

EXPORT today

IHRE WÖCHENTLICHE INFORMATIONSQUELLE RUND UM DEN EXPORT

Ausgabe 06/2021

Born Globals

Neugründung mit Exportfokus.

Immer mehr Unternehmer haben bereits bei ihrer Gründung die Weltmärkte für ihre Ideen, Produkte und Dienstleistungen im Blick. Diese sogenannten „Born Globals“ überzeugen auf weltweiter Ebene durch Innovationen und Disruptionen oder durch ihre spezialisierten Nischenprodukte. Die AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA hat auch im Krisenjahr 2020 wieder 30 heimische Unternehmerinnen und Unternehmer in die Familie der „Born Global Champions“ aufgenommen. Hauptkriterien dafür sind eine Gründung seit 2014, das Ziel internationalen Wachstums sowie ein innovatives Produkt bzw. eine innovative Dienstleistung.

Die internationalen Erfolgsgeschichten der Unternehmen ziehen sich quer durch alle



Künstliche Intelligenz ist ein Schwerpunkt, für den die Unternehmen ausgezeichnet wurden.

Bundesländer und Branchen, von künstlicher Intelligenz über Nachhaltigkeit und Gesundheit bis hin zu Sicherheit und Blockchain. Alle Geschichten sind auf der WKÖ-Webseite vollständig abgebildet.

wko.at/exporterfolge

Inhalt

PwC Deals-Studie	02
Schiedel auf dem 2. Platz	02
CANCOM mit Rekordergebnis	04
Startup Challenge 2021	06
Größte virtuelle B2B-Messe	08

Top-Erfolg

Krisenfeste Lebensmitteltechnik.

Die Lebensmittelindustrie ist eine der größten Branchen Österreichs und sichert im Interesse der Konsumenten täglich die Versorgung mit qualitativem und leistbarem Lebensmitteln. Die rund 200 Unternehmen mit ihren 27.000 direkt Beschäftigten erwirtschaften jährlich ein Produktionsvolumen von über 9,1 Milliarden Euro. Die Branche ist international aufgestellt und zählt zu den Exportkaisern. Zwei von drei in Österreich produzierte Lebensmittel werden in über 180 Länder rund um den Globus exportiert.

www.dielebensmittel.at

Fokus

Wirtschaft geschrumpft

Nach Erholung im dritten Quartal nun wieder ein Rückschlag.

Negativ betroffen waren in Österreichs Wirtschaft laut Wirtschaftsforschungsinstitut (Wifo) durch die Einschränkungen im zweiten Lockdown vor allem die Konsumausgaben der privaten Haushalte sowie die Wertschöpfung in den Dienstleistungsbereichen. Tourismus, Handel, Verkehr sowie die Bereiche Unterhaltung und Erholung hätten im vierten Quartal deutliche Einbußen verzeichnet. Die Bau- und Industriekonjunktur verlief dagegen stabiler. Im vierten Quartal legte in der Industrie die Wertschöpfung um 1,0 Prozent zu, in der Bauwirtschaft lag sie 1,6

Prozent unter dem Vorquartal. Die Außenwirtschaft war weiter vom weltweiten Abschwung geprägt. Die Exporte sanken im Quartalsabstand um 1,1 Prozent (nach 16,1 Prozent Anstieg im dritten und 18,4 Prozent Rückgang im zweiten Vierteljahr, jeweils gegenüber dem Vorquartal). Die Importe gingen um 0,7 Prozent zurück (nach plus 12,1 Prozent und minus 17,4 Prozent davor). Die Investitionsnachfrage entwickelte sich laut Wifo stabil, die Bruttoanlageinvestitionen veränderten sich kaum.

Ihre EXPORT today-Redaktion

newsroom.sparkasse.at

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

PwC Deals-Studie

Standalone-Unternehmensstrukturen machen Ausgliederungen (Carve-outs) trotz volatiler Marktbedingungen erfolgreicher.

