen für den Stromhandel.

### DENKE LIEBER GRÖßER: VON ANFANG AN INTERNATIONAL

„Unsere Idee basiert darauf, organische Reststoffe mithilfe von Insekten in wertvolle, stark nachgefragte Produkte umzuwandeln“, so Unger. Der Clou liegt dabei in der Standardisierung: Automatisierte Anlagen ermöglichen eine gleichbleibende Qualität und machen die Produktion weltweit replizierbar. Dass das Unternehmen früh auf Internationalisierung gesetzt hat, ist natürlich kein Zufall: „Wir waren von Tag eins international unterwegs“, betont Unger. Tatsächlich liegen die größten Wachstumsmärkte außerhalb Europas – etwa in Asien, Afrika oder Lateinamerika, wo alternative Proteinquellen bereits stärker etabliert sind. Gleichzeitig wächst auch in westlichen Märkten das Interesse, nicht zuletzt durch steigendes Nachhaltigkeitsbewusstsein und regulatorische Öffnungen.

### KI FÜR DEN STROMHANDEL DER ZUKUNFT

Während Livin Farms die Ernährungssysteme neu denkt, arbeitet Enspired an einer anderen zentralen Zukunftsfrage – nämlich daran, wie sich die Energiewende effizient und wirtschaftlich skalieren lässt. Das Wiener Climate-Tech-Unternehmen entwickelt KI-basierte Lösungen für den automatisierten Stromhandel und positioniert sich damit auf einem Spielfeld, das durch volatile Energiemärkte und den Ausbau erneuerbarer Energien massiv an Bedeutung gewinnt. Im Zentrum des Geschäftsmodells steht künstliche Intelligenz: Die Technologie analysiert in Echtzeit Marktdaten, Preisbewegungen und Netzschwankungen, um Strom flexibel und automatisiert zu handeln. Ziel ist es, Energieflüsse effizienter zu steuern und gleichzeitig die Integration erneuerbarer Energien zu erleichtern. „Die

Energiewende braucht intelligente Systeme, die Geschwindigkeit, Präzision und Skalierbarkeit verbinden“, heißt es in einem Presstext des Unternehmens. Denn in einem Energiemarkt, der zunehmend von kurzfristigen Schwankungen geprägt ist, wird datengetriebene Automatisierung zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor. Dabei zeigt sich auch

watt und einer bereits erfolgreich abgeschlossenen Live-Simulation treiben wir unsere Expansion mit hoher Geschwindigkeit voran. Wir freuen uns darauf, auf dieser Basis weiter aufzubauen und unsere Präsenz am italienischen Markt konsequent auszubauen“, so Jürgen Pfalzer, CCO bei Enspired.



hier ein typisches Muster erfolgreicher österreichischer Start-ups: Internationalisierung ist kein später Schritt, sondern Teil des Geschäftsmodells. Energiemärkte sind europaweit vernetzt, regulatorische Anforderungen international geprägt und Wachstumspotenziale klar global ausgerichtet.

### **DIE NACHFRAGE IST GROSS – UND SIE WÄCHST STETIG WEITER**

Diesen Mai wurde eine weitere internationale Zusammenarbeit bekannt gegeben: „Italien zählt zu den dynamischsten und anspruchsvollsten Energiespeichermärkten Europas – und wir haben uns gezielt und sorgfältig auf diesen Markt vorbereitet. Unsere Plattform hat sich bereits in zwölf Ländern bewährt, und wir sind bereit, auch hier Anlagenbetreibern leistungsstarke Lösungen zu bieten. Mit Energreen Trading haben wir einen starken Partner in Italien an unserer Seite. Mit einer Pipeline von 962 Mega-

### **QUANTENRECHNER AUS DEN HEIMISCHEN ALPEN**

Nicht weniger stark auf die Zukunft ausgerichtet ist das Geschäftsmodell von Alpine Quantum Technologies: Das Unternehmen arbeitet an Hardwarelösungen für Quantencomputer – eine Technologie, die das Potenzial hat, komplexe Probleme weit schneller zu lösen als klassische Rechner. Im Unterschied zu vielen Forschungsansätzen verfolgt das Unternehmen allerdings eine ganz klare Strategie der Anwendbarkeit: Ziel ist es, Quantencomputer nicht nur leistungsfähig, sondern auch kompakt und stabil und damit erstmals breiter nutzbar zu machen. Diese Entwicklung markiert einen entscheidenden Schritt – weg vom Labor, hin zur industriellen Anwendung. Und gerade darin liegt auch das enorme Exportpotenzial. Denn Märkte wie die USA oder Asien investieren momentan massiv

« Das Erreichen des neuen Quantum-Volume-Benchmarks zeigt, dass unsere Trapped-Ion-Architektur der vielversprechendste Weg für reale industrielle Anwendungen ist – von der Chemie bis hin zu komplexen Logistikprozessen. »

DR. THOMAS MONZ, CEO & GRÜNDER VON ALPINE QUANTUM TECHNOLOGIES



© inspired (1), Paris Tsitsos for Livin Farms (2+4), Aurelian Böhrler for Livin farms (3), D. Kühn/AQT (5)



Ein neues Selbstverständnis: Alpine Quantum Technologies setzt Standards und ist international konkurrenzfähig.

in Quantenforschung, während Europa bemüht ist, technologisch aufzuschließen. Alpine Quantum Technologies positioniert sich hier als wichtiger Baustein einer europäischen Antwort. Das Ziel ist jedenfalls längst klar formuliert: europäische Technologie international konkurrenzfähig zu machen und gleichzeitig neue Standards zu setzen. Die Spezialisierung auf Hardware könnte sich dabei als strategischer Vorteil erweisen, da sie eine Schlüsselrolle in der gesamten Wertschöpfungskette einnimmt.

#### DER TÜRÖFFNER ZU GLOBALEN MÄRKTEN

So unterschiedlich die drei Unternehmen in ihren Branchen auch sein mögen, so deutlich zeigen sich gemeinsame Muster: Sie setzen auf tiefgreifende technologische Innovation – und alle denken von Beginn an global. Der österreichische Heimmarkt spielt in der Wachstumsstrategie eine untergeordnete Rolle. Stattdessen steht die Frage im Mittelpunkt, wie sich Lösungen international skalieren lassen. Ob Ernährungssysteme, KI-gestützte Energiemärkte oder Quantenhardware: Entscheidend ist die Fähigkeit, komplexe Probleme auf eine Weise zu lösen, die weltweit relevant ist.



#### INTERNATIONAL AUF AUGENHÖHE

Dabei zeigt sich auch eine Verschiebung im Selbstverständnis: Österreich tritt zunehmend als Technologieanbieter auf Augenhöhe mit internationalen Wettbewerbern auf. Kooperationen, Export und globale Netzwerke sind also keine Option mehr, sondern Voraussetzung. Die Beispiele von Livin Farms, Enspired und Alpine Quantum Technologies geben damit durchaus guten Grund zur Hoffnung, dass Österreichs Rolle im globalen Innovationssystem mehr denn je im positiven Wandel ist: Die Kombination aus exzellenter Forschung, unternehmerischem Mut und wachsender internationaler Vernetzung schafft ein Umfeld, in dem Unternehmen entstehen können, die von Anfang an auf Weltmärkte ausgerichtet sind. ◆

© D. Kühn/AQT

# Ihr Tor zu globalen Märkten.



Wir machen globale Logistik für Sie so einfach und unkompliziert wie möglich, damit Sie sich auf das konzentrieren können, was für Sie am meisten zählt – Ihr Kerngeschäft.

## Ihre Vorteile mit den Transport- und Logistiklösungen von DACHSER:

- Flächendeckendes Stückgut-Netzwerk mit täglichen Verbindungen in alle Ecken Europas und darüber hinaus

- Lokale Ansprechpartner und gebündelte IT-Infrastruktur
- Zeitersparnis durch integrierte Services und Prozesse

Weitere Informationen und einen Ansprechpartner finden Sie hier.

[dachser.at](http://dachser.at)



# DER TAG RUND UM DEN EXPORT

Keynotes, Diskussionen, Panels und Deep Dives: Der Exporttag 26 der Außenwirtschaft Austria verspricht auch heuer wieder einer der wichtigsten Treffpunkte der österreichischen Exportwirtschaft zu werden.



Ebenfalls beim Exporttag: Florence Gaub über Entwicklungen, Szenarien und gesellschaftliche Transformationen

**AM 28. MAI 2026** verwandelt sich die Wirtschaftskammer Österreich in Wien in eine internationale Plattform für neue Märkte, globale Trends und konkrete Geschäftschancen. Unter dem Motto „Together. We shape tomorrow.“ stehen dabei vor allem Orientierung in geopolitisch herausfordernden Zeiten, internationale Vernetzung und praxisnahe Zukunftsstrategien im Mittelpunkt. Geboten wird ein breit gefächertes Programm, das klassische Vorträge mit interaktiven Formaten verbindet: Internationale Keynotes, hochkarätig besetzte Panels, Workshops, Deep Dives und persönliche Beratungsgespräche sollen Unternehmen dabei unterstützen, sich in einem zunehmend komplexen globalen Umfeld erfolgreich zu positionieren. Besonders wertvoll: Mehr als 60 Wirtschaftsdelegierte der Außenwirtschaft Austria stehen Besucherinnen und Besuchern direkt vor Ort für individuelle Gespräche zu Märkten, Branchen und internationalen Rahmenbedingungen

zur Verfügung. Ergänzt wird das Programm durch Matchmaking-Formate, Networking-Zonen und einen großen Ausstellungsbereich mit Unternehmen, Institutionen und Innovationspartnern.

## WENN DIE ZUKUNFT ZUR GEGENWART WIRD

Ein besonderer Schwerpunkt liegt heuer auf Zukunftsthemen wie künstlicher Intelligenz, geopolitischen Veränderungen, Resilienz internationaler Lieferketten sowie den Chancen neuer Wachstumsmärkte: Gerade in Zeiten globaler Unsicherheiten setzt der Exporttag bewusst auf konkrete Orientierung und praxisnahe Strategien statt auf theoretische Debatten – und damit richtet sich die Veranstaltung nicht nur an große Industriebetriebe, sondern auch an kleine und mittlere Unternehmen, die neue internationale Chancen erschließen möchten.

