

ASPEKTE

Netzwerk



P.b.b., Erscheinungsort Wien, Verlagspostamt CZ 02Z030182, € 7,50

BAU

Baustopp oder nur eine kleine Delle? So reagiert die Baubranche auf die aktuellen Herausforderungen.

Seite 8

ENERGIE

Grüne Energie mit oder ohne Wasserstoff? Das sagen Experten über Leitprojekte und Zukunftschancen.

Seite 26

TOURISMUS

Roboter statt Servicepersonal? Touristiker schmieden kreative Lösungen mit KI und Herzblut.

Seite 46

MERCEDES-EQ

DISCOVER THE ALL-ELECTRIC RANGE.

Vom kompakten EQA bis zum richtungsweisenden EQS SUV – bei uns finden Sie mit Sicherheit das Mercedes-EQ Modell, das zu Ihnen passt.

Mehr Informationen bei Ihrem Mercedes-Benz Partner und auf [mercedes-benz.at](https://www.mercedes-benz.at)



EQA, EQB, EQS, EQS SUV, EQE SUV: Stromverbrauch gesamt (kombiniert): 15,3–25,6 kWh/100 km; CO₂-Emissionen: 0 g/km

Ermittelt nach WLTP, weitere Infos unter [mercedes-benz.at/wltp](https://www.mercedes-benz.at/wltp). Tippfehler vorbehalten. Abbildung ist Symbolfoto. Stromverbrauch und Reichweite hängen von der Fahrzeugkonfiguration ab.

Editorial

Liebe Mitglieder der Deutschen Handelskammer in Österreich, liebe Leserinnen und Leser!



C. DHK, MARTINA DRAPER

THOMAS GINDELE
Hauptgeschäftsführer der
Deutschen Handelskammer
in Österreich (DHK)

Ende April dieses Jahres fand unsere Jahrespressekonferenz statt, bei der wir die Ergebnisse unseres Wirkungsumfeldes präsentierten, welche sich sehen lassen konnten:

Das deutsch-österreichische Handelsvolumen stieg im Jahr 2022 um 22,3 Prozent auf 146,6 Milliarden Euro. Die österreichischen Exporte nach Deutschland betragen davon 57,7 Milliarden Euro, was einem Anstieg von 21,5 Prozent entspricht. Die Wirtschaftsbindung an Deutschland ist nach wie vor das Rückgrat der österreichischen Wirtschaft und umgekehrt ist auch Österreich einer der wichtigsten Wirtschaftspartner Deutschlands. So war Österreich im Vorjahr als zehntwichtigstes Importland Deutschlands für knapp 4 Prozent der Gesamtimporte verantwortlich.

Deutsche Exporte nach Österreich erhöhten sich um 22,7 Prozent auf 88,8 Milliarden Euro. Dieser absolute Rekordwert führte zum Aufstieg Österreichs auf den 6. Platz der wichtigsten deutschen Exportmärkte.

Konkret bedeutet dies: Für österreichische Unternehmen ist in 90 Prozent der Fälle Deutschland der wichtigste Auslandsmarkt und für deutsche

Betriebe gehört in 90 Prozent der Fälle Österreich zu den Top-10-Exportmärkten – insbesondere in der mittelständischen Wirtschaft.

Daraus ergibt sich eine viel zu wenig artikulierte Erkenntnis: Kein Wirtschaftsverhältnis zwischen zwei Ländern innerhalb Europas ist so intensiv wie jenes zwischen Österreich und Deutschland.

Für die Deutsche Handelskammer in Österreich, als Mitglied im Netzwerk der deutschen Auslandshandelskammern mit mehr als 150 Standorten in 93 Ländern, ist es sehr motivierend, in einem Umfeld zu agieren, in dem erfolgreiche Außenhandelsergebnisse deutlich über Marktzugangsdiskussionen stehen.