In einem zunehmend unsichereren und komplexeren Marktumfeld werden strategische Unternehmensausgliederungen immer wichtiger. Mitentscheidend für den Erfolg eines Carve-outs ist die Komplexität der betrieblichen Verflechtungen, die zwischen der zum Verkauf stehenden Unternehmenseinheit und den nicht verkauften Einheiten bestehen. Zu solchen Verflechtungen gehören beispielsweise zentralisierte Back-Office-Services oder integrierte Wertschöpfungsketten.

„Um den Grad der operativen Verflechtung einzelner Unternehmenseinheiten zu kennen, sind regelmäßige und strukturierte Bewertungen unerlässlich. Nur so kann die Komplexität im Falle eines Carve-outs im Zaum gehalten werden“, betont Gerald Eibisberger, Leiter Deals bei PwC Österreich.

Dauer der Transitional Service Agreements entscheidet über Verkaufspreise
Transitional Service Agreements (TSA) sorgen für einen möglichst reibungslosen Wechsel im Zuge des Carve-outs. 31,1 Prozent der Entscheider nannten eine TSA-Dauer von sechs bis zwölf Monaten, 20 Prozent von drei bis sechs Monaten und 23,3 Prozent gaben keine bestimmte Dauer an. Zu lange oder zu kurze TSA-Dauern – etwa von mehr als 18 Monaten oder nur zwischen sechs und zwölf Monaten – reduzierten den erzielbaren Verkaufspreis, nicht aber Geschwindigkeit und Kosten des Carve-out-Prozesses.

Mit eigenständigen operativen Strukturen („Standalone-Funktionen“) ist die ausgegliederte Einheit schneller unabhängig vom verkaufenden Unternehmen. „Ein gutes



Gerald Eibisberger, Leiter Deals bei PwC Österreich.

Beispiel ist hier die IT-Infrastruktur, die sich gerade bei großen Unternehmen meist aufwendig und teuer gestaltet. Wird diese Komplexität nicht auf die ausgegliederte Einheit übertragen, kann dies den Verkaufswert und die Geschwindigkeit des Carve-outs deutlich begünstigen – insbesondere bei Unternehmen mit mehr als einer Milliarde Euro Umsatz und über 5.000 Mitarbeitern“, so Gerald Eibisberger.

Eine vollständige Ausgliederung der operativen Funktionen vor der Übergabe setzten lediglich sieben Prozent der beteiligten Unternehmen um.

www.pwc.at



Schiedel erhält market Quality Award und erreicht zweiten Platz in der Baubranche.

Das Linzer market Institut führte kürzlich unter Baumeistern in ganz Österreich erstmals einen Markttest für die Branche BAUINDUSTRIE durch. Dabei wurde eine Vielzahl von relevanten Kriterien aus Expertensicht österreichischer Baumeister bewertet. Ein umfassendes Bild über die untersuchten Unternehmen in Form von Experteninterviews wurde erstellt. Die drei besten Unternehmen der gesamten Branche bzw. einer Kategorie erhielten eine Auszeichnung, den „market Quality Award“. In der Studie wurden sieben Produkt-

market Quality Award

Der Kaminbauer Schiedel konnte sich durch einen zweiten Platz unter 56 bekannten Bau-Marken auszeichnen.

Bereiche untersucht: Verputze, Ziegel/Wandsysteme, Kamine, Dämmmaterial, Dachdeckmaterial, Baumaschinen und Bauelemente.

Relevante Zukunftstrendthemen

Schiedel konnte in der Gesamtbewertung unter allen 56 bewerteten Marken den zweiten Platz für sich entscheiden. In der Kategorie Kamine sowie bei den Themenbereichen „Produkte und Leistungen“ sowie „Service und Betreuung“ liegt Schiedel an erster Stelle.