**VORSPRUNG DURCH INTERNATIONALE INSIGHTS**

Zu den prominentesten Speakerinnen des Exporttags 26 zählt die Zukunftsforscherin Florence Gaub: Die Politikwissenschaftlerin und Sicherheitsexpertin gilt europaweit als eine der gefragtesten Stimmen, wenn es um geopolitische Entwicklungen, strategische Zukunftsszenarien und gesellschaftliche Transformationen geht. Als Direktorin der Forschungsabteilung des NATO Defense College beschäftigt sie sich intensiv mit den Auswirkungen globaler Machtverschiebungen auf Wirtschaft, Politik und Gesellschaft. Ihre Vorträge verbinden analytische Tiefe mit verständlicher Sprache und zeigen, wie Unternehmen Unsicherheiten nicht nur bewältigen, sondern aktiv als Chancen nutzen können. Beim Exporttag 26 wird sie die Frage beleuchten, wie sich internationale Märkte durch geopolitischen Wandel langfristig verändern.

**WETTBEWERBSFÄHIGKEIT UND MARKTPPOSITIONEN**

Einen zweiten starken Akzent setzt Katja Forbes: Die international tätige Transformations- und KI-Strategin beschäftigt sich mit der Frage, wie Unternehmen künstliche Intelligenz sinnvoll mit Customer-Experience, Innovation und Unternehmenskultur verbinden können. Forbes zählt zu den profiliertesten Stimmen Europas im Bereich menschenzentrierter Digitalisierung und begleitet Unternehmen bei tiefgreifenden Veränderungsprozessen. Ihr Zugang verbindet technologische Innovation mit strategischer Führung und der Fähigkeit, Wandel nachhaltig in Organisationen zu verankern. Beim Exporttag 26 wird sie aufzeigen, warum KI längst kein Zukunftsthema mehr ist, sondern bereits heute über Wettbewerbsfähigkeit und internationale Marktpositionen entscheidet.

**CHANCEN UND WACHSTUMSIMPULSE**

Eines der aufschlussreichen Panels wird etwa mit Victoria Liedl (Head of Innovation & Technology, Außenwirtschafts-Center New York), Christa Bleyleben (Managing Partner, MassGlobalPartners) und Harald Schnidar (CEO, President & Founder, Scarletred Holding GmbH) besetzt sein. Thema ist der US-amerikanische Gesundheitsmarkt, der zwar enormes Wachstumspotenzial für innovative Unternehmen bietet, allerdings hochkomplex und stark reguliert ist. Dieses Panel liefert praxisnahe Einblicke in Markteintrittsstrategien, Kommerzialisierungswege und regulatorische Aspekte, um sich in den Bereichen Medizintechnik und Life-Sciences erfolgreich zu positionieren.

« Betrachten Sie Ihre Arbeit wie ein Schachbrett, nicht wie einen Boxing. Denken Sie strategisch. Bleiben Sie authentisch. »

KATJA FORBES, GRÜNDERIN & CEO CX EVOLUTIONIST



**DEEP DIVE MERCOSUR**

Nicht weniger spannend dürfte der Deep Dive zum Thema Mercosur werden: Nach der interimistischen Inkraftsetzung des Mercosur-Abkommens am 1. Mai 2026 entstehen neue, substantielle Marktchancen in Argentinien, Brasilien, Paraguay und Uruguay. Isabel Schmiedbauer (AußenwirtschaftsCenter Buenos Aires) und Günther Sucher (AußenwirtschaftsCenter São Paulo) geben in der innovativen Stage „The Garage“ direkte Einblicke in Zollsenkungen und neue, erleichterte Rahmenbedingungen für Exportstrategien in einem 273-Millionen-Konsument:innen-Markt.

**WAS DEN EXPORT BEWEGT**

Geopolitische Analyse, technologische Zukunftsperspektive und konkretes Praxiswissen mit Fokus auf Umsetzbarkeit: Besucherinnen und Besucher sollen nicht nur viele neue Ideen und Inspiration mitnehmen, sondern auch konkrete Kontakte, Strategien und Impulse für eine erfolgreiche internationale Geschäftsentwicklung. ♦

**INFO-BOX**

**Der Exporttag 26 auf einen Blick**

- ◆ 28. Mai 2026 | WKÖ, Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien
- ◆ Mehr als 30 internationale Speaker:innen
- ◆ Keynotes, Panels, Workshops & Deep Dives
- ◆ Über 60 Wirtschaftsdelegierte vor Ort
- ◆ Networking- & Matchmaking-Formate
- ◆ Schwerpunkte: KI, Geopolitik, Innovation & Wachstumsmärkte

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



© Debora Mittelstaedt (1), CX Evolutionist (2)

# EXPORTMOTOR NACHHALTIGKEIT

Lange galt Nachhaltigkeit in Unternehmen als hübsches Zusatzthema für Imagebroschüren. Heute hat sie sich zu einem Wettbewerbsvorteil entwickelt.



Nachhaltigkeit ist längst kein rein ökologisches Thema mehr: Sie hat sich zunehmend zu einem wirtschaftlichen Faktor entwickelt.

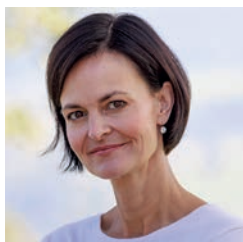
**I**NTERNATIONALE KUNDEN verlangen verstärkt energieeffiziente Produkte, transparente Lieferketten und klimafreundliche Technologien. Für heimische Unternehmen eröffnet das neue Chancen: Wer Lösungen für die Energiewende anbietet, exportiert nicht nur Produkte, sondern Zukunftsfähigkeit. Und dafür hat Österreich wirklich gute Voraussetzungen. Das Land verfügt über starke Industriekompetenz, Erfahrung im Maschinenbau und große Expertise bei Umwelt- und Energietechnologien. Immerhin beschäftigen sich laut einer aktuellen Erhe-

bung mittlerweile 84 Prozent der österreichischen Exportbetriebe intensiv mit ESG- und Nachhaltigkeitsthemen.

## DER FAKTOR ENERGIE

Die vergangenen Jahre haben – oft auf bittere Weise – gezeigt, wie eng Energie und Wettbewerbsfähigkeit zusammenhängen. Hohe Energiekosten belasten die Industrie, gleichzeitig entstehen rund um erneuerbare Energien völlig neue Märkte. Unternehmen, die Technologien für Energieeffizienz, Speicherlösungen oder nachhaltige Infrastruktur anbieten, profitieren von einem globalen Investitionsboom. Die Internationale Energieagentur (IEA)

bescheinigt Österreich aktuell eine durchaus starke Ausgangsposition bei der Energiewende – insbesondere durch Kompetenz bei Wasserkraft, Speichertechnik und erneuerbaren Energien. Für die Exportwirtschaft wird Nachhaltigkeit damit zu-



« Unser Antrieb ist die Vision von 24 Stunden Sonne, einer Welt, die das ganze Jahr den gesamten Energiebedarf aus erneuerbaren Quellen deckt. »

ELISABETH ENGELBRECHTSMÜLLER-STRAUSS, CEO FRONIUS

nehmend zum Türöffner für internationale Projekte und Lieferketten. Denn viele globale Konzerne verlangen inzwischen konkrete CO<sub>2</sub>-Strategien von ihren Partnern – wer diese Anforderungen erfüllt, verbessert also seine Chancen auf internationale Aufträge erheblich.

### FRONIUS EXPORTIERT DIE ENERGIEWENDE

Wie etwa das oberösterreichische Unternehmen Fronius International: Der Technologiebetrieb entwickelt Wechselrichter, Speicherlösungen und Systeme für Photovoltaik und E-Mobilität und ist damit weltweit erfolgreich. Erst Anfang 2026 präsentierte Fronius neue Lösungen für integrierte Solarenergie- und Speichertechnik. Die internationale Nachfrage nach solchen Technologien wächst jedenfalls stark: Besonders Europa und Nordamerika investieren massiv in den Ausbau erneuerbarer Energien. Fronius-CEO Elisabeth Engelbrechtsmüller-Strauß brachte die strategische Vision des Unternehmens auf den Punkt: „Unser Antrieb ist die Vision von 24 Stunden Sonne, einer Welt, die das ganze Jahr und rund um die Uhr den gesamten Energiebedarf zu 100 Prozent aus erneuerbaren Quellen deckt. Das ist ambitioniert, aber machbar. Bei Fronius entwickeln wir Lösungen für die intelligente

Produktion und Nutzung von Sonnenenergie für Anwendungen im Eigenheim genauso wie in Gewerbe, Industrie und solaren Großkraftwerken.“

### SETZT AUF GRÜNE ENERGIE: ANDRITZ

Auch der Grazer Technologiekonzern Andritz AG profitiert von der globalen Transformation: Das Unternehmen liefert weltweit Anlagen für Wasserkraft, Recycling, Umwelttechnik und industrielle Dekarbonisierung. Besonders in Asien wächst die Nachfrage nach energieeffizienten Industrieanlagen deutlich. Denn Energieeffizienz bedeutet immer auch Kostensenkung – ein „Nebeneffekt“, den man Kunden gut schmackhaft machen kann. Naturgemäß gewinnen gerade deshalb Technologien an Bedeutung, die Energieverbrauch und Betriebskosten reduzieren. Für Österreichs Exportwirtschaft zeigt sich damit ein klarer Trend: Nachhaltigkeit ist längst nicht mehr ein rein ökologisches Thema. Im Gegenteil, sie entwickelt sich zunehmend zu einem handfesten wirtschaftlichen Faktor und kann in vielen Fällen für genau die Unabhängigkeit sorgen, die in geopolitisch volatilen Zeiten substanziell ist. Und für so manche heimische Unternehmen wird Nachhaltigkeit wohl zu einer internationalen Chance. ◆

© Fronius International GmbH



**MESSER**   
Gases for Life

Messer Austria GmbH  
Industriestraße 5  
2352 Gumpoldskirchen  
Tel. +43 50603-0  
info.at@messergroup.com  
www.messer.at

## In der Luft steckt viel mehr, als man denkt.

Bei Messer gewinnen wir seit über 125 Jahren wertvolle und hochreine Industriegase – aus nichts weiter als purem Know-How und reiner Luft.

