

EXPORT today

IHRE WÖCHENTLICHE INFORMATIONSQUELLE RUND UM DEN EXPORT

Ausgabe 03/2021

Infrastruktur-Großauftrag

PORR erhält Zuschlag in Polen.

Die PORR S.A. wurde von der PKP Polskie Linie Kolejowe (PKP PLK S.A.) mit der Planung und Ausführung der Bauarbeiten an der Eisenbahnlinie Nr. 131 zwischen Chorzów Batory und Nakło Śląskie beauftragt. Der Auftragswert beläuft sich auf rund 280 Millionen Euro. Die Fertigstellung soll bis zweiten Quartal 2024 erfolgen. „In den letzten zehn Jahren hat die PORR bereits zahlreiche Bahnprojekte für die PKP PLK S.A. umgesetzt. Die Auftragsvergabe unterstreicht die erfolgreiche Zusammenarbeit und unsere umfassende Kompetenz im Infrastrukturbereich. Mit diesem technisch anspruchsvollen Mega-Projekt werden die Rahmenbedingungen für den Güterverkehr in der Region maßgeblich aufgewertet“, freut sich PORR-CEO Karl-Heinz Strauss.



Jerzy Dul (PKP PLK SA, l.) und Siegfried Weindok (PORR) bei der Vertragsunterzeichnung.

Der Auftrag umfasst die Planung und Ausführung eines Kilometer langen zweigleisigen Bahnabschnitts, die zum europäischen Netz AGTC sowie zum Trans-European Transport Network (TEN-T) gehört.

www.porr-group.com

Inhalt

Beteiligung von Spezialisten	02
Auswirkungen der Krise	02
Expertise, Passion, Automation	03
TRIGOS 2021	05
Verbraucher ohne Bindungsängste	06

Top-Erfolg

Neuer Antigenschnelltest.

Die Dialab GmbH aus Wiener Neudorf konnte sich die Vertriebsrechte in Österreich für den SARS-CoV-2 Antigenschnelltest des US-amerikanischen Konzerns Acon Biotech sichern. Dialab vertreibt den Antigenschnelltest, dessen Ergebnis nach 15 Minuten vorliegt, in Einheiten zu je 25 Tests pro Box über Apotheken und den Großhandel. Das Unternehmen unterhält Niederlassungen in Österreich, Tschechien, Ungarn, Serbien und China. Dialab exportiert weltweit in mehr als hundert Staaten.

www.dialab.at

Fokus

Mehr grünes Benzin.

Agrana fordert vermehrte Beimischung von Bioethanol.

Die hohen Verkaufspreise für Ethanol in den Sommermonaten 2020 haben dem börsennotierten Agrana-Konzern in den ersten drei Quartalen des Geschäftsjahres 2020/21 im Segment Stärke zu einem guten Ergebnis verholfen. Der Umsatz in diesem Geschäftsfeld ist um fast 14 Millionen Euro oder 2,3 Prozent auf knapp 621 Millionen Euro gestiegen.

Vor diesem Hintergrund drängt Agrana-Vorstandsvorsitzender Johann Marihart erneut auf eine höhere Beimischung von Bioethanol in Benzin. Derzeit werden dem Benzin

nur fünf Prozent Bioethanol (E5) beigegeben. Agrana muss deshalb zurzeit 60 Prozent der in Pischelsdorf erzeugten Menge an Bioethanol exportieren. „Das bedeutet für Österreich den Entgang von 200.000 Tonnen Treibhausgasersparungen, die anderen Staaten gutgeschrieben werden“, kritisiert Marihart. Eine höhere Beimischung von Bioethanol in Benzin von fünf auf zehn Prozent würde bei Autos den Ausstoß von klimaschädlichem CO₂ und Feinstaub deutlich reduzieren.

Ihre EXPORT today-Redaktion

www.agrana.com

Impressum

EXPORT today wird vom Observer beobachtet.

