

EXPORT today

IHRE WÖCHENTLICHE INFORMATIONSQUELLE RUND UM DEN EXPORT

Ausgabe 20/2021

Sensoren aus Rohrau

Für die Sicherheit der globalen Energienetze.

Gleichzeitig mit erhöhtem Verbrauch wird Strom zunehmend dezentral erzeugt. Das führt dazu, dass Schwankungen im Stromnetz entstehen. „Smart Grid“, das intelligente Stromnetz der Firma Greenwood Power, könnte hier die Lösung sein. Unter Smart-Energy versteht man die intelligente Steuerung der eigenen Verbraucher, wie Heizstäbe, Wärmepumpen etc., um die Eigenverbrauchsquote zu erhöhen und zugleich den Strombezug aus dem Stromnetz zu verringern. „Aktuell gibt es aus Vietnam, Saudi-Arabien, Brasilien und Ägypten Interesse, Smart Grid zu forcieren. Auch in Osteuropa und Deutschland wird der Nutzen dieser Technologie erkannt“, weiß Geschäftsführer Norbert Juschicz. Die niederösterreichische Firma wurde 2017 gegrün-



Greenwood Power stellt verschiedene Komponenten für ein intelligentes Stromnetz her.

det. 2019 ging es mit dem Einsatz von Finanzinvestoren aufwärts. „In den nächsten zwei bis drei Jahren ist es durchaus möglich, pro Jahr bis zu 300.000 Stück zu vertreiben“, so der Geschäftsführer. <

www.greenwood-power.com

Fokus

Pasta mit passendem Antrieb

Neue Fabrik in Kamerun mit österreichischen Erdgasmotoren.

Clarke Energy und INNIO Jenbacher gaben vor kurzem die erfolgreiche Inbetriebnahme ihrer Kraft-Wärme-Kopplungsanlage in einer neuen Pastafabrik in Douala, Kamerun bekanntzugeben. Herzstück der Anlage ist ein erdgasbetriebener Jenbacher J320 Gasmotor, der die Produktionsstätte zuverlässig mit Strom und Wärme versorgt. Die kürzlich abgeschlossene erste Phase umfasste die Installation und die Inbetriebnahme des Container-Moduls mit einer elektrischen Nennleistung von 1.067 Kilowatt. In der zweiten Phase wird nun ein Abgaswär-

metauscher installiert, der die heißen Abgase des Motors zur Erzeugung von Wasser mit 130 Grad Celsius nutzt, das im Fertigungsprozess der Pastafabrik eingesetzt wird. INNIO ist ein führender Anbieter von Lösungen und Dienstleistungen für die Energieerzeugung und Gasverdichtung. Mit den Jenbacher und Waukesha Gasmotoren trägt INNIO dazu bei, Gemeinden, der Industrie und der Öffentlichkeit Zugang zu nachhaltiger, zuverlässiger und wirtschaftlicher Energieversorgung zu verschaffen.

Ihre EXPORT today-Redaktion

www.innio.com

Inhalt

Medizinischer Sauerstoff für Indien	02
Gute Aussichten für Tourismus	02
Straßengüterverkehr der Zukunft	03
Nachhaltigkeit bei Miraplast	04
Trendumkehr bei Banken	06

Top-Erfolg

10 Jahre Standort Bozen.

Die NTS Italy GmbH/Srl, ein Teil der NTS Gruppe, feiert 2021 das zehnjährige Firmenjubiläum. Seit der Gründung im Jahr 2011 sitzt das Unternehmen im 42 Meter hohen City Tower, dem höchsten Gebäude Bozens. Waren es im Jahr 2011 erst vier Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, zählt die Südtiroler Niederlassung momentan 22 Teammitglieder. Gesamt verzeichnet NTS aktuell mehr als 420 Mitarbeiter an den 15 Standorten in Österreich, Deutschland, der Schweiz, Italien, China und den USA.

www.nts.eu

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

Sauerstoff für Indien

Messer Austria versorgt Krankenhäuser und Kliniken seit Beginn der Pandemie mit medizinischem Sauerstoff.