Und weil es dabei um den Erfolg von lebenswichtigen Industrien geht, steht für uns eines außer Frage:

**Wir machen's nicht nur gut. Wir machen's Messer!**

# STÄRKUNG & DIVERSIFIKATION: DAS GEBOT DER STUNDE

Die Oesterreichische Kontrollbank AG (OeKB) hat im März erhoben, wie sich die Situation der heimischen Exportwirtschaft in zentralen Themenfeldern darstellt. Vorstand Helmut Bernkopf über aktuelle Herausforderungen, Handlungsempfehlungen und Unterstützungsmöglichkeiten.



**Österreichs Exportwirtschaft ist nun schon seit längerer Zeit mit einem herausfordernden Umfeld konfrontiert, wozu seit Februar auch die Auswirkungen des Iran-Kriegs zählen. Was sind die wichtigsten Erkenntnisse der OeKB-Kundenbefragung?**

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass die Unternehmen über umfangreiche Erfahrungen im Umgang mit Krisen verfügen und ihre Widerstandsfähigkeit in den letzten Jahren deutlich gestärkt haben. So hat im Vergleich zu vorangegangenen Befragungen etwa die Lieferkettenproblematik deutlich abgenommen, auch wenn das Thema hoch relevant bleibt. Die Unternehmen setzen gezielt auf zusätzliche Risikostreuung: Sie suchen neue und zusätzliche Lieferanten, schließen langfristige Lieferverträge ab und setzen aktuell stärker auf den Ausbau ihrer Lagerkapazitäten. Wir stellen gemeinsam mit dem Bundesministerium für Finanzen (BMF) seit April 2024 eine attraktive Finan-

zierungsmöglichkeit zur Stärkung der Lieferketten zur Verfügung und verzeichnen eine anhaltend starke Nachfrage nach der „Vorratsinvest“. Letztes Jahr haben wir zudem eine neue Möglichkeit im Bereich Supply-Chain-Financing auf den Weg gebracht, insbesondere zur Absicherung des Bezugs von kritischen Rohstoffen und Komponenten.

**Wie stellt sich die Situation im Hinblick auf die Energieversorgung dar?**

Mit der Eskalation des Nahost-Konflikts und den Störungen auf der so wichtigen Straße von Hormus werden steigende Energiepreise natürlich wieder zu einer Belastung. Zwei Drittel der Unternehmen geben an, stark davon betroffen zu sein. Das ist zwar noch deutlich unter dem Niveau vom Frühjahr 2022 mit den durch den Ukrainekrieg ausgelösten massiven Verwerfungen, aber die hohe

Abhängigkeit von fossiler Energie wird uns einmal mehr schmerzlich aufgezeigt. Deshalb kann ich es nicht oft genug betonen: Der Ausbau der erneuerbaren Energie sowie der Verteiler- und Übertragungsnetze und Speicherkapazitäten ist von elementarer Bedeutung für den Erhalt und die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des Standorts.

**Was planen die befragten Unternehmen in dieser Situation, und wie kann die OeKB sie dabei unterstützen?**

Es werden vor allem weitere Investitionen in Energiesparmaßnahmen und erneuerbare Energien geplant. Und bereits jedes zweite Unternehmen hat die Absicht, Speicheranlagen auf bzw. auszubauen. Den Ausbau erneuerbarer Energien können wir mit der Finanzierungsmöglichkeit Exportinvest Green Energy bereits seit 2023 zu sehr attraktiven Konditionen unterstützen. Und seit Februar können mit der „Exportinvest EVU“ auch österreichische Energieversorgungsunternehmen große Teile ihrer Investitionen in die Versorgungssicherheit über die OeKB finanzieren. Damit soll der Netzausbau erleichtert werden, was sich in weiterer Folge auch auf die Stromkosten für Exportunternehmen auswirkt.

**In der Umfrage zu Jahresbeginn 2024 zeigte sich der Trend, verstärkt neue Märkte zu erschließen, besonders Südostasien und Nordamerika rückten in den Fokus. Wie sieht es aktuell aus?**

Hier hat sich das Bild deutlich verändert, die geo- und handelspolitischen Konflikte der letzten Monate haben ihre Spuren hinterlassen. Pläne für die Ausweitung bestehender Auslandsaktivitäten gewinnen an Bedeutung, während die Dynamik bei der Erschließung neuer Märkte im

« Im Hinblick auf die genannten Hoffnungsmärkte zeigt sich eindeutig: Europa rückt wieder stärker ins Zentrum. »

MAG. HELMUT BERNKOPF,  
MITGLIED DES VORSTANDS OeKB

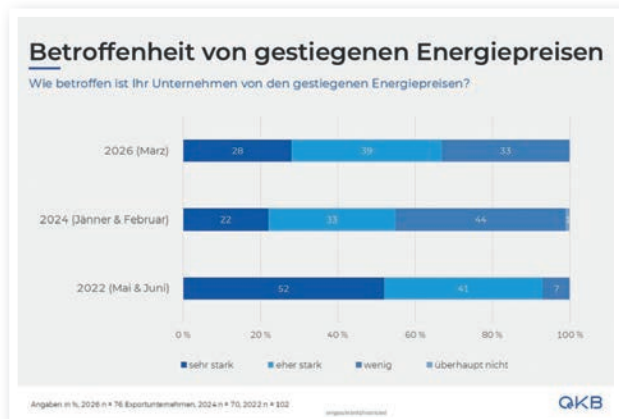


Vergleich zur letzten Umfrage etwas nachlässt – drei von vier Unternehmen verfolgen aber weiterhin dieses Ziel. Im Hinblick auf die genannten Hoffnungsmärkte zeigt sich eindeutig: Europa rückt wieder stärker ins Zentrum und wird von rund 60 Prozent genannt. Südostasien sowie Nordamerika werden aktuell hingegen nur mehr von jedem dritten Exportunternehmen als Hoffnungsmärkte gesehen – 2024 war es noch jedes zweite.

**Wie stufen Sie diese Entwicklung ein?**

Im Hinblick auf die aktuellen Unsicherheiten ist diese Entwicklung natürlich verständlich. Und es gibt ja auch in Europa viel Geschäftspotenzial – was noch deutlich gesteigert werden könnte, wenn die EU endlich bei der Integration des Binnenmarkts vorankommen würde. Gleichzeitig muss jedoch klar gesagt werden: Schwellen- und Entwicklungsländer weisen weiterhin ein deutlich dynamischeres Wirtschaftswachstum auf, und daran muss die heimische Exportwirtschaft partizipieren. Die OeKB und das BMF tun jedenfalls alles dafür, um sie dabei bestmöglich zu unterstützen. Wir sind hier auch zunehmend proaktiv und als Trade-Creator tätig, indem wir beispielsweise ausländischen Abnehmern Kreditlinien für Zukäufe aus Österreich anbieten oder gezielt an ausländische Generalunternehmen herantreten. Österreichs Unternehmen haben jedenfalls die Technologien und das Know-how, um auf allen Kontinenten Erfolge zu erzielen. ♦

67



**INFO-BOX**

♦ **Über die Umfrage**

Die Kundenbefragung wurde durch die INTEGRAL Markt- und Meinungsforschungsges.m.b.H. im Auftrag der OeKB durchgeführt. Zwischen dem 2. und 31. März 2026 wurden im Rahmen einer Onlinebefragung 76 Exportunternehmen zu den Themenfeldern Energieversorgung und Energiesicherheit, Lieferketten, Umwelt und Nachhaltigkeit, Regulatorik sowie Hoffnungs- und Risikomärkte befragt. Alle Angaben wurden ausschließlich aggregiert ausgewertet.

© Magnific/Freepix (1), OeKB/David Sailer (2), OeKB (3)



## WEIL TRADITION ALLEIN NICHT REICHT

Österreichs Exportwirtschaft lebt nicht unbedingt von großen Schlagzeilen, sondern von Unternehmen, die oft seit Jahrzehnten – manche seit Generationen – hoch spezialisierte Produkte in alle Welt liefern. Gerade diese traditionsreichen Industriebetriebe stehen jedoch unter wachsendem Druck. Wie bleiben sie fit für den Markt?

**G**LOBALE KONKURRENZ, Digitalisierung, geopolitische Unsicherheiten und die grüne Transformation verändern die Spielregeln der internationalen Märkte rasant. Das spüren auch wir, hier, auf der Insel der nicht mehr ganz so Seligen. Dass viele heimische Unternehmen dennoch wettbewerbsfähig bleiben, hat einen klaren Grund:

Sie kombinieren Erfahrung mit konsequenter Innovation. Der Erfolgsfaktor liegt dabei weniger im radikalen Neuanfang als in permanenter Weiterentwicklung – technologisch, organisatorisch und strategisch. Ein entscheidender Hebel ist dabei naturgemäß Forschung und Entwicklung: Österreich zählt innerhalb Europas weiterhin zu den

Mit dem glaubwürdigen Sympathieträger Cro und dem trendigen Near-Water-Produkt „Infinity Water“ macht sich Gasteiner auf zu neuen Marktufern.



forschungsintensivsten Ländern. Laut Statistik Austria lag die Forschungsquote 2024 bei 3,35 Prozent des BIP – zum damaligen Zeitpunkt ein neuer Höchstwert: Insgesamt flossen rund 16,1 Milliarden Euro in diesen so wichtigen Bereich. Damit liegt Österreich weiterhin in der europäischen Spitzengruppe.

