

05 | 2024
September

DIE WIRTSCHAFTSZEITUNG DER **OÖNachrichten**

PEGASUS



Österreichische Post AG MZ 13Z039591 M OÖN, Promenade 23, 4020 Linz

EINKAUFEN 4.0

Wie sieht der Handel der Zukunft aus?

➔ Seite 3 bis 8

WERBUNG

SEEING IS CREATING

#ChangingPerspectives
To create future mobility

Perspektiven verändern, neue Wege beschreiten – für innovative Technologien und Materialien, die heute die Standards von morgen definieren. Daran arbeiten wir jeden Tag in enger Abstimmung mit unseren Kunden sowie Experten auf der ganzen Welt. Und so gestalten wir mit Bionik neue Erlebniswelten in Kabinen, machen

dank Ultraleichtbau Flugzeuge immer leichter oder sind Vorreiter bei der Urban Air Mobility. Wir wollen mit unseren disruptiven Lösungen Mobilität neu denken und unser Leben verbessern. Der Mensch steht dabei immer im Mittelpunkt.

BEYOND HORIZONS

facc.com

FACC

PEGASUS
EDITORIAL

05 | 2024



Von Dietmar Mascher

Auf einem deutschen Privatsender lief kürzlich eine Dokumentation über die Zukunft des Einkaufens. Lange Zeit wurden dabei die Vorteile des Onlineeinkaufs in den schönsten Farben dargestellt. Erst am Ende des Beitrags erlebte der bis dahin so glückliche Kunde auch die Schattenseite: Sein Arbeitgeber, ein Handelsunternehmen, feuerte ihn, weil er überflüssig geworden war.

Onlinehandel hat viele Vorteile. Aber man sollte sich auch immer vor Augen führen, wo die Wertschöpfung erzielt wird, welche Auswirkungen er auf Innenstädte und Arbeitsplätze im eigenen Land hat und wie ein schwindender Handel in den Städten und Gemeinden auch unser Zusammenleben beeinträchtigt. Gleichzeitig muss der stationäre Handel wieder flotter und kundenfreundlicher werden, damit Einkaufen wieder mehr zum Erlebnis wird.

In dieser Ausgabe des Pegasus beleuchten wir das Thema von unterschiedlichsten Seiten. Ich wünsche Ihnen ein Leseerlebnis, das Ihnen Vergnügen bereiten soll.

Stv. Chefredakteur
Leiter des WirtschaftsressortsDARÜBER
SPRICHT
OBERÖSTERREICH**Düsterer Wirtschaftsausblick und lange Krise**

Österreichs Wirtschaft verharrt in der Krise. Diesen ernüchternden Befund stellte das Wirtschaftsforschungsinstitut Wifo in seinem im September veröffentlichten Konjunkturbericht fest. Besonders betroffen seien die Industrie und die Bauwirtschaft. „Die derzeitige Rezession in der Herstellung von Waren ist die zweitlängste Krise seit mehr als 20 Jahren“, sagte Wifo-Ökonom Marcus Scheiblecker. Nur die Krise zu Beginn der Jahrtausendwende habe länger gedauert. Damals seien jedoch die Produktionseinbußen deutlich geringer gewesen.

**Pierer und Mateschitz steigen bei Rosenbauer ein**

Eine Kapitalspritze von Stefan Pierer, Mark Mateschitz und Raiffeisen brachte dem Leondinger Feuerwehrausstatter Rosenbauer wieder finanziellen Spielraum. Die Pierer-Gruppe übernimmt mit 50,1 Prozent die Kontrolle, abgegeben werden die Aktien der Rosenbauer Beteiligungsverwaltung, hinter der die Nachkommen des Gründers Johann Rosenbauer stehen. Diese fällt von 51 auf 17,23 Prozent zurück. Im ersten Halbjahr drehte das operative Ergebnis wieder auf plus 0,7 Millionen Euro, nach Zinsen waren es noch minus drei Millionen Euro.



Fotos: Apa, Rosenbauer, BMW

In Steyr wird der erste E-Motor für BMW produziert

Im BMW-Werk in Steyr startete die Vorserienproduktion für E-Motoren. Die Investition in den Standort von einer Milliarde Euro stelle einen wesentlichen Schritt in die Zukunft des Standorts Steyr im Konzern dar, so BMW-Werksleiter Klaus von Moltke. Bis 2030 soll die Hälfte des Absatzes E-Motoren betreffen. Im September bekamen Mitarbeiter prominenten Besuch: Ex-Gouverneur und Schauspieler Arnold Schwarzenegger besuchte das Werk in Steyr. Er unterstützt die Initiative in Richtung grüne Mobilität.

Cyber-Security: Mensch, Organisation und Technik müssen perfekt zusammenspielen

WERBUNG



Für die Abwehr aktueller Gefahren werden nicht nur leistungsfähige Security-Lösungen, sondern auch ein perfektes Zusammenspiel von Mensch, Organisation und Technik benötigt.

Aktuelle Studien zur IT-Sicherheit in Österreich zeigen besorgniserregende Entwicklungen in der digitalen Bedrohungslandschaft. Demnach steigen sowohl die Anzahl als auch die Qualität der Cyberangriffe. Auch Deepfakes, Desinformationskampagnen sowie die fortschreitende Nutzung von künstlicher Intelligenz (KI) stellen eine ernstzunehmende Bedrohung dar.

Zwar helfen KI-Tools bei der Phishing-Erkennung sowie -Prävention und der automatisierten Reaktion auf Sicherheitsvorfälle, allerdings nutzen auch Angreifende diese Technologie zunehmend für ihre Attacken. Für Unternehmen bedeutet das: Sie müssen ihre Cybersecurity-Strategien dringend anpassen, um den wachsenden Bedrohungen gerecht zu werden. Es braucht moderne Sicherheitskonzepte, wie

zum Beispiel das Zero-Trust-Modell, sowie eine kontinuierliche Weiterentwicklung der Schutzmaßnahmen. Zudem muss Sicherheit ganzheitlich gedacht und das Zusammenspiel von Mensch, Organisation und Technik optimiert werden, denn jede dieser Säulen spielt eine entscheidende Rolle für die Cyberresilienz von Unternehmen.

Mitarbeitende für den Umgang mit Sicherheitsrisiken sensibilisieren

Der Faktor Mensch ist oft der kritischste Punkt einer Sicherheitsstrategie. Ein falscher Klick kann im schlimmsten Fall der Auslöser für eine Ransomware-Attacke sein. Unternehmen sollten ihre Beschäftigten daher laufend für aktuelle Cyberbedrohungen sensibilisieren, um die Risiken durch menschliches Fehlverhalten zu

minimieren. Verpflichtende E-Learning-Programme vermitteln das Basiswissen für einen sicheren Umgang mit Daten und klären über typische Risiken auf.

Standardisierte Prozesse stärken die Sicherheit auf organisatorischer Ebene

Um als Organisation resilienter zu werden, brauchen Unternehmen standardisierte Prozesse für das Risikomanagement sowie ein übergreifendes Information Security Management System (ISMS), das Informationssicherheit systematisch in allen Unternehmensprozessen verankert. Nur so lassen sich die immer strenger gesetzlichen Vorgaben und Compliance-Verpflichtungen wie etwa NIS 2 erfüllen. Als Digitalisierungspartner der Wirtschaft können die Security-Expert:innen von

Österreichs größtem IT-Systemhaus ACP dabei helfen, den Reifegrad der organisatorischen Sicherheit zu überprüfen und zu ermitteln, in welchen Bereichen Optimierungsbedarf besteht.

Mit modernen Security-Lösungen den Angreifenden einen Schritt voraus sein

Die dritte wichtige Säule einer modernen Sicherheitsstrategie ist die Technik. Unternehmen müssen geeignete Security-Lösungen einsetzen, um mögliche Schwachstellen zu schließen, erfolgreiche Attacken frühzeitig zu erkennen und abzuwehren sowie das Risiko von Angriffen zu minimieren.

Dazu zählen unter anderem Systeme, die den Datenverkehr im Netzwerk kontinuierlich auf verdächtige Aktivitäten überwachen oder Sicher-

heitslücken identifizieren, bevor sie von Angreifenden ausgenutzt werden.

Tipp

Mit Unterstützung von ACP können Sie eine Sicherheitsarchitektur aufbauen, die aktuellen Bedrohungen gewachsen ist, maximalen Schutz für Ihre sensiblen Daten bietet und auch den aktuellen Compliance-Anforderungen entspricht. Für einen persönlichen Beratungstermin kontaktieren Sie uns per E-Mail an ooe@acp.at oder telefonisch unter +43 501880.

ACP IT for innovators.

So kaufen wir in Zukunft ein

Smarte Einkaufswagen, selbst scannen – die Einkauf-Trends im Überblick *Von Clemens Thaler*



Die Digitalisierung macht auch vor unserem Einkaufsverhalten nicht halt: Einen Snack oder ein Getränk aus dem Regal nehmen, am Terminal selbst einscannen, per App oder Bankomatkarte zahlen und rausgehen – im smarten Lebensmittelladen geht das schnell und unkompliziert.

In Österreich gibt es bereits eine Vielzahl unterschiedlicher Konzepte von „Smart Stores“ – vom Hofladen bis zu Selbstbedienungskassen und bald intelligenten Einkaufswagen in Supermärkten. Walk-in-Formate, Lebensmittelmärkte mit oft reduzierter Ladenfläche sind etwa in Deutschland ein Trend. Die Kunden scannen die Produkte meist selbst und bezahlen an Selbstbedienungskassen. In anderen Ländern und Läden gibt es gar keine Kassen, die Produkte werden per Kamera erfasst. Die Kunden hinterlegen ihre Zahlungsdaten vor dem ersten Einkauf in einer App und können Produkte einfach einpacken und den Laden verlassen („Grab&Go“). Der Einkauf wird automatisch abgerechnet, die Rechnung folgt per Mail oder Kreditkarte.

Der Einsatz von Robotern

Auch der vermehrte Einsatz von Robotern und Maschinen im stationären Handel werde laut Experten in Zukunft zunehmen. Bei kleinen und schnellen Einkäufen haben Walk-in-Formate Vorteile: „Viele Menschen mögen es nicht, lange anzustehen“, sagt Kai Hudetz vom

Handelsforschungsinstitut IFH Köln. Deshalb würden besonders im ländlichen Raum Läden ohne Personal sinnvoll sein. Dort fehle es oft an gut erreichbaren Einkaufsmöglichkeiten, und wegen der niedrigen Kundenzahl sind Läden mit Personal häufig nicht rentabel. Aus ähnlichen Gründen steigt auch die Zahl an Verkaufsautomaten, die Produkte rund um die Uhr verfügbar machen. Dort können die Kunden auf einem Bildschirm oder in der Vitrine die gewünschten Lebensmittel auswählen, die automatisch kommissioniert und einem Ausgabefach entnommen werden können.

Smart Stores werden sich als dauerhafte, relevante Nische etab-

lieren, glauben Handelsexperten, die dabei von einer Marktconsolidierung ausgehen. Dass smarte Läden die normalen Supermärkte verdrängen, werde aber nicht passieren.

Grenzen werden verschwimmen

Wie die KPMG-Studie „Trends im Handel 2025“ zeigt, werden die Grenzen zwischen online und offline weiter verschwimmen. Im Onlinehandel werden geringere Wachstumszahlen erwartet. Die Trends: Was man im Internet bestellen kann, wird auch im Internet bestellt, sperrige oder beratungsintensive Waren finden weiterhin vor allem in den Innenstädten und auf der grünen Wiese ihre Käufer – gegebenenfalls mit erforderlichen Lieferdiensten.

Auch Lebensmittel werden immer häufiger online gekauft – darin steckt laut Studie auch das größte Wachstum. Nicht zuletzt deshalb werden Internetriesen wie Amazon auf diesem Markt (Lebensmittelhandel) aktiv. Wie nachhaltig – in ökologischer wie ökonomischer Hinsicht – all das sein wird, bleibe allerdings abzuwarten, nachdem es in der Branche zuletzt nicht übermäßige Margen gab. In Großbritannien gibt es mittlerweile schon Versand-Flatrates, die Pandemie hat hier vieles beschleunigt und letztlich auch die etablierten Handelsketten zum Handeln gezwungen. Laut Experten stehe eines fest: Smartes Einkaufen und mehr Onlinehandel sind die Zukunft.



„Wir glauben, dass die genaue Kenntnis der Kunden ein Schlüssel ist. Um erfolgreich zu sein, muss man deren Bedürfnisse in den Mittelpunkt stellen.“

Kai Hudetz, Geschäftsführer des Kölner Handelsforschungsinstituts IFH



Foto: KI generiert

ENTGELTLICHE EINSCHALTUNG

**5G & GLASFASER.
INDIVIDUELL. INNOVATIV.
IHR TECHNOLOGIE-VORSPRUNG!**

**LINZ AG
TELEKOM**

Mehr Erfolg für Ihr Business. Profitieren Sie von der Kombination aus 5G und Glasfaser der LINZ AG TELEKOM. www.linzag-telekom.at

„Der Handel muss seine Hausaufgaben machen“

Konkurrenz, verhaltene Kunden: Der Handel ist ein hartes Pflaster, dem sich aber auch große Chancen bieten. *Von Elisabeth Prechtl*

Die Zeiten für den heimischen Handel sind schwierig: Auf die coronabedingten Lockdowns folgten Lieferkettenprobleme und stark gestiegene Energie-, Miet- und Personalkosten als Folge der hohen Inflation. Die Konsumenten agieren aufgrund der gestiegenen Lebenshaltungskosten zurückhaltend: Nominell sind die Umsätze im Einzelhandel im zweiten Quartal laut Statistik Austria zwar um 0,4 Prozent gestiegen, inflationsbereinigt ergab sich ein Minus von 1,5 Prozent im Vorjahresvergleich. Zudem hat es bereits einige Insolvenzen namhafter Händler gegeben, etwa der Modehandelskette Esprit und des Deko-Anbieters Depot.

„Der Handel ist ein hartes Geschäft, das war schon immer so. Der Wettbewerb ist groß und die Konsumenten sind anspruchsvoll“, sagt Cordula Cerha vom Institut für Retailing & Data Science der Wirtschaftsuniversität Wien.

Mit den chinesischen Anbietern Temu und Shein ist dem österreichischen Handel starke Konkurrenz erwachsen: Das Angebot reicht von Kleidung über Schmuck und Kosmetika bis zu Elektronik, erworben wird mit extrem niedrigen Preisen. Laut Handelsverband kommen täglich 30.000 Pakete von asiatischen Plattformen in Österreich an. Die Ware kommt per Luftfracht nach Europa, die Lieferzeiten konnten so extrem verkürzt werden. „Viele Kunden sind auch einfach neugierig. Es besteht aber die Hoffnung, dass die Nachfrage

sich einbremsen wird, auch weil die Produkte in Bezug auf Gesundheit und Sicherheit oft zu wünschen übrig lassen.“ Zudem sei zu bezweifeln, ob mit dem aggressiven Marketing langfristig kostendeckend gearbeitet werden könne und ob es Temu und Shein gelingen werde, die Preise so günstig zu belassen.

Retourquote als großes Problem

Den Abgang auf den stationären Handel gibt es laut Cerha seit Jahren. Aber der Onlinehandel habe den stationären nicht verdrängt, und das werde auch in Zukunft nicht passieren: „2022 lag der Onlineanteil bei den Konsumausgaben bei rund 15 Prozent.“ Standardisierte Produkte würden sich besser als andere für den Onlinehandel eignen. Ob Online sich im Lebensmittelhandel durchsetzen wird, sei fraglich.

Das große Problem des Onlinehandels sind die Retouren: Die Retourquote liegt beispielsweise bei Mode laut Cerha bei gut 50 Prozent, das sei für die Händler mit hohen Kosten verbunden. Bei einer Einführung von Gebühren ist aber unklar, ob die Konsumenten dann noch bereit wären, online zu kaufen. Das Institut für Handel, Absatz und Marketing an der Linzer JKU hat diese Bereitschaft im Zuge einer Studie erhoben: Bei Kosten von fünf Euro je Rücksendung gaben 40 Prozent der Befragten an, dass sie weniger online kaufen würden. Der Handel versucht, die Retourquoten unter anderem mit Produktbeschreibungen, -bewertungen und besserer Fotografie in den Griff zu bekommen.

Stationäre Geschäfte hätten Zukunft, allein schon deshalb, weil Impulskäufe online schwierig seien. Der österreichische Handel muss laut Cerha aber seine Hausaufgaben machen: „Diese sind seit Jahren bekannt. Den Kunden muss ein Mehrwert geboten werden, entweder in Form von Erlebnissen und Freizeitgestaltung oder durch eine schnelle, einfache und bequeme Erledigung. Weiß der Kunde genau, was er will, ist der Onlinehandel im Vorteil. Ist er sich nicht sicher, wird es aufgrund der Fülle an Möglichkeiten und Angeboten schnell unübersichtlich.“ Hier liege auch die große Chance des stationären Handels, durch Beratung und das Treffen einer Vorauswahl zu punkten.

Der durchschnittliche Kunde unterscheide nicht zwischen online und stationär: „Recherchiert wird oft online, dann wird das Produkt im Geschäft begutachtet, später online gekauft und, wenn es nicht passt, eventuell stationär zurückgegeben.“ Die Verzahnung der Kanäle sei die „Königsdisziplin“. Mit der Digitalisierung der Gesellschaft geht auch eine Digitalisierung des Handels einher. Im Lebensmittel Einzelhandel setzen sich die digitalen Preisschilder durch (mehr dazu auf Seite 5), im Textilhandel kommt zum Teil vereinzelt bereits der RFID-Tag zum Einsatz: Dieser basiert auf einer Chiptechnologie und funktioniert über elektromagnetische Felder. Die Produkte werden vom Konsumenten in eine Schale gelegt, erfasst und bezahlt. Für den Lebensmittelhandel gilt das System aber als zu teuer, weil für jeden Chip Kosten im Centbereich anfallen.

„Eine Technologie setzt sich immer dann durch, wenn sie für die Händler Kosten senkt und die Be-



„Mit der Digitalisierung der Gesellschaft geht auch eine Digitalisierung des Handels einher. Eine Technologie setzt sich durch, wenn sie Kosten senkt und die Bequemlichkeit erhöht.“

Cordula Cerha, WU Wien

Cordula Cerha vom Institut für Retailing & Data Science der Wirtschaftsuniversität Wien. Foto: Martin Schmitz

quemlichkeit für die Konsumenten erhöht“, sagt Cerha.

Aus für kassenlose Märkte

Knackpunkt sind hier die Kassen, etwa in Bezug auf Wartezeiten. An der optimalen Lösung wird aber noch gefeilt: Amazon hat seine Amazon-Go-Geschäfte in den USA, die ohne Personal funktionierten, im Frühjahr wieder eingestellt. Die Produkte wurden in einen Wagen gelegt, über Kameras gescannt und der Betrag vom Kundenkonto abgebucht.

Das System war kostenintensiv, weil es nur auf den ersten Blick

ohne Personal funktionierte. Mehr als 1000 Personen waren damit beschäftigt, die korrekten Abläufe zu kontrollieren. 70 Prozent der Käufe erforderten 2022 eine menschliche Überprüfung. Die Kameras und Sensoren erfassten zudem diverse biometrische Daten, die die Kunden identifizierbar machten, eine Sammelklage war die Folge. Nun plant Amazon den Einsatz von „smarten Einkaufswagen“, in die sich die Kunden einloggen und die Produkte anschließend selbst scannen. Auch andere Händler, etwa Rewe und Hofer, experimentieren in diesem Bereich.

ENTGELTLICHE EINSCHALTUNG

© S. Sevindik

Do, 10. Okt 24
Jakob Lehmann & Les Siècles
Bruckners 9. Sinfonie im Originalklang

INTERNATIONALES BRUCKNERFEST LINZ 24

VOM 4. SEPTEMBER BIS 11. OKTOBER 2024

Das Konzert ist Teil des weltweit einzigartigen Originalklangzyklus mit allen elf Sinfonien Anton Bruckners, der im Rahmen des Internationalen Brucknerfestes Linz anlässlich des 200. Geburtstags des Komponisten im Brucknerhaus Linz auf dem Programm steht.

BRUCKNER HAUS LINZ

LINZ AG

Raiffeisenlandesbank Oberösterreich

WU

IKW
Internationales Kultur- & Wirtschaftsfest Linz

ab
200 Jahre

Karten und Info: +43 732 77 52 30 | kassa@liva.linz.at | brucknerfest.at

Preisschilder werden digital

Warum heimische Händler Papier durch Mini-Bildschirme ersetzen *Von Elisabeth Prechtl*



Der Lebensmittelhändler Spar ersetzt Papier-Preisschilder zunehmend durch elektronische Mini-Bildschirme, die am Regal angebracht werden. Bis Jahresende sollen die Preise in mehr als 200 Märkten, darunter auch selbstständige Spar-Kaufleute, digital ausgezeichnet sein. Die Umstellung in sämtlichen Filialen soll „so schnell wie möglich erfolgen“, heißt es auf Nachfrage.

