

EXPORTtoday

IHRE WÖCHENTLICHE INFORMATIONSQUELLE RUND UM DEN EXPORT

Ausgabe 26/2021

Deutschland-Expansion

Overtec nutzt Krise für weitere Schritte.

Der steigende Bedarf nach Wohnraum und der zunehmende Kostendruck im Bau und bei Komplettanierungen sind für Overtec-Eigentümer Sebastian Hilscher das optimale Fundament, um die lange geplante Expansion nach Deutschland zu beschleunigen. Das österreichische Familienunternehmen spezialisiert sich auf die Bereiche Flachdachabschlüsse, Attika, Brüstungen und Schachtelemente. Die Entscheidung, trotz Lockdown einen neuen Standort in der bayerischen Hauptstadt zu eröffnen, war alternativlos. „Die besten Mitarbeiter bekommt man nur mit einer Niederlassung vor Ort. Diese braucht es für die Glaubwürdigkeit und Seriosität, die Spitzenkräfte zu recht erwarten“, ist Hilscher überzeugt. Mittlerweile beschäftigt Overtec am Stand-



Sebastian Hilscher hat den Schritt nach Deutschland detailliert geplant.

ort München vier Mitarbeiter. 2020 stieg der Umsatz aus Deutschland im Vergleich zum Vorjahr um satte 500 Prozent, die vor allem dem gut gehenden Neukundengeschäft zu verdanken sind.

www.overtec.com

Inhalt

Finanzierung für KMU	02
Expertenetzwerk in Österreich	03
Messer senkt CO ₂ -Fußabdruck	05
Highlight an der Weinstraße	07
Bewegung am M&A-Markt	08

Top-Erfolg

Virenblocker aus Österreich.

Neben der sogenannten Delta-Variante tauchen bereits weitere Mutationen auf. Da kommen die Produkte der Marinomed Biotech AG gerade recht. Große Hoffnungen setzt der biopharmazeutische High-Tech-Betrieb dabei auf den von ihm entwickelten Virenblocker-Wirkstoff Carragelose. Ursprünglich als Nasen- oder Rachenspray bzw. in Lutschpastillen gegen Husten, Erkältungen und Allergien auf den Markt gebracht, besitzt Carragelose auch die Eigenschaft, die Corona-Pandemie einzubremsen.

www.marinomed.com

Fokus

Innovation im Lufttransport

FACC begeistert auf der VivaTech in Paris.

Als einer der führenden Technologiekonzerne im Aerospace-Bereich arbeitet FACC laufend an neuen Mobilitätskonzepten für den Luftraum. Das autonome Flugtaxi EHang 216, das in Kooperation mit dem chinesischen Unternehmen EHang entwickelt wurde, sorgte nun auf der VivaTech '21 in Paris für einen „Wow“-Effekt. Auch Frankreichs Präsident Emmanuel Macron zeigte sich von der FACC-Technologie begeistert. Die stetig wachsende Weltbevölkerung erfordert neue Mobilitätskonzepte der Zukunft – besonders im Bereich der Urban Air Mobility sieht das

weltweit etablierte Luftfahrtunternehmen FACC große Wachstumsfelder. Autonome Fluggeräte wie der EHang 216 sollen künftig dabei helfen, unter Nutzung des Luftraums als „dritter Dimension“ den Verkehrsproblemen der Städte entgegenzuwirken. Neben dem Transport von Personen oder Gütern bieten autonome Fluggeräte auch zahlreiche andere Einsatzmöglichkeiten, wie etwa Flüge zum Transport dringender Notfallgüter oder für risikoreiche Einsätze aus der Luft bei Umweltkatastrophen.

Ihre EXPORT today-Redaktion

www.facc.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

Finanzierung für KMU

Viele Unternehmen stehen vor der Herausforderung, drohende Verluste oder neue Investitionen finanzieren zu müssen.

Viele Unternehmen stehen aktuell vor der Herausforderung, drohende Verluste oder neue Investitionen finanzieren zu müssen. Neben der klassischen Unternehmensfinanzierung über Familie und Freunde, über Business Angels bis hin zu Venture Capital und Bankfinanzierung, ermöglichen die neuen Formen der Finanzierung eine Zielgruppe anzusprechen, die dem Unternehmen noch näher liegt: die eigenen Kunden.