### FORSCHUNG ALS ÜBERLEBENSSTRATEGIE

Gerade exportorientierte Unternehmen investieren traditionell besonders stark in Innovation. Der Grund ist einfach: Wer international mithalten will, kann sich kaum über Größe oder Preise behaupten, sondern über Qualität, Spezialisierung und technologische Vorsprünge. Viele Be-

triebe entwickeln daher hochkomplexe Lösungen für Nischenmärkte – von Spezialmaschinen über Umwelttechnik bis hin zu Sensorik oder Hightechmaterialien. Diese Strategie macht uns seit Jahren zu einem Land der sogenannten Hidden Champions, also von Unternehmen, die in ihrer Sparte weltweit oder europaweit zu den Marktführern zählen, außerhalb ihrer Branche aber kaum bekannt sind. Je nach Studie werden derzeit rund 190 bis knapp 200 solcher Hidden Champions in Österreich gezählt. Besonders stark vertreten sind Maschinenbau, Metallverarbeitung, Elektronik und industrielle Zulieferbetriebe. Auffällig ist dabei, dass viele dieser Unternehmen Familienbetriebe mit langer Geschichte sind. Ihre Stärke liegt in langfristigem Denken, hoher Eigenkapitalquote und einer Unternehmenskultur, die weniger auf schnelle Quartalsergebnisse als auf nachhaltige Marktführerschaft ausgerichtet ist.

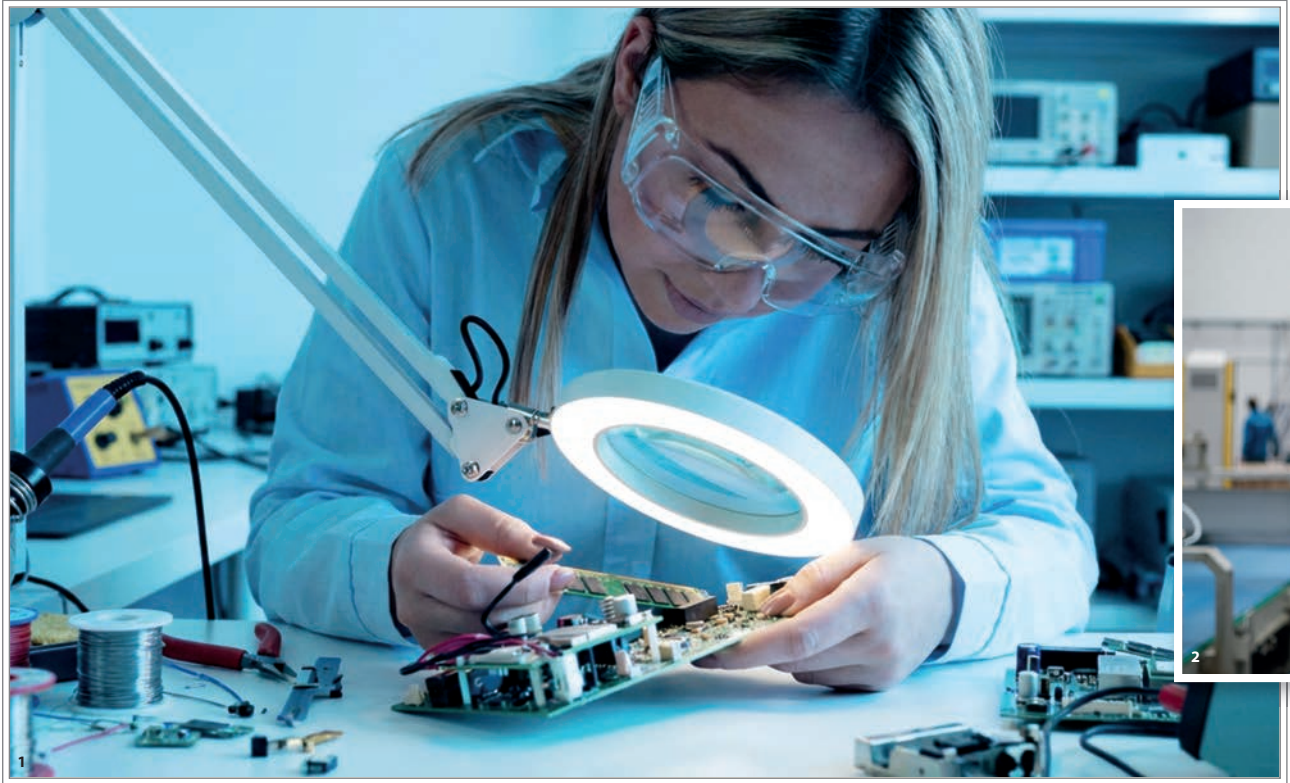
### GASTEINER ERSCHLIESST NEUEN MARKT

Auch die Traditionsmarke Gasteiner hat die Zeichen der Zeit erkannt – und positioniert sich in einem der volumenstärksten Mineralwassermärkte Europas, nämlich Deutschland. Langeweilige Zeitgenossen denken nun vielleicht: Was kann man denn an Mineralwasser schon neu erfinden? Gasteiner zeigt es vor: Mit dem erstmaligen Markteintritt von „Infinity Water“ in Deutschland will das Unternehmen nicht nur seine geografische Präsenz erweitern, sondern gezielt neue Wachstumsfelder im Getränkemarkt erschließen. Deutschland gilt traditionell als Hochburg des Mineralwasserkonsums. Pro Kopf werden jährlich rund 120 bis 150 Liter konsumiert – Tendenz stabil auf hohem Niveau. Gleichzeitig verändert sich das Nachfrageverhalten: Konsumentinnen und Konsumenten greifen zunehmend zu kalorienarmen, funktionalen und geschmacklich dezenteren Alternativen. Das sogenannte Near-Water-Segment profitiert besonders von diesem Trend, da es Natürlichkeit, Geschmack und Lifestyle verbindet.

### KLARE POSITIONIERUNG IM TRENDSEGMENT

Genau hier setzt „Infinity Water“ an: Die Range umfasst drei Sorten – Orange, Himbeer-Zitrone sowie Zitrone – und kombiniert prickelndes Mineralwasser mit direkt gepresstem Saft, ohne zugesetzten Zucker oder künstliche Aromen. Die Produkte richten sich gezielt an eine jüngere, Lifestyle-affine Zielgruppe, die bewusste Ernährung mit Erlebniswert verbindet. Ein zentraler Hebel für den Deutschlandstart ist die Kooperation mit dem deutschen Künstler Cro, der die Zitronen-Edition mitentwickelt hat. Die Zusammenarbeit geht über klassisches Co-Branding

© Ines Thomsen (1), Alpine Brands GmbH & Co KG (2)



Wer international mithalten will, kann sich kaum über Größe oder Preise behaupten – sondern über Qualität, Spezialisierung und technologische Vorsprünge.

hinaus und zahlt auf die Markenidentität ein: Musik, Emotion und Hydration verschmelzen zu einem ganzheitlichen Konzept. Die limitierte Edition fungiert dabei als aufmerksamkeitsstarker Türöffner im Handel und stärkt die Differenzierung im Wettbewerbsumfeld. Neben der inhaltlichen Positionierung setzt das Produkt aber auch auf starke Aktivierungsmechaniken am Point of Sale: Gewinncodes unter jeder Dosenlasche, die Zugang zu Konzerttickets oder exklusiven Musikerlebnissen bieten, schaffen zusätzliche Kaufanreize und verknüpfen das Produkt direkt mit der Musikkultur. „Ich sehe Musik als Sprache der Emotionen. In einer Zeit, die von ‚Immer schneller,

höher und weiter‘ geprägt ist, wünsche ich mir, dass Menschen den Moment und ihre Emotionen wieder bewusster wahrnehmen“, erklärt Walter Scherb, CEO der Alpine Brands GmbH & CO KG, die „Infinity Water“ vertreibt.

### DIVERSIFIKATION ALS STRATEGISCHER NÄCHSTER SCHRITT

Für Gasteiner markiert der Deutschland-Start jedenfalls einen konsequenten Ausbau der bestehenden Marken- und Wachstumsstrategie. Der Deutschland-Markteintritt ist eine strategische Erweiterung des relevanten Kernmarkts und eine gezielte Weiterentwicklung im wachstumsstarken Near-Water-Segment. Diese Diversifikation

ermöglicht es, neue Konsumenten systematisch zu erschließen und das Portfolio über das etablierte Kerngeschäft hinaus zukunftsorientiert zu erweitern: Mit „Infinity Water“ gelingt der Brückenschlag zwischen Tradition und Zeitgeist – und der Eintritt in einen Markt, der sowohl durch Größe als auch durch Innovationspotenzial überzeugt.



« In einer Zeit, die von ‚Immer schneller, höher und weiter‘ geprägt ist, wünsche ich mir, dass Menschen den Moment und ihre Emotionen wieder bewusster wahrnehmen. »

WALTER SCHERB, CEO ALPINE BRANDS GMBH & CO KG

## IDEEN, INNOVATIONEN UND EXZELLENZ

Getränke kann man mit Ideenreichtum und Emotion positionieren, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Das ist aber

nur eine Facette des wirtschaftlichen Erfolgskonzepts – es spielen noch weitere wesentliche Faktoren mit, um einen Traditionsbetrieb fit für die Zukunft zu machen: Die digitale Transformation etwa hat mittlerweile längst auch klassische Industriebetriebe erfasst. Produktionsprozesse werden automatisiert, Lieferketten digital vernetzt und Entwicklungsprozesse zunehmend durch künstliche Intelligenz unterstützt. Vor allem im internationalen Wettbewerb mit asiatischen und amerikanischen Konzernen wächst der Druck zur Modernisierung. Themen wie Smart Manufacturing, datengetriebene Pro-

duktion oder digitale Zwillinge gelten mittlerweile nicht mehr als Zukunftsmusik, sondern als Voraussetzung für Wettbewerbsfähigkeit. Viele österreichische Unternehmen setzen deshalb verstärkt auf Industrie-4.0-Konzepte; Ziel ist nicht mehr ausschließlich höhere Effizienz, sondern auch mehr Flexibilität. Denn internationale Märkte reagieren heute schneller und volatiler als früher. Wer Produktionsprozesse digital steuern kann, reagiert schneller auf Lieferengpässe, Nachfrageschwankungen oder neue Kundenanforderungen. Und das gilt für Getränkehersteller wie Gasteiner ebenso wie für den Maschinenbau.