Mit dem Schritt sollen Verkäuferinnen entlastet werden: „Sie müssen dann nicht mehr sehr aufwendig Papierschilder stecken und können andere Aufgaben erledigen“, teilt der Konzern mit. Zudem soll Papier gespart und Kunden sollen besser über Preise, Aktionen und Produkte informiert werden. Zusätzlich würden Fehlerquellen damit aus-

geschaltet. Auch andere Lebensmittelhändler gehen diesen Weg bereits: Lidl hat die Umstellung auf digitale Preisschilder im Oktober des Vorjahres vorgenommen. „So werden Preisänderungen in Echtzeit übermittelt, Mitarbeiter entlastet und jährlich bis zu zwölf Millionen Blatt Papier eingespart“, heißt es. Gerade bei Obst, Gemüse und Aktionswaren sei die elektronische Preisauszeichnung durch die häufigen Änderungen besonders sinnvoll. 20 Millionen Euro wurden in die Modernisierung investiert.

Spart mehrere Tonnen Papier

Bei Hofer wurden digitale Preisschilder seit März flächendeckend auf alle 540 Filialen ausgerollt. Dies spare jährlich mehrere Tonnen Papier, heißt es. Es handle sich zudem um den nächsten wichtigen Schritt in eine digitale Zukunft. Die Preisschilder seien



Spar führt die neuen Preisschilder bis Jahresende in 200 Filialen ein. (Neumayr)

schneller, effizienter und aktueller. In rund der Hälfte der Billa-Märkte erfolgt die Preisausschilderung elektronisch: „Die Preise werden in der Regel einmal wöchentlich mit

Veröffentlichung des Flugblatts angepasst, nur in Ausnahmefällen müssen wir auf Preisumstellungen auch rasch reagieren.“

Den Bedenken von Kunden sowie des Pensionistenverbands, dass die Supermärkte die Chance nutzen würden, mehrmals am Tag die Preise zu ändern, treten die Lebensmittelhändler entgegen: Man führe tausende Produkte, wenn man dauernd etwas ändere, käme man mit der Arbeit nicht mehr hinterher, heißt es von Spar. Laut Lidl ist eine dynamische Preisgestaltung kein Thema: Änderungen würden nur filialindividuell und in Form von Rabattierungen bei Obst und Gemüse, etwa bei Überbeständen, erfolgen. „Auf die Preispolitik und -strategie haben die digitalen Preisschilder keine Auswirkung“, heißt es von Hofer. Auch Billa plane nicht, dynamische Preisbildung einzusetzen.

WERBUNG

Lebensmittel werden teurer

Preisanstieg bei 40 Lebens- und Reinigungsmitteln



Penne-Nudeln	+90%
Mehl	+88%
Passierte Tomaten	+87%
Teebutter	+64%
Sonnenblumenöl	+63%
Pommes, Pizza	+58%
Tomaten, Reis	+54%
Eier, Gouda	+40%
Milch	+23%
Mischbrot	+22%

Gratik: ÖÖN, Quelle: AK

Einkaufsverhalten ist oft scheinheilig

47 Prozent der Österreicher sagen, dass sich ihre Einstellung und ihr tatsächliches Einkaufsverhalten nicht decken: Das geht aus einer Studie des Instituts für Handel, Absatz und Marketing der Linzer JKU hervor. Zwar gibt eine Vielzahl an Konsumenten an, dass Fairness, Bio und Regionalität beim Einkaufen für sie wichtig sei, beim Griff ins Regal verhalten sie sich oft anders. 1000 Personen wurden befragt.

47 Prozent der Österreicher gaben an, dass Regionalität für sie beim Einkaufen wichtig, der Preis aber wichtiger sei. Dasselbe Muster zeigt sich beim Kauf von Bio-Produkten: 47 Prozent sagen, dass sie prinzipiell biologisch erzeugter Ware den Vorzug geben würden, tatsächlich aber konventionell hergestellte Produkte kaufen.

49 Prozent der Befragten sagen, dass sie zwar Markenartikel bevorzugen, beim Einkaufen aber zu Handelsmarken greifen. Laut Institutsvorstand Christoph Teller müssen viele Konsumenten aufgrund der gestiegenen Lebenshaltungskosten zu günstigeren Produkten greifen. Hier spreche man von „begründeter Scheinheiligkeit“.



Polestar



WLTP: 14,8-23,0 kWh/100 km und CO₂: 0 g/km



Jetzt Probefahrt buchen auf polestar.com

Die Debatte um Öffnungszeiten

Was braucht es, um den Handel für Kunden und Mitarbeiter attraktiv zu machen? *Von Verena Mitterlechner*

Eine Debatte, viele unterschiedliche Meinungen: Maximal 72 Stunden pro Woche dürfen Geschäfte in Österreich nach derzeitiger Regelung offen halten. Für Marcel Haraszti, Chef von Rewe-Österreich (Billa und Bipa), ein „sehr nostalgisches Gesetz“. Er würde einzelne Filialen gerne bis 23 Uhr offen lassen oder manche ab sechs Uhr aufsperrn. Andere Händler sehen keinen Bedarf für erweiterte Öffnungszeiten oder sind wegen höherer Kosten dagegen. Ein Überblick.

? Müssen die Öffnungszeiten im Handel reformiert werden?

„Im Großen und Ganzen passen diese, es bräuchte nur kleinere Anpassungen für Tourismusgebiete, bei Großveranstaltungen und für Selbstbedienungsboxen“, sagt Martin Sonntag, Spartenobmann Handel in der Wirtschaftskammer Oberösterreich. Für Andreas Haider (Unimarkt) gehen diese nicht

weit genug. Er fordert eine Gleichstellung von Uniboxen und Tankstellen. Die Gewerkschaft ist dagegen: „72 Stunden pro Woche sind völlig ausreichend. Eine Ausweitung würde die Arbeitsbedingungen für die Beschäftigten nur verschlechtern und die Attraktivität der Branche für Mitarbeiter weiter mindern“, meint Wolfgang Gerstmayer, Landesgeschäftsführer der Gewerkschaft GPA OÖ.

? Sind die Sperrregeln an Sonntagen überholt?

Sonntag meint, dass hier keine Änderungen notwendig seien, einzig vielleicht in Tourismusgebieten. Für Robert F. Hartlauer (Eigentümer und Geschäftsführer von Hartlauer) haben „Traditionen ihren Wert“. Die Sonntagsruhe stärke Familie und Erholung und habe einen hohen Stellenwert.

? Sind gesetzliche Änderungen, etwa für Selbstbedienungsboxen, notwendig?



Die Weihnachtszeit – im Bild die Landstraße in Linz – ist für das Einkaufsjahr besonders wichtig.

Foto: Weinbold

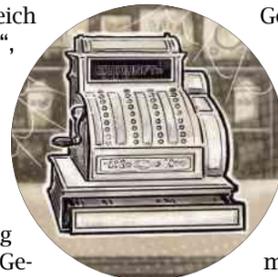
Martin Sonntag: „Auf jeden Fall. Man kann niemandem erklären, dass Tankstellen Lebensmittel verkaufen dürfen und die Selbstbedienungsbox – eine gute Alternative, wenn es keinen Nahversorger gibt – geschlossen bleiben muss.“

Anders sieht das Wolfgang Gerstmayer: „Nein, da sie die Arbeitsbedingungen im Handel nicht verbessern würden. Stattdessen sollte man die bestehenden Arbeitsplätze attraktiver gestalten und die Kaufkraft der Beschäftigten stärken.“

? Wie kann der stationäre Handel gegen die Online-Konkurrenz bestehen?

„Der stationäre Handel kann nicht durch online ersetzt werden. Das Fühlen, Spüren, Probieren kann online nicht bieten – auch persönliche Beratung kann nie ersetzt werden.

Fussl ist sehr erfolgreich ohne Online-Shop“, sagt Ernst Mayr, Geschäftsführer der Fussl Modestraße. Robert F. Hartlauer ergänzt: „Durch persönlichen Service, qualifizierte Beratung und das Erlebnis im Geschäft können wir unseren Kunden den Mehrwert bieten, den Online-Shops nicht haben.“



? Personalmangel und schwache Nachfrage: Was braucht der Handel für einen Aufschwung?

Eine positive Stimmung bei Konsumenten sowie Rahmenbedingungen, die Arbeiten attraktiv machen: mehr netto vom Brutto bei Vollzeit. Das meint Martin Sonntag von der Wirtschaftskammer. Aus Sicht der

Gewerkschaft sind es eine Stärkung der Kaufkraft durch positive Gehaltsentwicklung, beschäftigtenfreundliche Arbeitszeiten und höhere Gehälter, die die Branche attraktiver machen. Ernst Mayr von Fusslmode glaubt: „Wenn der Handel attraktive Geschäfte für Kunden und Mitarbeiter bietet, bekommt man ausreichend Personal, und die Nachfrage besteht auch.“ Hartlauer investiert in Mitarbeiterentwicklung und sieht eine starke Kundenorientierung als Erfolgsfaktor.

Ausblick: Bei vielen Themen gilt es in Zukunft einen Konsens zwischen den Interessen der Kunden, Unternehmer und Mitarbeiter zu finden.

WERBUNG

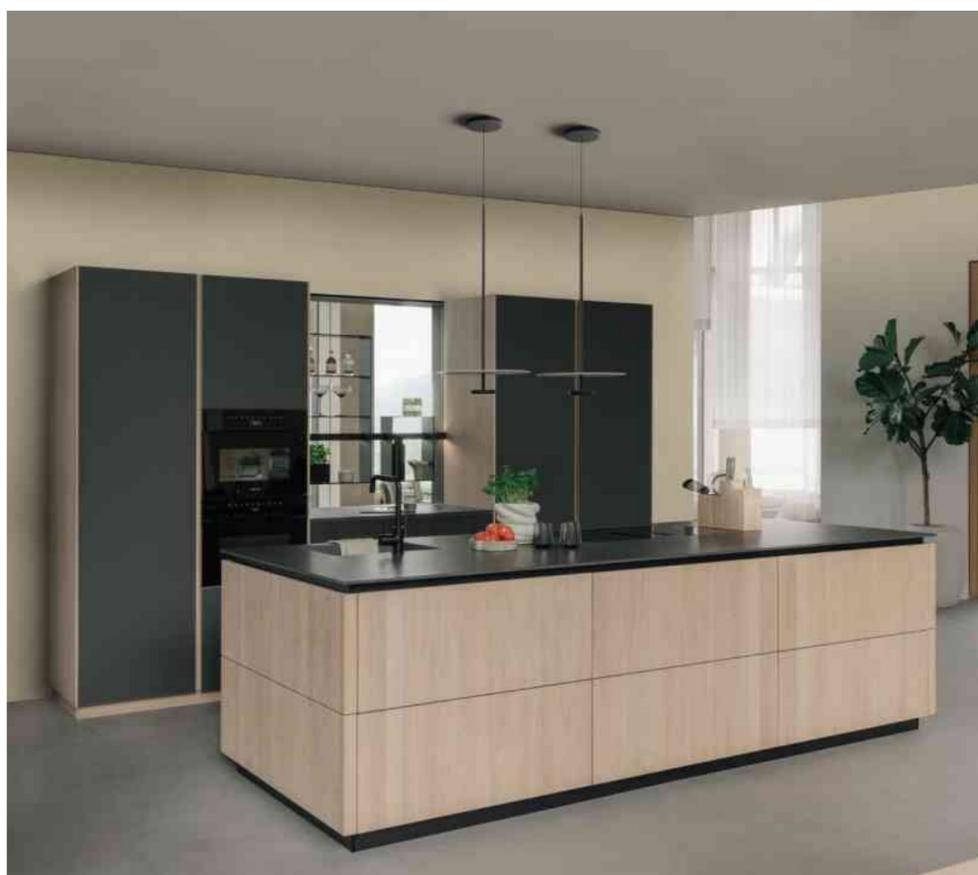


TEAM 7 Linz | Mozartstraße 12-14 | 4020 Linz
Telefon +43 732 78 16 10-10 | E-Mail office@team7-linz.at

TEAM 7 Welt Store Ried | TEAM-7-Platz 1 | 4910 Ried im Innkreis
Telefon +43 7752 977-600 | E-Mail office@team7-ried.at

AUCH OHNE GRIFF HABEN
SIE IN DIESER KÜCHE
alles im Griff.

pur Küche



TEAM 7

Warum jetzt Selbstbedienung?

Was es Kunden bringt und wer Self-Checkout beim Einkaufen nutzt *Von Clemens Thaler*



Einige Händler wie Spar, Rewe oder Unimarkt waren in Österreich die Ersten, im Mai dieses Jahres folgte auch Diskonter Hofer: Der Lebensmittelkonzern mit Sitz in Sattledt gab bekannt, in den nächsten Jahren 200 seiner insgesamt 540 Filialen in Österreich mit Selbstbedienungskassen („Self-Checkout“) auszustatten. Die ersten 50 Geschäfte würden bereits im nächsten Jahr 2025 damit ausgerüstet. Doch was heißt das eigentlich für Kunden, und was bringt es im persönlichen Alltag?

Eine Antwort darauf können Spar und Rewe bereits geben – auch wenn die Entwicklungen in diesem Bereich sich in Zukunft noch weiter beschleunigen werde. Beide haben Selbstbedienungskassen schon seit längerem im Einsatz und nach eigenen Angaben gute Erfahrungen damit gemacht. „Nicht nur

Junge nutzen sie, alle Kunden“, sagt Nicole Berkman, Sprecherin von Spar Österreich. Bei Spar gebe es an 62 Standorten Self-Checkouts, zehn davon in Oberösterreich. In erster Linie handelt es sich dabei um Eurospar-Filialen und meist Standorte mit hoher Frequenz, wie am Hauptbahnhof in Linz oder beim Eurospar in Gmunden.

Gute Erfahrungen, kleine Einkäufe

In der Praxis zeige sich, dass Selbstbedienungskassen von Kundinnen und Kunden vor allem für kleinere Einkäufe genutzt würden, bei größeren Besorgungen greife man nach wie vor gerne auf die Hilfe von Kassierinnen zurück.

Ähnliche Erfahrungen hat auch Rewe Österreich mit den Marken Billa, Penny und Billa Plus gemacht. Dort gibt es in 139 Märkten (von gesamt 1237) und in sieben in Oberös-

terreich (gesamt 157) Selbstbedienungskassen. „Mitarbeiter an herkömmlichen Kassen sind besonders bei größeren Einkäufen schneller. Der Vorteil an den Selbstbedienungskassen ist, dass man bei kleinen Einkäufen rascher durch die Kassazone kommt“, sagt Paul Pötttschacher, Pressesprecher von Rewe Österreich. Der Anteil der Kunden, die Selbstbedienungskassen bereits nutzen, liege zwischen zehn und 50 Prozent in den besten Märkten. Das System werde „sehr gut angenommen“. Diesen Trend greift mit nächstem Jahr nun auch Diskonter Hofer auf. Die geplanten Kassen sollen die bestehenden ergänzen, heißt es seitens des Unternehmens. Damit soll Kunden, die nur wenige Artikel kaufen, eine schnellere und effizientere Abwicklung des Bezahlvorgangs ermöglicht werden. Der Nahversorger Unimarkt mit Zentrale in

Traun setzt inzwischen bereits 39 Selbstbedienungskassen ein. „Aufgrund der positiven Entwicklungen unserer Hybridstandorte werden wir das weiter forcieren“, sagt Marketingleiterin Daniela Kofler. Die Ausweitung sei nebenbei eine Option, um Personal-mangel entgegenzuwirken. Prozesse von der Bestandsaufnahme bis zur Personalplanung könnten damit optimiert werden. Bei Hybridmärkten gibt es bei Unimarkt einen Selfscanning-Anteil von 40 Prozent.

Self-Checkout in der Testphase

Auch Lidl befasst sich mit dem Thema. „Im Sommer haben wir die ersten Filialen teilweise mit neuen Kassensystemen ausgestattet“, teilte der Diskonter mit. Ob das auch flächendeckend passiere, hänge von den daraus gewonnenen Erfahrungswerten und Kundenbedürfnissen ab.

WERBUNG



Rabatte sind besonders beliebt. (Colourbox)

Die digitale Kundenbindung

84 Prozent der Kunden nutzen laut DACH Loyalty Report 2024 Bonusprogramm-Plattformen und Treueclub-Apps zumindest fallweise.

69 Prozent der Befragten bewerten in der Studie Rabattaktionen als besonders attraktiv.

32 Prozent mehr geben Kunden im Schnitt aus, wenn sie Kundenbindungsprogramme beim Einkaufen verwenden.



BMW i7: Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km: 18,4-23,7; Elektrische Reichweite in km: 490-625.

THE i7
BAYERISCHE MOTOREN WERKE



PEGASUS IMPRESSUM

Medieninhaber:
OÖN Redaktion GmbH & Co KG,
Promenade 23, 4010 Linz, Tel. 0732 / 78 05-0

Hersteller: OÖN Druckzentrum GmbH & Co KG,
Medienpark 1, 4061 Pasching,
Tel. 0732 / 78 05-0

Herausgeber: Ing. Rudolf Andreas
Cuturi, MAS, MIM

Chefredakteurin:
Mag. Susanne Dickstein

Leitung Pegasus:
Mag. Dietmar Mascher,
Mag. Alexander Zens,
Mag. Clemens Thaler

Layout: Silvia Sigl

Anzeigen: Mag. Bernd Kirisits

Verlag: 4010 Linz, Promenade 23,
Tel. 0732 / 78 05-0

Anzeigenannahme:
Tel. 0732 / 78 05-500,
Fax. 0732 / 78 05-10 6 80

www.nachrichten.at

Für Adressänderungen, Bestellungen zusätzlicher Exemplare oder etwaige andere Anliegen zur Zustellung wenden Sie sich bitte an:

pegasusversand@nachrichten.at



Hofer-Chief Horst Leitner mit dem g'scheiten Einkaufswagerl

Foto: Weibhold

Hofer und das „intelligente“ Einkaufswagerl

Wie Diskonter Hofer den Lebensmittelhandel in Österreich digitalisieren will *Von Dietmar Mascher*

Die Zukunft des Lebensmitteleinkaufs – was wird sie bringen? Das testet der österreichische Lebensmittelhändler gemeinsam mit seinem Mutterkonzern Aldi Süd weltweit aus – in Österreich mit dem smarten Einkaufswagerl. Später als die anderen großen Lebensmittelhändler im Land führt der Hofer-Konzern Selbstbedienungskassen nun in 200 seiner derzeit 540 Filialen ein. Dafür sieht sich das Unternehmen mit Sitz in Sattledt beim smarten Einkaufswagen als Vorreiter und probiert seit dem Sommer ein Modell in der Filiale in Sattledt aus.

Mit dem herkömmlichen Einkaufswagen hat das Modell der Firma Caper Cart nicht mehr recht viel zu tun. Der Wagen hat eine integrierte Waage, einen Scanner und ein Terminal und soll dem Kunden vor allem bei Großeinkäufen logistische Erleichterungen bringen. „Wir testen derzeit weltweit verschiedene Technologien, sehen uns genau an, was wie funktioniert und von den Kunden angenommen wird, und entscheiden dann, was wie weiterentwickelt und dann breiter eingeführt werden kann“, sagte Hofer-Chef Horst Leitner beim gemeinsamen Einkauf mit den OÖN.

London: Einkaufen mit der Kamera

In London testet Aldi Einkaufswagen, die noch aufwendiger und teurer sind. Sie sind mit Kameras ausgestattet, daher ist kein Scannen notwendig, eine Kreditkarte ist beim Einkauf hinterlegt. In der Schweiz arbeitet man mit einer App und dem Motto „Scan to go“. Mit großer Sicherheit werde es mehrere Einkaufsarten nebeneinander geben, sagt Leitner, also auch SB-Kassen und weiterhin die schnellen Mitarbeiterinnen an den Kassen. Letztere einzusparen, sei nicht geplant. „Die Leute mögen den persönlichen Kontakt mit unseren Teams in den Filialen“, sagt Leitner. Der smarte Einkaufswagen sei nur ein Puzzlestück in der Digitalisierung des Lebensmittelhandels.

In den vergangenen zwei Jahren hat Aldi technologisch aufgerüstet und ein SAP-Retail-Programm umgesetzt, bei dem Österreich das Pilotland war. Es sei ein herausforderndes Projekt gewesen, das die Abläufe im Unternehmen grundlegend verändert habe. Mit Unterstützung von künstlicher Intelligenz wurde das Bestellsystem so gestaltet, dass bei Hofer die beste Verfügbarkeit von Waren besteht, ohne dass Ware schlecht wird und weggeworfen werden muss. Früher hätten viele Filialleiter, deren Stellvertreter und die Einkäufer bestellt. Dies sei nun klar

strukturiert und wesentlich effizienter, weil schon früh erkannt werde, welche Waren wann benötigt werden. Und drohe dann Ware übrig zu bleiben, könnten automatisch die Preise gesenkt werden, um das zu verhindern.