„findig“ ist eine neue Initiative, die Finanzierung und Digitalisierung zusammenführt. Mit findig – „Praxisgerechte Digitalisierung“ hat TPA gemeinsam mit Guiding Innovators, und sarema | RENT A CFO eine Initiative ins Leben gerufen, bei der Unternehmen geholfen wird, von Beginn an die beste Finanzierung für sie aufzusetzen.

Ist ein Unternehmen stark mit seinem Sinn in der Gesellschaft verankert und hat es ein Produkt in der Umsetzung, das einen großen Mehrwert für die Zielgruppe bedeutet, dann können zukünftige Kundinnen und Kunden zu Partnern bei der Finanzierung werden. Von Crowdfunding, bei dem die Kunden die Produkte heute kaufen und erst zu einem späteren Zeitpunkt bekommt, über Crowdfunding, bei dem bereits mit kleinen Beträgen investiert werden kann, bis hin zu neuen Formen der Finanzierung über sogenannte „Digitale Assets“ (= Beteiligungen auf der Blockchain).

Potenzial der Digitalisierung nutzen

Konnten früher Unternehmen noch ausschließlich passivseitig saniert werden, so ändern sich heute zusehends die Rahmenbe-



findig bietet KMU einen ganzheitlichen Beratungs- und Umsetzungsansatz.

dingungen. Praxisgerechte Finanzierung bedeutet, entsprechend dem Lebenszyklus des Unternehmens die richtige Finanzierung auszuwählen und eingebettet in einer starken Unternehmenskultur die Interessenten in einer frühen Phase tief in die Entwicklungen des Unternehmens einzubinden. „Es gilt den Fortschritt aktiv zu gestalten und aus einer starken Zukunftsausrichtung heraus das Unternehmen gut zu finanzieren“, erklärt Jürgen Kaiser (findig | sarema).

www.findig.consulting



efko Geschäftsführer Klaus Hruby erwartet eine erfolgreiche Ernte.

Mitte Juni startet die jährliche Gurken-ernte bei Österreichs größtem Sauergemüsehersteller efko. „Das Frühjahr bescherte uns heuer sehr unbeständiges und vor allem auch kaltes Wetter. Unsere Landwirte haben aber rechtzeitig reagiert und die empfindlichen Gurkenpflanzen geschützt. Daher erwarten wir eine erfolgreiche, aber um zwei bis drei Wochen verspätete, Ernte“, zeigt sich Klaus Hruby, Geschäftsführer der efko Frischfrucht und Delikatessen GmbH, zuversichtlich. Diese Saison werden rund 6.900 Tonnen österreichische Gurken in Handarbeit geerntet. Eine

Erfolgreiche Ernte

Bei Österreichs größtem Sauergemüsehersteller efko kommt die Ware seit 80 Jahren frisch vom Feld ins Glas.

Arbeit, die viel Können und vor allem ausreichend Personal benötigt. Nur einer der Gründe, warum die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei der Kampagne zum 80-jährigen Bestehen in den Fokus rücken. „Wir feiern dieses Mal nach innen und bedanken uns bei unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihre oft langjährige Treue und die Flexibilität, die sie vor allem im letzten Jahr beweisen mussten“, erklärt Mag. Silvia Maurer, Leitung Marketing, die Idee hinter der Jubiläumskampagne von efko. Neben der internen Kommunikation gibt es wieder ein Jubiläumsglas mit 80-Jahre-Etikett, das bereits im Lebensmittelhandel erhältlich ist.

Geschichte schreiben

Einige weitblickende Bauern gründen 1941 die Gartenbaugenossenschaft Eferding - die

Vorläuferin der heutigen efko. Kontinuierlich wurden die Produktionsmethoden ständig verbessert, neue raffinierte Rezepte wurden umgesetzt. Frischobst und Gemüse wurden mit natürlichen Mitteln haltbar gemacht und die Produktpalette sukzessive immer mehr erweitert. Seit 1983 verwöhnt efko etwa auch mit feinen Mayonnaise-Salaten.