## DER MENSCH BLEIBT DER ENTSCHIEDENDE FAKTOR

Trotz aller Technologie ist und bleibt die Verfügbarkeit qualifizierter Fachkräfte ein zentraler Standortvorteil Österreichs. Das duale Ausbildungssystem, die enge Zusammenarbeit zwischen Industrie, Fachhochschulen und technischen Universitäten sowie die starke Ingenieurstradition gelten international weiterhin als Stärke des Wirtschaftsstandorts. Exportorientierte Industriebetriebe profitieren ganz besonders davon, dass Fachwissen oft direkt in die Produktion und Entwicklung einfließt. Viele Unternehmen investieren daher massiv in Weiterbildung, interne Schulungsprogramme und Kooperationen mit Forschungseinrichtungen. Zugleich wächst allerdings auch die Sorge mit Blick auf den Fachkräftemangel: Besonders technische Berufe, IT-Spezialisten und Ingenieure sind stark gefragt. Für

viele Unternehmen wird die Fähigkeit, qualifizierte Mitarbeiter zu gewinnen und langfristig zu halten, zunehmend zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor.

## NEUE MÄRKTE, NEUE RISIKEN

Parallel dazu verändert sich aber auch die geografische Ausrichtung der Exportwirtschaft quasi im Stundentakt. Deutschland bleibt zwar mit Abstand Österreichs wichtigster Handelspartner: Das Handelsvolumen mit unseren Nachbarn lag 2025 bei rund 119,4 Milliarden Euro. Gleichzeitig versuchen viele Unternehmen jedoch, ihre Absatzmärkte breiter aufzustellen – denn vor allem Nordamerika, Teile Asiens und zunehmend auch Afrika gewinnen an Bedeutung. Eine Diversifizierung soll helfen, Abhängigkeiten zu reduzieren und neue Wachstumschancen zu erschließen. Gerade die Krisen der vergangenen Jahre und der Gegenwart – von Pandemie bis Lieferkettenproblemen – haben vielen Unternehmen gezeigt, wie riskant eine zu starke Konzentration auf einzelne Märkte sein kann. Und dann wäre da noch die grüne Transformation der Industrie: Nachhaltige Produktion, Energieeffizienz und klimafreundliche Technologien entwickeln sich zunehmend vom regulatorischen Thema zum Wettbewerbsvorteil. Österreichische Unternehmen sehen darin oft eine Chance, ihre technologische Kompetenz international auszuspielen – insbesondere im Bereich Green Tech.

## DANK SYMBIOSE AUS ALT UND NEU ZU ZEITLOSER STÄRKE

Der Erfolg vieler österreichischer Exportunternehmen scheint letztlich auf einer ungewöhnlichen Kombination zu beruhen: Tradition und Transformation schließen einander nicht nur nicht aus, sondern verstärken sich geradezu gegenseitig. Es sind insbesondere die älteren Industrieunternehmen, die oft über jahrzehntelang aufgebautes Know-how, stabile Kundenbeziehungen und hohe technische Kompetenz verfügen – und die gleichzeitig konsequent in Forschung, Digitalisierung und nachhaltige Technologien investieren. Unterstützt wird dieser Wandel zusätzlich durch Forschungsk Kooperationen und Förderprogramme, die Wissenschaft und Wirtschaft enger vernetzen sollen. Ziel ist es, Innovationen schneller aus Laboren in marktfähige Produkte überzuführen. Unsere Exportwirtschaft steht damit fast schon exemplarisch für einen Industriestandort, der sich nicht über Größe definiert, sondern über Spezialisierung, Qualität und Anpassungsfähigkeit. Oder anders gesagt: Viele erfolgreiche Unternehmen des Landes beweisen derzeit, dass man auch mit jahrzehntelanger Geschichte noch erstaunlich zukunftsfähig sein kann – oder vielleicht sogar sein muss. ◆





## WAS DIE TRANSITION ANTREIBT

Lange Zeit galt die Kreativwirtschaft als sympathische Randerscheinung der Wirtschaft: inspirierend, urban, kulturell interessant – aber wirtschaftspolitisch gerne ein bisschen unterschätzt. Genau das könnte sich nun mit dem „Innovationsprogramm Kreativwirtschaft 2030“ nachhaltig ändern.

**MIT DEM** „Innovationsprogramm Kreativwirtschaft 2030“ will Österreich die Creative Industries stärker als wirtschaftlichen Motor positionieren. Die Botschaft dahinter ist klar: Kreativität ist längst nicht mehr bloß Verpackung, sondern ein zentraler Wettbewerbsfaktor in einer Zeit, in der sich Wirtschaft, Technologie und Gesellschaft gleichzeitig verändern. Dabei geht es allerdings um deutlich mehr als Design, Werbung oder Film: Die österreichische Kreativwirtschaft umfasst längst Bereiche wie Archi-

tektur, Games, Mode, Musik, Multimedia, Software, Filmproduktion oder digitale Content-Entwicklung – und wirkt zunehmend als Innovationspartnerin klassischer Industrien. Die WKÖ beschreibt die Creative Industries heute als „wichtige Innovationsakteure“, die Unternehmen bei der digitalen, ökologischen und gesellschaftlichen Transformation unterstützen. Das neue Programm will genau diese Rolle stärken – und Österreich bis 2030 als attraktiven Standort für kreative Wertschöpfung ausbauen.



Delikate Gefühlswelten in ebensolche Bilder und Designs zu verpacken, ist nur eine Facette des Portfolios der international ausgezeichneten Kreativagentur Moodley.

haben. Gerade deshalb will das Innovationsprogramm weniger auf klassische Industriepolitik als auf Vernetzung, Innovation und Skalierung setzen. Im Zentrum steht die sogenannte Triple Transition – also die gleichzeitige ökologische, digitale und gesellschaftliche Transformation. Kreative Unternehmen sollen dabei helfen, Produkte, Prozesse und Dienstleistungen neu zu denken. Oder anders formuliert: Wenn Unternehmen nachhaltiger, digitaler und international wettbewerbsfähiger werden wollen, braucht es nicht nur Technik, sondern auch Gestaltung, Storytelling, User-Experience und kreative Strategien. Das Bundesministerium für Wirtschaft formuliert das entsprechend deutlich: Die Kreativwirtschaft soll „aktiv zur Gestaltung einer nachhaltigen Zukunft beitragen“ – mit Fokus auf Umwelt- und Klimaschutz, soziale Kohäsion und digitale Souveränität. Eine starke Ansage jedenfalls.

### IDEEN WERDEN ZUM BUSINESSMODELL

Spannend ist aber auch, wie breit die Definition der Creative Industries inzwischen geworden ist. Ein wunderbares



2



3

### DIE KREATIVWIRTSCHAFT ALS ÜBERSETZERIN DER TRANSFORMATION

Die Ausgangslage dafür ist durchaus bemerkenswert und positiv, denn Österreich verfügt über eine im europäischen Vergleich starke Kreativszene mit international erfolgreichen Agenturen, Architekturbüros, Games-Studios, Filmproduktionen, Musiklabels und Tech-Unternehmen. Allerdings ist die Branche gleichzeitig extrem kleinteilig organisiert: Viele Unternehmen sind Ein-Personen-Unternehmen oder kleine Studios, die hoch innovativ arbeiten, aber leider nur allzu oft begrenzte finanzielle Ressourcen

Beispiel dafür ist das Linzer Umfeld rund um die Tabakfabrik und die „Creative Region Linz & Upper Austria“. Dort arbeiten Designerinnen, Softwareentwickler, Architekturbüros, Games-Studios und Technologieunternehmen oft Tür an Tür; aus klassischen Kreativbranchen entstehen dabei technologieorientierte Geschäftsmodelle. Wirtschafts- und Innovationsstadtrat Thomas Gegenhuber: „Die Tabakfabrik entwickelt sich zu einem neuen Stadtteil inmitten von Linz, der zu einem attraktiven, begrünten Freiraum der Innovation werden und das gemeinschaftliche Leben fördern soll.“

© Moon Studios (1), arx anima (2), Schenkel Delikatessen/Nada und Cornelius Kloss-Klimt (3)



Die Tabakfabrik in Linz bietet Platz für unterschiedliche Vertreterinnen und Vertreter der Kreativbranche – und für Konzerte.



### KREATIVITÄT ALS EXPORTFAKTOR

Auch Unternehmen wie das Wiener Design- und Innovationsstudio Moodley zeigen, wie stark kreative Kompetenzen inzwischen mit strategischer Produktentwicklung verschmelzen. Moodley arbeitet unter anderem in den Bereichen Markenentwicklung, Produktdesign und nachhaltige Innovationsprozesse und kooperiert dabei regelmäßig mit Industrie- und Technologieunternehmen. Das Unternehmen war außerdem mehrfach international ausgezeichnet – unter anderem mit den begehrten Red Dot Awards und dem German Design Award. Und auch die heimische Animations- und Medienbranche exportiert zu-

nehmend kreative Inhalte in die ganze Welt: Das Wiener Studio Arx Anima zählt schon seit Jahren zu den international erfolgreichsten Animationsunternehmen Europas und war unter anderem an großen Hollywoodproduktionen wie „Happy Feet Two“ oder auch einem „The Lego Movie“ beteiligt. Das Unternehmen zeigt exemplarisch, wie österreichische Kreativleistungen längst Teil globaler Produktionsketten geworden sind. Ähnliches gilt für die heimischen Entwicklerstudios für Games: Studios wie Mi’pu’mi Games oder Moon Studios zeigen seit Jahren, dass kreative Inhalte aus Österreich international äußerst erfolgreich sein können. Games gelten mittlerweile längst nicht mehr nur als Unterhaltungsprodukt, sondern auch als Innovationsfeld für Visualisierung, Simulation und KI-Anwendungen. Exakt diese internationale Wettbewerbsfähigkeit soll durch das Kreativprogramm weiter gestärkt werden: Förderungen, Netzwerke und Innovationsprogramme sollen helfen,



« Die Kreativwirtschaft ist nicht nur Teil unserer Wirtschaft, sie ist Treiber für neue Lösungen. »

MAG.ª ANGELIKA SERY-FROSCHAUER,  
VIZEPRÄSIDENTIN KOMMR. WKÖ

2

kreative Ideen schneller und nachhaltig in wirtschaftlich erfolgreiche Modelle zu verwandeln.