„Heute stellen wir Mathematiker ein“

Über das neue, cloudbasierte System können E-Commerce-Systeme und Online-Channels laufen. „Die Digitalisierung verändert auch unsere Teamstruktur. Wir stellen heute Mathematiker, Physiker und Statistiker ein, die sehr wichtig sind und für die wir vor zehn Jahren wahrscheinlich noch keine Verwendung gehabt hätten“, sagt Leitner. Hofer hat diese Umstellung während einer Zeit geschafft, in der sich das Kundenverhalten laut eigenen Angaben deutlich verändert hat. Zum einen profitierte der Konzern davon, dass seit zwei Jahren die Kunden deutlich preissensibler geworden sind, weil die Teuerungsrate ein tiefes Loch in den Geldtaschen vieler hinterließ. Die Frequenz bei Hofer sei größer geworden, die Kunden hätten zu günstigerer Ware gegriffen, und die gekaufte Artikelzahl pro Kunde sei seit 2022 gesunken.

Die Heimmärkte Österreich und Deutschland seien als Handelsstandorte nur schwer vergleichbar. Deutschland sei das kompetitivste Land, während Österreich das dichteste Filialnetz habe und von den Lohnnebenkosten und anderen Nebenkosten her ein teurerer Standort als Deutschland sei. Und diese Kosten seien indexiert. Das bedeute, dass man deshalb auch mit anderen Spannen arbeiten müsse. Im Lebensmittelhandel sei die Verunsicherung ab dem zweiten Halbjahr 2022 groß gewesen. Die Lieferanten und Produzenten wollten höhere Preise, diese habe man nur zum Teil an die Kunden weitergegeben. Grundsätzlich müssten sich die Konsumenten aber an höhere Preise gewöhnen, weil allein die Energie- und Personalkosten in Österreich außerordentlich stark gestiegen seien. Während der Inflation habe sich das Kaufverhalten der Kunden deutlich verändert, so Leitner. Mache der Non-Food-Bereich vor der Pandemie bei Hofer noch 25 Prozent aus, liegt er derzeit nur noch bei zehn Prozent. Auf Gartenmöbel oder Werkzeug hätten viele verzichten können, auf Lebensmittel nicht.

Hofer beschäftigt in Österreich 12.000 Mitarbeiter und steigerte im Vorjahr den Umsatz um 6,5 Prozent auf 4,9 Milliarden Euro. Ertragszahlen gibt die Kommanditgesellschaft traditionell nicht bekannt. Die Ertragslage sei aber „zufriedenstellend“.



Business am Red Bull Ring – Events auf der Überholspur

Ob Mitarbeiter motivieren, langjährige Geschäftspartner beeindrucken oder potenzielle Kunden begeistern – der Red Bull Ring und „die beflügelnden Orte“ von TAUROA sind the place to be für Veranstaltungen abseits des Alltäglichen. Hier werden Business-Events neu gedacht.

Seit fast sechs Jahrzehnten steht der Red Bull Ring für Weltklasse-Motorsport. Abseits dieser Welt, inmitten der traumhaften Naturlandschaft des Murtales, bietet der Red Bull Ring unzählige Möglichkeiten, Business-Veranstaltungen in einem einmaligen Ambiente durchzuführen. Ob Seminar oder Kongress, ob Tagung oder Teambuilding, ob Weihnachtsfeier oder Kick-off-Meeting: Geht nicht, gibt's nicht!

Was den Red Bull Ring von anderen Event-Locations unterscheidet, ist die Vielfalt an Räumlichkeiten, die sich individuell an die Art und Größe der Veranstaltung anpassen lassen. Die Möglichkeiten für Unternehmen, ihre individuellen Konzepte umzusetzen, sind nahezu grenzenlos. Das Herzstück am Spielberg ist dabei der Red Bull Wing. Inspiriert vom Heckflügel eines Rennwagens zieht das eindrucksvolle Bauwerk alle Blicke auf sich.

Von 10 bis 500 Personen – am Red Bull Ring ist alles möglich

Beim Betreten des Red Bull Wing fallen zwei Dinge sofort auf: die 16 Meter lange LED-Wand und die bodentiefe Glasfront, die einen grandiosen Blick auf die Rennstrecke gewährt. Der 1.400 m² große Raum wird während der Großveranstaltungen als Media Center für 500 internationale Medienvertreter genutzt. Abseits der Großveranstaltungen bietet sich ganzjährig die ideale Bühne für Events aller Art: von eindrucksvollen Produktpräsentationen bis zu internationalen Kongressen.

Wandelbar sind auch die vier VIP-Lounges. Einzelnen eignen sich die Räume perfekt für Fortbildungen und Seminare. Miteinander kombiniert, bieten sie den idealen Rahmen für Konferenzen und Tagungen. Wer „big plans“ für seine Veranstaltung hat, bucht die vier VIP-Lounges gemeinsam mit der Media Lounge und schon steht eine 1.000 m² große Event-Location zur Verfügung. Während klei-

nerer und größerer Motorsport-Veranstaltungen können die VIP-Lounges von Firmen und Gruppen exklusiv als Corporate Lounges reserviert werden.

Jede VIP-Lounge verfügt über einen Balkon, die beste Sicht auf das Renngeschehen bietet sowie über ein stilvolles Interieur, das Naturmaterialien stimmig mit modernem Design vereint. In Sachen Ausstattung übertrifft werden diese Lounges nur noch von der Wing Lounge. Das moderne Interieur aus edlen Materialien sowie die frei stehende Bar inmitten der Lounge bieten ein edles Ambiente – perfekt für Meetings und wichtige Geschäftsabschlüsse. Bei Großveranstaltungen wie der Formel 1 fungiert die Wing Lounge als VIP-Bereich für Unternehmer, die um die Bedeutung der richtigen Location wissen.

Jede Location erzählt ihre eigene unverkennbare Geschichte

Am Red Bull Ring sind sämtliche Räumlichkeiten lichtdurchflutet, mit moderner Technik ausgestattet, können individuell bestuhlt werden und sind barrierefrei zugänglich. Unterschiedliche Seminarpauschalen bieten für jedes Budget den passenden Rahmen. Zudem befinden sich in unmittelbarer Umgebung ergänzend mehrere „beflügelnde Orte“ von TAUROA. Die einzigartigen Häuser wie das Steierschlössl, das Schloss Gabelhofen und der Hofwirt laden mit ihrem unverwechselbaren Charakter zum Verweilen und Übernachten ein.

Jeder „beflügelnde Ort“ im Murtal erzählt seine eigene Geschichte und bietet wie der Red Bull Ring ganzjährig die perfekte Bühne, um Events auf ein neues Level zu heben. Kulinarisch werden die Gäste auf höchstem Niveau verwöhnt: Regionale Zutaten, raffiniert in internationale Gaumenfreuden verwandelt, garantieren ein Geschmackserlebnis. Am und rund um den Spielberg wird Wert auf Qualität und Regionalität gelegt. Das



Der Red Bull Wing mit Welcome Center

Foto: Armin Walcher/Red Bull Ring

spiegelt sich in jedem Gericht – vom schmackhaften Flying Buffet bis zum 5-Gänge-Galadinner – wider.

Aktive Erlebnispausen sorgen für frischen Wind

Am Red Bull Ring wird Business mit einer Extraportion Leidenschaft und Kreativität vorgelebt. Das unterscheidet die Rennstrecke von anderen Event-Locations. Vielfältige Incentives verlocken zu allen Jahreszeiten, den Businessanzug gegen den Rennanzug zu tauschen. Ob Erlebnispause oder eigener Programmpunkt, je nach verfügbarer Zeit geht es raus in die Natur.

Wie wäre es zum Beispiel mit einer Driftsession im Porsche 718 Cayman S im Driving Center des Red Bull Ring oder einem Kartrennen auf dem Outdoor Kart Track? Das absolute Gefühl von Freiheit erlebt man bei einer Offroad-Experience im INEOS Grenadier oder Land Rover Defender am Fuße des Seckauer Zinken. Gerade im Herbst, wenn die Natur ihr beeindruckendstes Kunstwerk malt, wird das Offroad-Abenteuer gewiss zum einmaligen, unvergesslichen Erlebnis.

Doch auch in der kalten Jahreszeit geht es am Spielberg heiß her. Die Magie des Winters wird genutzt, um den Spaß diverser Fahrerlebnisse zu verstärken. Das Fahrerlager verwandelt sich zu einer perfekt präparierten Schneefläche, auf der man einen wilden Ritt auf dem Schneemobil vollführen kann. Weniger Speed, aber nicht minder Spaß verspricht die Fahrt mit dem Offroad-Buggy. Um den Motorsport-Spirit zu fühlen, muss man nicht in ein Fahrzeug steigen, sondern kann es auch entspannter angehen.

Hierfür perfekt geeignet sind die Red Bull Ring Tour und das Pit Stop Game, wobei man gegeneinander

oder im Team wetteifern kann, wenn den Reifen am F1-Boliden schneller gewechselt bekommt. Oder wie wäre es mit einer Wanderung zum Bullen aus Stahl, dem Wahrzeichen des Red Bull Ring? Ein Erlebnis, das in jeder Jahreszeit Entspannung und Erholung bietet. Ob actionreich oder ent-

spannend, am Red Bull Ring und an den „beflügelnden Orten“ von TAUROA werden Business-Veranstaltungen zu einem unvergesslichen Erlebnis.

Mehr Informationen unter www.redbullring.com



VIP-Lounges am Red Bull Ring

Foto: Michael Jurtin/Red Bull Ring



Offroad Experience im INEOS Grenadier

Foto: Lucas Prippl/Red Bull Ring



Seminar im Red Bull Wing

Foto: Lucas Prippl/Red Bull Ring



Beflügelnder Ort“ von TAUROA: Schloss Gabelhofen

Foto: Armin Walcher/TAUROA



Onroad Experience im Porsche 718 Cayman S

Foto: Lucas Prippl/Red Bull Ring

WEITERE INFORMATIONEN

Im Zeitraum von 1. November 2024 bis 30. April 2025 können Unternehmen das Special Offer Seminare & Tagungen buchen und erhalten jeden 10. Teilnehmer kostenlos (Mindestteilnehmerzahl 20 Personen). Eine attraktive Alternative stellt das Fahrerlebnis Special dar. Bei einer Buchung erhalten Unternehmen ab zwei Fahrerlebnissen eine Ermäßigung von zehn Prozent auf die gebuchten Aktivitäten.

Mehr Informationen unter www.redbullring.com

Projekt Spielberg GmbH & Co KG
Red Bull Ring Straße 1
A-8724 Spielberg

Hier geht's zu den Specials:



Oberösterreichs Export eilt von Rekord zu Rekord

In zehn Jahren sind die Ausfuhren von 31 auf 54 Milliarden Euro gestiegen. Heuer ist ein schwieriges Jahr, große Chancen bieten grüne Technologien. *Von Alexander Zens*

Oberösterreichs exportierende Unternehmen behaupten sich in schwierigen Zeiten. Das Volumen der Ausfuhren stieg im Jahr 2023 um 3,4 Prozent auf 54,1 Milliarden Euro – das ist ein abermaliger Rekord (nur im Coronajahr 2020 gab es einen Rückgang). Zehn Jahre davor, 2013, hatten die Exporte noch 31,2 Milliarden Euro ausgemacht. Sieht man sich die Zahlen genauer an, wird deutlich, dass ein Großteil des Wachstums im Vorjahr auf inflationsbedingte Preiserhöhungen zurückzuführen ist. „Dennoch: Höhere Preise muss man auf den internationalen Märkten gegenüber dem Wettbewerb auch erst einmal

durchsetzen können“, sagt Doris Hummer, Präsidentin der Wirtschaftskammer Oberösterreich.

Heuer ist ein schwieriges Jahr. Aufgrund der schwachen Konjunktur sind die Exporte und Importe im ersten Halbjahr bundesweit zurückgegangen. Davon wird auch Oberösterreich betroffen sein, gerade weil es beim wichtigsten Handelspartner Deutschland nicht rund läuft. „Umso mehr ist ein Gebot der Stunde, bei der Erschließung von Alternativmärkten zu unterstützen“, sagt Hummer.

27 Prozent der österreichischen Exporte kamen 2023 aus Oberösterreich, das ist mit Abstand Platz eins vor Wien (15,7 Prozent) und Niederösterreich (15 Prozent). Mit 16,07 Milliarden Euro hat Oberösterreich

auch den höchsten Handelsbilanzüberschuss erzielt.

Als große Herausforderungen für die Exportwirtschaft, vor allem die Industrie, bezeichnet Hummer die im internationalen Vergleich hohen Energiekosten und die zuletzt stark gestiegenen Lohnkosten. Auch gibt es Bürokratie wegen der neuen Regularien zum Lieferkettengesetz in Deutschland und auf EU-Ebene. „Schon jetzt sind Zulieferer mit Fragebögen ihrer deutschen Abnehmer zu arbeits-, sozial- und umweltrechtlichen Themen konfrontiert“, sagt Hummer. Dazu kommen Taxonomie und EU-CO₂-Grenzausgleich.

Große Chancen für Oberösterreichs exportierende Unternehmen liegen nicht nur, aber vor allem im Bereich der grünen

Technologien. Schon von 2010 bis 2022 lag der Anteil der Umwelttechnologie-Exporte durchschnittlich bei 14 Prozent der Gesamtexporte. Das Wachstum war zuletzt stark. Viel ungenutztes Potenzial liegt hier in den USA und China.

„Nahezu alle Produkte, die wir in der Welt verkaufen oder bereits einmal vertrieben haben, erhalten in einer ökologisch-nachhaltigeren Version eine neue zusätzliche Exportchance“, sagt Hummer: „Das kann eine Anpassung der Produkte und Verfahren an die Energiewende und den Klimaschutz sein oder die Verwendung von kreislaufbasierten bzw. nachwachsende Rohstoffen zur Linderung der Ressourcenknappheit.“ Alles hänge mit Innovation zusammen.





„Wir sehen ein hohes Wachstum nach Amerika“

Kontrollbank-Vorstand Helmut Bernkopf über die Chancen und Entwicklungen der österreichischen Exportwirtschaft. *Von Clemens Thaler*

Die Österreichische Kontrollbank fungiert als Österreichs Exportkreditversicherungsagentur. Als Bevollmächtigte der Republik Österreich bietet sie der Wirtschaft Instrumente für das Risikomanagement von Exportgeschäften. Ihre zentrale Aufgabe erfüllt sie als Finanz- und Informationsdienstleister. Im Interview nimmt OeKB-Vorstand Helmut Bernkopf Stellung zu den wichtigsten Fragen in der Exportwirtschaft und aktuellen Entwicklungen.

Wie entwickeln sich die Exporte in Österreich und die Exportwirtschaft insgesamt?

Unsere Exportwirtschaft konnte im Jahr 2023 trotz des ökonomisch und geopolitisch herausfordernden Umfelds ein Plus von 3,1 Prozent verzeichnen. Im ersten Halbjahr 2024 sehen wir hingegen einen Rückgang von 5,5 Prozent – die flaute internationale Konjunktur schlägt durch.

Ebenso hat sich die Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Industrie verschlechtert.

Welche Trends sind ablesbar, welche Besonderheiten gibt es?

Wir sehen ein hohes Wachstum bei den Exporten nach Amerika, aber wie schon in den beiden Jahren zuvor gingen auch 2023 rund 80 Prozent der heimischen Ausfuhren nach Europa. Und gerade unser mit Abstand wichtigster Handelspartner Deutschland schwächelt. Eine stärkere Diversifikation der Märkte und der Blick über den europäischen Tellerrand sind somit ein Gebot der Stunde.

Wo liegen die Chancen und Risiken?

Schwellen- und Entwicklungsländer verzeichnen ein deutlich höheres

Wachstum, von dem unsere Exportwirtschaft noch stärker profitieren könnte. Natürlich sind neue Märkte häufig auch mit höheren Risiken verbunden, aber genau dafür gibt es die Exportgarantien des Bundes. Immer wichtiger werden zudem unsere Kooperationen mit Exportkreditagenturen in vielen Ländern, mit denen wir internationale Großprojekte finanzieren und absichern können.

In welchen Branchen und Ländern sehen Sie besonderes Potenzial?

Die heimische Wirtschaft verfügt über die entsprechenden Produkte und Technologien, um von den großen globalen Trends zu profitieren: Umweltschutz und Nachhaltigkeit, Industriemodernisierung, Urbanisierung, der Ausbau der Verkehrsinfrastruktur oder auch die Digitalisierung – es besteht auf allen Kontinenten enormes Potenzial.



Die Exporte in die USA nehmen stark zu. Fotos: APA/Drew Angerer

WERBUNG

DER NEUE RENAULT MASTER



ab € 26.990,-* netto

inkl. Businessbonus zuzüglich NoVA

auch als E-Tech 100 % electric erhältlich
jetzt bei den Renault Businessweeks

* Unverb. Kaufpreis exkl. USt und NoVA inkl. Boni iHv € 4.770,- inkl. Businessbonus und Flottenreglement, gültig für Firmenkunden bei Kaufvertragsabschluss von 01.10.2024 bis 31.10.2024. Änderungen, Satz- und Druckfehler vorbehalten. Symbolfoto.

Kombinierter Verbrauch von 7,7-7,4 l/100 km, CO₂-Emission von 203-195 g/km, homologiert gemäß WLTP

Renault Pro+

business.renault.at

Exportschlager made in Oberösterreich

Wir präsentieren vier Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen und Regionen sowie ihre Produkte, die sich international gut verkaufen – sie stehen stellvertretend für viele mehr in Oberösterreich. *Von Alexander Zens*

Es geht um Zehntelmillimeter

Auf 85 Jahre Geschichte blickt das Unternehmen Linsinger mit Sitz in Steyrermühl/Laakirchen zurück. Der Maschinenbauer mit rund 500 Mitarbeitern ist vor allem in der Säge-, Fräs- und mobilen Schienenfrästechnik für die Bahn-, Schiffs-, Automobilindustrie, Rohr-, Hüttenwerke und Schmiedebetriebe tätig.

Bei der Behandlung von Gleisen, auf denen tonnenschwere Lokomotiven und Waggons unterwegs sind, geht es um Zehntelmillimeter. Laut eigenen Angaben ist Linsinger Weltmarktführer im Bereich der mobilen Wartung von Schienen: Die verlegten Eisenstränge werden quasi „im Drüberfahren“ bearbeitet. Dabei geht es um Schnelligkeit, Genauigkeit und Schonung von Material.



Ein Schienenfräszug von Linsinger

Linsinger verkauft seine Produkte, die im heimischen Werk produziert werden, an mehr als 400 Kunden in 53 Ländern. Der

Exportanteil beträgt 98 Prozent. Der Umsatz des Unternehmens, das der Familie Weingärtner gehört, betrug 2022/23 laut Firmenbuch rund 91 Millionen Euro. Seit 2021 ist Günter Holleis Geschäftsführer, unterstützt von den Prokuristen Walter Kastinger und Michael Steinkogler sowie den technischen Leitern Jürgen Binder und Stefan Dierneder.

Um die Emissionen weiter zu reduzieren, wurde vor vier Jahren zudem eine Alternative zum Dieselantrieb entwickelt: Linsinger hat eine Schienenfräsmaschine gebaut, die mit Wasserstoff betrieben wird. Ein solcher Schienenfräszug wurde zum Beispiel auf der Traunseetram-Bahnlinie zwischen Gmunden und Vorchdorf in Einsatz gebracht.



Träumeland: 85 Prozent Exportanteil (Werk)

Mühlviertler Babymatratzen

Im Mühlviertel produzierte Matratzen werden von Fachhändlern in gut 30 Ländern vertrieben: Das seit mehr als 50 Jahren bestehende und in dritter Generation geführte Unternehmen Träumeland von Gabriele und Hannes Nösslböck hat sich vor allem als Hersteller von Premium-Baby- und Kindermatratzen einen Namen gemacht. Träumeland beschäftigt 110 Mitarbeiter. Die Exportquote der Firma aus Hofkirchen im Mühlkreis liegt bei 85 Prozent. Das unterstreicht die internationale Anerkennung für hochwertige Matratzen und Schlafprodukte, wie das Unternehmen erklärt. Der Schwerpunkt der internationalen Aktivitäten liegt in Europa.

Ein Exportschlager ist die Babymatratze „Berg“ aus dem Sortiment „Better Dreams“, das für Nachhaltigkeit steht. Hier werden laut Träumeland moderne Materialien und ein innovatives Belüftungssystem kombiniert. Produziert wird im Werk in Hofkirchen mit einer Mischung aus professioneller Handarbeit und dem Einsatz von Hightech-Geräten. Das Sortiment umfasst kleine Matratzen für Beistellbetten, Gitterbett- bzw. Babymatratzen, Kinder- und Jugendmatratzen, Babyschlafsäcke, Einziehddecken und Kissen, Stillkissen, Bettschlangen und Bettwäsche. Sämtliche Schneidreste werden gesammelt, geschreddert und wieder in die Kreislaufwirtschaft eingeführt, so Träumeland.

Der Umsatz betrug im Jahr 2022 laut Firmenbuch knapp zehn Millionen Euro.