Seit 2005 arbeitet efko nach dem internationalen IFS Qualitäts-Zertifikat: Damit sind weltweit anerkannte, höchste Qualitätsstandards garantiert. Heute widmet sich efko der Verarbeitung und Veredelung von 70 Frucht- und Gemüsesorten, veredelt im Konzern rund 93.000 Tonnen Rohware pro Jahr und ist damit der bedeutendste Sauergemüsehersteller Österreichs.

www.efko.at

Erweitertes Expertennetzwerk

Ingram Micros Trust X Alliance startet in Österreich, Deutschland und der Schweiz. Das Netzwerk von Technologieexperten begrüßt die neuen internationalen Partner.

Ingram Micro hat die Trust X Alliance auf einem hybriden Partner-Event gemeinsam mit drei Gründungsmitgliedern vorgestellt. Es handelt sich dabei um ein internationales, partnergeführtes Netzwerk in der IT-Industrie. IT-Solution-Provider, Hersteller und Ingram Micro arbeiten eng zusammen, um Endkunden bei deren Herausforderungen in der Digitalen Transformation zu unterstützen. Die Partner bauen die Trust X Alliance in Deutschland, Österreich und der Schweiz (DACH) auf. Aktuell bestehen Bündnisse in den USA, Kanada und dem Vereinigten Königreich. Das DACH-weite Netzwerk ist damit die erste Trust X Alliance in der Europäischen Union und der Schweiz.

Die Trust X Alliance wurde 1998 von Ingram Micro gegründet. Eine Besonderheit dieses Bündnisses ist es, dass die Mitglieder sowohl national als auch international gleichberechtigt sind und innerhalb des Netzwerks, unter Einhaltung aller wettbewerbsrechtlichen Vorgaben, auf höchstem Vertrauensniveau aktiv zusammenarbeiten. Die Partner ergänzen dabei ihr Know-how und ihre Ressourcen zum gegenseitigen Nutzen.

Die Trust X Alliance DACH fördert neben dem Austausch im DACH-Raum gleichermaßen die globale Kooperation der Mitglieder und veranstaltet regelmäßig internationale Events. Die Gründungsmitglieder Christian Martin, Geschäftsführer IOK, Torsten Schlegel, Geschäftsführer ergoDATA und Ferdinand Morbach, Geschäftsführer der URANO Group und Präsident Trust X Alliance DACH haben durch solche internationalen Trust X Alliance-Veranstaltungen bereits einen Eindruck von der vertrauensvollen und inspirierenden Zusammenarbeit gewonnen. Ferdinand Morbach beschreibt seine Beweggründe, sich dem Bündnis anzuschließen, so: „Innerhalb der Trust X Alliance herrscht ein einzigartiges Vertrauensniveau, das wir in dieser Form bisher in keinem anderen IT-Partnernetzwerk erlebt haben. Der vertrau-

ensvolle Austausch auf hohem Niveau zusammen mit der professionellen Struktur in Verbindung mit den regionalen und globalen Möglichkeiten hat mich und meine Gründungspartner begeistert.“

Die Trust X Alliance gemeinsam gestalten Die Mitglieder des Bündnisses sind Geschäftsführer und Geschäftsführerinnen, Inhaber und Inhaberinnen oder C-Level-Führungskräfte mittelständischer IT-Solution-Provider, Ingram Micro sowie strategische Herstellerpartner. Das Besondere an der Allianz ist, dass die IT-Lösungspartner sie thematisch und inhaltlich selbst ausgestalten. Deshalb erfolgt die Gründung der Trust X Alliance im DACH-Raum phasenweise. Das erste hybride Event haben 23 zukünftige Mitglieder genutzt, um das internationale Bündnis und sich gegenseitig kennenzulernen. Bei den nachfolgenden Events werden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus der DACH-Region ihre Vorstellungen, Ideen, Themen und Inhalte für die Allianz einbringen und diese so aktiv mitgestalten.

Synergien für die Digitale Transformation einsetzen

Die Mitglieder bringen in die Trust X Alliance ihr Management- und Branchen-Know-how sowie Expertenwissen in ihren jeweiligen Fachgebieten ein und teilen es miteinander. Gemeinsam können sie dadurch beispielsweise umfassende Digitalisierungsprojekte umsetzen, ohne selbst Spezialwissen in allen Bereichen der Digitalen Transformation aufbauen oder vorhalten zu müssen. Sie erschließen sich so den Zugang zu neuen themenübergreifenden Geschäftsfeldern und können komplexe Projekte sowie neue und länderübergreifende Märkte adressieren.