### NEUE FÖRDERLOGIK STATT KLASSISCHER SUBVENTION

Bemerkenswert ist dabei die neue Logik hinter vielen Maßnahmen, denn anstatt bloßer Kulturförderung will das Innovationsprogramm auf unternehmerische Skalierung und Innovationskraft setzen. So öffnet etwa die Austria Wirtschaftsservice Gesellschaft Programme wie „Preseed“ oder „Seedfinancing“ gezielt auch für Kreativunternehmen. Gleichzeitig entwickelt die Kreativwirtschaft Austria neue Open-Innovation-Formate, Workshops und

Fähigkeit, komplexe Technologien verständlich, nutzerfreundlich und emotional erlebbar zu machen, immer wichtiger. Oder wie es so schön im aktuellen Kreativwirtschaftsbericht heißt: „Die Kreativwirtschaft ist die Brückenbauerin der Transformation.“ Auch WKÖ-Vizepräsidentin Angelika Sery-Froschauer betont die strategische Bedeutung der Branche: „Die Kreativwirtschaft ist nicht nur Teil unserer Wirtschaft, sie ist Treiber für neue Lösungen.“ Um auch noch den ehemaligen Arbeits- und Wirtschaftsminister Martin Kocher anlässlich der Präsentation des Creative-Industries-Rats zu zitieren: „Die Creative Industries sind aktive Mitgestalterinnen und Mitgestalter der ökologischen, gesellschaftlichen und digitalen Transformation.“



Vernetzungsangebote. Die Wirtschaftsagentur Wien wiederum unterstützt Kreativunternehmen direkt bei der Entwicklung neuer Produkte oder Dienstleistungen. Gefördert werden solcherart etwa Personalkosten, Marketingmaßnahmen, Softwareentwicklung oder internationale Markteintritte – teilweise sind hier Förderungen von bis zu 200.000 Euro möglich.

### DER KAMPF GEGEN DAS „NICE-TO-HAVE“-IMAGE

Trotz aller Dynamik kämpft die Branche allerdings noch immer mit alten Klischees. Viele Kreativunternehmen gelten wirtschaftspolitisch nach wie vor als „weich“ oder schwer messbar. Dabei zeigen aktuelle Berichte, dass die Branche längst ein relevanter Wirtschaftsfaktor ist: Die Kreativwirtschaft schafft ganz real Arbeitsplätze, entwickelt Innovationen und wirkt als Impulsgeberin für andere Branchen. Gerade in Zeiten von KI und Digitalisierung wird die

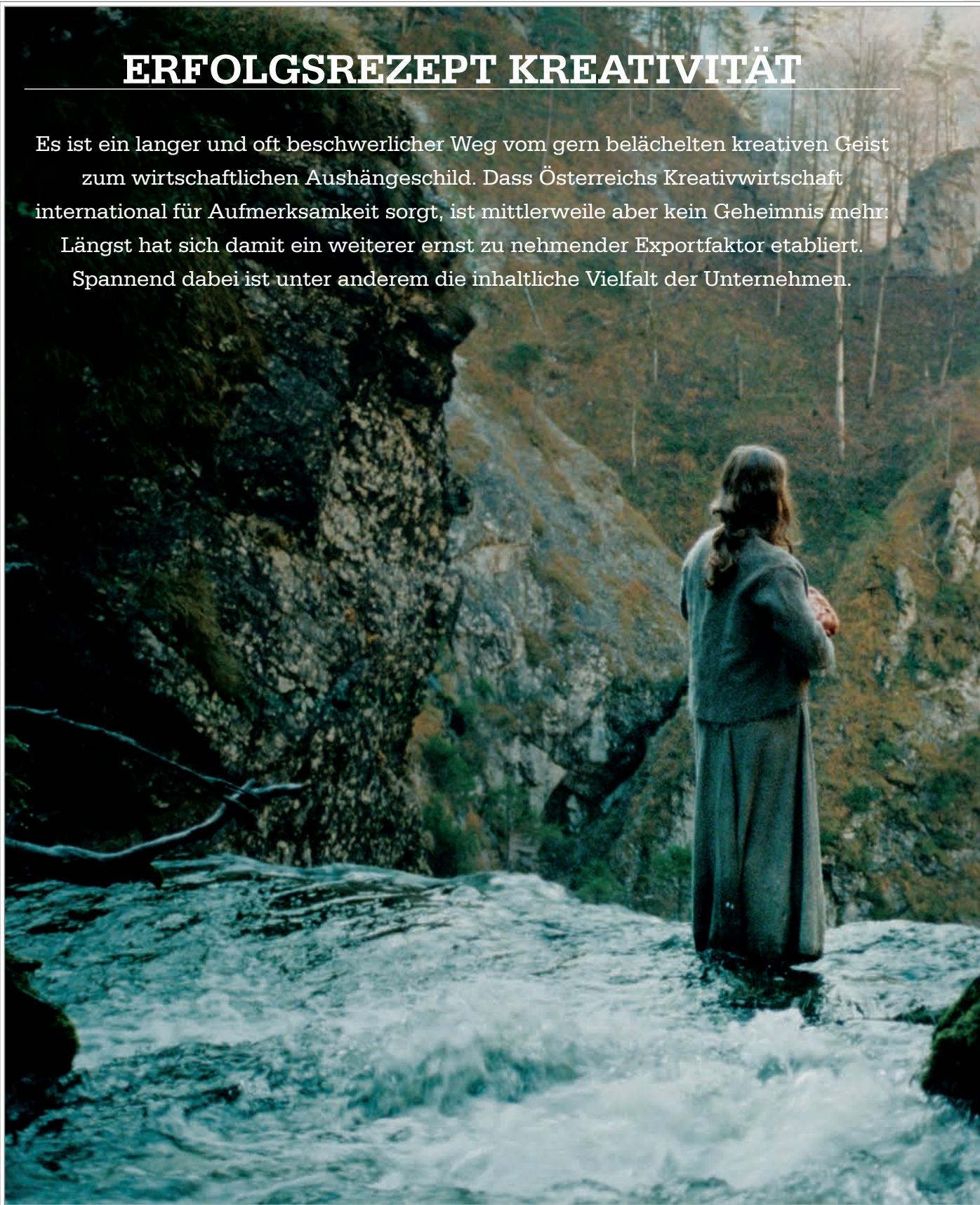
### KULTUR VS. WIRTSCHAFT?

Vielleicht – und mit etwas Glück – gelingt ja tatsächlich so etwas wie ein echter Paradigmenwechsel. Nämlich dass die Kreativwirtschaft zunehmend nicht mehr nur kulturpolitisch gedacht, sondern als Innovations- und Wirtschaftssektor verstanden wird. Das würde auch den Blick auf kreative Berufe verändern: Designerinnen, Games-Entwickler, UX-Spezialisten oder Kommunikationsstrateginnen könnten damit zu wichtigen Akteuren wirtschaftlicher Transformation werden. Natürlich ist davon auszugehen, dass das Kreativprogramm 2030 nicht alle strukturellen Probleme der Branche auf einen Schlag lösen wird. Viele Unternehmen kämpfen weiterhin mit Finanzierung, Fachkräftemangel oder hoher Projektunsicherheit. Doch erstmals existiert eine vergleichsweise klare wirtschaftspolitische Strategie für die Branche – und das gibt den in vielerlei künstlerischer Hinsicht ideenreichen Köpfen des Landes durchaus Grund zur Hoffnung. ♦

© Raphael Sperl (1), STARMAPR the fine art of Photography (2), Bethesda (3), arx anima (4), moodley (5)

## ERFOLGSREZEPT KREATIVITÄT

Es ist ein langer und oft beschwerlicher Weg vom gern belächelten kreativen Geist zum wirtschaftlichen Aushängeschild. Dass Österreichs Kreativwirtschaft international für Aufmerksamkeit sorgt, ist mittlerweile aber kein Geheimnis mehr: Längst hat sich damit ein weiterer ernst zu nehmender Exportfaktor etabliert. Spannend dabei ist unter anderem die inhaltliche Vielfalt der Unternehmen.





**VON DIGITALEN** Plattformen über Designmöbel und Musiklabels bis hin zu preisgekrönten Filmen und international gefragten Agenturen zeigt sich eines immer deutlicher: Österreichs Kreativwirtschaft ist global konkurrenzfähig – und wird dabei in der Öffentlichkeit oft dennoch erstaunlich wenig wahrgenommen. Ausnahmen bestätigen natürlich auch hier die Regel. Gerade das macht aber viele dieser Unternehmen so bemerkenswert: Sie treten vielleicht selten laut auf, sind aber in ihren jeweiligen Bereichen international präsent, technologisch innovativ oder stilprägend. Ihre Produkte, Kampagnen, Filme oder digitalen Lösungen erreichen Millionen Menschen weltweit. Und sie beweisen, dass Kreativität längst kein „weicher Faktor“ mehr ist, sondern ein ernst zu nehmender Wirtschaftsmotor – diesbezügliche Bestrebungen von staatlicher Seite untermauern das mit speziellen Förderungen und anderen Arten der Unterstützung.