Sichtlich erfreut darüber zeigt sich Schiedel Österreich Geschäftsführer Franz Nürnberger: „Ich bin stolz auf unser gesamtes Team, dass wir unter so vielen großen Marken der Baubranche den ausgezeichneten zweiten Platz erreichen konnten. Natürlich ist die

Qualität unserer Produkte eine unserer größten Stärken. Aber auch Qualität kann man nur mit qualifizierten und motivierten Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen erzielen. Der Schlüssel zu solch einem Erfolg liegt in der gesamten Belegschaft unseres Unternehmens!“

Schiedel gehört zu Standard Industries und ist führend im Bereich der Kamin-, Lüftungs- und Ofensysteme. Die technisch ausgereiften Designprodukte steigern den Wohnkomfort. Als europäischer Marktführer von hoch energieeffizienten Kaminsystemen steht Schiedel für über 70 Jahre Markterfahrung, langlebige und ausgereifte Komplettsysteme, intelligente Montagelösungen und kundengerechten Service. Der Firmensitz ist in Nussbach, Österreich.

www.schiedel.at



Die Spezialisten für Ihre Messaufgabe



High-Tech Neuheit



TMU-W004

Messumformer
UMC-4

OIML R139:2018

Der hochpräzise Coriolis-Massedurchflussmesser für Wasserstoff-Tankstellen.

Erster Hochdruck-Coriolis-Massedurchflussmesser für bis zu 1000 bar mit Zulassung für die Vor-Ort-Abrechnung von Gasen.

Von der Hightech-Messtechnik-Produktion Heinrichs. Made in Germany.



Mehr Informationen unter
WWW.KOBOLD.COM

KOBOLD Holding Gesellschaft m.b.H.
Hütteldorferstraße 63-65 Top 8
A-1150 Wien
☎ +43 1 786 5353
✉ info.at@kobold.com

Rekordergebnis im vierten Quartal

CANCOM erzielte 2020 eine EBITDA-Steigerung von 41,9 Prozent auf 45,4 Millionen Euro. Das bedeutet eine Umsatzsteigerung vom 10,6 Prozent auf 467,8 Millionen Euro.

Nach vorläufigen Zahlen erzielte die CANCOM Gruppe im Geschäftsjahr 2020 einen Konzernumsatz von rund 1,69 Mrd. Euro. Dies entspricht einer Verbesserung im Vergleich zum Vorjahr von 9,3 Prozent (Vj: 1,55 Mrd. Euro). Das EBITDA übertrifft die aktualisierte Prognose vom 27. Oktober 2020 und liegt voraussichtlich bei 123,1 Mio. Euro und damit 3,2 Prozent über dem Vorjahr (Vj: 119,3 Mio. Euro.). Die EBITDA-Marge lag bei 7,3 Prozent.

Wesentliche Treiber war das starke Servicegeschäft sowie insbesondere die sehr starke Nachfrage im Public-Sektor. Der „Lock-down light“ sorgte im Unterschied zum zweiten Quartal 2020 und entgegen der ursprünglichen Einschätzung nur für geringfügige Einschränkungen im margenstarken Servicegeschäft. Die aufgrund der hohen Nachfrage grundsätzlich positive Einschätzung für das vierte Quartal wurde damit deutlich übertroffen.

Starke Leistung trotz schwierigem Jahr

„Der große Erfolg im vierten Quartal ist eine Bestätigung für unseren Unternehmenskurs“, freut sich Rudolf Hotter, CEO von CANCOM. „Wir haben in einem sehr schwierigen Jahr gezeigt, dass wir die richtigen Produkte und Angebote im Portfolio haben. Das vierte Quartal ist das bisher beste und margenstärkste Quartal unserer Firmengeschichte und zeigt, dass wir die richtige Unternehmensstrategie und Aufstellung für zukünftiges Wachstum haben.“

Die vorläufigen Werte für das vierte Quartal 2020 lauteten beim Konzernumsatz 467,8 Mio. Euro (Vj: 422,8 Mio. Euro), ein Plus von 10,6 Prozent. Das EBITDA stieg um 41,9 Prozent auf 45,4 Mio. Euro (Vj: 32,0 Mio. Euro).

Der erwartungsgemäß sehr starke positive operative Cashflow von deutlich über 110 Mio. Euro im vierten Quartal unterstreicht die Ertragskraft und führt zu einem Cash-Bestand von rund 338,4 Mio. Euro.