Flugzeugteile 100 Prozent international

Bei FACC stellt sich die Frage nach der Exportquote nicht, denn das Unternehmen mit Sitz in Ried im Innkreis verkauft seine Flugzeugteile zu hundert Prozent international. Der Zulieferer hat alle großen Luftfahrtshersteller als Kunden: Airbus, Boeing, Embraer, Bombardier, Comac, Collins, Rolls Royce oder Pratt & Whitney. Der Leitbetrieb fertigt zum Beispiel Gepäckablagen, Landeklappen und Schubumkehrgehäuse.

„Seit unserer Gründung 1989 und dem ersten Großauftrag über rund 100 Millionen Dollar für McDonnell Douglas waren wir ein

international ausgerichtetes Unternehmen“, sagt Vorstandschef Robert Machtlinger. Entstanden ist es aus einem kleinen Team von Visionären der Fischer Ski & Tennis Forschungsabteilung. Weltweit werden heute mehr als 3700 Mitarbeiter aus mehr als 50 Nationen an 15 Standorten beschäftigt.

Das börsennotierte Unternehmen mit fünf Werken und einem Testcenter im Innviertel setzte zuletzt 736 Millionen Euro um. Zu den wichtigsten Exportmärkten zählen Deutschland, Frankreich, Kanada, Großbritannien, die USA, Brasilien und China.



FACC entstand aus Fischer Ski heraus.

ENTGELTLICHE EINSCHALTUNG

export center
WKO & Land OÖ



JETZT ANMELDEN!

18. November 2024
WKO Oberösterreich, Linz

OÖ EXPORT TAG 2024



Pharmasalz für Amerika und Asien

Die Salinen Austria AG mit Sitz in Ebensee, deren Geschichte vor rund 7000 Jahren im ältesten Salzbergbau der Welt in Hallstatt begann, ist der einzige Salzhersteller Österreichs. In Hallstatt, Bad Ischl und Altaussee wird heute Sole im Ausmaß von mehr als vier Millionen Kubikmetern pro Jahr gefördert, in der Saline in Ebensee werden daraus dann 1,2 Millionen Tonnen Salz produziert. 580 Mitarbeiter sind in Österreich und sechs Vertriebsniederlassungen in Süd- und Südosteuropa tätig.

Der Exportanteil beträgt 57 Prozent, Tendenz steigend, wie das Unternehmen mit Vorstandschef Peter Untersperger erklärt: „Langfristig soll der Export auf zwei Drittel steigen.“

Im Ausland verkauft werden vor allem Pharmasalz, Salzttabletten und Speisesalz, aber auch Ka-



Salzttabletten der Salinen (Werk)

liumsulfat (Pflanzendünger oder Anwendung in industriellen Prozessen, ein Nebenprodukt bei der Salzherstellung) – alles im B2B-Bereich, also die Salinen verkaufen an andere Unternehmen.

„Wichtige Märkte sind Italien, Deutschland, Südost- und Osteuropa“, teilen die Salinen Austria mit. Hochreines Pharmasalz für die Medizin und Kaliumsulfat werden auch über europäische Grenzen hinaus verkauft – „von den USA über Südamerika bis Südostasien“, heißt es. Die Kunden schätzten die hohe Reinheit des Siedesalzes aus Österreich.

Der Umsatz der Salinen-Gruppe, die Salz, Tourismus (Salzwelten Hallstatt) und Immobilien umfasst, betrug zuletzt 209 Millionen Euro. Hauptaktionäre sind über eigene Gesellschaften Raiffeisen Oberösterreich und der Industrielle Hannes Androsch.



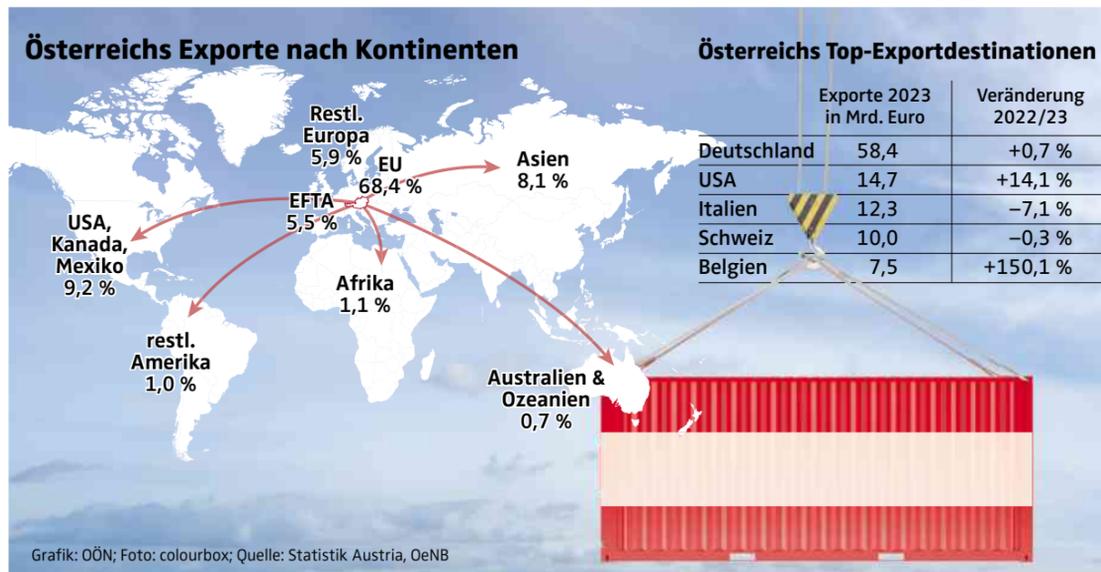
Dämpfer für den Außenhandel

Die schwache Konjunktur versetzt der österreichischen Exportwirtschaft heuer einen Dämpfer, wie die Zahlen der Statistik Austria für das erste Halbjahr zeigen – das liegt vor allem am wichtigsten Handelspartner Deutschland

Lagen die österreichischen Warenexporte zum Zeitpunkt des EU-Beitritts (1995) noch bei einem Volumen von 37 Milliarden Euro, so wurde im Jahr 2023 mit 201 Milliarden ein Exportrekord erzielt. Die Außenhandelszahlen für das erste Halbjahr 2024 zeigen aber: Die weltweit schwache Konjunktur, vor allem in Europa, spiegelt sich heuer auch in den Ein- und Ausfuhren Österreichs.

Die Importe gingen in den ersten sechs Monaten um 12,2 Prozent zurück, die Exporte verzeichneten einen Rückgang von 5,5 Prozent. Der Gesamtwert der Einfuhren lag laut Statistik Austria bei 94,05 Milliarden Euro, der Wert der ausgeführten Waren belief sich auf 96,90 Milliarden Euro. Beim Handelspartner Deutschland gingen Österreichs Importe um 9,3 Prozent zurück, bei den Exporten lag das Minus bei 7,6 Prozent.

Stark rückläufig waren die Importe auch aus der Schweiz, China



und Italien. Im Handel mit den zehn bedeutendsten Exportpartnern zeigten vier Länder Zunahmen und sechs Länder Abnahmen. Die stärksten Zunahmen gab es bei den Vereinigten Staaten, China und der Schweiz, die stärksten Rück-

gänge zeigten Deutschland, Italien und Ungarn.

Aus den Mitgliedstaaten der Europäischen Union importierte Österreich im ersten Halbjahr Waren im Wert von 63,13 Milliarden Euro (minus 8,2 Prozent). Der Wert der

in die EU-Länder exportierten Waren verzeichnete mit minus 8,4 Prozent ebenfalls einen Rückgang im Vergleich zum Vorjahreszeitraum und betrug 65 Milliarden Euro. Der Außenhandel mit Drittstaaten zeigte im Vergleich zur

Vorjahresperiode eine Abnahme bei den Importen (minus 19,4 Prozent auf 30,92 Milliarden Euro) und eine leichte Zunahme bei den Exporten (plus 0,8 Prozent auf 31,90 Milliarden Euro). Daraus ergab sich ein Handelsbilanzüberschuss mit Drittstaaten von 0,98 Milliarden Euro. Die gesamte Handelsbilanz war im ersten Halbjahr mit 2,85 Milliarden Euro positiv. Bei den EU-Ländern waren es plus 1,87 Milliarden Euro.

„Der Außenhandel Österreichs schwächelt“, erklärte Tobias Thomas, Generaldirektor der Statistik Austria, jüngst bei der Veröffentlichung der Zahlen: „Die rückläufige Entwicklung geht unter anderem darauf zurück, dass der Handel mit Deutschland, dem mit Abstand wichtigsten Handelspartner Österreichs, seit einem Jahr mit Ausnahme vom April 2024 Monat für Monat hinter dem Vorjahresmonat zurückbleibt. Allein im Juni sind die Exporte und die Importe aus dem Nachbarland um jeweils mehr als neun Prozent eingebrochen.“

WERBUNG

OeKB: Wettbewerbsfähigkeit stärken und Exportpotenziale heben

Die Oesterreichische Kontrollbank AG (OeKB) kann heimische Exporteure im aktuell herausfordernden Umfeld gezielt unterstützen.

Als Exportkreditagentur der Republik Österreich stellt die OeKB Exporthaftungen aus und bietet zudem auch attraktive Finanzierungen. Gemeinsam mit dem Bundesministerium für Finanzen (BMF) ist sie laufend darum bemüht, das breite Produkt- und Serviceportfolio zu optimieren und dabei aktuelle Entwicklungen und Kundenbefragungen zu berücksichtigen. Ein Ergebnis daraus ist ein Maßnahmenpaket, um Lieferketten und die Produktionsverfügbarkeit sowie die nachhaltige Energieversorgung noch besser abzusichern.

Festigung von Lieferketten

Mit der „Vorratsinvest“ steht österreichischen Unternehmen mit einer Exportquote von mehr als 20 % und deren Zulieferern eine attraktive Finanzierungsmöglichkeit zur Sicherung der Produktion und Vorprodukte zur Verfügung. Ermöglicht werden damit mittel- bis langfristige Finanzierungen von Lägern sowie Zahlun-

gen an Lieferanten, die dazu dienen deren langfristige Lieferbereitschaft und -fähigkeit sicherzustellen. Die Laufzeit der Vorratsinvest beträgt in der Regel bis zu fünf Jahre, eine Übernahme von Corporate Risk ist bis zu 30 % möglich.

Nachhaltige Energieversorgung

Im Hinblick auf die Versorgungssicherheit und die internationale Wettbewerbsfähigkeit der heimischen Exportwirtschaft ist auch der Ausbau von Erneuerbarer Energie (EE) von elementarer Bedeutung. Mit der „Exportinvest Green Energy“ unterstützen die OeKB und das BMF Investitionen in die Umstellung der Energieversorgung von fossilen Energieträgern auf Erneuerbare Energien am Unternehmensstandort in Österreich. Als EE gelten nichtfossile Energiequellen, wie z. B. Wind, Sonne, Wasserkraft, geothermische Energie oder Energie aus Biomasse.

Bei einer Exportquote von über 20 % kann bis 70 % des Investitionsvolumens bei einer Quote von über 50 % die gesamten Investitionskosten finanziert werden. Als besonderer Anreiz ist dabei eine bonitätsabhängige Risikoübernahme von bis zu 70 % möglich. Von dieser Finanzierungslösung können auch Zulieferer von Exportunternehmen profitieren, die selbst nicht ins Ausland liefern.

Erweiterung Exportinvest Green Energy

Um Investitionen in die Energietransformation und den nachhaltigen Ausbau oder Erhalt bestehender Produk-

tionskapazitäten noch besser zu unterstützen, wurde im April die maximale Laufzeit der Exportinvest Green Energy von 18 auf 20 Jahre abgeplant. Inbetriebnahme erhöht und damit an die Fördermöglichkeiten aus dem EAG (Erneuerbare Ausbaugesetz) angepasst. Projekte, die unter das EAG fallen, sind dadurch besser darstell- und kalkulierbar. Ebenfalls neu ist, dass auch Schnittstellen zu öffentlichen Netzen und Netzinfrastruktur zur Versorgung der Exportwirtschaft finanziert werden können.

Breitere Diversifikation der Märkte

Im Gegensatz zur schwachen Konjunktur in Europa, wohin rund 80 % der österreichischen Exporte gehen, wird in Schwellen- und Entwicklungsländern ein deutlich höheres Wachstum verzeichnet. Der Blick über den europäischen Tellerrand und eine breitere Diversifikation der Märkte sind somit ein Gebot der Stunde für die heimische Exportwirtschaft. Die OeKB kann Unternehmen dabei mit Exportgarantien des Bundes, klassischen Finanzierungen und internationalen Finanzierungs Kooperationen begleiten.

Attraktivierung von Exportgarantien

Mit Exportgarantien können auch höhere wirtschaftliche und politische Risiken im Auslandsgeschäft abgesichert werden. Um heimische Exporteure noch gezielter zu unterstützen, wurde die politische Deckungsquote generell auf 100 % angehoben, wo-



Foto: zhongguo/Stock/Getty Images E+/OeKB

mit auch in Ländern mit höherem Risiko der Selbstbehalt für das politische Risiko wegfällt. Die wirtschaftliche Deckungsquote wurde ebenfalls erhöht und bei bankmäßig besicherten Geschäften sowie bei Abnehmern mit guter Bonität mit 98 % festgelegt. Zudem wurden bei den Wertschöpfungsregeln weitere Liberalisierungsschritte gesetzt, etwa bei der Anrechnung von Zulieferungen von Töchtern oder aus Ländern der Europäischen Union.

Flexible Finanzierungslinien

Um gerade auch KMU verstärkt ins internationale Geschäft bringen zu können, kann die OeKB für regelmäßige Zukäufe von Investitionsgütern aus Österreich mit sogenannten „Shop-

ping Lines“ Zugang zu einer attraktiven Finanzierung ermöglichen. Ausländische Kunden können damit Lieferungen mehrerer österreichischer Hersteller in einem Kredit bündeln und müssen nicht mehr aufwendig Einzelkredite für die verschiedenen Zukäufe verhandeln und abschließen.



Kundenberatung Export Services:
T +43 1 53127-2600
exportservices@oekb.at
www.oekb.at/exportservices



Foto: Nordroden/Stock/Getty Images Plus/OeKB

„Gründen war mein Lebensziel“

Trotz unsicherer Zeiten blieb die Zahl der Gründungen mit 3612 im ersten Halbjahr stabil. Acht Jungunternehmer erzählen.

Von Elisabeth Prechtl und Verena Mitterlechner



Mehr als 3600 Oberösterreicher und Oberösterreicherinnen haben im ersten Halbjahr den Sprung in die Selbstständigkeit gewagt. Auch in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten blieben die Zahlen stabil: Sie lagen laut Wirtschaftskammer Oberösterreich nur minimal unter dem Niveau des Vorjahres. Die meisten Neugründungen gab es im Gewerbe und Handwerk (1685) und im Handel (1022). Danach folgen Information und Consulting (550) sowie Tourismus und Freizeitwirtschaft (180). Die neue Rechts-

form – die Flexible Kapitalgesellschaft (Flex-Co) – nutzten 15 Unternehmen.

Warum sie in wirtschaftlich schwierigen Zeiten den Schritt in die Selbstständigkeit gewagt haben, erzählen auf den folgenden Seiten exemplarisch acht Unternehmer. Einer von ihnen ist Helmut Kastler, Co-Gründer von „Cable Sherpa“ aus Freistadt: „Ein eigenes Unternehmen zu gründen, war eines meiner Lebensziele.“ Wer sich selbstständig mache, brauche aber Durchhaltevermögen und die Bereitschaft, Dinge laufend zu hinterfragen und anzupassen.

Zu gründen ist aber nicht nur die Verwirklichung eines oft lang gehegten Traumes,

sondern auch mit viel Verantwortung sowie Risiko verbunden. Die Überlebensrate von neuen Unternehmen ist laut Gründungsstatistik der Wirtschaftskammer konstant: 20 Prozent davon gibt es drei Jahre nach Gründung nicht mehr. „Uns wurde gesagt, dass wir uns derzeit im Tal des Todes befinden. In dieser Phase entscheidet sich, ob man als Unternehmen durchhält oder nicht“, sagt Magdalena Rechberger, Co-Gründerin von Pelvi-queens: „Aber unsere Motivation ist hoch. Zudem sind wir durch unsere Ausbildung als Physiotherapeutinnen abgesichert.“

Auch die Finanzierung ist in der Startphase oft ein Nadelöhr: In Oberösterreich gibt es

ein breites Beratungs- und Förderangebot, etwa durch das Gründerservice der Wirtschaftskammer oder den Inkubator tech2b: „Oberösterreich hat wirklich sehr gute Förderungen. Wichtig ist, laufend aus dem Geschäft Einnahmen zu erzielen, um die Fixkosten zu decken und in die Weiterentwicklung zu investieren“, sagt „zflys“-Co-Gründerin Alessa Prochaska.

„Die Gastro verlangt einem viel ab, aber man bekommt über den Kontakt zu den Gästen auch viel zurück“, sagt der Koch Daniel Döllerer, der sich mit seiner Frau in Mondsee als Gastronom und Hotelier selbstständig gemacht hat.

Skills Management und E-Learning

Erfolgsfaktoren in der digitalen Arbeitswelt

Das Linzer Unternehmen clickandlearn entwickelt seit 1998 innovative E-Learning-Lösungen, um den Herausforderungen der modernen Arbeitswelt gerecht zu werden. Besonders in Zeiten des digitalen Wandels ist es für Unternehmen und Mitarbeitende entscheidend, neue Kompetenzen aufzubauen und bestehende Skills kontinuierlich weiterzuentwickeln.

Maßgeschneiderte Lernumgebungen und Skills Management

In einer Zeit, in der sich Anforderungen ständig verändern, unterstützt clickandlearn mit flexiblen Learning-Management-Systemen (LMS) und maßgeschneiderten Lernwelten. Diese Systeme ermöglichen Unternehmen, gezielt auf die Qualifikationslücken ihrer Mitarbeitenden einzugehen und diese in relevanten Bereichen zu schulen. Das sogenannte Skills Management wird dabei immer wichtiger. Unternehmen müssen nicht nur die aktuellen Fähigkeiten ihrer Mitarbeitenden kennen, sondern auch zukünftige Kompetenzanforderungen antizipieren und proaktiv fördern. clickandlearn bietet hierfür nicht nur Lerninhalte, sondern auch Tools zur Analyse und Verwaltung von Kompetenzen sowie professionelle Beratung rund um dieses Thema.



V. l.: Robert Berndorfer, Renate Mitter, Roland Kaimberger – Geschäftsführung clickandlearn

Foto: clickandlearn

Herausforderungen im HR-Bereich

Personalabteilungen stehen zunehmend vor der Aufgabe, nicht nur Talente zu finden, sondern diese auch langfristig zu fördern. Die Digitalisierung erfordert eine strategische Weiterentwicklung der Mitarbeitenden, um Wettbewerbsvorteile zu sichern. Die Herausforderung für HR besteht darin, Weiterbildungsstrategien zu entwickeln, die sowohl individuelle als auch unternehmensweite Bedürfnisse abdecken. Dabei kommt es darauf an, Mitarbeitenden nicht nur den Zugang zu Weiterbildungsangeboten zu ermöglichen, sondern diese auch aktiv zu begleiten, ihre Fortschritte zu überwachen und die Wirksamkeit zu überprüfen.

Innovationen als Schlüssel zum Erfolg

Neben klassischen Lernansätzen setzt clickandlearn auf moderne Technologien wie Microlearning oder Gamification, um die Motivation der Lernenden zu steigern. Mit spielerischen Elementen, die das Lernen interessanter und interaktiver gestalten, können Inhalte effizienter vermittelt und besser verankert werden.

Die Zukunft des Lernens liegt in der Kombination aus technologischem Fortschritt und strategischem Skills Management. Unternehmen, die die Weiterentwicklung ihrer Mitarbeitenden als Teil ihrer Unternehmensstrategie verstehen, schaffen die Basis für langfristigen Erfolg.

Die Digital Days in Linz

Am 2. und 3. Oktober ist es wieder so weit: Dann finden in den Promenaden Galerien in Linz wieder die Digital Days der Oberösterreichischen Nachrichten statt – mit vielen spannenden Vorträgen, Workshops und allem, was man rund um digitale Vermarktung und digitale Themen wissen muss. Einer der Speaker ist Maximilian Böger, promovierter Betriebswirt, der sich auf Zukunftstrends und die Transformation von Geschäftsmodellen spezialisiert hat.

Was Technologien betrifft, gibt es laut Böger Optimisten und Pessimisten. „Die einen nutzen Technologien, um Probleme zu lösen, und hoffen, damit eine Lücke schließen zu können. Die anderen sehen sie eher als Herausforderung, weil sie nun noch etwas Zusätzliches lernen müssen“, sagt der gebürtige Deutsche. Die Angst vor Arbeitslosigkeit, die KI in vielen Beschäftigten auslöse, sei aus seiner Sicht aber ungerechtfertigt. Böger rät Unternehmen, sich den neuen Technologien nicht zu verschließen, aber die Erwartungen nicht zu hoch zu schrauben: „Selbst Firmen, die komplett automatisiert produzieren, nutzen KI nicht, um Arbeitsplätze abzubauen, sondern weil sie Fachkräfte nicht finden.“

„Sie sind innovativ, weil sie es müssen“

Auch Gerold Weisz, Professor für Entrepreneurship und Leiter des Startup-Centers an der Fachhochschule Oberösterreich, ist einer der Vortragenden. Er wird anhand von Beispielen die Wege zum Erfolg für Start-ups aufzeigen.