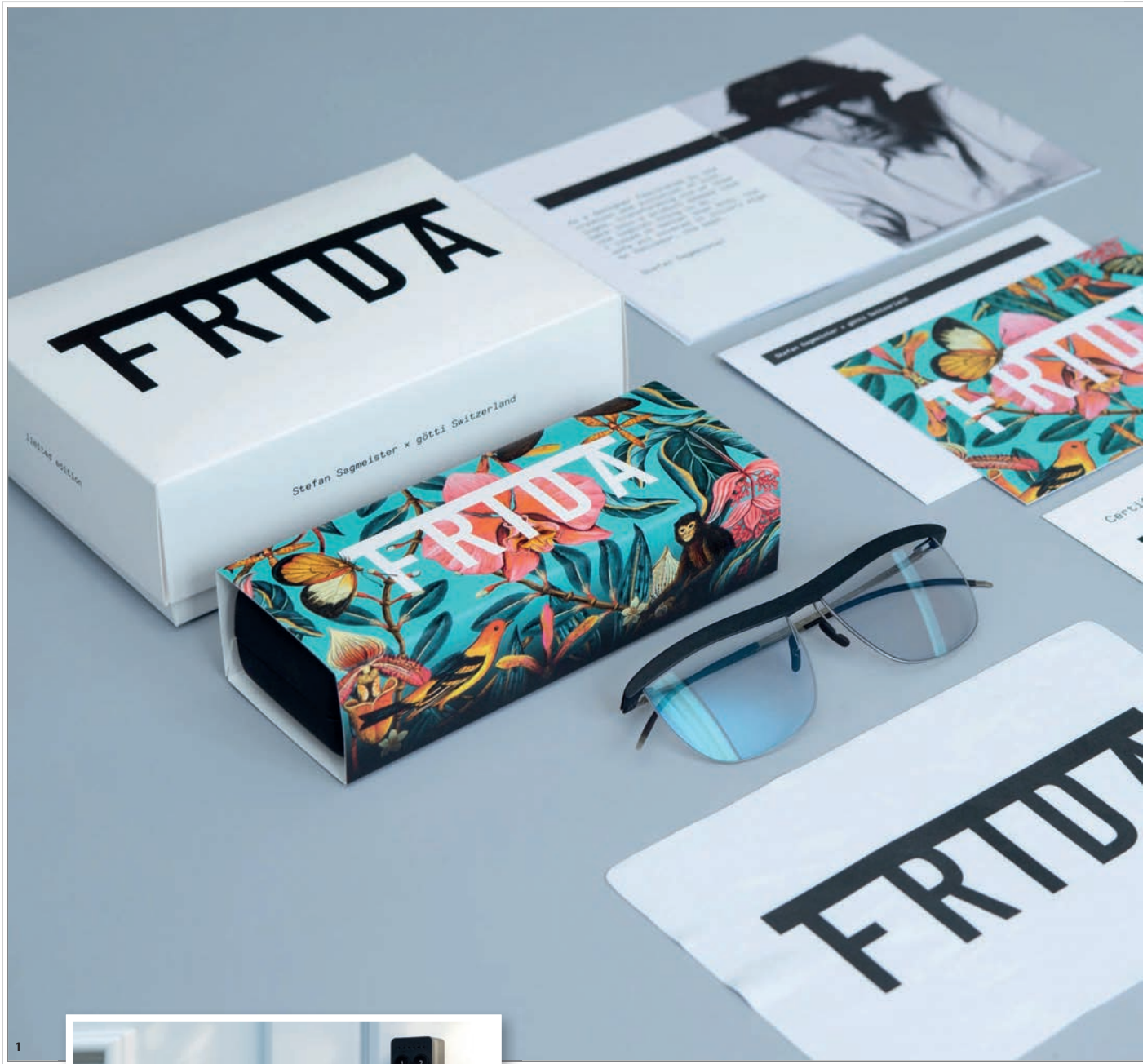
### **ZWISCHEN TECHNOLOGIE, DESIGN UND POPKULTUR**

Die österreichische Kreativwirtschaft ist heute deutlich breiter aufgestellt als noch vor wenigen Jahren. Sie umfasst nicht mehr nur klassische Werbeagenturen oder Kulturbetriebe, sondern verbindet Design, Technologie, Softwareentwicklung, Architektur, Film, Musik und Kommunikation. Besonders erfolgreich sind dabei oft jene Unternehmen, die kreative Ideen mit international skalierbaren Geschäftsmodellen kombinieren – und genau darin dürfte wohl eine der großen Stärken des Standorts Österreich liegen: Viele Firmen verbinden technisches Know-how mit gestalterischer Qualität und einem starken Verständnis für Markenführung. Ein gutes Beispiel dafür ist etwa das Wiener Unternehmen Playbrush. Das Start-up entwickelte vor einigen Jahren intelligente Zahnbürsten, die Zahnputzen mithilfe von Gamification spielerisch gestalten. Die Zahnbürste wird dabei zum Game-Controller, verbunden mit einer App, die vor allem Kinder motivieren soll. Die Idee klingt zunächst verspielt – dahinter steckt jedoch ein international erfolgreiches Health-Tech-Konzept.

### **VOM HEIMISCHEN BADEZIMMER AUF DEN WELTMARKT**

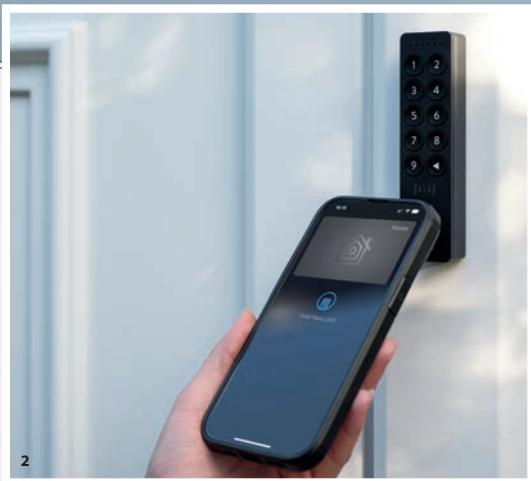
Playbrush wurde 2015 von Paul Varga, Matthäus Ittner und Tolulope Ogunsina gegründet und entwickelte sich rasch zu einem international beachteten Start-up. Das Unternehmen operierte früh zwischen Wien und London und setzte von Beginn an auf internationale Märkte. Besonders bemerkenswert: Das Unternehmen kombinierte Hardware, Software und Entertainment zu einer eigenständigen

© Ulrich Seidl Filmproduktion



78

1



2

Markenwelt. Im Laufe der Jahre arbeitete Playbrush unter anderem mit Partnern wie Unilever zusammen und expandierte in zahlreiche europäische Märkte. Zusätzlich erhielt das Unternehmen internationale Aufmerksamkeit durch Auszeichnungen, TV-Auftritte und starke Testergebnisse. Die Aufbauarbeit hat sich jedenfalls ausgezahlt: Im Jahr 2021 wurde das Unternehmen von der global agierenden Sunstar Group übernommen.



« Um wirklich innovativ zu sein, musst du ignorieren, was du zu wissen glaubst. »

STEFAN SAGMEISTER, GRAFIKDESIGNER UND TYPOGRAF



bei: Nuki verbindet Produktdesign, Benutzerfreundlichkeit, Technologie und Markeninszenierung auf bemerkenswerte Weise. Heute gilt Nuki als europäischer Marktführer im Bereich smarter Nachrüsttschlösser. Das Unternehmen wächst seit Jahren stark, expandiert zunehmend international und strebt inzwischen auch den US-Markt an. Gleichzeitig bleibt die Marke stark mit Österreich verbunden – sowohl in ihrer Kommunikation als auch im Designanspruch.

### DESIGNKOMPETENZ ALS ÖSTERREICHISCHE STÄRKE

Dass österreichisches Design weltweit gefragt ist, zeigt auch das Traditionsunternehmen Bene. Der Büromöbelhersteller mit Wurzeln in Niederösterreich zählt seit Jahrzehnten zu den bekanntesten Designmarken des Landes – und steht exemplarisch für jene Unternehmen, die österreichische Gestaltungskompetenz mit internationalem Vertrieb verbinden. Bene-Möbel finden sich in Büros, Konzernen und Institutionen auf der ganzen Welt. Dabei geht es längst nicht mehr nur um Tische und Sessel, sondern um komplette Arbeitswelten. Denn in Zeiten hybrider Arbeit hat sich die Bedeutung kreativer Raumgestaltung massiv verändert: Unternehmen suchen heute flexible, kommunikative und identitätsstiftende Arbeitsumgebungen. Genau in diesem Bereich konnte sich Bene international positionieren. Die Stärke des Unternehmens liegt dabei aber nicht nur im Produktdesign, sondern auch in der Fähigkeit, Trends früh zu erkennen – Themen wie New Work, kollaborative Arbeitsräume oder nachhaltige Materialien wurden bei Bene bereits behandelt, bevor sie zum globalen Mainstream wurden.

Zu seinen Kunden zählen die Rolling Stones, HBO, das Guggenheim Museum und Jay-Z: Stefan Sagmeister.

### KREATIVE LÖSUNGEN, DIE SICH AUCH IM ALLTAG BEWÄHREN

Ähnlich funktioniert auch der Erfolg von Nuki. Das Grazer Unternehmen entwickelt intelligente Türschlösser, die das Smartphone zum Haustürschlüssel machen. Was zunächst nach einem Nischenprodukt für Technikfans klang, mauserte sich innerhalb weniger Jahre zu einem europaweit erfolgreichen Smart-Home-Unternehmen. Spannend da-

### ÖSTERREICHISCHE KREATIVE WERDEN ZU GLOBALEN MARKEN

Kaum jemand verkörpert die internationale Sichtbarkeit österreichischer Kreativität so stark wie Stefan Sagmeister. Der aus Vorarlberg stammende Designer zählt seit Jahren zu den weltweit bekanntesten Grafikdesignern. Er arbeitete unter anderem für die Rolling Stones, HBO, Lou Reed oder das Guggenheim Museum; seine Arbeiten wurden

© Stefan Sagmeister x götti Switzerland (1), NUKI (2), Norman Posselt (3)



Dass funktionales Möbeldesign durchaus auch einen Kunstanspruch haben darf, beweist Bene immer wieder eindrucksvoll.

international ausgezeichnet und in renommierten Museen ausgestellt. Dabei steht Sagmeister vielleicht auch für eine Generation österreichischer Kreativer, die weltweit erfolgreich ist, ohne ihre gestalterische Eigenständigkeit aufzugeben. Seine Arbeiten bewegen sich zwischen Grafikdesign, Kunst, Typografie und gesellschaftlichem Kommentar. Bemerkenswert ist dabei seine Haltung zur Kreativität selbst: In Interviews betont Sagmeister gern die Bedeutung von Neugier, Experimentierfreude und persönlicher Handschrift. „Mut zu haben, hat sich für mich immer ausgezahlt“, lautet ein gern zitierter Satz von ihm – und vielleicht beschreibt dieser Satz letztlich auch den Weg vieler österreichischer Kreativunternehmen.

#### **EIN FILM MIT GROSSER WIRKUNG**

Aber nicht nur Unternehmen, auch einzelne kreative Produktionen können internationale Strahlkraft entwickeln.