Medieneigentümer, Redaktionsadresse: NEW BUSINESS Verlag GmbH, 1060 Wien, Otto-Bauer-G. 6, Tel.: +43/1/235 13 66-0. **Konzept, Gestaltung und Produktion:** NEW BUSINESS Verlag GmbH **Chefredaktion:** Bettina Ostermann (bettina.ostermann@newbusiness.at), Max Gfrerer (max.gfrerer@newbusiness.at) **Projektleiterin:** Sylvia Polak **Geschäftsführer:** Lorin Polak (+43/1/235 13 66-300, lorin.polak@newbusiness.at) **Artredaktion:** Gabriele Sonnberger (gabriele.sonnberger@newbusiness.at) **Hinweis:** Im Sinne der leichteren Lesbarkeit werden geschlechtsspezifische Bezeichnungen nur in ihrer männlichen Form angeführt. Dies impliziert keinesfalls eine Benachteiligung des jeweils anderen Geschlechts. Frauen und Männer mögen sich von den Inhalten unseres Newsletters gleichermaßen angesprochen fühlen.

www.newbusiness.at



BULMOR beteiligt sich an Votex Bison.

Die Bulmor Holding GmbH, Eigentümerin des österreichischen Sondermaschinenbauers Bulmor Industries GmbH, hat eine wesentliche Beteiligung an Votex Bison Material Handling B.V., Niederlande erworben. Damit rücken zwei Spezialisten für den Transport von langen, schweren und sperrigen Gütern näher zusammen. Ziel ist die Stärkung beider Produktreihen sowie insbesondere kundenspezifischer Lösungen. Beide Marken und Unternehmen bleiben unverändert erhalten. Als Produzent und Komplettanbieter von

Zusammenschluss

Zwei Spezialisten für den Transport von langen, schweren und sperrigen Gütern rücken näher zusammen.

Seitenstaplern ist BULMOR industries GmbH der Experte für Seitenstapler.

Sicher – Schnell – Wirtschaftlich

BULMOR ist ein lösungsorientierter Spezialist für den Umschlag von langen, schweren und sperrigen Gütern. Seitenstapler, Mehrwege-Seitenstapler (Vierwegestapler), Kommissionierlösungen und Spezialhubfahrzeuge von BULMOR sind in allen Branchen wie Holz, Stahl, Aluminium und Kunststoff einsetzbar.

Innovation und Kundennutzen stehen für BULMOR als führender Lösungsanbieter im Bereich Schwerlast- und Sonderhebefahrzeuge in der Intralogistik an erster Stelle. Hohe Kompetenz im Verständnis und Lösen von Kundenproblemen, benutzer-

freundliches Handling und niedrigere Betriebskosten, unter anderem durch die gute Zugänglichkeit von Komponenten, die stabile Bauweise und Original-Ersatzteile, vervollständigenden die Philosophie von BULMOR

Votex Bison Containermover

Dieses vollelektrisch angetriebene Transportfahrzeug ist perfekt für den (innerbetrieblicher) Einsatz in engen Räumen. Zum Beispiel in der Werkstatt, wo das Containeraggregat gewartet wird, bietet es Dank einer funkgesteuerten vierwege Lösung mit 80V-AC Antriebseinheiten einen perfekten Überblick über das Bewegen des Großcontaineraggregats. Alle vier Richtungen sind möglich!

www.bulmor.com | www.votex-bison.com

Auswirkungen in Europa

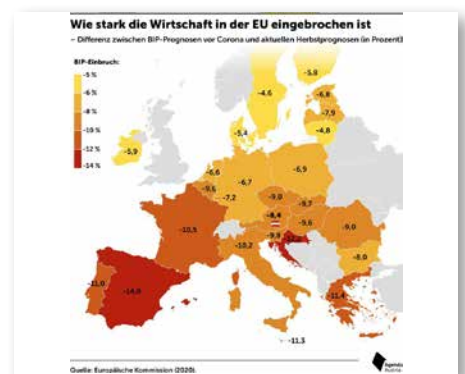
Die Qualität der politischen Führung und der Verwaltung macht einen wichtigen Unterschied.

Die Volkswirtschaften in der EU wurden im ersten Halbjahr 2020 allesamt hart von der Pandemie getroffen – aber es lassen sich einige Unterschiede feststellen. Rund 60 Prozent dieser Einbrüche des Bruttoinlandsprodukts (BIP) können auf drei Faktoren zurückgeführt werden: den Anteil des Tourismus an der Wirtschaft des jeweiligen Landes, die Stärke der staatlichen Einschränkungen in Reaktion auf die Gesundheitskrise und die Qualität der Verwaltung und der politischen Führung, die sogenannte „Governance“. Je stärker das Land abhängig vom Tourismus ist und je gravierender der Lockdown und die Reaktion der Regierung auf die Krise waren, desto größer war die Auswirkung auf das BIP. Was sich aber auch zeigt: Je höher die Qualität der Governance war, desto geringer fiel der wirtschaftliche Ein-

bruch des jeweiligen Landes aus. Die Abhängigkeit vom Tourismus ist nichts, das man rasch ändern kann. Aber die Qualität der Governance könnte in Österreich noch stark gesteigert werden, um in Zukunft für ähnliche Herausforderungen besser gerüstet zu sein.