„In den vergangenen 20 Jahren haben sich zahlreiche junge, erfolgreiche Unternehmen in Oberösterreich etabliert. Herausforderungen und Proble-



Volles Haus – in den Promenaden Galerien (vowe)

me, die die Wirtschaft heute beschäftigen, wurden von Anfang an mit unkonventionellen Arbeits- und Organisationsstilen gelöst“, sagt Weisz. Leider würden diese Herangehensweisen nach wie vor unterschätzt. Außerdem müsse man erkennen, dass „Start-ups auch deshalb innovativ sind, weil sie es sein müssen“. Denn fehlendes Personal, fehlendes Kapital und fehlende Erfahrung müssten durch Neuerungen kompensiert werden.

Tickets für die Digital Days am 2. und 3. Oktober in Linz und weitere Infos zu der Veranstaltung sowie zu allen Vortragenden finden Sie im Internet: digitaldays.nachrichten.at





Daniel Sittenthaler (v.l.), Fabian Pischinger und Severin Bergsmann (privat)

App hilft bei der Reise-Planung

Eine Reise zu planen, macht Spaß, das Suchen von Flügen, Unterkünften, Sehenswürdigkeiten und Restaurants kann aber auch furchtbar aufwendig sein“, sagt Fabian Pischinger. Der 26-jährige Wirtschaftswissenschaftler hat heuer im Februar mit Daniel Sittenthaler und Severin Bergsmann „Majourney“ gegründet. Firmensitz ist in Perg, gearbeitet wird am Gelände der JKU in Linz, wo die drei, die sich selbst als „Vielreisende“ bezeichnen, auch studiert haben. Sie haben die App „Majourney“ entwickelt, die Nutzern auf Basis von künstlicher Intelligenz fix-fertige Reisepläne erstellt. Dafür müssen etwa Dauer, Datum und Interessen eingegeben werden. Die Funktion gibt es derzeit für Städte, bis Jahresende soll sie auch für Länder verfügbar sein.

Die „Gen Z“, also die zwischen 1995 und 2010 Geborenen, sind laut Pischinger reiselustig und digital-affin: „Bis zu einem gewissen Grad macht Planen Spaß, aber es ist zeitaufwendig. Und mit Hilfe bei der Planung läuft man nicht Gefahr, etwas Wichtiges zu verpassen.“ In der App soll es auch eine Kommentarfunktion geben, um sich mit anderen auszutauschen. Zudem gibt es Tipps für die jeweiligen Destinationen, etwa Dinge, die sich dort nicht gehören.

Gegründet wurde Majourney als flexible Kapitalgesellschaft, um später bei Bedarf einfach Mitarbeiter beteiligen zu können. Die 10.000 Euro Stammkapital, die es braucht, bezeichnet Pischinger als Hürde.



„Eine Reise zu planen, macht Spaß, ist aber furchtbar aufwendig. Man muss alles raus-suchen, vom Flug bis zum Restaurant.“

Fabian Pischinger, Majourney

Das E-Auto einfach und sicher laden

Wer sein E-Auto lädt, kennt das Problem: Das Ladekabel liegt ungeordnet am Boden, gerät zur Stolperfalle und wird womöglich sogar beschädigt. Dem will das heuer im Februar gegründete Freistädter Unternehmen „Cable Sherpa“ entgegenwirken. Die drei Gründer Erwin Kunst, Helmut Kastler und Andreas Affenzeller, die noch weiteren selbstständigen Tätigkeiten nachgehen, haben eine Kabelhaltervorrichtung entwickelt, die das Laden des E-Autos zu Hause sauberer, sicherer und einfacher machen soll. Der „Cable Sherpa“ wird in Österreich produziert, über den eigenen Online-shop sowie Verkaufsplattformen vertrieben: Hier gibt es zum Beispiel Partner in Deutschland und in der Schweiz. Die Kosten belaufen sich auf 369 Euro. „Das Kabel liegt nicht am Boden, sondern befindet sich geordnet an der Wand“, sagt Kastler, der vor seiner Selbstständigkeit bei Kreisel Electric gearbeitet hat. Bis 2030 soll es in der EU aufgrund des Green Deal 32 Millionen Landpunkte für das Laden zuhause geben: Hier sieht das Unternehmen Potenzial. Neben dem deutschsprachigen Raum will „Cable Sherpa“ auch Länder wie Norwegen in den Fokus nehmen: „Der Neuzulassungsanteil von E-Autos liegt dort bei mehr als 90 Prozent.“

Wer gründe, brauche Durchhaltevermögen und Weitblick, „und es ist wichtig, Produkte regelmäßig zu hinterfragen und gegebenenfalls anzupassen.“



„Durchhaltevermögen und Weitblick sind ganz wichtig. Man muss die Produkte regelmäßig hinterfragen und gegebenenfalls anpassen.“

Helmut Kastler, Cable Sherpa

Helmut Kastler, Erwin Kunst, Andreas Affenzeller (v.l.)



Bianca Erler gründete „Genussmomente“. (privat)

„Genuss mit anderen teilen“

Sie heißen zum Beispiel „Wanderlust“, „Wundertüte“, „Blitzgscheid“ und „Knoofi“: Die Nussmischungen für ihr Geschäft „Genussmomente“ in der Linzer Bischofstraße stellt die 34-jährige Bianca Erler selbst zusammen und mischt sie frisch. Die Rohstoffe werden, wo möglich, aus Österreich bezogen. Im Dezember 2023 hat Erler, die im EDV-Einzelhandel gelernt hat, sich mit ihrem Geschäft selbstständig gemacht, das auch ein kleines Café beinhaltet.

Nach ihrer Lehre hat die gebürtige Tirolerin erst einige Jahre am Landesgericht Innsbruck, nach ihrer Übersiedelung nach Linz 2013 am Landesgericht Linz gearbeitet. Parallel dazu gründete sie eine Werbeagentur. „Ich wollte eine Arbeit, die mir Flexibilität bietet und die mich zudem mit Sinn und Freude erfüllt. Genuss mit anderen Menschen zu teilen, macht mich glücklich.“

Ein Nussgeschäft, wie sie es in Tirol regelmäßig besucht hatte, hat Erler in Linz gefehlt, also entschied sie im Vorjahr, einfach selbst eines zu eröffnen. „Ich habe mir die Selbstständigkeit schwieriger vorgestellt, aber man kann alles schaffen, wenn man will.“ Als Einzelunternehmerin sei man für alle Sachen zuständig, vom Verkauf über die Buchhaltung bis hin zum Putzen. Die Nachfrage der Kunden sei sehr gut, für das Weihnachtsgeschäft wird heuer eine Zusatzkraft gesucht.



„Wer gründet, sollte sich über die finanziellen Herausforderungen im Klaren sein. Das Risiko muss überschaubar bleiben.“

Bianca Erler, Gründerin von „Genussmomente“

Tabuthema Beckenboden ansprechen

Ihr Interesse an Frauengesundheit hat die beiden Freundinnen und Physiotherapie-Studienkolleginnen Magdalena Rechberger und Judith Sacher bewogen, im Herbst 2023 das Unternehmen „Pelviqueens“ mit Standorten in Linz und Wartberg ob der Aist zu gründen. Nutzerinnen können gegen Zahlung einer Gebühr die Plattform mit Übungsvideos für den Beckenboden nutzen.

„Der Beckenboden ist immer noch ein Tabuthema. Zuerst werden Probleme mittels Fragebogen analysiert, dann gibt es vier Kurse zur Auswahl, etwa bei einer überaktiven Blase oder für die Rück-



M. Rechberger (l.), J. Sacher (Keplinger)

bildung nach der Geburt“, sagt Rechberger. Im Herbst starten neue Kurse zu Periodenproblemen sowie Endometriose. Sacher und Rechberger zeigen die Übungen vor und erklären sie. 300 Frauen im deutschsprachigen Raum, die sich auch in einer WhatsApp-Gruppe austauschen können, werden begleitet. Pelviqueens wird vom Start-up-Inkubator tech2b unterstützt.

Anderen Frauen, die gründen möchten, spricht Rechberger Mut zu: „Als Frau oder junge Mutter wird man oft unterschätzt. Lasst euch nicht einschüchtern, sondern zieht Motivation daraus und brennt für die Idee.“

KGG & UBG: Mit Rat und Tat zur Finanzierung

Eine gute Idee allein reicht nicht. Um ein erfolgreiches Geschäft daraus zu machen, brauchen Unternehmer:innen Kapital und das möglichst unkompliziert. Mit dem Gründerfonds des Lan-

des OÖ sowie Bürgschaften, die die Aufnahme eines Kredits erleichtern, sind KGG & UBG hier die richtigen Ansprechpartner und das bereits bei der Planung. Eine Erfahrung, die auch Christiane Kaltenbach, Inhaberin der Hairbar in der Linzer Innenstadt, machte. „Ich kannte mich selbst mit Finanzierungen nicht aus. Es war gut, dass ich mit all meinen Fragen willkommen war!“ Die Leistungen von KGG & UBG, inklusive einer kostenlosen Beratung, stehen oberösterreichischen Unternehmen aus allen Branchen sowie auch Nachfolger:innen und Franchisenehmer:innen offen.



Eine Beratung bei KGG & UBG ist der erste Schritt zu einer gelungenen Finanzierung, etwa auch für Martin Semlitsch (l.) von der Web-fabrik Haslach.

Infos: www.kgg-ubg.at
office@kgg-ubg.at
0732 / 777800





V.l.: Manuel Rohrauer, Marco Kner, Martin Hehl

Sensoren für Industriebetriebe

Um ein Unternehmen gründen zu können, muss man nicht studiert haben: Das ist Marco Kner wichtig. Der 30-jährige gelernte Facharbeiter hat mit zwei ehemaligen Arbeitskollegen im Mai in Linz „Coiss“ gegründet. Ihr Ziel: praktikable Digitalisierungslösungen für Industriebetriebe. Entwickelt wurde ein handgroßer batteriebetriebener Sensor, der an Maschinen angebracht wird. So wird etwa die Produktion in einem Sägewerk überwacht: Der Sensor liefert den Mitarbeitern in Echtzeit über eine App Informationen zur Aktivität und Temperatur der Maschine. „Die Mitarbeiter ersparen sich so viele Wege“, sagt Kner. Für den Familienvater aus Puchenu war die Selbstständigkeit richtig: „Mein Alltag ist anstrengender, aber besser.“

Das Glück im Blumengeschäft

Schon als Kind wusste Magdalena Jahn, dass für sie nur der Beruf der Floristin infrage kam. Die 37-Jährige absolvierte eine Lehre und blieb dann 22 Jahre bei ihrem Ausbildungsbetrieb. Der Wunsch, sich mit ihrem Traumberuf selbstständig zu machen, reifte mehrere Jahre lang in der Lasbergerin. „Ich wollte die Dinge so machen, wie ich sie mir vorstelle, und selber entscheiden“, sagt die zweifache Mutter. Im März eröffnete sie in Freistadt ihre „Blütenwerkstatt“. Gemeinsam mit einer Mitarbeiterin – einer früheren Arbeitskollegin – verkauft sie Schnittblumen, Topfpflanzen, Dekoartikel und Geschenke aller Art. Mit der Resonanz ist die Mühlvierlerin sehr zufrieden. „Das Geschäft ist wie meine zweite Heimat, ich freue mich auf jeden Arbeitstag.“



Die Floristin Magdalena Jahn eröffnete im März ihre „Blütenwerkstatt“ in Freistadt. (privat)



Daniel und Juliana Döllerer vom „Apollo“ (Ebner)

„Mondlandung“ in der Gastronomie

Der gelernte Koch Daniel Döllerer aus Mondsee wollte sich immer schon selbstständig machen, wie er sagt. Nach zahlreichen Stationen im Ausland war es im Vorjahr so weit: In seinem Heimatort gründete der 26-Jährige gemeinsam mit seiner Frau Juliana, die auch Gastro-Erfahrung hat, ein Restaurant samt Hotelbetrieb. Beide waren von Anfang an bei den Umbauten dabei: „Wir unterstützen uns gegenseitig, das ist ein Vorteil“, sagt Döllerer. Zum „Apollo“ gehören mehrere Stationen: acht Gästezimmer mit Pool, ein Restaurant, ein Kiosk und ein Schifffahrtsbetrieb mit Bewirtung. „Die Gastro verlangt einem viel ab, aber man bekommt von den Gästen viel zurück“, sagt Döllerer.

WERBUNG

Polestar wächst in Österreich: Neue Modelle, neue Standorte

2024 ist für die schwedische Elektroautomarke Jahr des Wachstums

Polestar, die schwedische Elektroautomarke, ist seit rund drei Jahren in Österreich aktiv. Seitdem hat sich viel getan: von der Eröffnung des ersten Polestar Space in Wien über die Auslieferung der ersten Polestar 2 bis hin zu den Launches der neuesten Modelle Polestar 3 und Polestar 4.

Der Polestar 2, eine vollelektrische Fließhecklimousine, erfreut sich nach wie vor großer Beliebtheit. In Österreich sind seit Marktstart bereits mehr als 1800 Fahrzeuge unterwegs. Im Juni 2024 hat Polestar das Modelljahr 2025 für den Polestar 2 vorgestellt, das über ein aktualisiertes Design, eine neue Paketstruktur und individuelle Optionen sowie größere Reichweite verfügt.

Er hat sich als ideales Fahrzeug für den Außendienst erwiesen. Mit seiner Reichweite von bis zu 659 Kilometern (WLTP) und seiner sportlichen Performance ist er ein ausgezeichneter Begleiter für österreichweite Dienstreisen.

Der Polestar 3 ist ein Luxus-Elektro-SUV, der mit Design, Dynamik und einem sportlichen Fahrwerk punktet. Mit einer Reichweite von bis zu 650 Kilometern (WLTP) und einer maximalen Leistung von 517 PS bzw. 380 kW vereint der Polestar 3 elektrische Performance mit elegantem Aussehen, hochwertiger Ausstat-



Sportlich und elegant: der Polestar 3

Foto: Polestar

tung und optimierter Aerodynamik bei einem CO₂-Fußabdruck von 24,7 t CO₂e. Das ist ein deutlich kleinerer Fußabdruck als jener des Polestar 2 bei seiner Markteinführung im Jahr 2020. Möglich ist dies dank erneuerbarer Energien für die Aluminium- und Batterieproduktion sowie alternativen Innenraummaterialien.

Auch der Polestar 4 nutzt moderne Technologien und Materialien. Das SUV Coupé bietet etwa 3D-gestrickte Sitzbezüge, wie man sie aus der Sportartikelindustrie kennt. Die maßgeschneiderten Stoffbezüge sind eine Neuheit in der Automobilbranche. Das erstmals im Konzeptfahrzeug Precept gezeigte Textil besteht zu 100 Prozent aus recyceltem Polyester. Es wird passgenau gefertigt, sodass kaum Verschnitt anfällt und der Abfall insgesamt reduziert wird.

Besonders markant ist aber eines: die fehlende Heckscheibe. Dies ermöglicht Fahrgästen auf der Rückbank Komfort und Kopffreiheit wie in einem SUV, während Fahrende durch den virtuellen Rückspiegel von einem weitaus größeren Sichtfeld profitieren.

Mehrere neue Standorte

Nach dem ersten Polestar Space in der Wiener Innenstadt eröffnete die schwedische Marke in diesem Jahr zwei weitere Spaces in Graz und Linz (Regensburger Straße 1). Zum Polestar Test Drive Hub in Wiener Neudorf gesellten sich zudem vier weitere Test Drive Hubs in Innsbruck, Krams, Bregenz und Günskirchen (Edison Straße 3) dazu. Alle Standorte bieten Interessierten die Möglichkeit, Polestar kennenzulernen und Probefahrten zu absolvieren.

ENTGELTLICHE EINSCHALTUNG

Unternehmer werden ist nicht schwer ...

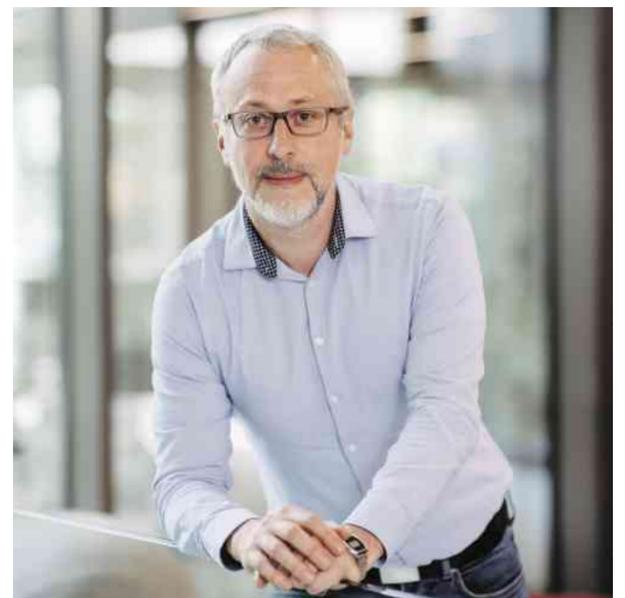
Jeder weiß, wie diese leicht abgewandelte, aber trotzdem bekannte Redewendung weitergeht.

In der Tat ist die Gründung eines Einzelunternehmens in Österreich normalerweise in zehn Minuten erledigt. Doch dann beginnen erst die unternehmerischen Herausforderungen. Eine gründliche Planung ist unerlässlich und hilft Struktur und letztlich nachhaltigen Erfolg in die Selbstständigkeit zu bringen. Das Gründerservice der WKOÖ unterstützt im Rahmen der Gründung mit Angeboten wie Gründungsworkshops, Mindestumsatz- oder Steuerrechner. Diese Leistungen haben sich in der Gründungsvorbereitung bereits tausendfach bewährt und minimieren das Risiko beim Einstieg ins Unternehmertum.

Warum gründen?

Die flexiblere Zeit- und Lebensgestaltung sowie der Wunsch, der eigene Chef zu sein sind die Top-Motivationsgründe, warum sich im 1. Halbjahr 2024 bereits 3612 Menschen in Oberösterreich selbstständig gemacht haben.

Besonders für diese jungen Unternehmen ist Wissen ein entscheidender Faktor, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Dieser Umstand führte nicht nur zur Gründung des WIFI vor knapp 80 Jahren, sondern auch zur neuen digitalen Wissensplattform „wise up“.



„Egal, ob persönlich, online oder mit Apps, wir vom Gründerservice haben das richtige Werkzeug für den Weg in die Selbstständigkeit“, so Mag. Alexander Stockinger, Gründerserviceberater in der WKO Oberösterreich. Foto: Antje Wolm

Wissen als Kernkompetenz

„wise up“ bietet online mehr als 20.000 Lerninhalte in Form von Videos, Dokumenten und Präsentationen, die rund um die Uhr Mitgliedern der WKO stark vergünstigt zur Verfügung stehen. Dort können sich Unternehmer:innen fit machen für die zukünftigen Herausforderungen, egal ob beispielsweise im kaufmännischen Bereich, bei Soft Skills oder Spra-

chen. Eigene Lernstrecken für spezielle Zielgruppen, wie etwa EPU oder Start-ups machen es leichter, die richtigen Inhalte zu finden. Das und mehr gibt's auf wise-up.at.

Kurz gesagt: Egal, ob bei der Gründung und ihrer Vorbereitung oder für die anspruchsvolle Zeit danach: Die WKOÖ steht allen großen und kleinen zukünftigen Unternehmen stets zur Seite.



Alles Sieger des Vorjahres auf einem Bild: in der Mitte Sabine Köszegi mit dem Preis für das Lebenswerk

Foto: Weibold

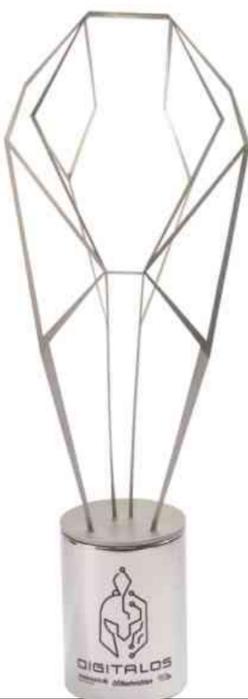
Unsere digitalen Pioniere

Bereits zum sechsten Mal werden heuer beim Digitalos die Vorreiter des Landes in Sachen Digitalisierung ausgezeichnet *Von Clemens Thaler*

Im Vorjahr wurde Universitätsprofessorin Sabine Köszegi aus Altenfelden von der Jury für ihr Lebenswerk geehrt und bekam den Preis für die „Digitale Pionierleistung“ beim Digitalos 2023 verliehen. Köszegi leitet den Fachbereich „Arbeitswissenschaft und Organisation“ an der Technischen Universität Wien (TU), sie forscht an den Schnittstellen zwischen Mensch und Technologie, außerdem beschäftigt sie sich auch mit den Themen Ethik sowie künstliche Intelligenz. Die Laudatio im Vorjahr hielt Doris Schmidauer, die Gattin von Bundespräsident Alexander Van der Bellen.