Daraus ließe sich die Strategie ableiten, genauso weiterzumachen wie bisher. Die Unternehmen aus beiden Ländern finden schließlich immer wieder ihre Wege, Geschäfte zu machen. Allerdings warne ich davor im Sinne von: „Der Erfolg der Gegenwart ist die Gefahr der Zukunft“. Mein Appell an die Wirtschaft in beiden Ländern lautet vielmehr, die jeweiligen Märkte voll im Fokus zu behalten und in die gegenseitige Wirtschaftsverflechtung zu investieren.

Die zurzeit stattfindende Transformation, in deren Mitte sich Österreich und Deutschland gemeinsam befinden, wird den Waren- und Dienstleistungsaustausch gravierend verändern. Als Deutsche Handelskammer in Österreich bieten wir Ihnen auf unseren verschiedenen Plattformen nicht nur die aktuellsten Informationen über die technologischen und systemischen Veränderungen, sondern präsentieren Ihnen auch die Zukunft der gemeinsamen Außenhandelsbeziehungen schon heute. Sie erhalten einen Marktvorteil und sind zusätzlich für die bevorstehende Zeit bestens gerüstet.

Eine unserer Plattformen, unser Magazin „DHK ASPEKTE“, halten Sie gerade in Ihren Händen – ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre!

Thomas Gindele

Inhalt



C. STRABAG

14 „Wir investieren sehr viel in die Aus- und Weiterbildung, um den Fachkräftemangel zu entschärfen.“

Klemens Haselsteiner, CEO Strabag SE



32

Energie: Der Bedarf an grünem Strom ist riesig. Wo er herkommen soll, bleibt umstritten.

63

Save-the-Date: Am 17. Juni 2023 findet in Salzburg die jährliche DHK Matinee mit **Hans Dieter Pötsch**, Präsident der Deutschen Handelskammer in Österreich, statt.



C. ANDREAS KOLARIK

58

„Trotz steigender Preise und hoher Inflation wird die Nachhaltigkeit immer wichtiger.“

Petra Hedorfer, Vorstandsvorsitzende Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. (DZT)



C. DZT/FARIDEH DIEHL

BAU

10 **Zahlen, Daten, Fakten**
Der Preisanstieg für Baumaterialien ist enorm, während die Bautätigkeit deutlich zurückgeht.

14 **Harter Aufschlag der Baubranche**
Neben den hohen Rohstoffpreisen macht der Arbeitskräftemangel der Baubranche zu schaffen. Nun kommen auch noch steigende Zinsen und strengere Kreditvergaberichtlinien hinzu. Brancheninsider berichten.

18 **Auch die Bauwirtschaft wird digital**
Digitale Prozesse und Tools verändern die Baubranche und bieten großes Potenzial entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

20 **Mit mehr Vertrauen durch die Krise**
Hubert Rhomberg, Geschäftsführer der Rhomberg Holding GmbH, rechnet im Interview mit zwei, drei Jahren Stagnation im Wohnbau. Großes Potenzial für den Klimaschutz sieht er in der thermischen Sanierung.

ENERGIE

28 **Zahlen, Daten, Fakten**
Dank Wasserkraft hat Österreich einen hohen Anteil an grüner Energie, dafür ist es im Gegensatz zu Deutschland nach wie vor von russischem Gas abhängig.

32 **Energiewende: Welche Chancen hat Wasserstoff?**
Bis zur völligen Dekarbonisierung in Europa ist es noch ein weiter Weg. Inwieweit Wasserstoff die Erzeugungslücke schließen kann, ist umstritten, aber es gibt beeindruckende Vorzeigeprojekte.

40 **Chance auf Technologieführerschaft**
Österreich könne als ein Land des Anlagen- und Maschinenbaus zu einem führenden Lieferanten von Wasserstoffinfrastruktur werden, sagt Alexander Trattner, Leiter von Österreichs größtem H2-Forschungszentrum, dem HyCentA an der TU Graz.

TOURISMUS

48 **Zahlen, Daten, Fakten**
Erholung nach der Pandemie, doch die Nächtigungszahlen bleiben noch unter dem Vorkrisenniveau.