Krise in Europa unterschiedlich stark

In einer Welt ohne Pandemie hätte Österreich heuer ein reales Wirtschaftswachstum von 1,3 Prozent zu erwarten gehabt. Stattdessen folgte der stärkste Rückgang in der Geschichte der Zweiten Republik. Rechnet man das vor der Krise prognostizierte Wachstum der EU-Kommission ein, summiert sich der Rückgang der Wirtschaftsleistung hierzulande auf 8,4 Prozent, wie eine Grafik der Agenda Austria zeigt. Schwedens Wirtschaft schrumpft hingegen



Die Krise trifft Europa unterschiedlich stark

„nur“ um 3,4 Prozent. Das skandinavische Land liegt damit um 4,6 Prozent unter dem vor der Krise erhofften Ergebnis. Sieht man von Schweden einmal ab, schwankt der Wirtschaftseinbruch in der EU zwischen minus 4,8 und minus 14 Prozent.

„60 Prozent des BIP-Einbruchs lassen sich im ersten Halbjahr mit der Härte des Lockdowns, dem Anteil des Tourismus am BIP und mit der Qualität der politischen Führung sowie der Verwaltung erklären“, meint Studien-Co-Autorin Heike Lehner.

www.agenda-austria.at

Expertise – Passion – Automation

Know-how für optimale Ergebnisse in der industriellen Automatisierung. Seit mehr als 60 Jahren – mit derselben Begeisterung wie am ersten Tag.

Was 1959 als Acht-Personen-Betrieb ohne eigenen Telefonanschluss in Tokio begann, ist heute ein weltweit tätiger Konzern mit mehr als 20.800 Mitarbeitenden. Von Beginn an standen der Kunde und seine Anforderungen an gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit und Produktivität im Zentrum aller Umsetzungen. Robert Angel, Managing Director SMC CEE Group, über Individualisierung und die Bedeutung des Standorts Österreich für den japanischen Weltkonzern SMC.

Wer sind Ihre Kunden?

Es gibt kaum einen Bereich, der nicht in irgendeiner Form einen automatisierten Prozess durchläuft. Denken wir an die Bestückung von Leiterplatten für Smartphones, den gesamten Produktionszyklus eines Fahrzeugs oder Verpackungsprozesse in der Food-Industrie. SMC ist mit Pneumatikprodukten „groß“ geworden. Über die Jahre haben sich zahlreiche SMC Komponenten aus dem Non-Pneumatik-Bereich ebenso erfolgreich am Markt etabliert – von der Temperierung und Hochvakuum über Prozessventile und Fluoropolymer-Equipment bis hin zu elektrischen Antrieben. Der Kundenkreis wird täglich größer.

700.000 Varianten aus 12.000 Produktgruppen sind ein umfangreiches Angebot. Steht das im Widerspruch zur geforderten Individualisierung?

Nein, denn am Standort Korneuburg agieren wir als umfassender One-Stop-Shop: Völlig



In gemeinsamer Projektarbeit mit dem Kunden entstehen maßgeschneiderte Automatisierungslösungen.

neue Komponenten werden auf individuelle Kundenbedürfnisse maßgeschneidert. Mit Design, Prototypenbau, Testing und Fertigung liefern wir alles aus einer Hand – von applikationsspezifisch konfigurierten Ventileinheiten über anschlussfertige Schaltschränke bis hin zu pneumatischen Handling-Systemen.

Kann man maßschneidern, nachhaltig agieren und gleichzeitig Kosten sparen?

Definitiv. Die langfristigen Betriebskosten sind unter die Lupe zu nehmen, hier kann umfangreiches Einsparungspotenzial gehoben werden. SMC berät bei der Planung, Optimierung und Modernisierung von Maschinen. Das steigert die Energieeffizienz und reduziert Lebenszykluskosten. Mit speziellen Trainings helfen wir darüber hinaus unseren Kunden, künftigen Herausforderungen zu begegnen und Know-how aufzubauen.