Aktuell ist Indien das Epizentrum der Corona-Pandemie. Die Spitäler sind überlastet und es fehlt an medizinischem Sauerstoff. Ein Flieger im Auftrag des Innenministeriums und des Referats Organisationsentwicklung ARBEITER-SAMARITER-BUND ÖSTERREICHS ist nun mit einer Hilfslieferung von 400 Stahlflaschen nach Indien gestartet. Diese führten den Transport per Flugzeug zur Covid Bekämpfung nach Indien durch.

Seit Beginn der Pandemie, müssen sich die österreichischen Krankenhäuser und Kliniken verstärkt auf eine reibungs- und nahtlose Versorgung mit medizinischen Gasen – vor allem mit Sauerstoff – verlassen können. Und das nicht nur in Österreich, denn Messer Austria beliefert auch die Schwestergesellschaften in Tschechien, der Slo-

wakei, Ungarn, Slowenien, Kroatien, Serbien und Bosnien. „Nur wenn die medizinischen Einrichtungen, zuverlässig von uns mit medizinischem Sauerstoff versorgt werden, sind sie in der Lage, ihre Mission erfolgreich zu erfüllen: so vielen schwererkranken Covid-19-Patienten wie möglich das Leben zu retten“, zeigt sich der Messer Austria-Geschäftsführer Michael Holy ergriffen. „Wir alle bei Messer Austria sind uns dieser großen Verantwortung bewusst.“

Verantwortliches Handeln

Messer wurde 1898 gegründet und ist heute der weltweit größte familiengeführte Spezialist für Industrie-, Medizin- und Spezialgase. Unter der Marke ‚Messer – Gases for Life‘ werden Produkte und Serviceleistungen in Europa, Asien und Amerika an-



Messer Austria liefert medizinischen Sauerstoff nach Indien.

geboten. Die internationalen Aktivitäten werden aus Bad Soden bei Frankfurt am Main gelenkt. Stefan Messer, Eigentümer und CEO der Messer Group GmbH, arbeitet zusammen mit weltweit rund 11.000 Mitarbeitenden nach definierten Prinzipien: Dazu gehören Kunden- und Mitarbeiterorientierung, verantwortliches Handeln, unternehmerische Verantwortung, Exzellenz sowie Vertrauen und Respekt. Messer erwirtschaftete im Jahr 2019 einen Umsatz von 2,8 Milliarden Euro.

www.messergroup.com



Neue Studie der ÖW zeigt gute Aussichten für den Sommertourismus in Österreich.

Österreich sperrt wieder auf und die Ausgangslage für den Tourismus-Restart ist gut. Das bestätigt Robert Seeber, WKÖ-Bundesspartenobmann Tourismus und Freizeitwirtschaft: „Unsere heimischen Betriebe sind bestens aufgestellt und freuen sich schon sehr, mit ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wieder ihre Gäste begrüßen und verwöhnen zu dürfen. Aufgrund umfangreicher Präventions- und Hygienekonzepte ist ein sicherer und angenehmer Sommerurlaub in Österreich gewährleistet.“

Gute Aussichten

Die Österreicherinnen und Österreicher sind im Reisefieber und das Urlaubsland Österreich dürfte profitieren.

Auch Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung (ÖW), sieht den Ausblick für den Sommer positiv. „Die Anfragen und Buchungen haben in den letzten Wochen während der Öffnungsvorbereitungen stark zugelegt. Nach Monaten des Lockdowns ist die Sehnsucht nach einer Auszeit hoch und Österreich bietet die perfekten Voraussetzungen dafür“, sagt Stolba. Eine aktuelle Studie von Karmasin Research & Identity im Auftrag der Österreich Werbung bestätigt das. Die Studie „Restart 2021“ betrachtet die Erwartungen und Pläne der Österreicherinnen und Österreicher zu Urlaub während Corona. Präsentiert wurde die Studie im Rahmen einer Pressekonferenz zum Auftakt der Österreichischen Tourismustage (ÖTT). „Restart 2021“ ist die Wiederholung einer Studie aus dem Vorjahr.