Heuer findet der Digitalos bereits zum sechsten Mal statt, die große Gala geht am 12. November wieder in der Linzer Tabakfabrik über die Bühne. Ab sofort können Sie sich auf digitalos.at für die unterschiedlichen Kategorien – Digitales Start-up, Digitales Projekt und Digitale Transformation – bewerben. Die OÖNachrichten veranstalten den Digitalos gemeinsam mit ihren starken Partnern und der Tabakfabrik Linz, der Preis ist auch der offizielle Digital-Award des Landes Oberösterreich.

Der Sonderpreis Digitalia für eine Frau, die wie Eva Maria Infanger im Vorjahr durch digitale Leistungen aufgefallen ist, und der Preis für die Digitale Pionierleistung werden direkt von der Jury vergeben. Den Juryvorsitz hat in diesem Jahr erstmals Stefanie Lindstaedt, Gründungspräsidentin der Linzer Digital-Uni (IT:U), inne. Im Auftakt-Interview sprach die Juryvorsitzende über die Herausforderungen der Digitalisierung und darüber, wie künstliche Intelligenz unser Leben beeinflussen wird. „Das



Thema Digitalisierung ist für alle relevant. Wir haben als Gesellschaft eine Verantwortung. Hier nachhaltig wirksame digitale Lösungsansätze zu entwickeln, erfordert interdisziplinäres Denken und Handeln. Wir brauchen in Zukunft digitale Zehnkämpfer“, sagt Expertin Lindstaedt.

Die größten Herausforderungen

Wo die größten Herausforderungen der Digitalisierung liegen, wissen auch Professor Marc Streit (Visual Data Science Lab, JKU) und Werner Pamminer (Business Upper Austria): in der rasanten Geschwindigkeit, mit der technologische Entwicklungen voranschreiten, und der Notwendigkeit, Geschäftsmodelle und Prozesse kontinuierlich anzupassen. Unternehmen müssten deshalb nicht nur in Technologien investieren, sondern auch in die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter. „Nur so können sie den Wandel erfolgreich gestalten“, sagt Pamminer, der mit Business Upper Austria viele Start-ups fördert und den Digitalos unterstützt. Welche Trends gibt es in der Digitalisierung? Die fortschreitende Automatisierung der Industrie, die in Oberösterreich besondere Relevanz hat. Auch die Twin Transition, also Green Tech und nachhaltige Digitalisierung, werden wichtiger, da sie, wie Streit betont, ökologische und ökonomische Ziele vereint.

Bewerben Sie sich jetzt!

Also nutzen Sie die Chance und bewerben Sie sich online auf digitalos.at. Nach einer Vorauswahl können Sie auf nachrichten.at im Oktober in der Sparte „Digitale Persönlichkeit“ für Ihren Favoriten abstimmen. Bewerbungen sind bis 5. Oktober möglich.

ENTGELTLICHE EINSCHALTUNG



DIGITAL TRANSFORMATION FORUM 2024

AI: THEORIE UND PRAXIS

Forschung trifft auf Anwendung. IT-Lösungsanbieter treffen auf Unternehmen aller Branchen, die mitten in der Digitalen Transformation stecken. Mit diesem Konzept geht am 15. Oktober das Digital Transformation Forum im Softwarepark Hagenberg über die Bühne.

Beim Digital Transformation Forum 2024 präsentieren wir zahlreiche Best-Practice-Beispiele zu den Themen Künstliche Intelligenz, IT-Security und Cloud Computing von IBM Cloud, PwC Oberösterreich, der RISC Software GmbH und vielen mehr. Am Nachmittag haben Sie die Wahl aus sechs Parallelworkshops, um in interaktiven Sessions Ihr Wissen zu vertiefen. Zum Abschluss erwartet Sie eine Feier zum 35-jährigen Jubiläum des Softwareparks Hagenberg.

Business Upper Austria –
OÖ Wirtschaftsagentur GmbH
IT-Cluster
Hafenstraße 47-51
4020 Linz
Tel +43 732 79810 5233
Web www.it-cluster.at
Mail it-cluster@biz-up.at

Termin
15. Oktober 2024
08:30 bis 18:00 Uhr

Veranstaltungsort
amsec im Softwarepark Hagenberg
4232 Hagenberg im Mühlkreis

Anmeldung und Details:
www.biz-up.at/digital-transformation-forum
Teilnahme- und Stornobedingungen: www.biz-up.at/rechtliches



Folgen Sie uns auf Facebook, LinkedIn und Instagram.



„Auf meine Leute ist 100

Nirgendwo in Oberösterreich ist die Dichte an Familienbetrieben so hoch wie in Wels. Auch deshalb sind die Messestadt und das Umland wirtschaftlich stark. *Von Ulrike Rubasch*

Vor rund 350 Jahren gründeten die Vorfahren von **Georg Winklmayr** (60) eine Sattlerei. Heute führt der Sattlermeister in der zehnten Generation den Betrieb am Kaiser-Josef-Platz in Wels als Lederwaren-, Sattler- und Taschnermeister mit acht Mitarbeitern. Aus seiner Werkstatt kommen Luxusprodukte aus Leder, Prototypen für die Industrie und Kleinserien bis 1000 Stück, etwa für Montagegurte oder Fernglas-Trageriemchen für Luxuseditionen.

Das Besondere an einem so traditionsreichen Familienbetrieb sei, sagt er, „dass auf meine Leute 100 Prozent Verlass ist“. Seine Mitarbeiter sind für ihn auch „Familie“, „wir fahren gemeinsam auf Ausflüge, und zu Weihnachten kocht eine unserer Mitarbeiterinnen das Weihnachtessen für uns. Ich liebe alle meine Mitarbeiter wie meine Kinder.“

Was im kleinen Stil so gelebt wird, findet sich auch in größeren Familienunternehmen. Viele Familienunternehmen der Region werden bereits seit mehreren Jahrzehnten erfolgreich geführt und blicken auf eine lange Geschichte zurück. „Das ist etwas ganz Besonderes. Ein Unternehmen über einen so langen Zeitraum erfolgreich zu führen, erfordert Kontinuität, Kreativität, Innovationskraft, Mut und Durchhaltevermögen“, sagt Thomas Brindl, Leiter der Wirtschaftskammer Wels und Wels-Land. Den Familienbetrieben der Region gelinge es in besonderer Weise, diese einzigartige Brücke zwischen Vergangenheit und Zukunft zu schlagen. „Genau deshalb sind sie ein unverzichtbarer Teil der heimischen Wirtschaft.“ Weil Familienbetriebe nicht in Quartalen, sondern in Generationen denken, seien sie „besonders krisenresistent und international so erfolgreich“.

Logistik-Profi für Zara, Mango, Zalando

Ein Unternehmen, das international sehr erfolgreich ist, ist **TGW**. Als „Transportgeräte Wels“ gründeten die Linzer Maturanten Ludwig Szinicz und Heinz König 1969 eine Firma. Szinicz kaufte König später seine Anteile ab, expandierte kräftig und machte das Unternehmen zu einem der bedeutendsten Intralogistik-Unternehmen Europas. Kürz-

lich gab TGW eine Investition am Firmensitz in Marchtrenk in Höhe von 100 Millionen Euro bekannt. Damit sollen ein 20.000 Quadratmeter großes Produktionsgebäude und ein hochautomatisiertes Lagersystem für Paletten bzw. Behälter entstehen, 300 Jobs werden geschaffen. Die Gruppe beschäftigt heute 4400 Menschen und setzte im Vorjahr knapp eine Milliarde Euro um. Zu den Kunden des auf komplexe Lagersysteme spezialisierten Unternehmens zählen Branchenriesen wie Zara oder Mango sowie Versandhändler wie Zalando.

Und wem gehört TGW heute? Der TGW Privatstiftung. Szinicz soll einmal geschrieben haben: „Die TGW ist eine Kuh, niemand darf ihr ein Schnitzel herauschneiden. Sie muss sorgfältig gehalten werden, damit sie möglichst viel Milch gibt und Kälber aufziehen kann. Die Milch soll fair und klug verteilt werden.“ Deshalb die Stiftung. Externe Manager leiten den Konzern, Henry Puhl trat ab Februar 2024 die Nachfolge von Harald Schröpf als Vorstandsvorsitzender an.

Seit 1924 in Familienhand

Ein typisches Familienunternehmen des Bezirks (Gunskirchen, Wels) ist auch der Großbäcker **Resch&Frisch**. Eigentümer und Geschäftsführer Georg Resch leitet das Unternehmen, zusammen mit dem vierköpfigen Führungsteam, in vierter Generation. Im September beging das Backunternehmen 100-Jahr-Jubiläum. Und zwar in besonderer Weise, indem die Backstube stillstand und am Mondsee ein großes Fest gefeiert wurde.

1924 gründete Georg Reschs Urgroßvater Peter eine Bäckerei in Wels, 1973 traten sein Enkel Josef und dessen Bruder Paul in die Firma ein. Sie leiteten Resch&Frisch – nach dem Unfalltod ihres Vaters Josef – gemeinsam mit ihrer Mutter Hertha. Josef wurde 2006 Alleineigentümer und alleiniger Geschäftsführer, 2020 übernahm sein Sohn Georg. Resch&Frisch machte 2023 147,6 Millionen Euro Umsatz, betreibt aktuell 26 Filialen in Oberösterreich und Salzburg, an stärker frequentierten Standorten unter der Marke „Liebesbrot“. 1400 Mitarbeiter, davon 49 Prozent Frauen, sind im Unternehmen beschäftigt.

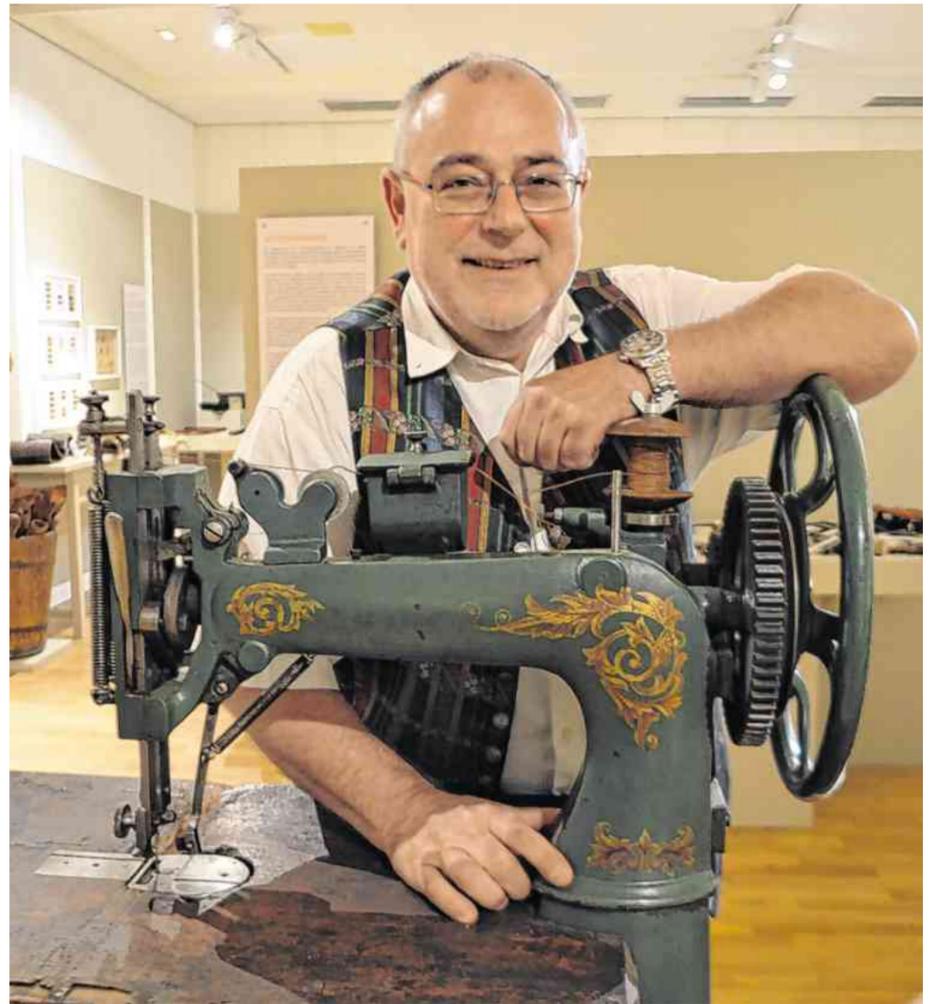
WERBUNG



FORUM
WERBEMITTEL GMBH

Wir haben die passenden Werbeartikel für Ihre Weihnachts-Kampagne

www.forum-webshop.at



Sattlermeister Georg Winklmayr in seinem Betrieb in Wels

Foto: OÖN/Famler

Zu den Welsener Flaggschiffen der Familienbetriebe zählen unter anderem die Möbelhauskette **XXXLutz/Möbelix** (Privatstiftungen, Familie Seifert), die Familie **Doppler** verwaltet nach dem Verkauf des Tankstellengeschäfts (Turmöl) die Immobilien. Weiters zu den Top-Familienbetrieben zählen das Transportunternehmen Felbermayr, der Seilespezialist Teufelberger und die TroGroup.

Für die kniffligsten Transporte

Die **Felbermayr Holding**, gegründet 1942 mit einem Lkw, ist heute mit 78 Standorten in 17 Ländern mit 3200 Beschäftigten europaweit präsent. Im Jahr 2023 betrug der konsolidierte Nettoumsatz 720 Millionen Euro. Ergänzt wird der Transport durch Tief- und Hochbau, durch den lokalen Vertrieb von Kies sowie durch die Bereiche Bauschuttrecycling und Abfallwirtschaft. 2020 starb der Seniorchef Horst Felbermayr im Alter von 75 Jahren. Er hatte mit Gisela das Unternehmen 1967 von Franz Felbermayr übernommen. Heute sind Sohn Horst mit Andrea Felbermayr in der Holding am Steuer. Alfred Feldbauer ist kaufmännischer Geschäftsführer.

Seit mehr als zehn Jahren steht Florian **Teufelberger** in siebter Generation an der Spitze des gleichnamigen Seile- und Umreifungsband-Herstellers. Gegründet wurde es 1790 durch Jakob Teufelberger als Hanfseilerei. Teufelberger, das noch immer zu 100 Prozent in Familienhand ist, erzielte zuletzt rund 330 Millionen Euro Umsatz mit mehr als 1300 Mitarbeitern. Auf hohem Niveau werden zum Beispiel Kletterseile für internationale Marken hergestellt. Auf der Internationalen Sportartikelmesse ISPO in München wurde Teufelbergers Kletterseil Mammut Core Protect Rope mit dem ISPO Award 2024 ausgezeichnet, weil es dank technologischer Neuerungen einen besseren Schutz gegen Seilrisse an Felskan-

ten hat und in der Handhabung keinen Nachteil aufweist.

Stempel und Laser für den Weltmarkt

Knapp 2000 Beschäftigte weltweit und 600 davon in Österreich hat mittlerweile die **TroGroup GmbH** (Stempelhersteller Trodat und der Laserspezialist Trotec) mit 312 Millionen Euro Umsatz. Bernd Badurek, seit Herbst 2023 Geschäftsführer der TroGroup nach Norbert Schrüfer, will das Unternehmen stärker digitalisieren. Er setzt dabei auch in der Autoindustrie an, die er aus früheren Tätigkeiten sehr gut kennt. „Wir sind nicht nur Stempelhersteller, sondern auch ein sehr guter Präzisions-spritzgießer, der effizient und schnell arbeiten kann. Hier ergeben sich in der Elektromobilität gute Chancen, vor allem wenn es um die Kombination von Kunststoff und Metall geht“, sagt Badurek.

Der Name Trodat wurde von Walter Just 1960 geschaffen (aus dem Kunststoff Trolitul, der für die Stempelherstellung gebraucht wurde, und dem Wort Datum). Der 2012 verstorbene Just hatte davor den Betrieb, den seine Eltern 100 Jahre zuvor gegründet hatten, von Wien nach Wels übersiedelt. Aktuell leitet Armin Herdegen die Geschäfte bei Trodat. Die TroGroup ist zu 74,9 Prozent im Besitz der Müller-Just-Familienstiftungen. 25,1 Prozent hält die niederösterreichische Beteiligungsholding P50 Beteiligungs GmbH.

Ersatzteile in Hochgeschwindigkeit

Auch weniger bekannte Familienunternehmen gibt es viele in Wels. Zu ihnen zählt etwa der Landtechnik-Ersatzteihändler **Prillinger** von Franz Edlbauer. Er führt seit 2008 als geschäftsführender Gesellschafter das internationale tätige Ersatzteilunternehmen für Landtechnikhändler und -werkstätten mit seiner Gattin in dritter Generation.

Florian Teufelberger Foto: Werk

Prozent Verlass“

WIRTSCHAFTS
DYNAMO

WAS DIE REGION
WELS
ERFOLGREICH
MACHT



Hier werden bei Prillinger Ersatzteile verpackt.

Foto: Werk



Drei Generationen: Horst Felbermayr jun. (5. v. r.) leitet das gleichnamige Familienunternehmen, Mutter Gisela (4. v. r.) hatte großen Anteil am Erfolg.

Foto: Werk



Bernd Badurek ist für die Geschäfte der TroGroup verantwortlich.

Foto: Trotec/Eder



Tiger Coatings: (v. l.) Thomas Loibl (COO), Clemens Steiner (CEO), Reinhold Freiseisen (CFO); vorne: Elisabeth Berghofer (Aufsichtsratsvorsitzende), Kurt Berghofer (Mehrheitseigentümer)

Foto: Werk



„Diese Familienbetriebe haben sich über Generationen hinweg für den Standort stark gemacht und viel für die Gesellschaft geleistet.“

Thomas Brindl, WK Wels

Das Welscher Familienunternehmen hat ein Sortiment von 87.000 lagernden und sofort verfügbaren Produkten und bietet Kunden im Umkreis von 500 Kilometern ein Über-Nacht-Service mit hocheffizienter Lieferkette. Aktuell hat Prillinger Niederlassungen in sieben Ländern Europas. Franz Edlbauer ist seit Oktober 2018 Obmann der WKO Wels-Stadt.

Vermittlung von Fachkräften

Abseits des Rampenlichts, aber eine wichtige regionale Größe im Personalsektor ist **Hogo Personalleasing**. Von den Familien Goller und Holzleitner gegründet, hat sich das Unternehmen seit 2007 zu einem der führenden Personaldienstleister entwickelt. „Als Familienunternehmen wissen wir, dass unser größter Wert in unseren Partnern und

Mitarbeitern liegt. Denn nur zufriedene Mitarbeiter geben in ihrer täglichen Arbeit auch ihr Bestes“, sagt das Unternehmen über sich. Auch in Deutschland, Ungarn und Kroatien werden Mitarbeiter vermittelt.

Tiger: hochwertige Beschichtungen

Ein international ausgerichtetes Familienunternehmen mit Sitz in Wels ist **Tiger Coatings**. 1930 aus einer Farbenhandlung entstanden, hat es heute weltweit acht Produktionsstätten und drei Forschungszentren. Die Anteile stehen allesamt im Eigentum der Familie Berghofer. Die hochwertigen Beschichtungs-lösungen - Pulverlack und digitale Tinten für industrielle Drucksysteme - kommen zum Beispiel auf Fassaden, Fenstern, Autofelgen, Möbeln, Kühlschränken, Maschinen etc. weltweit zum Einsatz.

Rund 1350 Beschäftigte arbeiten für Tiger Coatings, davon rund 530 in Wels. Der Gruppenumsatz betrug 2023 knapp 300 Millionen Euro. 2015 wurde ein sanfter Generationenübergang mit Erweiterungen im Management vollzogen. Clemens Steiner steht an der Spitze des Managements. Weitere Vorstandsfunktionen haben Thomas Loibl und Reinhold Freiseisen.

Düres Jahr in der Landwirtschaft

Kein leichtes Jahr haben die beiden Familienbetriebe Reformwerke Wels und Pöttinger. Beide sind im Bereich der landwirtschaftlichen Maschinen tätig. Sie spüren die Investitionszurückhaltung der Landwirte, der Umsatzrückgang liegt bei rund einem Fünftel bis zu einem Viertel.

Bei **Pöttinger** in Grieskirchen, das sehr nahe an Wels ist, sank der Umsatz im Geschäftsjahr 2023/24 von 641 im Jahr davor auf 491 Millionen Euro. Grundsätzlich blickt das Unternehmen aber optimistisch in die Zukunft. Die **Reformwerke Wels**, zu deren Gruppe auch die Agromont AG in Hünenberg (Schweiz) und die Kiefer GmbH in Dorfen (Deutschland) zählen, haben heuer ein Sparprogramm umgesetzt, 50 von 500 Stellen wurden gestrichen. Im nächsten Jahr soll es aber wieder nach oben gehen, erwartet Geschäftsführer Reinhard Riepl.