52 **Reiselust sticht Inflation**
Trotz hoher Energiepreise und zu wenig Personal ziehen Tourismus-expert:innen im Gespräch mit DHK ASPEKTE ein positives Resümee. Sie zeigen Optimismus und setzen auf Nachhaltigkeit und individuelle Betreuung.

56 **Der Roboter hilft mit**
Kreative Lösungen für den Personalmangel: Vom Einsatz von KI und Servicerobotern bis zur Vier-Tage-Woche.

58 **Urlaubsland Deutschland**
Nachhaltigkeit und Digitalisierung sind aktuell die zentralen Themen im Tourismus. Im DHK Interview erläutert Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der Deutschen Zentrale für Tourismus e. V. (DZT), die Relevanz beider Aspekte.

STANDARDS

- 6 Kommentare
- 62 DHK Veranstaltungen
- 64 DHK Angebote
- 68 Messen
- 70 Vorschau DHK ASPEKTE 2/2023
- 70 Impressum

Klimawandel begünstigt Gesundheitstourismus



Österreich hat spezifische naturräumliche Gegebenheiten und eine Tradition auf dem Gebiet der Nutzung natürlicher Heilressourcen wie sonst nur wenige Nationen in Europa.

In den Alpen zeigt der Klimawandel starke Auswirkungen auf den Wintertourismus. Viele erinnern sich an die weißen Schneebänder inmitten von Grün in der vergangenen Saison. Nicht nur für Österreich mit seinen speziellen Ressourcen ist eine verstärkte Ausrichtung auf den Gesundheitstourismus ein Ausweg aus diesen trüben Perspektiven. Immer stärker florieren medizinische Behandlungen und Gesundheitsdienstleistungen im Fremdenverkehr. Sie sind jetzt schon ein wichtiges Standbein im Absichern der Existenz vieler Betroffener und dürften künftig eine größere Rolle spielen.

Schließlich steuert die Fremdenverkehrsbranche auf diese Weise auch einer schneeärmeren Zukunft entgegen. Den Klimawandel spüren Hoteliers in den Bergen Österreichs seit Jahren. Die Tourismusanbieter machen sich deswegen schon länger Gedanken, wie sie Touristen trotzdem anziehen können. Zupass kommt ihnen dabei das verstärkte Gesundheitsbewusstsein der Menschen. So will sich das Bundesland Salzburg verstärkt mit alpinen Gesundheitsangeboten positionieren. Dieses Geschäft ist saisonunabhängig. Fast ein Viertel der Gäste im Land Salzburg kommen wegen der Gesundheit, die Nachfrage nahm in den vergangenen Jahren stetig zu.

Die Heilkraft der Alpen ist nach Aussagen von Fachleuten belegt. Aus der höhenmedizinischen und in Folge kurmedizinischen Forschung haben sich moderne Zugänge zu einer evidenzba-

sierten Naturnutzung entwickelt. Die Forschung zu naturbasierten Therapien steht im Bundesland Salzburg in einem starken Dialog mit Tourismus und Landwirtschaft. Damit werden über medizinische Forschung auch Regionalentwicklungsprozesse angestoßen.

Das Salzburger Land gehört mit seinen natürlichen Ressourcen und Aktivitäten zu den Vorreitern des alpinen Gesundheitstourismus. Deutsche, die traditionell wichtigste Gruppe unter den ausländischen Touristen, nehmen die Angebote gerne an – auch außerhalb Salzburgs. Auf das Thema Gesundheit setzen inzwischen immer mehr Anbieter zwischen Bregenz und Eisenstadt. Themen und andere Wellnessrichtungen sind in den zurückliegenden Jahren aus dem Boden geschossen. Die Corona-Pandemie hat das Gesundheitsbewusstsein zusätzlich erhöht.