Das ermöglicht, die Einstellung der Österreicherinnen und Österreicher im Zeitverlauf zu vergleichen.

Mehr Urlaubspläne als im Vorjahr

Die für die Wirtschaft insgesamt gute Nachricht: Die Konsumfreude zieht generell an. 10 Prozent der Befragten sagen, dass sie mehr konsumieren wollen, sobald die Beschränkungen fallen und der Großteil der Menschen geimpft ist. Vor allem in Bezug auf Urlaub in Österreich ist das Bild positiv: 31 Prozent der Befragten wollen mehr Urlaub in Österreich machen als vor der Coronazeit. „Urlaub in Österreich ist wieder hoch im Kurs, so wie wir das auch schon letzten Sommer gesehen haben“, analysiert Sophie Karmasin.

www.tourismustage.at

Zukunft des Straßengüterverkehrs

In vier Stufen zeigt die Unternehmensberatung Kearney, wie Spediteure von der digitalen Konkurrenz lernen können, ihre Ressourcen zu optimieren, um weiterhin am Markt zu bestehen.

Die Transportbranche steht vor ihrer größten Herausforderung, wenn nicht sogar vor einer Disruption: Junge Digitalunternehmen machen den klassischen Spediteuren das Transportgeschäft streitig, während „alt-ingesessene“ digitale Transportplattformen durch das verstärkte Aufschalten neuer Funktionen mehr Wertschöpfung aus dem Speditionsmarkt herauschneiden. Was die digitalen Konkurrenten auszeichnet, ist die Durchgängigkeit der digitalen Vernetzung zwischen dem gewerblichen Kunden und dem hochfragmentierten Markt der Fuhrunternehmer mit höherer Transparenz aller Prozessschritte und -teilnehmer in der Wertkette. „Gewinnsteigerungen sind wegen der schmalen Margen vor allem über eine bessere Auslastung der LKWs möglich. Um dies zu erreichen, müssen die etablierten Spieler die organisatorischen Silos überwinden“, erklärt Sven Rutkowski, Logistikexperte und Partner bei Kearney.

In 4 Stufen zur digitalen Exzellenz

■ Stufe 1: Erhöhung der Reichweite durch digital integrierten Zugriff auf digitale Konkurrenten und Plattformen

Die Einbindung zusätzlicher Marktplätze und digitaler Spieler sowie die direkte Integration von Verladern über Schnittstellen sind die entscheidenden Schritte, um von der aktuellen Entwicklung zu profitieren.

■ Stufe 2: Standardisierung und Professionalisierung der ausgetauschten Daten zu Aufträgen und Kapazitäten der Branche.

Die Beschleunigung von Ausschreibungen und die Standardisierung der Ausschreibungskriterien können helfen, die attraktivsten Kombinationen von Ladungen und Transportkapazitäten zu sichern. Dies muss mit einer Ausweitung der IT-Integration und einer Anpassung der Standard-Vertriebsprozesse einhergehen.

■ Stufe 3: Integration von Advanced Analytics für optimierte Auftrags- und Fahrzeugauswahl

Die Integration einer Analytics-basierten Planungs-Engine unterstützt das Matching



Die Digitalisierung verändert auch die Transportbranche.

von Ladung und Fahrzeugen und hilft, die Passung innerhalb des eigenen und ‚virtuellen‘ Netzes der Konkurrenten und Plattformen sicherzustellen. Dies bedeutet die kontinuierliche Verarbeitung von verschiedenen Szenarien von Ladung und Kapazität über einen Zeitraum von bis zu einer Woche im Voraus inkl. aller bekannten Restriktionen z.B. für Fahrer.