Wels-Stadt

34.350 unselbstständig Beschäftigte

der gewerblichen Wirtschaft arbeiten im Bezirk Stadt Wels. Das sind deutlich weniger als ein Jahr zuvor. In 1940 Arbeitsstätten oder Betriebsstandorten sind diese beschäftigt.

5,5 Prozent betrug laut Wirtschaftsquote im Bezirk 2023. Das ist ein leichter Anstieg zu 2022 (5,3 Prozent). Die durchschnittliche Arbeitslosenquote in Oberösterreich lag 2023 bei 4,2 Prozent, in ganz Österreich bei 6,4 Prozent.

240 Neugründungen von Unternehmen wurden im Jahr 2023 in der Stadt Wels registriert. Im ersten Halbjahr 2024 waren es bereits 186 Neugründungen.

ENTGELTLICHE EINSCHALTUNG

WELSCHE ERMÖGLICHT

WIR SCHAFFEN LEBENSQUALITÄT

wels.at

- Neugestaltung Volksgarten
- Neue Traunbrücke „Wels-Schleibheim“
- Modernisierung Eishalle
- Attraktivierung der Grünräume
- Kinderbetreuungs-Offensive

und vieles mehr...

STADT WELS
Stadtplatz 1 | 4600 Wels
Tel. +43 7242 235 0
post.mag@wels.gv.at



WAS MACHEN SIE EIGENTLICH,

HERR HOFFELNER?

23 Fragen an den Geschäftsführer des Linz Center of Mechatronics LCM

– 01 –

Wie erklären Sie einem sechsjährigen Kind, was Sie beruflich machen?

Unsere Forschung und Technologie hilft Unternehmen, Systeme besser, schneller und optimaler zu machen.

– 02 –

Und was antworten Sie auf die Frage, warum Sie dafür Geld bekommen?

Weil die Firma einen Vorteil hat durch uns: Sie kann etwas schneller und optimaler machen und spart sich dadurch Geld.

– 03 –

Wie viele Stunden arbeiten Sie pro Woche und wie verbringen Sie Ihre Freizeit?

50 bis 70 Stunden für LCM im Schnitt. Es bleibt noch Privatleben, da setze ich auch klare Grenzen. Die Freizeit verbringe ich mit Urlaub, Wein und Geselligkeit.

– 04 –

Was schätzen Ihre Freunde an Ihnen?

Ich denke, eine gewisse Geselligkeit, die ich in eine Runde bringe, und dass ich auch für ernste Themen ein guter Gesprächspartner sein kann.

– 05 –

Welche technische Leistung bewundern Sie?

Linz ist die Stadt der Mechatronik, sie ist hier geboren worden. Ich durfte quasi von der ersten Stunde an dabei sein. Maßgeblich war, dass die Mechatronik die verschiedenen Disziplinen Elektrotechnik, Maschinenbau und Informatik verheiratet. Wir sind die Übersetzer. Ich schätze diese Interdisziplinarität sehr.

– 06 –

Was hätten Sie gerne erfunden?

Etwas Bahnbrechendes wie die kalte Kernfusion, weil wir damit unser Energieproblem lösen könnten.

– 07 –

Ihr Beitrag gegen den Klimawandel?

Unsere Technologien helfen Unternehmen beim Kampf gegen den Klimawandel in Form von Energieeinsparungen und Effizienzsteigerung.

– 08 –

Ihr Lieblingsbuch, -song und -film?

Das Buch ist Patrick Süskinds „Das Parfum“, das ich schon zur Deutsch-Matura bekam; der Song ist Whitney Houstons „Greatest Love of All“ und mein Lieblingsfilm ist „True Lies“ mit Arnold Schwarzenegger.

– 09 –

Eine Führungskraft sollte niemals ...

... die Türe zuschlagen gegenüber einem Mitarbeiter, sollte immer das Gespräch suchen. Wenn einem Chef etwas auffällt, sollte er aktiv darauf zugehen und nicht einfach ein Problem ignorieren.

– 10 –

Ein Vierertisch in einem Restaurant Ihrer Wahl: Welche Personen der Geschichte oder Gegenwart laden Sie dazu ein?

Dazu würde ich zunächst einmal Jack Welch einladen, der 20 Jahre Chef von General Electric war, um ihm zu sagen, dass er falsch gelegen ist mit dem, was er gemacht hat. Seine „Fünf-Prozent-Methode“ gilt nicht überall auf der Welt. Auch Albert Einstein hätte ich gerne dabei, weil er irgendwie cool war und seiner Zeit voraus. Als Dritten würde ich einen Sportler wie Usain Bolt dazunehmen, um zu erfahren, wie es sich anfühlt, mit dieser Geschwindigkeit über die Laufbahn zu rennen.

– 11 –

Welche Personen haben Ihren Werdegang geprägt?

Zunächst meine Eltern, dann mein Doktorvater Reinhard Lerch von der JKU (Sensorik) und meine Partnerin Anke Merkl. Wir tauschen uns gern aus und geben uns gegenseitig positiven Input.

– 12 –

Welches Land würden Sie gern regieren?

Österreich, weil wir haben wirklich ein tolles Land – also machen wir was draus!

– 13 –

Drei Dinge, auf die Sie niemals verzichten würden?

(Überlegt lange.) Es gibt eigentlich keine. Ich bin eher losgelöst von dem Materiellen. Andererseits könnte ich für Gesundheit auf Wein – und alle anderen Dinge – auch verzichten. Ich habe ja nichts mehr von meinem Haus, wenn ich die drei Stiegen nicht mehr hinaufgehen kann. Aber natürlich fahre ich gerne ein schönes Auto und ein tolles Radl. Aber wenn ich es nicht hab, hab ich es nicht – und kann genauso gut leben.

– 14 –

Diesen Sportler bewundere ich am meisten:

Ich schaue mir irrsinnig gerne Sportler an: Olympia, Tour de France, Skifahren. Ich bewundere Leute, die so eine Leistung bringen. Ich würde da gar nicht einen Einzelnen herausnehmen.

– 15 –

Was ist im Geschäftsleben stillos?

Stillos ist, den anderen schlechtzumachen oder auszubremsen. Über jemanden in seiner Abwesenheit schlecht zu reden, geht gar nicht. Bezüglich Mode: Ich käme nicht in der kurzen Hose ins Büro – ich fahre zwar mit der kurzen Hose und dem Dienstfahrrad ins Büro, sitze aber nicht den ganzen Tag mit der Radlhose in der Arbeit.

– 16 –

Auf welche Frage sollte ein Bewerber bei LCM eine gute Antwort haben?

Er sollte eine gute Antwort haben auf die Frage, was seine Ziele sind. Ich möchte wissen, welche Vision er hat für den Job, für den er sich bewirbt, und welchen Mehrwert er mit seiner Leistung in diese Arbeit bringen kann.

– 17 –

Was ist Humor für Sie?

Spielen mit Worten und Formulierungen.

– 18 –

Was war Ihrer Meinung nach bisher Ihr größter Erfolg?

Ein ganz großer Meilenstein war die Genehmigung für das K2-Forschungszentrum 2018. Da habe ich sozusagen rund 50 Millionen Euro Forschungsgeld nach Oberösterreich geholt. Das war ganz wichtig für mich, weil ich dafür ja auch geholt wurde, um diesen Verlängerungsantrag zu koordinieren.

– 19 –

Welcher Schauspieler sollte Sie in einem Film verkörpern?

Arnold Schwarzenegger.

– 20 –

Wie und wo lernt man Führungskompetenz?

Learning by doing. Man muss es tun. Man muss mit Leuten arbeiten, die Probleme sehen, aufarbeiten, darüber sprechen, so lernt man es. Sicher kann man theoretisch und mit Mentoring viel darüber lernen, aber man muss in der konkreten Situation richtig reagieren. Man muss in der Lage sein, auch schlechte Nachrichten zu überbringen.

– 21 –

Wofür sollten Steuern mehr verwendet werden?

Für Forschung und Entwicklung zur gezielten Transformation der Industrie.

– 22 –

Wie lange könnten Sie ohne Internet leben?

Ich halte es schon eine Zeit lang aus, einige Tage bis zu einer Woche.

– 23 –

Was liegt auf Ihrem Nachtkästchen?

Der Große Weinatlas von Hugh Johnson und Jancis Robinson, weil ich gerade das Aufbau-seminar 2 von der Weinakademie abgeschlossen habe. Das Leben ist einfach zu kurz, um schlechten Wein zu trinken, ich möchte mich da einfach auskennen.

ZUR PERSON

Der 52-jährige **Johann Hoffelner** war ab 2014 wissenschaftlicher Leiter des LCM (CSO). Davor war der promovierte Techniker Leiter des Entwicklungsteams von **GE Healthcare** in Zipf. Seit wenigen Wochen steht der gebürtige Linzer an der Spitze jenes 120-köpfigen LCM-Teams, das für heimische und internationale Unternehmen wie AVL, BMW, Keba, Miba, Pankl Turbosystems, Siemens Energy, voestalpine, Voith oder Volkswagen Entwicklungen vorantreibt und zur Marktreife bringt. Seine wichtigsten Ziele als neuer LCM-Geschäftsführer: mehr Bekanntheit als Umsetzungspartner, mehr Frauen im Team und die Stärkung der Arbeitgebermarke.



Johann Hoffelner
Foto: LCM/Werner Harrer

15. OÖ. Wildsträucher- und Heckentag

Abholtag der unterschiedlichen heimischen Pflanzen, Gehölze und Wildsträucher ist am 26. Oktober

Naturliebhaber und Gartenbesitzer sollen bequem und preiswert heimische Hecken und Wildsträucher aus verschiedenen Herkunftsgebieten erwerben können. Das ist die Grundidee, die hinter dem 15. OÖ. Heckentag des Vereins der bäuerlichen Forstpflanzenzüchter in Oberösterreich (BFZ) steckt.

„Ziel ist, die regionale Pflanzenwirtschaft zu erhalten und Naturschutz für die Oberösterreicher leicht zugänglich zu machen“, erklärt BFZ-Geschäftsführer DI Andreas Teufer. Jeder angepflanzte Strauch trägt dazu bei, die Artenvielfalt der heimischen Wildgehölze und dadurch die Lebensgrundlage vieler beheimateter Tierarten zu erhalten. Die Wildsträucher können bis 11. Oktober entweder telefonisch, per Mail oder Fax bestellt werden. Ein Strauch (wurzelackt) kostet 3,10 Euro und die Größe variiert von 50 bis 120 cm. Heckenpakete (10 Stück) sind um 29 Euro und Obstbäume im Topf um 33 Euro erhältlich. Walnuss veredelt (Weinsberg 2) kostet 85 Euro. Abgeholt werden die vorbestellten Hecken und Bäume im Rahmen des 15. OÖ. Heckentages am Samstag, 26. Oktober, zwischen 9 bis 12 Uhr. Für Fragen werden dort auch Experten zur Verfügung stehen.

Produktpalette

Apfelbeere, Apfelrose, Baumhasel, Baumweide, Besenginster, Bienenbaum, Büschelrose, Eberesche, Elsbeere, Feldahorn, Felsenbirne, Filzrose, Flieder, Gemeiner Schneeball, Hainbuche, Hasel, Heckenkirsche, Hundsrose, Korbweide, Kornelkirsche, Kreuzdorn, Liguster immergrün, Liguster wild, Pfaffenhütchen, Purpurweide, Rotbu-

che, Roter Hartriegel, Sanddorn, Schlawe Heckenrose, Schlehdorn, Schwarzer Holunder, Traubenkirsche, Weinrose, Weißdorn, Wildapfel, Wildbirne, Wolliger Schneeball.

Obstbäume: Kronprinz Rudolf, Williams Christbirne, Gr. Schwarze Knorpelkirsche, Orangered Marille, Wagen-

heimer Frühzwetschke und Walnuss veredelt – Weinsberg 2

Bestellung telefonisch unter 07942 / 73407, Fax: 07942 / 73407-4, per Mail an office@bfz-gruenbach.at Fachliche Beratung bei Rosa Wiesinger 0664 / 4679991 (Di. und Fr.: 16 bis 18 Uhr).



Foto: BFZ

BÄUME FÜR DIE ZUKUNFT

BÄUERLICHE FORSTPFLANZENZÜCHTER

JETZT FORSTPFLANZEN BESTELLEN: VOR ORT, TELEFONISCH ODER ONLINE

Qualitätspflanzen für Aufforstungen, Rekultivierungen von Sonderstandorten, Bepflanzung von Waldrändern, für Hecken und die Gestaltung von naturnahen Gärten.

- NADEL- & LAUBBÄUME
- WILDSTRÄUCHER & HECKEN
- OBSTBÄUME
- CHRISTBÄUME
- ZUBEHÖR

Unsere Pflanzen sind wurzelackt. Fichte und Lärche sind auch im Topf erhältlich.

HERBSTAUFFORSTUNG - EINE ALTBEWÄHRTE METHODE

Die Anlage einer Herbstkultur ist in den letzten Jahren immer beliebter geworden. Die Nutzung der Winterfeuchte im Boden ist der größte Vorteil beim Anpflanzen der Jungpflanzen. Entscheidend für den Anpflanzungserfolg ist jedoch die Wahl des richtigen Pflanzzeitpunktes, welche von Baumart zu Baumart stark differiert. Den wirtschaftlich größten Vorteil bringt die Herbstpflanzung durch eine weitgehende Vermeidung des Pflanzschocks im ersten Vegetationsjahr.

Nähere Informationen finden Sie auf www.bfz-gruenbach.at

DIE BFZ-FORSTGÄRTEN - SECHSMAL IN OÖ & NÖ

- Forstgarten Frankenberg bei Mistelbach Tel.: 0664 1224789
- Forstgarten Mühldorf bei Feldkirchen/Donau Tel.: 07233 6533
- Forstgarten Otterbach Tel.: 0664 467 99 91
- Forstgarten Hagenberg bei Mistelbach Tel.: 0664 1224789
- Verkaufsstelle Spital/Phyrn Tel.: 0664 2840181
- Verkaufsstelle Wels Tel.: 0650 3311592

Verein der Bäuerlichen Forstpflanzenzüchter
Helbetschlag 30, 4264 Grünbach
office@bfz-gruenbach.at
Tel.: 07942 73407

bfz-gruenbach.at

15. OÖ Wildsträucher- und Heckentag

BÄUERLICHE FORSTPFLANZENZÜCHTER

Wildsträucher- und Heckenbestellungen bis 11. Oktober – Alle Informationen dazu unter www.bfz-gruenbach.at oder Tel. 07942 73407

15. OÖ. Wildsträucher- & Heckentag

26. Oktober 2024

BESTELLSCHEIN

BÄUERLICHE FORSTPFLANZENZÜCHTER

Name: _____ Straße, PLZ, Ort: _____

Telefon, E-Mail: _____

ABHOLORT BITTE ANKREUZEN: BFZ-Helbetschlag, Freistadt Forstbaumschule Wiesinger, Bad Zell Forstgarten Mühldorf, Feldkirchen Forstgarten Frankenberg Landw. Fachschule Otterbach, Schärding Fa. Wasserbauer, Waldneukirchen Fam. Hofmair, Oberlaab 1, Wels

Einzelbestellung € 3,10 / Stk.	Stück	Einzelbestellung	Stück	Heckenpakete € 29 pro Paket	Paket
1 Apfelbeere (Aronia melanocarpa)		20 Kornelkirsche (Cornus mas)		3-Käsehochhecke (je 2 Stk.von Nr. 1, 11, 16, 20,31)	
2 Apfelrose (Rosa rugosa)		21 Kreuzdorn (Rhamnus cathartica)		Dornröschenhecke (je 2 Stk.von Nr. 7, 12, 18, 29, 33)	
3 Baumhasel (Corylus colurna)		22 Liguster tw. „immergrün“ (Ligustrum vulgare)		Freche Früchtchenhecke (je 2 Stk.von Nr. 18, 20, 28, 30, 34)	
4 Baumweide (Salix alba)		23 Liguster wild (Ligustrum vulgare)		Schmuckbeerenhecke (je 2 Stk. von Nr. 14, 17, 24, 27, 37)	
5 Besenginster (Cytisus scoparius)		24 Pfaffenhütchen (Euonymus europeae)		Sichtschuthecke (je 2 Stk.von Nr. 10, 15, 16, 23, 26)	
6 Bienenbaum (Euodia hupehensis)		25 Purpurweide (Salix purpurea)		Jahreszeitenhecke (je 2 Stk. von Nr. 1, 5, 11, 17, 24)	
7 Büschelrose (Rosa multiflora)		26 Rotbuche (Fagus sylvatica)		Bienenweide (je 2 Stk.von Nr. 4, 6, 8, 30, 35)	
8 Eberesche (Sorbus aucuparia)		27 Roter Hartriegel (Cornus sanguinea)			
9 Elsbeere (Sorbus torminalis)		28 Sanddorn (Hippophae rhamnoides)			
10 Feldahorn (Acer campestre)		29 Schlaffe Heckenrose (Rosa laxa)			
11 Felsenbirne (Amelanchier lamarckii)		30 Schlehdorn (Prunus spinosa)			
12 Filzrose (Rosa tomentosa)		31 Schwarzer Holunder (Sambucus nigra)			
13 Flieder (Syringa vulgaris)		32 Traubenkirsche (Prunus padus)			
14 Gemeiner Schneeball (Viburnum opulus)		33 Weinrose (Rosa rubiginosa)			
15 Hainbuche (Carpinus betulus)		34 Weißdorn (Crataegus monogyna)			
16 Hasel (Corylus avellana)		35 Wildapfel (Malus spp.)			
17 Heckenkirsche (Lonicera xylostium)		36 Wildbirne (Pyrus pyraeaster)			
18 Hundsrose (Rosa canina)		37 Woll. Schneeball (Viburnum lantana)			
19 Korbweide (Salix viminalis)					

Obstbäume (im Topf) € 33 pro Stk. (ausgenommen Walnuss) Stück

1. Kronprinz Rudolf
2. Williams Christbirne
3. Gr. Schwarze Knorpelkirsche
4. Orangered Marille
5. Wagenheimer Frühzwetschke
6. Walnuss veredelt - Weinsberg 2 € 85 pro Stk.

Abholung der bestellten Pflanzen nur am 26. Okt. 2024 von 9 -12 Uhr beim angekreuzten Abholort. Bestellzeitraum ab 09. Sep bis 11. Okt. (per Bestellschein, Telefon, Fax, E-Mail). Senden oder Anrufen: 4264 Grünbach, Helbetschlag 30, office@bfz-gruenbach.at, Tel. 07942-73407, Fax 07942-73407-4, www.bfz-gruenbach.at

Verein der Bäuerlichen Forstpflanzenzüchter
Helbetschlag 30, 4264 Grünbach
office@bfz-gruenbach.at
Tel.: 07942 73407
bfz-gruenbach.at

Die EZB und ihr neues Zinssystem

Die Zentralbank hat den Abstand zwischen den Leitzinssätzen verringert – was das für Gründe hat. *Von Alexander Zens*

Die Sitzung des Rats der Europäischen Zentralbank (EZB) in Frankfurt am 12. September hat nicht nur eine Senkung der Leitzinssätze für die Eurozone gebracht. Auch das System an sich wurde von den Währungshütern geändert.

Über viele Jahre betrug der Abstand zwischen dem Einlagesatz und dem Hauptrefinanzierungssatz 0,5 Prozentpunkte. Ersterer ist jener, den Banken für Einlagen bei der Zentralbank bekommen. Letzterer jener, zu dem sich Banken Geld bei der Zentralbank leihen können. Nun wurde der Leitzins-Abstand verringert, auf 0,15 Prozentpunkte. Der Einlagesatz wurde von 3,75 auf 3,5 Prozent reduziert, der Hauptrefinanzierungssatz von 4,25 auf 3,65 Prozent. Die EZB hatte die Umstellung vor einigen Monaten angekündigt.

Der Hintergrund für die Änderung ist folgender: Die jahrelange ultralockere Geldpolitik der EZB seit der Finanz- und Schuldenkrise mit Null- und Negativzinsen sowie Anleihekäufen hat zu einer Geldschwemme, also Überliquidität im Markt, geführt. Die Banken waren kaum mehr darauf angewiesen, sich Geld bei der EZB zu leihen. Der Einlagesatz wurde dadurch auch der maßgebliche Indikator für die Finanzmärkte, etwa auch für den Euribor-Satz.

Die EZB will Überliquidität nun sukzessive aus dem Markt nehmen. Daher wurde der Hauptrefi-



„Österreichs Kreditinstitute verfügen tendenziell über zu viel Liquidität, sie haben derzeit 94 Milliarden Euro in der EZB eingelegt.“

Thomas Url,
Ökonom Wifo

anzierungssatz (es gibt auch noch den Spitzenrefinanzierungssatz für Übernacht-Ausleihungen) stärker reduziert und die Spanne verringert. So sind Banken bei etwaigen Engpässen weniger auf den Markt angewiesen. Starke Schwankungen auf dem Geldmarkt bei der Reduktion der Liquidität sollen vermieden werden.