Zwar ist der Gesundheitstourismus erst ein kleiner Teil der Fremdenverkehrsbranche. Doch viel spricht gerade angesichts der Alterung der Bevölkerungen in Europa dafür, dass er an Bedeutung gewinnt. Der Tourismus ist einer der bedeutendsten Wirtschaftszweige in Österreich und trägt rund ein Zehntel zum Bruttoinlandsprodukt bei. Deswegen müssen alle Impulse, die den Tourismus befeuern, ernst genommen werden. Dadurch werden Innovationsansätze entwickelt, welche die Stellung des alpinen Naturraums als Urlaubsziel erhöhen und die wirtschaftliche Stabilität der Regionen stärken.



C.FAZI, ADOBE STOCK

INFO zur Person

Michaela Seiser ist Korrespondentin der Frankfurter Allgemeinen Zeitung für Österreich und Ungarn.

Ein hartes Erwachen

400.000 neue Wohnungen pro Jahr hat die deutsche Regierung versprochen. Die Ära des billigen Geldes wurde verschlafen. Jetzt kracht es an allen Ecken und Enden.



INFO zur Person

Christoph Zotter lebt in Berlin, wo er als Korrespondent der österreichischen Tageszeitung „Die Presse“ berichtet. Zuvor arbeitete er unter anderem für „profil“ oder die „NZZ am Sonntag“.

Es gibt einen Begriff, der gerade als Bonmot in der Berliner Start-up-Szene die Runde macht: etwas ein „zero interest rate phenomenon“ zu nennen, also ein Nullzinsenphänomen. Damit lassen sich Dinge bezeichnen, die in einem normalen wirtschaftlichen Umfeld niemand gemacht hätte und die nur finanziert wurden, weil sich Geld zu leihen in den vergangenen Jahren so gut wie nichts kostete. Heute wirken manche der kühnen Start-up-Ideen von einst etwas verrückt – wie Nullzinsenphänomene eben.

Damit sind wir bei der deutschen Baubranche, wo vielen Deutschen gerade das Lachen vergeht. Die kommt nämlich zu einem krachenden Halt. Mit den gestiegenen Zinsen wurden die Kredite teurer und im ganzen Land kommen Baustellen zum Stehen. Die Energiekosten sind gestiegen, die verschiedenen Baumaterialien kosten mehr als noch vor einem oder zwei Jahren. Dazu kommt, dass schon längst überall die Facharbei-

tenden fehlen. Das Ergebnis: Bauen ist in Deutschland furchtbar teuer geworden.

Dabei fehlten schon vor der Zinswende tausende leistbare Wohnungen. Denn obwohl das Geld ein Jahrzehnt lang sehr billig war, wurde viel zu wenig gebaut. In der deutschen Hauptstadt stimmten deswegen im Herbst 2021 beinahe zwei Drittel der Berlinerinnen und Berliner für eine Brachiallösung, um die hohen Preise irgendwie nach unten zu bekommen: Der Staat soll die größten Immo-Konzerne enteignen und dann billiger vermieten. Das mag in manchen Ohren gut klingen, schafft aber keine einzige neue Wohnung. Die alte wie die neue Berliner Stadtregierung will lieber auf mehr Angebot setzen.

Auch die deutsche Bundesregierung will es so angehen: 400.000 neue Wohnungen sollen im Jahr neu gebaut werden. Ein Ziel, das im ersten Jahr verfehlt wurde. Im zweiten auch. Im Jahr 2024 soll es klappen, sagte Bauministerin Klara Geywitz (SPD). Wer jetzt dagegen wettet, riskiert nicht allzu viel.

Zwar kann die deutsche Politik keine Wunder vollbringen, sie könnte aber etwas tun, um zumindest ein paar Hürden aus dem Weg zu räumen. Viele davon stehen im komplizierten, bürokratischen und dazu noch in jedem Bundesland unterschiedlichen Baurecht. Wer in verschiedenen Städten in Deutschland ein Haus will, muss sich beispielsweise an unterschiedliche Vorschriften für Balkone halten. Gäbe es nur eine, würde das die serielle Produktion vereinfachen – und das Bauen würde wieder etwas billiger. Ein zweiter Ansatz wäre der Ausbau der maroden Infrastruktur. Am Land stehen Wohnungen und Grund leer. Nur hinziehen will niemand, weil das Internet nicht funktioniert und die Bahn nicht fährt.