■ Stufe 4: Automatisierung der Preisfindung für Spotgeschäfte und Jahresverträge

Die fortgeschrittensten Analytics-Applikationen sind in der Lage, die Preisfindungs- und Ausschreibungsprozesse mit voller Integration ins Transportmanagementsystem zu automatisieren. Dies beinhaltet die Bereitstellung von Preisempfehlungen auf Grundlage der tatsächlichen Kosten und Echtzeit-Auswirkungen eines einzelnen Spotmarkt-Auftrags auf das eigene Netz innerhalb von Sekunden. Gleichzeitig kann eine komplette Jahresausschreibung eines großen Verladers mit einer digitalen Planung (Twin) des wahrscheinlich künftigen, eigenen Basisnetzes der kommenden Quartale kombiniert werden und daraus können Preisvorschläge pro Transportverbindung (Lane) automatisiert abgeleitet werden.

Daten verknüpfen

Um die Herausforderungen der Branche anzugehen, müssen die Unternehmen an drei Hebeln gleichzeitig ansetzen: Erstens müssen alle Funktionen end-to-end und ganzheitlich betrachtet werden. Zweitens sollten alle relevanten Daten in eine Cloud-Infrastruktur verlagert werden, die den Advanced Analytics Applikationen ermöglicht, die große Menge an Daten und Berechnungen innerhalb von Minutentakten für ganze Netzwerke zu bewältigen. Erst Echtzeitbewertungen im alltäglichen Betrieb gewährleisten die erforderliche Reaktionsschnelligkeit, um Ladungen und Kapazitäten, die oft nur für Sekunden digital verfügbar sind, zu sichern. Wenn sich, drittens, die Spediteure automatisiert an die digitalen Marktteilnehmer anbinden, können sie vom Zugriff auf nahezu unbegrenzte Aufträge und Kapazitäten profitieren. Als positiver Nebeneffekt kann so auch die mittelständische, europäische Struktur von Landverkehrs-speditionen erfolgreich bleiben, ohne dass im Sinne von „the winner takes it all“ ein (digitaler) Spieler den Landverkehr der Zukunft dominiert.

www. Kearney.at

Nachhaltigkeit mit Leib und Seele

Wer aufhört, besser zu werden, hat aufgehört, gut zu sein. Davon ist man im Hause Miraplast überzeugt. Dieser Ansporn beschränkt sich nicht nur auf das Produktsortiment, sondern leistet auch einen Beitrag für die Zukunft kommender Generationen.

Das Thema Nachhaltigkeit ist in Ihrer Unternehmensgeschichte felsenfest verankert. Basierend auf den SDGs der UNO, haben Sie sich aktuell wieder neue Ziele gesteckt. Was war dabei Ihr Ansporn?

Viele meinen, dass Kunststoff und Nachhaltigkeit nicht zusammenzupassen. Das stimmt nicht! Die aktuelle Debatte über Recycling, Flaschenpfand, Einwegplastik etc. hat dazu geführt, dass auch unsere Kunden mehr wissen wollten: Woher kommen die Rohstoffe, kann man die Produkte recyceln, was tun wir für den Klimaschutz usw.? In der Bearbeitung dieser Fragen haben wir bemerkt, was wir bereits alles machen und bislang gar nicht kommuniziert haben – das tun wir jetzt.

In welchen sozialen und ökologischen Bereichen gibt es auch bei Miraplast Aufholbedarf?

Also verbessern können wir uns sicher immer. Wir haben uns die SDGs angesehen und jene identifiziert, bei denen wir einen Beitrag leisten können. In all diesen Bereichen konnten wir Potenzial finden. Dazu haben wir Projekte definiert, um uns dort zu verbessern. Konkret haben wir Projekte zu Klimaschutz, sauberer Energie, verantwortungsvoller Produktion, guten Arbeitsplätzen und hochwertiger Bildung initiiert.

Wie haben Sie es geschafft, Ihre Mitarbeiter mit an Bord zu holen?

Unabhängig von der übergeordneten Nachhaltigkeitsdiskussion haben wir auf unserem



1.438 Solarzellen auf rund 3.600 m² Dachfläche decken bis zu 38 % des Strombedarfs am Produktionsstandort Würmla. Damit erspart Miraplast der Atmosphäre jedes Jahr 121 t CO₂.