„Unternehmen müssen sich ständig an neue Anforderungen der Märkte anpassen, besonders die digitale Transformation nimmt großen Einfluss auf unsere Branche und bringt ebenso Herausforderungen mit sich.



Adolf Markones, Executive Managing Director bei Ingram Micro Österreich.

Grenzüberschreitende Partnerschaften wie die Trust X Alliance machen es leichter, flexibel darauf zu reagieren und neue Bereiche gemeinsam zu entwickeln. Die engagierten und hoch qualifizierten Mitglieder gestalten das Netzwerk von Anfang an mit und schaffen damit die Grundlage für eine vertrauensvolle, erfolgreiche Kooperation. Zusammen können sie im DACH-Raum in Zukunft viele umfangreiche Projekte umsetzen, gemeinschaftlich wachsen und neue Märkte erschließen“, erklärt Adolf Markones, Executive Managing Director bei Ingram Micro Österreich.

Die kooperative Zusammenarbeit und die umfassenden Ressourcen innerhalb des Trust X Alliance-Netzwerks sowie die stetige Weiterentwicklung des eigenen Geschäftsmodells durch die gegenseitige Beratung und Unterstützung sichern den Partnern die langfristige Wettbewerbsfähigkeit im digitalen Wandel. Das Netzwerk gründet auf einem besonderen Vertrauensverhältnis zwischen den Beteiligten, das vertraglich geschützt ist und auf einem gemeinsam vereinbarten Ethikkodex basiert.

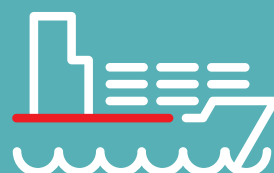
at.ingrammicro.eu/trustxalliance



Das Logistik- netzwerk für Österreich.

Kontaktieren Sie uns:
info.at@dbschenker.com
+43 (0) 5 7686-210900
www.dbschenker.com/at

Scan me!



Der Umwelt zuliebe

Der Industriegasespezialist Messer bestätigt in seinem Nachhaltigkeitsbericht 2020 eine Senkung des CO₂-Fußabdrucks um rund 40.000 Tonnen.

Trotz eines deutlichen Umsatzwachstums konnte der CO₂-Fußabdruck durch eine stetige Modernisierung der Luftzerlegungsanlagen und Installation lokaler Anlagen zur Vermeidung von Gaslieferungen in großen Mengen um rund 40.000 Tonnen* im Jahr 2020 verringert werden. Darüber hinaus wurde die Sicherheit der Mitarbeitenden verbessert. Zur Unterstützung der Vielfalt und Chancengleichheit im Unternehmen implementierte Messer in 2020 erstmals einen jährlichen Diversity-Report. Auch die Förderung des gesellschaftlichen Engagements ist ein wichtiges Ziel für das Familienunternehmen, daher unterstütze es im letzten Jahr insgesamt 237 soziale Aktionen*.

Nachhaltigkeit durch definierte Ziele und stetige Weiterentwicklung

Seit 2019 orientiert sich das Familienunternehmen an den UN-Sustainable Development Goals. Eigene Zielsetzungen komplexieren die Nachhaltigkeitsstrategie von Messer. Durch eine bessere Auslastung der vorhandenen Produktionsanlagen und zielgerichtete Projekte, die die Energieeffizienz der Anlagen nachhaltig steigern, soll der spezifischen Energieverbrauch der Messer-eigenen Luftzerlegungsanlagen immer weiter reduziert werden. Hierfür hat Messer sich bis zum Jahr 2025 eine Senkung um 0,7 Prozent pro Jahr zum Ziel gesetzt; dies ergibt in Summe eine Reduktion um knapp 3,5 Prozent. Die Emissionsintensität gibt Auskunft über das Verhältnis des freigesetzten CO₂e zu Umsatz. Aktuell liegt diese bei 1,53 Tonnen CO₂e* pro 1.000 Euro Umsatz. Neben dem Umweltschutz ist die Sicherheit der Mitarbeitenden eines der wichtigsten Ziele für Messer, dies verdeutlicht auch die Wesentlichkeitsanalyse des Unternehmens. Messer ist der festen Überzeugung, dass jeder Unfall vermeidbar ist, somit hat sich das Unternehmen zum Ziel gesetzt, die Anzahl der Arbeitsunfälle auf 0* zu senken. In 2020 lag die Zahl der meldepflichtigen Arbeitsunfälle bei 83*.



Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat Messer Erfolge im Bereich Nachhaltigkeit verzeichnet.

Darüber hinaus will Messer gemischte Management-Teams fördern und den Anteil von Frauen in der ersten und zweiten Ebene bis 2030 auf 30 Prozent* erhöhen. Aktuell liegt der Frauen-Anteil bei 24,1 Prozent*. Um die Entwicklungen im Bereich des nachhaltigen Handelns messbar und vergleichbar zu machen, arbeiten die rund 10.800 Mitarbeitenden* von Messer seit 2014 nach definierten Key Performance Indicators. Diese werden regelmäßig überprüft und gegebenenfalls weiterentwickelt. Zur objektiven Bewertung der eigenen Nachhaltigkeitsleistung beteiligt Messer sich aktiv an den ESG-Ratings EcoVadis und Carbon Disclosure Project. Für eine noch stärkere Transparenz plant das Unternehmen, die Ergebnisse der Ratings ab 2022 gebündelt auf der Website zu veröffentlichen.

Nachhaltiges Handeln über die Unternehmensgrenzen hinweg

Doch das Familienunternehmen will nicht nur den eigenen CO₂-Fußabdruck minimieren: „Wir tragen zum Schutz der Umwelt und des Klimas bei, indem wir unsere Prozesse stetig verbessern und uns außerdem in der Entwicklung auf Technologien fokus-

sieren, die die Produktionsabläufe bei unserer Kundschaft effizienter und umweltschonender machen“, erklärt Stefan Messer, Eigentümer und CEO der Messer Group GmbH, und ergänzt, „Dies erreichen wir durch die Wirkung unserer Gasanwendungen, mit einer effizienten Gaseversorgung, beispielsweise durch On-Site-Anlagen, oder durch den Einsatz von grünem Wasserstoff.“

Neben dem unternehmerischen Handeln ist der Umwelt- und Klimaschutz eines der Kernthemen beim Industriegasespezialisten Messer und fest in dessen Leitbild verankert. Bereits seit 2013 berichtet das Unternehmen aus eigener Überzeugung in einem jährlichen Nachhaltigkeitsbericht über seine Aktivitäten in den Bereichen Nachhaltiges Wirtschaften, Umwelt- und Klimaschutz, Mitarbeitende, Kundschaft, Sicherheit und Gesundheit sowie Gesellschaftliches Engagement.

www.messer.at

* Summe von Messer Group und Messer Industries, die die At Equity Beteiligung Messer Industries seit dem 1. März 2019 zu 100 Prozent beinhalten



Industriegase

Messer ist der weltweit größte familiengeführte Spezialist für Industrie-, Medizin- und Spezialgase. Es werden Produkte und Serviceleistungen in Europa, Asien und Amerika angeboten.

Von Acetylen bis Xenon bietet Messer ein Produktportfolio, das als eines der größten im Markt gilt.

MESSER 
Gases for Life

Messer Austria GmbH

Industriestraße 5
2352 Gumpoldskirchen
Tel. +43 50603-0
Fax +43 50603-273
info.at@messergroup.com
www.messer.at



Spitzbart + partners schuf ein vielseitiges Gebäude mit Ausblick auf das Rebenparadies.

Neues Highlight

Das Weinwerk als Entree zur Deidesheimer Weinszene ist Vinothek und Eventlocation zugleich.

Die Eröffnung des neuen Weinwerks im Sommer 2021 bereichert die deutsche Weinszene um ein weiteres Highlight. Der Neubau ist ein Projekt des Weinguts Reinhardt. Mit seiner exponierten Lage in Rupertsberg direkt an der Deutschen Weinstraße und seinem modernen, lässigen Ambiente soll das Weinwerk zur Belebung der traditionellen Weinkultur der Region beitragen und neue, zeitgemäße Akzente setzen. Das Marken- sowie Architekturkonzept wurde von Spitzbart + partners entwickelt und umgesetzt. Das in Oberösterreich ansässige Unternehmen ist für Kunden aus Gastronomie, Hotellerie und Weinwirtschaft in Österreich und Deutschland tätig. „Das Weinwerk signalisiert den Aufbruch der Winzerfamilie Reinhardt in die Zukunft“, so Markus Spitzbart. „In dem Neubau wird die Marke gefeiert und eine Erlebniswelt rund um den Wein, Gastlichkeit und Lifestyle inszeniert.“

Architektur als Markenkommunikator

Als prägnanter, weithin sichtbarer Baukörper fügt sich das Weinwerk in die Rebenlandschaft als Entree in die Deidesheimer Weinszene ein. Das Gebäude ist erdverbunden und wächst aus dem Hang heraus. Im Innern begeistern die Offenheit und Trans-

parenz, die zusammen mit dem Ausblick eine Verbindung zu den umliegenden Weinbergen herstellen.