„Vor allem ermöglicht dieser Schritt, dass Kreditinstitute mit einem Liquiditätsbedürfnis billiger an Zentralbankgeld kommen. Das könnte Banken im Süden Europas intensiver betreffen“, sagt Thomas Url, Ökonom am Wirtschaftsforschungsinstitut Wifo: „Österreichs

Kreditinstitute verfügen tendenziell über zu viel Liquidität, sie haben derzeit 94 Milliarden Euro in der EZB eingelegt.“ Entsprechend erwarde er hier keine geringeren Spannen bei den Banken selbst.

Eine Vorsichtsmaßnahme

Die OÖNachrichten haben auch Oberösterreichs größte Banken zu dem Themabefragt. „Der Schritt ist nachvollziehbar und hat kaum Auswirkungen auf das Marktgeschehen. Er steigert das Vertrauen in den Geldmarkt“, teilt die Raiffeisenlandesbank Oberösterreich mit. Die Oberbank spricht von einer „Vorsichtsmaßnahme der EZB, um im Falle einer Anspannung der Liquidität keine großen Ausschläge bei den kurzfristigen Zinsen zu riskieren“. Ähnlich die Sparkasse Oberösterreich: „Die Volatilität auf den Geldmärkten sollte gering bleiben, auch wenn allmählich die Überschussliquidität abnimmt.“

Die Hypo Oberösterreich betont rückblickend gesehen, dass „mit der Einführung neuer Liquiditätskennzahlen Banken deutlich mehr Liquidität vorhalten mussten, welches bei der EZB geparkt wurde.“ Die VKB erklärt mit Bezug auf die Umstellung des Systems, dass „mittelfristig, bei einem konsequenten Abbau der Überschussliquidität, die Geldmarktaktivität steigen“ sollte. Und die Volksbank Oberösterreich teilt generell mit: „Der Zinsschritt der EZB vom 12. September spiegelte sich bereits in der Entwicklung des Euribor und wurde vom Markt vorweggenommen.“



EZB-Präsidentin Christine Lagarde

Foto: APA/Roland

GASTKOMMENTAR
VON FRIEDRICH SCHNEIDER



Draghis Plan zur Rettung der EU – eine Utopie oder realistische Alternative?

170 Vorschläge zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit in der EU und der Verringerung des BIP-Wachstum-Rückstands gegenüber den Konkurrenten aus den USA und Asien hat Mario Draghi, ehemaliger Präsident der Europäischen Zentralbank (EZB), der EU-Kommission vorgelegt.

Draghis Vorschläge haben ihre Grundlage in einer sehr ausführlichen und fundierten Analyse über den wirtschaftlichen Zustand der EU, aber seine Vorschläge zur Überwindung der Krise basieren auf einer starken Zunahme der Gemeinschaftsschulden und planerischen Elementen, die nur im Einverständnis mit allen EU-Mitgliedsländern umgesetzt werden können. Ich stelle daher die Frage, ob diese nicht Utopien oder wirklich realistische Alternativen sind.

Draghi stellt eine Produktivitäts- und Investitionslücke zwischen

der EU und den USA fest. Er fordert, in der EU müsse der Anteil der öffentlichen und privaten Investitionen in den kommenden Jahren um je 4,4 bis 4,7 Prozentpunkte der Wirtschaftsleistung der EU wachsen. Das sei mehr als das Doppelte der Hilfen aus dem Marshallplan nach dem Zweiten Weltkrieg und entspreche jährlichen Mindestinvestitionen von 750 bis 800 Milliarden Euro.

Ohne höhere Produktivität könne Europa zudem nicht „führend bei neuen Technologien, Leuchtturm der Klimaverantwortung und unabhängiger Akteur auf der Weltbühne“ (Zitat Draghi) sein. Darüber hinaus ist das real verfügbare Einkommen pro Kopf in der EU seit 2000 nur halb so stark gestiegen wie in den USA. Zusätzlich findet die digitale Revolution durch das Internet in der Union sehr langsam statt. Ein Beispiel: Nur vier der 50 weltweit führenden Technologie-

konzerne kommen aus Europa. Es stellt sich die Frage, wie diese Miserie behoben werden kann: Zur Finanzierung der Investitionen fordert Draghi zusätzliche Gemeinschaftsschulden. Bisher gelten weitere Gemeinschaftsschulden als ausgeschlossen, weil der schuldenfinanzierte EU-Wiederaufbaufonds zeitlich befristet ist. Als zusätzlichen Schritt zur Finanzierung der Investitionen schlägt er vor, die geplante Kapitalmarktunion möglichst zügig voranzutreiben. Sie soll es ermöglichen, dass seine vorgeschlagenen Projekte auch von privaten Investoren finanziert werden.

Auch tritt er für eine enge Koordination der nationalen Industriepolitiken ein, um effizient bzw. gezielt vorgehen zu können. Hier kann man kritisch hinterfragen, ob Brüsseler Ministerialbeamte besser als Private wissen, welche Industrien in Zukunft florieren wer-

den und welche Technologien gefördert werden sollten. Derzeit gleichen sich die Fehler nationaler Industriepolitiken noch halbwegs aus; wo die eine irrt, setzt der andere auf die richtige Strategie. Bei einer zentralisierten EU-Industriepolitik wäre das nicht mehr der Fall.

25 Prozent der Gesetze streichen

So richtig und schonungslos seine Analyse über den Zustand der EU ist, so realitätsfern oder utopisch sind einige seine Vorschläge zur Überwindung der Krise. Draghis Vorschlag zum Bürokratieabbau kann vielleicht gelingen: Er möchte 25 Prozent der 13.000 Gesetzesakte streichen, die die EU seit 2019 erlassen hat (im Vergleich zu den 5000 in den USA).

Das belastet vor allem den Mittelstand, der nicht die Möglichkeiten hat, um diese Auflagen zu erfüllen. Zusätzlich kritisiert er, dass

die EU mit ihrer stark auf Vorsorge aufbauenden Regulierung Innovationen ausbremst. Das gilt gerade im Technologiesektor. Er nennt das neue KI-Gesetz wie auch die Datenschutzgrundverordnung als Beispiele, die kleine, innovative Unternehmen in Europa vom Markt verdrängen.

Ich glaube nicht, dass eine auf EU-Ebene koordinierte Industriepolitik innovativer und zukunftsorientierter ist, da Wettbewerbs-elemente verloren gehen und Koordination Zeit und Ressourcen kostet. Ebenso, ob sich zusätzliche Gemeinschaftsschulden als tragfähig erweisen und das Instrument der Finanzierung sein sollen, stelle ich infrage. Zur Überwindung der EU-Krise sollte ein weitgehendes „Zurück an den Start“ erfolgen.

Friedrich Schneider ist emeritierter Professor für Volkswirtschaftslehre an der JKU Linz.

Dem BIP pro Kopf auf der Spur

Einem Wissenschaftler-Team gelang es, mit maschinellem Lernen Wirtschaftsdaten über Jahrhunderte zu erforschen

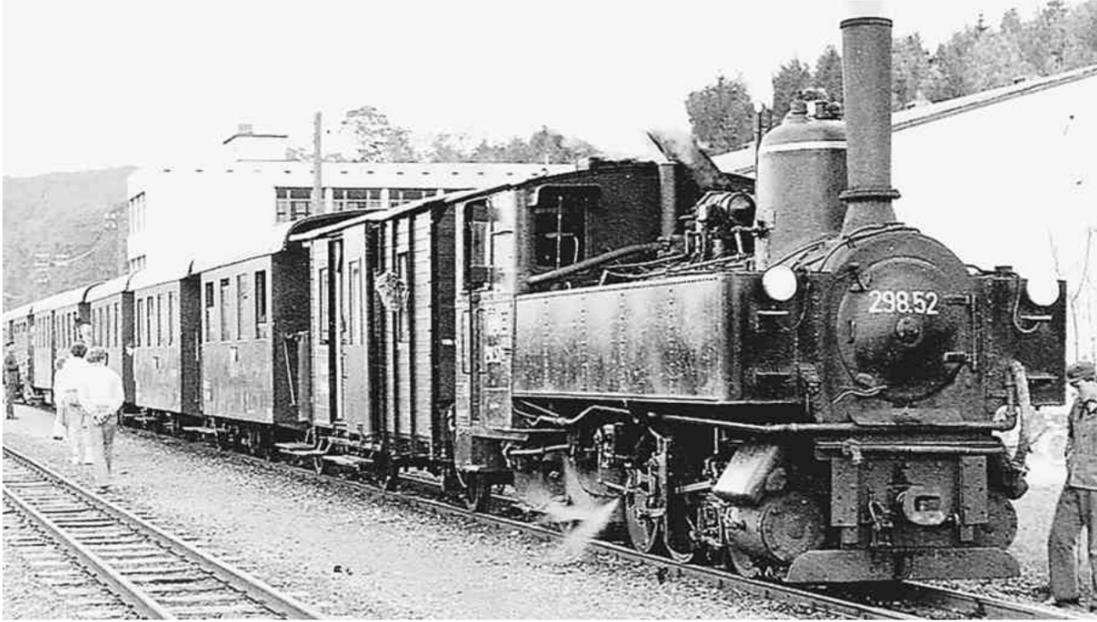
Historische Daten zum Bruttoinlandsprodukt (BIP) pro Kopf liegen nur lückenhaft vor. Das erschwert die Analyse langfristiger, Jahrhunderte übergreifender wirtschaftlicher Entwicklungen.

Mithilfe des maschinellen Lernens ist es nun einem Team um Philipp Koch vom Wirtschaftsforschungsinstitut EcoAustria in Wien gelungen, BIP-Schätzungen für eine große Zahl von Ländern und Regionen in Europa und Nordamerika aus den vergangenen 700 Jahren zu gewinnen.

„Vor dem 20. Jahrhundert konnten wirtschaftliche Kennzahlen wie das BIP pro Kopf noch nicht systematisch erhoben werden“, sagt Koch, der die Studie mit Kollegen vom Center for Collective Learning in Toulouse (Frankreich) durchführte. Weiter zurückreichende Schätzungen gingen auf meist lückenhafte historische Dokumente und spärliche wirtschaftliche Aufzeichnungen zurück.

Die Forscher um Koch, der derzeit auch als Doktorand an der Universität Toulouse tätig ist, stellten nun im Fachjournal „PNAS“ einen unkonventionellen Ansatz vor, wie die Datenlücken zu schließen sind.

Sie griffen kurzerhand auf biografische Daten von rund 563.000 historischen Persönlichkeiten zurück, die sie öffentlich zugänglichen Quellen wie Wikipedia und Wikidata entnahmen. Alle berücksichtigten Individuen lebten in Europa oder Nordamerika, hatten einen nachvollziehbaren Beruf, waren nach dem Jahr 1100 geboren und hatten mindestens in zwei Sprachen verfasste Wikipedia-Einträge. Neben den konkreten Daten zu Geburts- und Sterbeort oder Be-



Die Dampfmaschine und der Bau der Eisenbahninfrastruktur haben die Welt im 19. Jahrhundert revolutioniert. (ÖGEG/EcoAustria)

ruf „haben die Biografien berühmter Persönlichkeiten indirekt auch noch andere Informationen geliefert, die für eine Ableitung des BIP pro Kopf relevant sein können“, sagt der Ökonom. Man könne etwa Migrationsbewegungen herauslesen oder das durchschnittliche Lebensalter von Personen einer Region ableiten, was wiederum auf die Gesundheit der Menschen

rückschließen lasse. Erfinder und Wissenschaftler könnten jedenfalls als Indikatoren für Wohlstand gelten: „Gleichzeitig sind wohlhabendere Regionen eher in der Lage, Talente anzuziehen, lokale Talente sichtbar zu machen und den Menschen die notwendigen Möglichkeiten zur Spezialisierung zu bieten. Vereinfacht gesagt: Dass Michelangelo so berühmt geworden ist, sagt etwas über den Wohlstand der Toskana im 15. Jahrhundert aus“, so Koch.

Gefüttert mit diesen biografischen Daten und Wirtschaftsdaten anderer Quellen kombinierte das von den Forschern entwickelte Modell mithilfe des maschinellen

Lernens wichtige Merkmale, die das BIP pro Kopf für bestimmte Zeiträume (in 50-Jahr-Schritten bis zum Jahr 2000) und für bestimmte Gegenden in Europa (auch Österreich) und Nordamerika schätzen lassen.

Ein Beispiel: „Wir haben zeigen können, dass das BIP pro Kopf von Lissabon nach 1750 stark sank“, heißt es in der Studie. Diese Beobachtung stimme mit dem desaströsen Erdbeben überein, welches Portugals Süden 1755 traf und schwerwiegende wirtschaftliche Folgen nach sich zog. Zugleich habe sich gezeigt, dass andere Regionen Portugals nicht von dem Einbruch betroffen waren.

„Unser Ansatz war quasi ein ‚shot to the moon‘“, so Koch über die anfängliche Unsicherheit über den Nutzen des Unterfangens: „Aber es hat gut funktioniert. Wir haben mit unseren Schätzwerten

90 Prozent der Varianz bisher bekannter historischer Einkommensniveaus erklären können.“

Die vom Modell ausgeworfenen Werte bestätigen zudem die bisher nur in wissenschaftlicher Literatur beschriebene Bedeutung des atlantischen Handels vor der Industriellen Revolution: England und Länder an der Küste Nordwesteuropas (vor allem die Niederlande) erfuhr zwischen 1300 und 1800 ein größeres Wirtschaftswachstum als Länder Südeuropas. Die aktuellen Daten bekräftigen die Annahme, dass die am Atlantik gelegenen Häfen und der entsprechende Warenverkehr dabei keine unerhebliche Rolle spielten.

Wien auf Augenhöhe mit Paris

Mit dem neuen Modell könne man Daten zum BIP pro Kopf für Zeiträume und Gegenden liefern, wo es bisher noch keine verlässlichen Daten gab – sie könnten vielleicht auch dem „Maddison Project“, der bis dato größten Datensammlung zu historischen BIP-pro-Kopf-Daten, dienen, hofft Koch: „Unsere neu gewonnenen Daten ermöglichen es, historische Ereignisse in einem neuen wirtschaftlichen Kontext zu betrachten.“

Mit dem Modell liegen nun auch Daten für Österreich und seine Bundesländer vor dem Jahr 1820 vor. „Basierend auf unseren Schätzungen zeigte sich etwa, dass Wien im 17. und 18. Jahrhundert ein sehr ähnliches und teils sogar höheres Wohlstandsniveau als Paris hatte, Paris aber im 19. Jahrhundert ein deutlich höheres Wirtschaftswachstum verzeichnete“, so Koch. In einem interaktiven Online-Tool können die BIP-pro-Kopf-Daten abgerufen werden:

philmkoch.github.io/historicalGDPpc_app

„Dass Michelangelo so berühmt geworden ist, sagt etwas über den Wohlstand der Toskana im 15. Jahrhundert aus.“

Philipp Koch, EcoAustria



WERBUNG

Journal TOP 250 – Jahresausgabe

Das Journal Top 250 enthält ein **Ranking mit den umsatzstärksten Unternehmen in Oberösterreich**. Redaktionelle Schwerpunkte zu den Themen Wirtschaft, Politik und Finanzen runden das Magazin ab.

Präsentieren Sie sich in Ihrer Zielgruppe!

Ihre Vorteile auf einen Blick:

- Gesamtauflage: ca. 169.000 Exemplare
- Samstagerscheinung und **B2B-Versand an rund 34.000 Entscheidungsträger**
- geringer TKP und geringer Streuverlust
- Große Aufmerksamkeit bei den LeserInnen
- 1 Jahr lang auf nachrichten.at unter dem Ressort „Wirtschaft“ abrufbar

Ansprechpartner:

Johann Lenz, Telefon: 0732 7805 493
Mail: j.lenz@nachrichten.at

Nächste Ausgabe:
9. Nov. 2024



Nutzen Sie dieses Wirtschaftsmagazin mit ca. 169.000 Stück als Jahresausgabe

Erscheinungstermin: Samstag, 9. November 2024
Anzeigenschluss: Montag, 30. September 2024

Lies was G'scheits!



ZAHLEN & FAKTEN

Die Einkünfte aus der Land- und Forstwirtschaft gingen 2023 im Schnitt um 14 Prozent auf 39.526 Euro je Betrieb zurück. Ertragsrückgänge gab es beim Getreide und in der Forstwirtschaft

RANKING WIRTSCHAFT
Autoabsatz in Europa

6,85

Millionen Pkw wurden im ersten Halbjahr in Europa laut Jato Dynamics zugelassen, ein Plus von vier Prozent. Erfasst sind die EU-27 ohne Bulgarien und Malta, dafür Großbritannien, Norwegen und die Schweiz.

14

Prozent der im ersten Halbjahr zugelassenen Autos waren E-Autos: Das bedeutet ein Plus von zwei Prozent auf 949.981.

16,4

Prozent betrug das Minus bei den E-Auto-Zulassungen im wichtigen Markt Deutschland.

»Die Branche muss die Unsicherheit im E-Auto-Markt zerstreuen.«

Felipe Munoz, Analyst beim Marktforscher Jato Dynamics



LANDWIRTE VERDIENTEN WENIGER MINUS BEI ERTRÄGEN

Österreichs Landwirte haben im Vorjahr weniger verdient. Laut Grünem Bericht des Agrarministeriums gingen die Einkommen um 14 Prozent auf im Schnitt 39.526 Euro je Betrieb zurück (2022: plus 42 Prozent). Die Buchführungsdaten von 1933 land- und forstwirtschaftlichen Betrieben wurden ausgewertet. Besonders hohe Rückgänge gab es mit 31 Prozent bei den Erträgen im Getreidebau. Höhere Erträge gab es in der Schweine-, Milchvieh- und der Rinderhaltung.

Wie berichtet, ergab die Landwirtschaftliche Gesamtrechnung der Statistik Austria ein Minus von 21,5 Prozent. Im Grünen Bericht fließt die Forstwirtschaft mit ein, es werden Betriebe mit einem Produktionswert zwischen 15.000 und 350.000 Euro berücksichtigt (bei der Statistik Austria kein Forst, dafür auch sehr kleine und große Betriebe).



Franz Koll, 57
Intersport Austria

Wechsel bei Intersport Austria: Franz Koll hat am 1. September die Nachfolge von Thorsten Schmitz angetreten. Koll war bis 2016 Intersport-Verkaufsleiter und zuletzt Geschäftsführer von 3e.



Gottfried Neumeister, 47
Pierer Mobility

Nach elf Jahren in leitender Position beim Caterer Do & Co ist Gottfried Neumeister seit Anfang September Co-Vorstand von Pierer Mobility und KTM. Er ist auch Co-Gründer der Fluglinie flyniki.



Barbara Potisk-Eibensteiner, 56
Post AG

Die Finanzvorständin des Papier- und Zellstoffkonzerns Heinzl, Barbara Potisk-Eibensteiner, wird im Jänner Finanzvorständin der Post, sie folgt dem neuen Vorstandschef Walter Oblin nach.



Pawel Durow, 39
Telegram

Telegram-Gründer Pawel Durow wurde in Paris festgenommen. Ihm wird vorgeworfen, gegen die Verbreitung krimineller Inhalte zu wenig zu tun. Er ist wieder auf freiem Fuß, es wird ermittelt.

Der Automarkt in Europa

Verkaufte Pkw in 28 europäischen Ländern* im ersten Halbjahr 2024, im Vergleich mit dem Vorjahreszeitraum

E-Autos



1	Tesla Model Y	101.181	-26 %
2	Tesla Model 3	58.400	+37 %
3	Volvo EX30	36.960	Neu
4	MG4	31.922	+4 %
5	Volkswagen ID.4	29.146	-30 %
6	Volkswagen ID.3	29.136	-17 %
7	Skoda Enyaq	25.248	-2 %
8	Volvo EX40	25.223	-5 %
9	BMW iX1	24.506	+53 %
10	Audi Q4	24.456	+9 %
E-Autos gesamt		949.981	+2 %

Alle Pkw



1	Dacia Sandero	143.596	+16 %
2	VW Golf	126.993	+43 %
3	Renault Clio	114.623	+15 %
4	VW T-Roc	111.381	±0 %
5	Peugeot 208	107.097	+1 %
6	Skoda Octavia	102.945	+25 %
7	Citroen C3	102.304	+50 %
8	Tesla Model Y	101.181	-26 %
9	Toyota Yaris Cross	99.694	+3 %
10	Toyota Yaris	93.576	+10 %
Pkw gesamt		6,85 Millionen	+4 %

*EU27 ohne Bulgarien und Malta, dafür mit Großbritannien, Norwegen und der Schweiz

Grafik: OÖN, APA, Quelle: JATO Dynamics

WERBUNG

axians

Mit uns erfolgreich am Weg in die digitale Zukunft.
THE BEST OF ICT WITH A HUMAN TOUCH

axians.at



DIE IT IST HEUTE SO VIELFÄLTIG UND BUNT WIE UNSER LEBEN