Der vollständige Geschäftsbericht der CANCOM Gruppe für das Jahr 2020 inkludiert



Die international tätige CANCOM Gruppe gewährleistet Marktpräsenz und Kundennähe.

sive der Prognose für das Jahr 2021 wird am 30. März 2021 auf www.cancom.de im Bereich Investoren veröffentlicht.

Über CANCOM

Als Digital Transformation Partner begleitet CANCOM Unternehmen in die digitale Zukunft. CANCOM unterstützt Kunden dabei, die Komplexität ihrer IT zu reduzieren und ihren Geschäftserfolg durch den Einsatz modernster Technologie auszubauen. Um den IT-Bedarf von Unternehmen, Organisationen und dem öffentlichen Sektor ganzheitlich abzubilden, bietet CANCOM passgenaue IT von A bis Z aus einer Hand. Das IT-Lösungsangebot der CANCOM Gruppe enthält Beratung, Umsetzung, Services sowie den Betrieb von IT-Systemen. Kunden profitieren dabei von der umfang-

reichen Expertise sowie einem ganzheitlichen und innovativen Portfolio, das die für eine erfolgreiche digitale Transformation notwendigen Anforderungen an die IT von Unternehmen abdeckt. Als Hybrid IT Integrator und Service Provider liefert das Unternehmen ein Leistungs- und Lösungsspektrum, das Business Solutions und Managed Services wie Cloud Computing, Analytics, Enterprise Mobility, IT-Security, Hosting oder As-a-Service-Angebote umfasst.

Die weltweit über 4.000 Mitarbeiter der international tätigen CANCOM Gruppe und ein leistungsfähiges Partnernetzwerk gewährleisten Marktpräsenz und Kundennähe unter anderem in Deutschland, Österreich, Schweiz, Belgien, Großbritannien und den USA.

www.cancom.de



Die Konzentration auf unsere Kernkompetenzen, dem effektiven Einsatz von Bronkhorst Prozessmedienreglern, macht uns im Bereich der **Mess- und Regeltechnik** zu einem starken Partner.

Von der Pharmaindustrie bis zur Raffinerie, vom Forschungslabor bis zur Stahlproduktion.



Bronkhorst®

- Thermische Massendurchflussmesser /-regler mit Bypass-Sensor
- Thermische Massendurchflussmesser /-regler mit Direktstrom-Sensor
- Coriolis Massendurchflussmesser /-regler
- Ultraschall Volumenstrommesser /-regler
- Elektronische Druckmesser /-regler

Vertrieb Österreich:

— **hl-trading gmbh** —

Rochusgasse 4 T. +43-662-43 94 84
 5020 Salzburg F. +43-662-43 92 23
 e-mail: sales@hl-trading.at
www.hl-trading.at





Im Rahmen des Kongresses am 21. und 22. Juni 2021 findet bereits zum vierten Mal die „Startup Challenge“ statt.

Startup Challenge 2021

Gesucht werden Ideen und Lösungen für die Industrie von morgen.

Wer hat die besten Ideen und Lösungen für die Industrie von morgen? Die Wahl zur „Fabrik des Jahres“ zählt zu den renommiertesten und härtesten Industrie-Wettbewerben Europas. Im Rahmen des Kongresses am 21. und 22. Juni 2021 findet nun bereits zum vierten Mal die „Startup Challenge“ statt. Drei junge Unternehmen erhalten hier die Gelegenheit, ihre Lösungen und Ideen vor einem Fachpublikum zu präsentieren und zu pitchen. Veranstaltet wird der Kongress u.a. von der internationalen Unternehmensberatung Kearney und SV Veranstaltungen. Die Bewerbungsfrist läuft noch bis 19. März.