Der untere Bereich ist der Showroom. Er ist dem Wein und der Marke gewidmet. An der großen Weinbar können die Weine verkostet werden, die sich in großen Regalwänden attraktiv präsentieren. Einblick in den begehbaren Lagerraum bietet die große Glas-scheibe. Wer möchte, kann den Winzer ins Lager begleiten und seine Weinkarten selbst auswählen.

Der obere Bereich kann in Anlehnung an frühere Repräsentationsbauten als Belvedere bezeichnet werden. Er ist als kommunikativer Treffpunkt konzipiert mit Weinbar und großzügiger Fläche für Eigen- und Fremdveranstaltungen. Die kulinarische Begleitung erfolgt entweder aus der eigenen Weingarten-Küche oder durch professionelles Event-Catering. Aufgrund seiner hohen Flexibilität ermöglicht das Gebäude die Weiterentwicklung in jede nur gewünschte Richtung.

„Moderne und Tradition, Authentizität und Ambition – all dies ist in der Architektur ablesbar und verleiht dem Gebäude Alleinstellungscharakter“, fasst Markus Spitzbart zusammen.

www.spitzbart.at

KMU stärken

BMDW unterstützt Erholung der KMU durch zielgerichtete Fachkräfteförderung

Die österreichischen Kleinst-, Klein- und Mittelbetriebe waren in den vergangenen eineinhalb Jahren von den Auswirkungen der Corona-Pandemie teils massiv betroffen und mussten deutliche Umsatzeinbußen hinnehmen. Die Stimmungslage in den Unternehmen wird nun mit den Öffnungen und dem einsetzenden konjunkturellen Aufschwung aber wieder deutlich optimistischer. Der Aufschwung darf dabei aber nicht durch den Fachkräftemangel beschränkt oder gefährdet werden. Damit KMU nach der Krise richtig durchstarten können, sind insbesondere kompetente Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gefragt. In diesem Zusammenhang rücken neue Kompetenzen und Skills in den Vordergrund. „Der Verfügbarkeit der richtigen Fachkräfte kommt für einen erfolgreichen Restart der KMU eine Schlüsselfunktion zu“, so Wirtschaftsministerin Schramböck.

KMU als wichtige Lehrlingsausbilder

Für KMU spielt die Lehrlingsausbildung eine wesentliche Rolle. Kleine und mittlere Unternehmen leisten damit einen großen Beitrag zur Sicherung der Fachkräfte von morgen: Laut KMU Forschung Austria werden hierzulande 63 Prozent der Lehrlinge innerhalb der marktorientierten Wirtschaft in KMU ausgebildet. Besonders engagiert sind Kleinunternehmen in der dualen Ausbildung. „KMU haben damit auch eine wichtige soziale Funktion bei der Arbeitsmarktintegration von Jugendlichen“, betont die Wirtschaftsministerin. Die Fachkräfteförderung spielt im Zusammenhang mit dem Comeback-Plan der Bundesregierung und der wirtschaftlichen Erholung eine wichtige Rolle. Durch die aktuelle Qualifizierungsoffensive werden Unternehmen und Beschäftigte dabei unterstützt, neue Kompetenzen aufzubauen. Der „Digi Scheck für Lehrlinge“ richtet sich speziell an Lehrlinge und fördert die Vermittlung oder Festigung von Kompetenzen

www.bmdw.gv.at

Bewegung am M&A Markt

Laut einer neuen Studie der globalen Unternehmensberatung Kearney investieren Konsumgüter- und Handelsunternehmen verstärkt in Kundennähe.