Dach ein Solarkraftwerk errichtet. Als wir diese Investition zur damaligen Weihnachtsfeier präsentiert haben, gab es Applaus der Mitarbeiter. Als wir das Thema dann in einem größeren Kontext aufgegriffen haben, war es einfach, Mitarbeiter für diese Projekte zu begeistern. Wir haben mehrere Workshops gemacht. Zu Beginn ging es einmal darum, den Rahmen der SDGs zu verstehen. In einer weiteren Runde haben wir analysiert, wo wir schon Aspekte der einzelnen SDGs erfüllen. Abschließend haben wir uns Gedanken zu neuen Projekten gemacht, die wir aktuell gemeinsam umsetzen.

Können Sie uns mehr über diese Projekte berichten?

Natürlich! Das Solarkraftwerk hatte ich schon angesprochen – damit können wir immerhin mehr als 1/3 unseres Tagesstrombedarfs erzeugen! Die Umstellung auf LED-Beleuchtung, die Wärmerückgewinnung aus der Produktion und der Einsatz neuer energiesparender Maschinen sind bereits Projekte aus der Vergangenheit. Wir hatten auch schon vor Jahren den Stromtarif auf überwiegend Wasserkraft umgestellt.

Die neuen Projekte beziehen sich hauptsächlich auf den innerbetrieblichen Bereich. Zum Beispiel haben wir im Betrieb alle Einweg-Kaffeebecher ersetzt und damit immerhin über 20.000 Stück pro Jahr eingespart. Außerdem wurde das hausinterne Re-

cycling neu organisiert. Produkte, die nicht durch die Qualitätssicherung kommen, wurden immer schon recycelt. Mittlerweile trennen wir aber ganz genau die Materialtypen und können so auch sehr hochwertige Recyclingprodukte herstellen. Eine andere Abteilung ist dabei, Papier vollkommen einzusparen. Im Versand testen wir neue Verpackungsmaterialien, die besser recycelt werden können; so versuchen wir, ohne Klebeband auszukommen.

Über welche nachhaltigen Neuigkeiten dürfen sich Ihre Kunden freuen?

Nun, bezogen auf die Diskussion zum Thema „Einwegplastik“ können wir mit Fug und Recht behaupten, dass wir null Einwegplastik, sondern ausschließlich langlebige Kunststoffprodukte erzeugen. MiraHome hat bereits seit letztem Jahr die Serie MiraHome Green am Markt. Dabei handelt es sich um Haushaltsprodukte aus Kunststoff, dessen Ausgangsmaterial eben nicht Erdöl ist. Neu ins Programm kommen Produkte, die ausschließlich aus Post-Consumer-Recycling-Kunststoff hergestellt werden.

Besonders stolz sind wir auch auf die brandneue Aktion Return2Recycle. Dabei können uns Kunden alte Frischhaltedosen zurückschicken, wir recyceln diese und erzeugen neue Produkte daraus.

www.miraplast.at



Ing. Mag. Markus Brunnthaler,
Geschäftsführer
MIRAPLAST
GmbH

Anzeige

RAJA

EUROPAS NR. 1 IM VERPACKEN

Nachhaltige
Lösungen

Mehr als
9.000
Produkte
auf Lager

SIE KÖNNEN SICH IMMER AUF UNS VERLASSEN!

Persönliche
Beratung

Lieferung
in 2-3
Tagen

☎ 0810/400 306*
*0,07 €/Min.

🖱 rajapack.at

Europas Banken auf dem Prüfstand

Die Pandemie wird für Europas Banken zur Belastungsprobe. Bei der Effizienz zeichnet sich bei österreichischen Banken eine Trendumkehr ab – diese steigt wieder.

Wie stehen Europas Banken nach der Pandemie da? Diese Frage untersucht das „European Retail Banking Radar 2021“ der globalen Unternehmensberatung Kearney. Analysiert wurde die Performance von 89 Privatkundenbanken in 22 Ländern, darunter 51 Banken in Westeuropa und 38 Banken in Osteuropa. „Zweifellos hatte die Pandemie erhebliche Auswirkungen auf die Banken. Die Folgen waren aber weniger schwerwiegend als noch im Vorjahr prognostiziert. Dafür verantwortlich sind die Hilfsprogramme und die Lehren, die aus der Finanzkrise gezogen wurden“, erklärt Daniela Chikova, Partnerin Financial Services bei Kearney und Autorin der Studie.