Wahl zur „Fabrik des Jahres“

Bei Europas traditionsreichstem und härtestem Benchmark-Wettbewerb für die produzierende Industrie soll die vierte „Startup Challenge“ nun für frische Ideen sorgen. Das Publikum besteht aus mehr als 200 Expertinnen und Experten führender produzierender Unternehmen, die via App über die besten Ideen abstimmen. Der Gewinner wird im Rahmen des digitalen Kongresses am 21. und 22. Juni prämiert. Für viele innovative Industrie-Startups hat sich der Be-

werb als ideales Sprungbrett erwiesen. Dr. Marc Lakner, Partner bei Kearney und Projektleiter des „Fabrik des Jahres“-Wettbewerbs: „Die ausgezeichneten Sieger werden für alle ein Ansporn sein, über Innovationen nachzudenken. Denn sie sind ein sehr wichtiges Element, um gemeinsam die Wettbewerbsfähigkeit ihrer Heimatstandorte zu steigern.“

2020 ging der Preis an das Software-Startup semodia. Das 2019 gegründete Unternehmen ermöglicht mit seinen Lösungen zum „Module Type Package (MTP)“ die Modularisierung von Produktionsanlagen und Laboren. Durch den Einsatz von MTP können die Prozesse optimiert werden. Im Jahr davor gewann das Robotik-Unternehmen „Wandelbots“ aus Dresden. Christian Piechnik: „Wir haben hier sehr viele Kontakte geknüpft, denn hier ist die Dichte an Entscheidern enorm hoch, sogar weitaus höher als bei großen Messen. Ich finde, jeder sollte die Gelegenheit nutzen, bei diesem Wettbewerb mitzumachen.“

Weitere Infos und das Bewerbungsformular gibt es hier:

www.fabrik-des-jahres.de/wettbewerb/#startupchallenge

Umwelt

Neue Strategien für mehr Nachhaltigkeit im Onlinehandel.

Laut einer aktuellen Studie des österreichischen E-Commerce-Gütezeichens ist jeder fünfte Artikel im Onlinehandel eine Retoure. Dazu trägt insbesondere das sogenannte „Bracketing“ bei. Dabei handelt es sich um das Phänomen, dass Shopper immer mehrere Varianten eines Artikels kaufen und unpassende Größen oder Farben wieder zurücksenden. Mittlerweile betrifft dieser Trend weltweit 56 Prozent aller Onlinenkäufe. Für Händler und deren Logistikpartner ist dieses Konsumentenverhalten ein großes Problem. Dr. Sven Rutkowski, Logistikexperte und Partner bei Kearney Deutschland: „Smartes Retourenmanagement mit den richtigen Partnern hat das Potenzial, das Kundenerlebnis, die Wirtschaftlichkeit und die Wettbewerbsfähigkeit gegenüber den Onlineriesen zu verbessern.“

Umweltsünder Onlinehandel

Häufig ist die Zerstörung von Retouren aus Sicht der Händler wirtschaftlich sinnvoller als die Weiterverarbeitung oder Spende. Mit dem Smart-Sorting-Verfahren kann der exakte Wiederverkaufswert bestimmt werden. Durch eine Echtzeitanalyse unter Berücksichtigung von zahlreichen Parametern wird direkt beim ersten Scan festgestellt, ob sich mit dem Artikel noch ein Gewinn erzielen lässt. Auch sind oft die Rücksendebelege einer Sendung bereits ausgedruckt beigelegt und landen sofort im Müll, wenn keine Retoure erfolgt. Einige Händler haben mittlerweile auf papierlose Rücksendungen umgestellt. Der Kunde erhält das Rücksendetikett digital, zum Beispiel als QR-Code auf seinem Smartphone. Bei der Abgabe im Paketshop muss nur noch der Code vorgezeigt werden – ganz ohne eigenen Ausdruck. In den USA ist „buy online and return in store“ bereits die beliebteste Option zur Rückgabe. Über diesen Weg können Käufer online gekaufte Artikel auch unverpackt zurückgeben, wenn der Händler kein Geschäft in der Nähe betreibt.

www. Kearney.at

Gesundes Leben beginnt beim gesunden Wohnen ...