Ein eindrucksvolles Beispiel dafür ist der österreichische Film „Des Teufels Bad“ von Veronika Franz und Severin Fiala: Der Film sorgte international für Aufmerksamkeit, lief auf renommierten Festivals und wurde für seine Bildsprache, Atmosphäre und kompromisslose Inszenierung gelobt. Produktionen wie diese zeigen, dass Österreich im Bereich Film längst mehr ist als historische Kulisse oder Förderstandort. Der internationale Erfolg österreichischer Filme basiert nicht selten auf einer klaren kreativen Handschrift; statt sich an globale Mainstream-Muster anzupassen, setzen viele Produktionen bewusst auf Eigenständigkeit. Und das macht sie interessant. „Des Teufels Bad“ verbindet historische Stoffe mit psychologischem Horror und arthousiger Bildästhetik – propagiert also genau jene Mischung aus kulturellem Anspruch und internationaler Vermarktbarkeit, die heute im globalen Streaming- und Festivalmarkt gefragt ist.



### ROT-WEISS-ROTE AGENTUREN MIT GLOBALEM KUNDENPORTFOLIO

Auch Österreichs Agenturszene hat sich in den vergangenen Jahren massiv internationalisiert – längst arbeiten Wiener Kreativagenturen nicht mehr ausschließlich für österreichische Kunden. Eine Entwicklung, die sich bei der Agentur Loop deutlich zeigt: Das Unternehmen zählt mittlerweile zu den international bekanntesten österreichischen Digitalagenturen und arbeitet für globale Marken wie Porsche, Adidas, Audi, Red Bull oder Breitling. Loop verbindet dabei Technologie, Content, Design und digitale Markenführung auf eine Weise, die vielleicht exemplarisch für die moderne Kreativwirtschaft steht und bei der die Grenzen zwischen klassischer Werbung, Softwareentwicklung, User-Experience und Entertainment zunehmend verschwimmen. Hinzu kommt ein Bereich, der in der modernen Kreativwirtschaft immer wichtiger wird: datengetriebene Kommunikation. Kreativität entsteht heute nicht mehr ausschließlich aus gestalterischer Intuition, sondern zunehmend auch aus Nutzeranalysen, digitalen Plattformlogiken und technologischem Verständnis.

### KREATIVE SOFTWARE AUS ÖSTERREICH EROBERT DIE WELT

Besonders dynamisch entwickelt sich aktuell der Bereich digitaler Kreativtechnologien – ein Paradebeispiel dafür ist

#### INFO-BOX

##### Die kreativen Firmen unserer Story

- ◆ **Playbrush** – Wiener Health-Tech-Unternehmen, das intelligente Zahnbürsten und Gamification-Lösungen für Kinder entwickelt hat. [www.sunstargum.com](http://www.sunstargum.com)
- ◆ **Nuki** – Grazer Smart-Home-Unternehmen und europäischer Marktführer für intelligente Nachrüstürschlösser. [www.nuki.io](http://www.nuki.io)
- ◆ **Bene** – österreichischer Designmöbelhersteller mit internationalem Fokus auf moderne Arbeitswelten und Office-Konzepte. [www.bene.com](http://www.bene.com)
- ◆ **Des Teufels Bad** – international gefeierter österreichischer Spielfilm von Veronika Franz und Severin Fiala mit weltweiten Festivalerfolgen. [teufelsbad.plaionpictures.com](http://teufelsbad.plaionpictures.com)
- ◆ **LOOP** – international tätige Digitalagentur aus Österreich mit Kunden wie Porsche, Adidas, Durex oder Nespresso. [www.agentur-loop.com](http://www.agentur-loop.com)
- ◆ **Stefan Sagmeister** – weltbekannter österreichischer Designer und Typograf mit Projekten für globale Kultur- und Musikmarken. [www.sagmeister.com](http://www.sagmeister.com)
- ◆ **Storyblok** – in Österreich gegründete Content-Management-Plattform für internationale Marken und digitale Erlebnisse. [www.storyblok.com](http://www.storyblok.com)
- ◆ **Napalm Records** – international erfolgreiches österreichisches Independent-Label für Rock und Metal mit globalem Künstlernetzwerk. [www.napalmrecords.com](http://www.napalmrecords.com)



Was 1992 in einem kleinen Zimmer und mit Opas Hilfe begann, ist heute ein internationales Heavy-Rock-Imperium.

Storyblok. Das ursprünglich in Linz gegründete Unternehmen entwickelte ein sogenanntes Headless CMS – also ein modernes Content-Management-System, das Unternehmen ermöglicht, Inhalte flexibel auf unterschiedlichsten Plattformen auszuspielen. Was auf den ersten Blick technisch klingt, ist tatsächlich ein zentrales Werkzeug moderner Markenkommunikation. Internationale Unternehmen benötigen heute Inhalte für Websites, Apps, digitale Screens, E-Commerce-Plattformen oder Social Media gleichzeitig. Genau dafür entwickelte Storyblok eine Lösung. Der Erfolg ist erstaunlich: Mittlerweile nutzen internationale Marken wie Adidas, Netflix, Renault oder Oatly die Plattform. Storyblok zählt weltweit zehntausende Nutzerinnen und Nutzer und konnte in mehreren Finanzierungsrunden hohe Investments einsammeln.

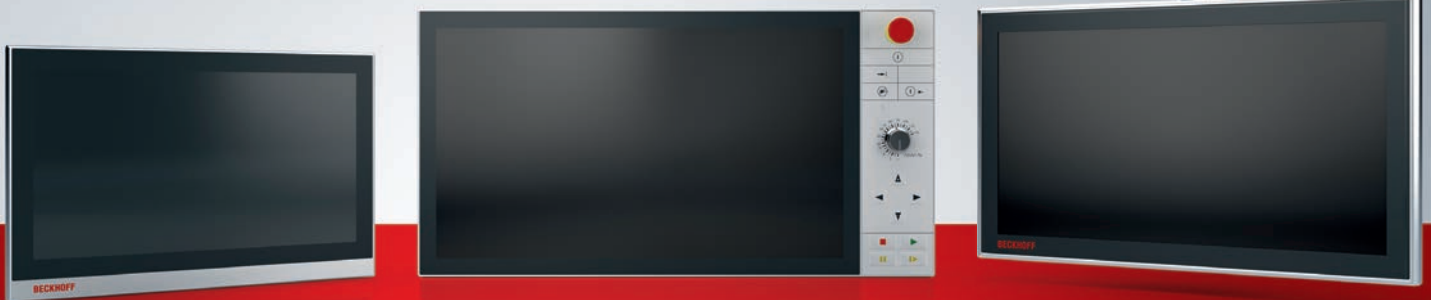
### ROCK UND HEAVY METAL – AUS DEN ALPEN FÜR DEN GANZEN PLANETEN

Dass Kreativexporte nicht immer hip und geschniegelt daherkommen müssen, beweist Napalm Records: Das Label

mit Sitz in Österreich entwickelte sich in den vergangenen Jahrzehnten zu einer internationalen Größe im Bereich harter Musik – und gilt heute als das größte Rock- und Heavy-Metal-Independent-Label der Welt. Es arbeitet mit Bands rund um den Globus und verfügt über ein globales Vertriebs- und Vermarktungsnetzwerk. Das Label ist dabei aber längst weit mehr als nur ein Musikverlag: Mit internationalem Artist-Management, Merchandising, Publishing und digitalem Marketing ist man äußerst breit und stabil aufgestellt. Bemerkenswert ist dabei vor allem die Konsequenz, mit der Napalm Records seine Nische global besetzt hat, denn während viele Musiklabels in den vergangenen Jahren unter massivem Druck standen, konnte das österreichische Unternehmen seine internationale Position sogar noch kontinuierlich ausbauen. Vielleicht liegt aber auch genau darin eine wichtige Erkenntnis für die gesamte Kreativwirtschaft: Internationale Erfolge haben die Eigenschaft, gern dort zu entstehen, wo Unternehmen klare eigene Profile entwickeln – anstatt möglichst allen gefallen zu wollen. ◆

© Napalm Records

# Multitouch-Panels für alle Anwendungen



Das Beckhoff Multitouch-Panel-Portfolio bietet das passende Gerät für jeden Einsatzort und jede Leistungsanforderung. Verschiedene Displaydiagonalen und Schutzklassen lassen sich mit unterschiedlichen Anschlussarten kombinieren: Vom schlanken CP-Link-4-Control-Panel bis zum Panel-PC mit einer CPU von Intel® Core™ i7 als Herz der zentralen Steuerung. Wenn die Skalierbarkeit des Standardportfolios nicht ausreicht, lassen sich Beckhoff Multitouch-Panels ab Stückzahl 1 mit einem individuellen Logo oder einer angepassten Tastererweiterung ausstatten. Auch für ein komplett kundenspezifisches Design stellen Beckhoff Multitouch-Panels die richtige Basis dar.

- 9 verschiedene Diagonalen von 7–24 Zoll
- klassische und moderne Seitenverhältnisse: 4:3, 5:4 und 16:9
- Tastererweiterungen und verschiedene mechanische Erweiterungen kombinierbar
- als passives Control Panel oder Panel-PC
- höchste Leistungsdichte, zum Beispiel mit einem Intel® Core™ i7 der elften Generation
- als Einbaugeräte oder zur Integration direkt am Tragarm mit unterschiedlichsten Anbringungsmöglichkeiten



Scannen und  
mehr über das  
Multitouch-  
Einsatzspek-  
trum erfahren

New Automation Technology

**BECKHOFF**

Raiffeisenlandesbank  
Oberösterreich



# WIR. STÄRKEN. UNTERNEHMEN.

Die Raiffeisenlandesbank Oberösterreich steht für eine neue Selbstverständlichkeit: Kund:innen sind nicht Teil des Geschäftsmodells, sie stehen bei uns im Mittelpunkt unseres Handelns und können sich dabei auf die Stabilität und Sicherheit der einzigen Top-5 Bank Österreichs mit 100% österreichischen Eigentümern verlassen.

WIR MACHT'S MÖGLICH.