Die japanische SMC Corporation feierte 2019 ihr 60-Jahr-Jubiläum. Wie ist SMC in Österreich aufgestellt?

Vor 30 Jahren haben unsere Aktivitäten in Österreich mit zehn Mitarbeitern begonnen. Heute arbeiten mehr als 880 Personen am Erfolg der SMC CEE Group, wir bieten dabei alle Vorteile eines Global Players: Produktverfügbarkeit dank internationaler

Fertigungsstätten, internationale Netzwerke sowie schlagkräftige F&E-Zentren. Zeitgleich sind wir mit regionalen Büros in ganz Österreich präsent und liefern flexible, rasche Lösungen. Denn unsere Techniker entwickeln maßgeschneiderte Lösungen direkt beim Kunden vor Ort, die anschließend in unserer lokalen Fertigung realisiert werden. Mit einem Mix aus globaler Vernetzung, lokaler Präsenz, Expertise und Begeisterung für industrielle Automatisierung ist es unser Anspruch, Kunden nicht nur zufriedenzustellen, sondern zu begeistern. Mit einem nächsten Expansionsschritt werden wir unsere Erfolgsstory in Österreich fortschreiben. 2021 werden wir einen neuen Gebäudekomplex am Korneuburger Standort eröffnen und damit noch mehr Raum für Kundenerfolge bieten. <

SMC Austria GmbH

Girakstraße 8
2100 Korneuburg
Tel.: +43/2262/622 80-0
office@smc.at
www.smc.at



Ing. Mag.
Robert Angel,
Managing
Director SMC
CEE Group



JOY Fancoil

JOY Heating / Cooling

ASHRAE **BACnet**

Modbus

enocean



JOY – RAUMREGLER MIT DESIGNANSPRUCH

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

ASHRAE **BACnet**

Modbus

KNX



* KNX verfügbar ab 2021

thanos EVO – INNOVATIVE RAUMBEDIENUNG

- » Intuitive und komfortable Steuerung von Raumklima, Licht und Beschattung
- » Darstellung von individuellen Logos (Hotel-, Firmenlogo, etc.)
- » Bis zu vier integrierte Sensoren (Temperatur, relative Feuchte, CO2 und VOC)
- » Digitale Eingänge zur Anbindung von Fensterkontakten, Kartenschaltern, etc.
- » Übersichtliche Darstellung der Messwerte als Trendverlauf mit Ampelfunktion
- » 3 mm Echtglasoberfläche mit hochauflösendem 4,8" Touchscreen



thanos EVO



© Gebroeder Pixel

Von 18. Jänner bis 12. März 2021 können sich österreichische Unternehmen in sechs Kategorien für den TRIGOS bewerben.

TRIGOS 2021

Die renommierteste Auszeichnung für verantwortungsvolles Wirtschaften geht zum 18. Mal an den Start.

Das vergangene Jahr hat viele Unternehmen vor immense wirtschaftliche Herausforderungen gestellt und gerade dadurch die Wichtigkeit von Resilienz und Zukunftsfähigkeit der unternehmerischen Tätigkeit verdeutlicht. In Krisenzeiten wie diesen zeigt sich ganz besonders, wie schwierig verantwortliches Wirtschaften, das ökonomische, ökologische und soziale Bedürfnisse miteinander in eine gute Balance bringen will, tatsächlich ist!

Der Kraftakt, der Zusammenhalt und der persönliche Einsatz, der aktuell dazu sowohl von Seiten der direkt betroffenen EigentümerInnen, ManagerInnen, MitarbeiterInnen und deren Familien notwendig ist, kann nicht genug wertgeschätzt werden. Daher soll auch heuer der TRIGOS – Österreichs renommierteste Auszeichnung für verantwortungsvolles Wirtschaften – vergeben werden.

Die Einreichfrist beginnt am 18. Jänner 2021. Ausgezeichnet werden Unternehmen, die trotz oder gerade wegen Covid-19 eine Führungsrolle und besondere Vorbildwirkung für verantwortliches Wirtschaften übernehmen. Als Unternehmen mit Verantwortung tragen sie so zu einem Neustart im Sinne der Zukunftsfähigkeit der österreichischen Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt bei.