Jede zehnte Bank schreibt Verlust

Die Pandemie hinterlässt tiefe Spuren in der Bank-Performance. So stieg die Risikovorsorge gemessen am Umsatz 2020 im Durchschnitt auf 14 Prozent und damit auf das höchste Niveau seit der globalen Finanzkrise. Trotzdem meldete jede zehnte Bank einen Verlust und der durchschnittliche Gewinn pro Kunden ging um 30 Prozent zurück. Insgesamt erzielten 70 Prozent der Banken einen durchschnittlichen Gewinn pro Kunden von unter 100 Euro, im Vorjahr war dies nur bei 40 Prozent der Banken der Fall. Darüber hinaus schrumpften die Einnahmen der Geschäftsbanken in 19 der 22 analysierten Länder verglichen mit 2019, wobei die britischen Banken mit 10 Prozent den höchsten Rückgang verzeichneten.

In den letzten fünf Jahren implementierten viele Banken weitreichende Sparprogramme. Im gesamten Bankensektor sank die Anzahl der Mitarbeiter um neun Prozent und die Anzahl der Filialen schrumpfte um 19 Prozent.

Effizienz österreichischer Banken steigt

Die österreichischen Banken senkten im Pandemiejahr ihre Kosten und steigerten die Erträge. Damit verbesserte sich die Cost-Income-Ratio zum fünften Mal in Folge und liegt nun bei knapp unter 65 Prozent. Das



Österreichische Institute werden wieder profitabler.

Schlusslicht bildet Deutschland mit einem Wert von mehr als 70 Prozent. „Zum ersten Mal ist die bessere Performance hauptsächlich auf Kostensenkungen zurückzuführen. Der Wert befindet sich aber immer noch auf hohem Niveau“, resümiert Chikova.

Der Ertrag pro Mitarbeiter konnte bei gleichzeitiger Verringerung der Beschäftigtenzahl gesteigert werden. Positiv entwickelte sich auch der Ertrag pro Kunde, der um 0,4 Prozent stieg. Trotzdem verzeichneten die österreichischen Banken pandemiebedingt einen deutlichen Rückgang des Gewinns, nämlich um 40 Prozent pro Kunden. Sie liegen damit dennoch über dem europäischen Durchschnitt von 30 Prozent. Härter trifft es die britischen, italienischen und spanischen Banken, die einen Rückgang von mehr als 55 Prozent verkraften mussten. Grund sind erwartete Kreditausfälle.

Die Spareinlagen nahmen in fast allen Ländern wegen der Corona-Beschränkungen stark zu, am stärksten in Ungarn mit 16,5 Prozent. In Österreich lag der Anstieg bei 9,2 Prozent.

Fazit: Banken sind Motor der Erholung

Die Pandemie hat die Entwicklung des europäischen Privatkundengeschäfts verändert. Hier sieht Chikova die Chancen im „New Normal“. „Wenn sich die europäischen Volkswirtschaften erholen, können die Banken der Motor der Erholung werden. Wie bei der letzten Finanzkrise erwarten wir, dass der europäische Bankensektor nach COVID-19 stärker und besser wird“, so die Expertin.

Über das „European Retail Banking Radar“ Seit 2007 misst die Studie die Performance europäischer Retail Banken. Für die aktuelle Auswertung wurden die Daten von 89 Privatkundenbanken - 51 Banken in Westeuropa und 38 Banken in Osteuropa - in 22 Ländern untersucht. Die Daten stammen aus offiziellen Bankunterlagen von Januar 2007 bis Dezember 2020. Konkret untersucht wurden der Ertrag pro Kunden und Mitarbeiter, der Gewinn pro Kunden, die Cost-Income-Ratio und die Kreditrisikovorsorgequote.

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.