In der Ära des billigen Geldes hat sich auf den unterschiedlichsten Baustellen des Landes wenig getan. Nun muss es ohne den Nullzinsenrückwind klappen. Es dürfte ein hartes Erwachen werden.

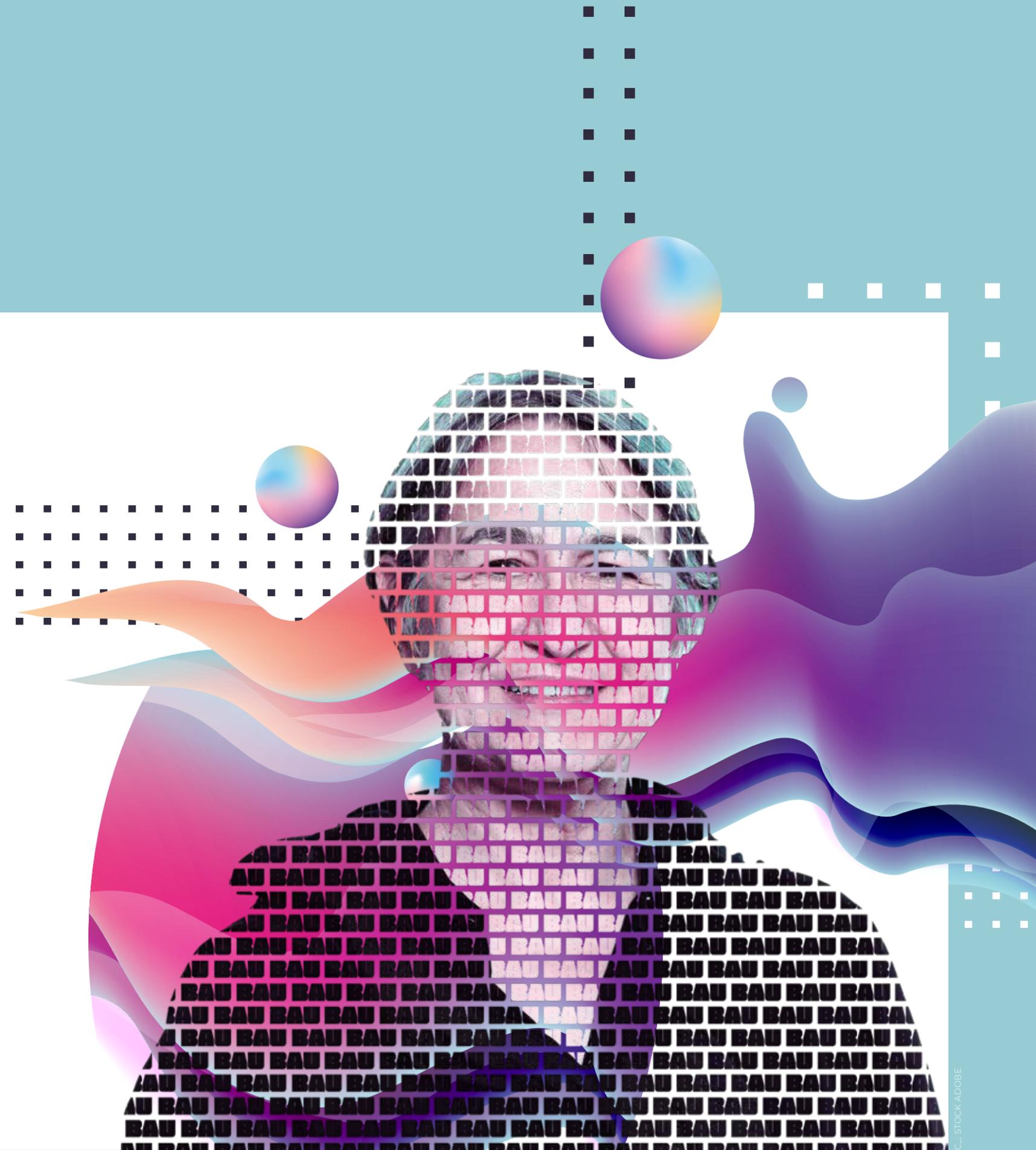
C.CLEMENS FABRY/DIE PRESSE, ADOBE STOCK

BAU

Die Baubranche steht aktuell vor vielfältigen Herausforderungen. Der Preissprung bei Baumaterialien und Krediten bremst die Bautätigkeit. Wie die Branche reagiert lesen Sie in diesem Kapitel.

„GEBÄUDE SIND DANN SCHÖN, WENN SICH MENSCHEN DARIN WOHLFÜHLEN.“

Anne Locaton, französische Architektin (geb. 1955)



Zahlen, Daten, Fakten

BAU



Eckdaten der Baubranche



(1) Fachgruppe 101 nach der Systematik der WKÖ
 (2) Fachgruppe 209 nach der Systematik der WKÖ
 (3) Klassifikation nach ÖNACE 2008, Abschnitt F

QUELLE: STATISTIK AUSTRIA, LEISTUNGS- UND STRUKTURERHEBUNG 2020

Die 10 größten Unternehmen der Bauindustrie

Nettoumsatz in Millionen Euro (2021)

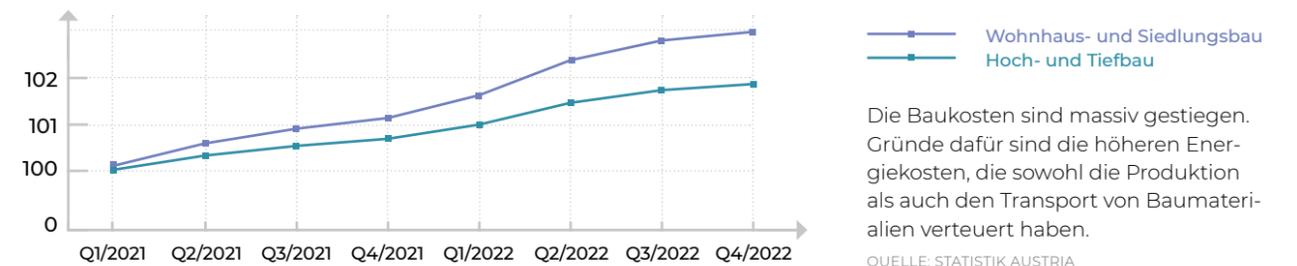
1.	Strabag SE	16.128,92
2.	Porr AG	5.727,32
3.	Wienerberger AG	3.971,30