Sechs Kategorien

Der TRIGOS als Motor für Unternehmensverantwortung und nachhaltige Innovation in der österreichischen Wirtschaft gibt jenen Unternehmen eine Bühne, die eine positive Entwicklung der Gesellschaft aktiv mitgestalten. Sowohl Österreichische Klein- und Mittelbetriebe, als auch Großkonzerne können sich 2021 in folgenden Kategorien bewerben: „Vorbildliche Projekte“, „MitarbeiterInnen-Initiativen“, „Internationales Engagement“, „Regionale Wertschaffung“, „Social Innovation & Future Challenges“ und „Klimaschutz“. Mit der Verantwortung im Kerngeschäft als notwendige Basis liegt der Fokus auf Innovationskraft, Wirkung und Zukunftsfähigkeit der jeweiligen Initiativen und Projekte. Gleichzeitig wird der Beitrag zu den globalen Nachhaltigkeitszielen der UN – den Sustainable Development Goals (SDGs) – besonders gewertet.

TRIGOS Regional

Neben der bundesweiten TRIGOS-Verleihung haben Betriebe mit Sitz in der Steiermark 2021 auch die Möglichkeit, mit dem regionalen TRIGOS ausgezeichnet zu werden. Alle teilnehmenden Betriebe aus der Steiermark nehmen automatisch am Bundeswettbewerb und am regionalen Bewerb teil. <

www.trigos.at

E-Autos

Insgesamt 6,4 Prozent aller Neuzulassungen sind rein elektrisch.

Das Jahr 2020 war ein Rekordjahr in Sachen E-Mobilität. Heute wurden durch die Statistik Austria die dahingehenden PKW-Zulassungszahlen veröffentlicht. Dabei wurden auf Österreichs Straßen im letzten Jahr 15.972 rein elektrisch betriebene E-Autos zugelassen. Damit lag der Anteil an E-Autos bei 6,4 Prozent. Im Vergleich zum Vorjahr wurde damit eine Steigerung von 72,8 Prozent erreicht.

Förderung für E-Autos sorgt für Push

„Die rund 16.000 zugelassenen E-Autos sind ein klares Zeichen, dass wir uns auf einem richtigen und vor allem klimafreundlichen Weg im Verkehr befinden. Unsere Förderungen und Maßnahmen greifen, beschleunigen und stärken die klimafreundliche Mobilität nachhaltig. Die aktuellen Zahlen zeigen das deutlich“, freut sich Klimaschutzministerin Leonore Gewessler.

Unter den Top 5 Marken der am häufigsten zugelassenen E-Autos führt der Tesla Model 3 mit 2.892 Zulassungen, gefolgt vom Renault Zoe, VW ID.3, Kia Niro und Hyundai Kona.

Das Klimaschutzministerium fördert im Zuge seiner E-Mobilitätsoffensive weiterhin die Anschaffung von E-Autos und E-Ladestationen. Emissionsfreie PKWs werden für Privatpersonen mit 5.000 Euro und für Betriebe mit 4.000 Euro gefördert. <

www.bmk.gv.at



© BMW/Cajetan Perwein

Klimaschutzministerin Gewessler: „2020 bringt absoluten Zulassungsrekord bei E-Autos“

Verbraucher ohne Bindungsängste

Eine Umfrage der globalen Unternehmensberatung Kearney unter 2700 Verbrauchern zeigt, warum manche Abos erfolgreich sind und andere scheitern.



Eine neue Studie über den Boom der Abo-Modelle.

Der globale Lockdown hat in der Geschichte des Geschäfts mit dem Abo ein neues Kapitel eröffnet. Als im März u.a. auch die Gastronomie schließen musste, suchten die Verbraucher nach Alternativen und fanden sie... auch bei Abonnements. So stieg z.B. die Nachfrage nach Kochboxen von HelloFresh enorm an. Erwartete das Unternehmen für 2020 ein Plus zwischen 22 bis 27 Prozent, sind es heute bis zu 55 Prozent. „Der Erfolg solcher Modelle ist jedoch kein Automatismus. Die Hersteller müssen die Vorteile für sich zu nutzen wissen und verstehen, warum sich Kunden auf ein Abo einlassen und dann auch dabei bleiben. Nur so können sie von der jetzigen Chance profitieren und sie auch für die Zeit nach der Pandemie nutzen“, analysiert Sebastian Schoemann, Partner bei Kearney Munich. Schoemann beruft sich auf eine Verbraucherstudie, in der unter 2700 Konsumenten in den USA, Frankreich und Deutschland die Beweggründe erhoben wurden, warum Konsumenten sich an Abos binden, statt sich Tag für Tag für neue Anbieter und deren Produkte zu entscheiden.