Raus aus der Schockstarre! „Nach einer merklichen Abkühlung durch die Pandemie nimmt das Fusionskarussell wieder Fahrt auf“, meint Dr. Mirko Warschun, Partner und Leiter der Retail und Konsumgüter-sparte der Managementberatung Kearney. „Dabei werden die Fusionen und Übernahmen neuen Strategien folgen: Alles wird der Nähe zu den Verbrauchern untergeordnet, die Unternehmen werden regionale, schnelle und agile Geschäftsmodelle anstreben, die ihnen größtmögliche Nähe zu ihren Kundinnen und Kunden erlauben.“

Im ersten Jahr der Pandemie haben die Transaktionen in der Konsumgüter- und Handelsbranche einen historischen Tiefstand erreicht, wie der aktuelle M&A-Bericht 2021 für den Handel und die Konsumgüterindustrie von Kearney zeigt. Seit 2016 hat sich der Wert aller weltweiten Deals mehr als halbiert: So liegt er 2020 bei 205 Mrd. US-Dollar im Vergleich zu 496 Mrd. US-Dollar in 2016, relativ zum vergangenen Jahr ist er um sechs Prozent abgesackt. Der Bericht basiert auf der Analyse von Fusions- und Akquisitionsdaten aus dem Jahr 2020. Interviews mit mehr als 100 Top-Führungskräften global agierender Unternehmen aus Handel, Konsumgüterindustrie und von Private-Equity-Firmen erlauben Einschätzungen und Prognosen für den Markt im Jahr 2021.

Neue Transaktionswelle im Anrollen

80 Prozent der Führungskräfte rechnen nach dem Abschwung der vergangenen Jahre nun wieder mit einer neuen Transaktionswelle, ausgelöst auch durch einen neuen Trend, Unternehmensanteile wieder abzustoßen. So hatte die METRO AG bereits im vergangenen Jahr die Supermarktkette Real verkauft, um sich ganz auf den Großhandel zu konzentrieren. Von den 20 größten Unternehmen der Konsumgüterindustrie, so die Ergebnisse der Studie, werden voraussichtlich bis zu drei Viertel größere Veräußerungen in ihrem Portfolio vornehmen. Darüber hinaus werden neue Marktrealitäten, Digitalisie-



Die Transaktionen in der Handels und Konsumgüterbranche nehmen wieder Fahrt auf.

rung und die Hinwendung zum Direct-To-Consumer-Geschäft die Investitionstrends des kommenden Jahres beeinflussen.

Die Autoren der Studie gehen davon aus, dass viele Unternehmen in der Pandemie Geld eingenommen haben, dass sie jetzt vermehrt in Zukäufe und Beteiligungen investieren, um noch näher an ihre Kundinnen und Kunden heranzurücken, innovative Produkte zu entwickeln oder Konsumententrends wie Gesundheit und Nachhaltigkeit zu bedienen. In diese Bewegung gehört auch, dass sich Unternehmen von Beteiligungen trennen, die nicht in ihr Portfolio passen oder nicht die richtigen Ergebnisse brachten. Als jüngstes Beispiel nennt Warschun die Katjes Gruppe, die sich von dem Süßwarenhersteller Manner getrennt hat. „Aus den vergangenen Krisen haben wir gelernt, dass turbulente Zeiten eine Welle von Innovationen und radikalen Veränderungen mit sich bringen. Damit sind Strategien, die rein auf organisches Wachstum setzen, nicht mehr zeitgemäß“, kommentiert Warschun.

Man sähe jetzt schon, dass die Unternehmen mit ihrer M&A-Politik unmittelbare und langfristige Wachstumsmöglichkeiten suchten und dabei die Regionalität und Digitalisierung ihrer Geschäftsmodelle im Blick hätten. Die Schwarz-Gruppe (Lidl und Kaufland) hat entsprechend im vergangenen Sommer den Online-Marktplatz real.de übernommen. Der Lebensmittelhändler Edeka hat jüngst angekündigt, nach Verkauf von „Bringmeister“ seine Beteiligung am digitalen Startup Picnic auf internationaler Ebene auszubauen, um mit online-Lieferdiensten regional vor Ort zu sein. Auch die Otto-Gruppe, so Warschun habe stärkeres Engagement im M&A-Markt angekündigt. Warschun: „Sowohl kaufende und verkaufende Unternehmen werden die Dynamiken dieses Jahres am M&A-Markt für Konsumgüter und Handel prägen. In diesem Jahr kommt es darauf an, das Portfolio zu stützen und sich zugleich neue Optionen zu schaffen, von denen die Kunden profitieren.“

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.