4.	Swietelsky AG	3.104,51
5.	Habau Hoch- und TiefbauGmbH	1.542,00
6.	Bodner Ing. Hans Bau GmbH & Co KG	855,00
7.	WIG Wietersdorfer Holding GmbH	799,40
8.	Granit Holding GmbH	766,20
9.	Wolf Holding GmbH	645,45
10.	Leyrer + Graf BauGmbH	475,00

QUELLE: TREND TOP 500 (2022)



Baupreisindex: Die Preise steigen

Veränderung gegenüber der Vorjahresperiode (Basisjahr 2020)



Die Baukosten sind massiv gestiegen. Gründe dafür sind die höheren Energiekosten, die sowohl die Produktion als auch den Transport von Baumaterialien verteuert haben.

QUELLE: STATISTIK AUSTRIA

Das Bauvolumen sinkt

Veränderung des realen Bauvolumens gegenüber dem Vorjahr

	2021	2022	2023	2024
Wohnungsneubau	4,2 %	-3,5 %	-2,7 %	-1,4 %
Nichtwohnbau (neu)	6,6 %	1,8 %	0,2 %	1,0 %
Tiefbau	7,3 %	2,0 %	3,0 %	2,4 %
Bau insgesamt	5,9 %	0,2 %	0,3 %	0,7 %
	2021	2022	2023	2024
Bewilligte Wohnungen (Um-, Neu- und Zubau)	56.500	50.000	48.100	48.200

Die gestiegenen Preise für Baumaterialien und die strengeren Richtlinien für die Vergabe von Wohnbaukrediten sorgen für einen Rückgang bei den Bauaufträgen.