Preis, Bequemlichkeit und „Fun“

Dabei muss zwischen zwei verschiedenen Modellen unterschieden werden: „Replenishment“ füllt regelmäßige Alltagsgegenstände wie Lebensmittel nach, während „Kits“, also Abo-Boxen, Produkte rund um ein Thema anbieten, die von Lieferung zu Lieferung variieren. Schoemann: „Es sind vor allem drei Gründe, die Menschen dazu bewegen, sich zu einem Abonnement zu verpflichten. Insbesondere für Replenishment-Abonnenten ist es der niedrigere Preis (40 Prozent), gefolgt von der Bequemlichkeit (33 Prozent) und dem ‚Fun Faktor‘ (12 Prozent), also Boxen, wie das Weinabonnement von Abothek aus Krems an der Donau, die ihre Kunden regelmäßig mit personalisierten Produkten überraschen.“

Fallstricke im Abo-Geschäft

Das Abo-Modell ist ein Geschäft, das nicht nur Erfolgsfaktoren, sondern auch Fallstricke kennt, denn viele Anbieter nutzen die Daten ihrer Kunden nicht. Schoemann: „Im Jahr 2010 war BirchBox einer der er-

sten Abo-Dienste für Kosmetikprodukte. Obwohl die Gründerinnen des Startups den Verbrauchern ein überzeugendes Angebot mit hochwertigen Produkten unterbreiteten, konzentrierten sie sich auf einseitige Verbraucher-Interaktionen, indem sie Produkte selbst auswählten, anstatt zu verstehen, welche Artikel Verbraucher tatsächlich bevorzugen.“ Konkurrent Ipsy hingegen brachte 2012 eine Beauty-Box auf den Markt und schaffte es, durch die Zusammenarbeit mit Beauty-Influencern eine emotionale Beziehung und eine Community aufzubauen. Viele Abonnementmodelle scheitern zudem an einer langfristigen Vision – ihre Kunden gehen, sobald sie das Produkt nicht mehr regelmäßig benötigen. Ein Beispiel dafür ist Brandless, ein 2017 gegründeter Online-Händler für Haushaltsprodukte, Kosmetik und Babypflege. 2019 gestartet, stellte er Anfang 2020 seinen Abo-Betrieb wieder ein. Seine Produkte wurden zwar gut angenommen, doch ihr Preis war zu niedrig, um das Unternehmen profitabel zu machen. Völlig anders erging es dem 2011 gegründeten Dollar Shave Club, der hochwertige Rasierapparate ohne Markenzeichen zu wettbewerbsfähigen Preisen bei transparenten Kosten und direkter Lieferung anbietet. Der Club startete durch und wurde 2016 von Unilever für erstaunliche eine Milliarde US-Dollar übernommen.

Die Erfolgsfaktoren fürs Abo-Geschäft

Im Gegensatz zu Brandless gelang es dem Dollar Shave Club, eine überzeugende Geschichte zu erzählen und damit selbst zu einer starken Marke zu werden. Von dem Produktangebot und dem guten Service überzeugt, waren die Abonnenten bereit, auch andere Produkte des Clubs auszuprobieren. Schoemann: „Digitaler Vertrieb, exzellente Logistik, Daten-Analytics und die richtige Markenstrategie sind das, was Unternehmen brauchen, um das Geschäft der Stunde für sich zu nutzen und über Covid-19 hinaus für sich tragbar zu machen.“

www. Kearney.at

NEW BUSINESS

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



DAS NEW BUSINESS PAKET um nur 33 Euro!

Abonnieren & profitieren Sie!

Hotline: 01/235 13 66-100

Fax: 01/235 13 66-999

E-Mail: sylvia.polak@newbusiness.at

- Ja, ich bestelle NEW BUSINESS für ein Jahr (elf Ausgaben) um nur 33 Euro.
- Ja, ich bestelle das Vorteilsabo NEW BUSINESS für zwei Jahre (22 Ausgaben) um nur 55 Euro.