**HOLZ
BAU
MAIER**

Dafür schlägt unser Herz!

enter:sales – alles, nur kein Bullshit

Die größte virtuelle B2B-Messe und Online-Konferenz für Marketing, Sales und Neukundengewinnung bietet vom 20. bis 22. April 2021 eine noch nie dagewesene Übersicht.

Die enter:sales ist die größte digitale Messeplattform auf der sich Unternehmen und Entscheidungsträger aus allen Branchen eine ganzheitliche Übersicht im Bereich Marketing und Sales machen können. Dazu zählen bewährte Ansätze ebenso wie neue Technologien und wie dieses Know-how im Unternehmen erfolgreich genutzt werden kann.

Gregor Radej, Initiator und Geschäftsführer des Veranstalters Dynamerx GmbH: „Wir sind in der Messevorbereitung auf viele Unternehmen gestoßen, die in den letzten Jahren den Trend hin zur Digitalisierung und der modernen Kommunikation samt Kundengewinnung über die sozialen Medien unterschätzt haben. Darauf haben wir den gesamten „Marketing & Sales“-Bereich analysiert und die Messe in 15 Segmente zusammengefasst.“ Diese unterteilen sich in Marketing- und Werbeagenturen, soziale Medien, Verkaufsberatung, Public Relations, Medien, Telemarketing, Grafik- und Webdesign, Foto/Video/Imaging, Software, Messen und Events, Werbemittel, Personalwesen, Druck, Textierung sowie Recht und Datenschutz.



Gregor Radej, Initiator und Veranstalter der Messe enter:sales



Die enter:sales ist die größte virtuelle Messe für Marketing, Sales und Neukundengewinnung.

Maßgeschneiderte Ausstellerpakete

Mit den drei Paketen COMPLETE, BUNDLE und FULL Package finden alle Unternehmensgrößen ihren maßgeschneiderten Messeauftritt. Das kleinste Paket umfasst den virtuellen Messestand, einen Workshop-Slot, Newsletter-Beitrag, eine Mini-Site auf der enter:sales Webseite sowie DSGVO-konforme Leads. Je nach Anforderungen können optionale Zusatzpakete wie zusätzliche Workshops, Grafik- und Designsupport, Öffentlichkeitsarbeit und vieles mehr gebucht werden. Anmeldeschluss ist am 9. April 2021. Weitere Optionen und Informationen zu den Ausstellerpaketen sind unter hello@enter-sales.com beziehungsweise www.enter-sales.com erhältlich.

Begleitender Fachkongress

Für die Fachbesucher wird das Messekonzept mit Fachvorträgen von anerkannten Experten vervollständigt. Sie referieren über Konzepte und Lösungen, Best Practices und Case Studies sowie kostenfreien Workshops zu den relevanten Themen. Die Besucher haben somit die einzigartige Möglichkeit, genau auf jene Fragen Antworten zu finden, die für sie interessant sind. Sie

erhalten auf diese Weise einen einfachen, aber gleichzeitig sehr guten und tiefen Einblick, um ihren Verkauf zu optimieren ohne das Büro oder das Home-Office verlassen zu müssen.

Über Dynamerx GmbH

Dynamerx ist ein Unternehmen, das sich auf interne Prozessoptimierung sowie Marketing & Sales Optimierung spezialisiert hat. Dabei analysieren die Experten die aktuelle Situation im Betrieb und entwickeln danach ein ganzheitliches Konzept, damit das Unternehmen die gesteckten und machbaren Ziele auch erreichen kann.

Als neutrale und unabhängige Experten identifizieren sie von außen die Probleme einfacher und schneller und legen aber auch den Finger in die Wunde(n).

Neben der Erstellung eines nachhaltigen Vertriebskonzepts (von der Marketing Strategie bis zu den operativen Aktivitäten und einer Timeline der Umsetzung) übernehmen sie in den meisten Fällen auch die konkrete Umsetzung. Der Slogan der DYNAMERX ist damit eigentlich Programm: „No Bullsh*t, just more Sales“.

www.dynamerx.at | www.hzcomm.com

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.