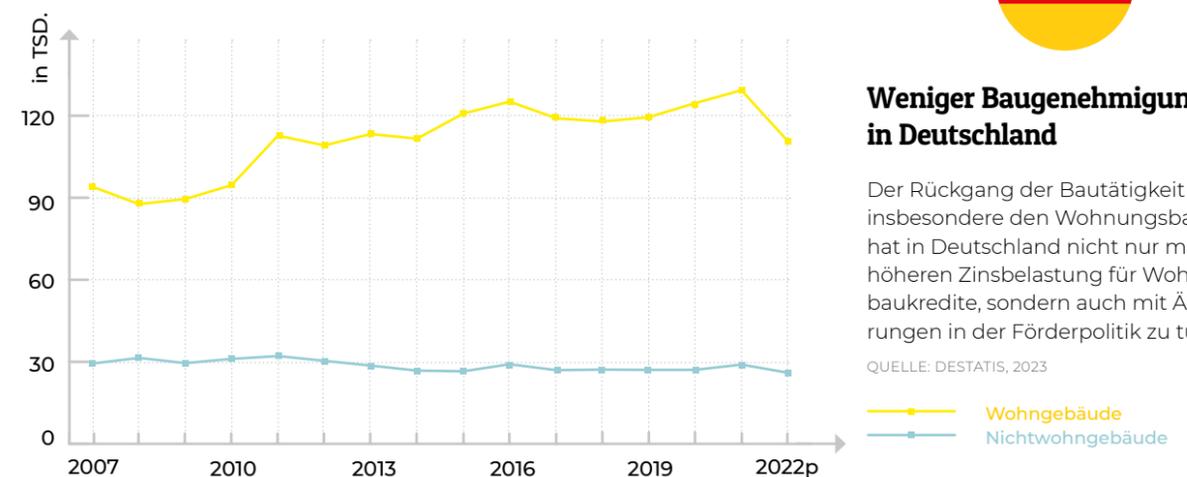
QUELLE: WIFO, EUROCONSTRUCT (STAND: NOVEMBER 2022)



Weniger Baugenehmigungen in Deutschland

Der Rückgang der Bautätigkeit trifft insbesondere den Wohnungsbau. Das hat in Deutschland nicht nur mit der höheren Zinsbelastung für Wohnungsbaukredite, sondern auch mit Änderungen in der Förderpolitik zu tun.

QUELLE: DESTATIS, 2023



CREDITREFORM: MIT C WIE CHANCEN. UNSERE LÖSUNGEN FÜR IHR UNTERNEHMEN.

MARKETINGDATEN. BONITÄT.
E-COMMERCE. WEBSHOP.
INKASSO. GLÄUBIGERSCHUTZ.

Nutzen Sie die Chancen, die das weltweite Netzwerk der Creditreform Gruppe bietet. Für Ihr Unternehmen. Und für die Zukunft.
www.creditreform.at



Der Red Bull Ring ist eine der Top-Location Österreichs.

ARMIN WALCHER / RED BULL RING

Wo der Erfolg zu Hause ist

Der Red Bull Ring ist die erste Adresse für Business-Events und Teambuildings abseits des Alltäglichen.

Wer seine Unternehmensziele erreichen und langfristig auf der Erfolgsspur bleiben will, der muss eine persönliche Beziehung zu seinen Kunden, Geschäftspartnern und Mitarbeitern aufbauen. Der einfachste Weg führt über gemeinsame Erlebnisse. Die exklusiven Corporate Lounges am Red Bull Ring ermöglichen, Motorsport-Events wie das Red Bull Ring Classics und die IDM in vollen Zügen zu genießen.

Wenn ihr lieber selbst aktiv werden wollt, dann seid ihr zum Beispiel bei einer Offroad Experience im INEOS Grenadier bestens aufgehoben. Mit dem neuen Bullen im Red Bull Ring Stall erlebt ihr die Natur hautnah und meistert jedes Hindernis spielerisch. Perfekt abgerundet wird das Erlebnis mit einem kulinarischen Boxenstopp in der Bernardi Hütte. Die urige Almhütte mit Blick auf den Seckauer Zinken versprüht Ruhe und Gelassenheit – das ideale Pendant zum actiongeladenen Incentive. Auf Anfrage wird euch eine zünftige steirische Brettljause serviert.

Emotional. Interaktiv. Unvergesslich.

Das vielfältige Angebot an Fahrerlebnis-



Der INEOS Grenadier ist das neue Flaggschiff am Spielberg.

LUCAS PRIPEL / RED BULL RING

sen mit und ohne Motor bietet euch ein Potpourri an Möglichkeiten und Emotionen. Bei einer Buchung des Fahrerlebnis-Specials erhalten Unternehmen ab zwei Fahrerlebnissen eine Ermäßigung von zehn Prozent auf die gebuchten Aktivitäten. Eine attraktive Alternative stellt das Special Offer* für Tagungen und Seminare dar. Wer sich für eine Seminarpauschale entscheidet, erhält jeden zehnten Teilnehmer kostenlos.

Entsprechend gelten der Red Bull Ring und die Tauroa Hotels rund um den Spielberg als die erste Adresse, wenn es um Tagungen, Seminare, Teambuildings & Co. abseits

des Alltäglichen geht. Ob für 10 oder 500 Personen, ob angesagter Red Bull Wing, edles Steirerschlossl oder rustikaler Hofwirt: Die Locations überzeugen allesamt mit einer bemerkenswerten Architektur, hochwertigem Mobiliar und einer Kulinarik, die allerhöchsten Wert auf Qualität und Regionalität legt. Mehr Informationen unter www.redbullring.com

*Das Special Offer Tagungen & Seminare ist im Zeitraum vom 01. November 2023 bis 30. April 2024 am Red Bull Ring und in den Tauroa Hotels rund um den Spielberg gültig. Buchbar ab einer Mindestteilnehmerzahl von 20 Personen, im Steirerschlossl ab 10 Teilnehmern.



„Durch die Lieferengpässe der jüngeren Vergangenheit entstand ein Auftragspolster, der den jetzigen Rückgang im Baugeschäft abfedert.“

Andreas Kreutzer, Branchenradar-Geschäftsführer

C-BRANCHENRADAR



C-STRABAG



C-DREES & SOMMER

Erst wow, dann mau?

Der Bau- und Immobilienmarkt bremst sich ein. Nachteilig wirkt sich das höhere Zinsniveau in Verbindung mit strengeren Kreditrichtlinien aus. Auch der Arbeitskräftemangel trägt das Seinige dazu bei. Neue Impulse kommen hingegen durch das Bemühen um mehr Nachhaltigkeit und um eine höhere Sanierungsquote.

Flossen in der Bauwirtschaft zuletzt Milch und Honig in Strömen? Ein oberflächlicher Blick auf die Zahlen legt diese Vermutung nahe: 2022 wuchs der Bauproduktionswert in Österreich um 13,7 Prozent auf rund 58,1 Milliarden Euro. Damit wurden knapp sieben Milliarden Euro mehr verbaut als im Jahr davor.

„Was auf den ersten Blick einen Bauboom suggeriert, ist bei näherer Betrachtung weniger euphorisch zu sehen“, erklärt Branchenradar-Ge-

schäftsführer Andreas Kreutzer. So sei der Wertzuwachs vor allem durch den Anstieg der Baupreise bedingt. Im Hochbau legten diese um 15,6, im Tiefbau um 9,9 Prozent zu. „Preisbereinigt bleibt vom Wachstum daher nichts übrig. Vielmehr sank die reale Bauproduktion des Hoch- und Tiefbaus im Vergleich zu 2021 um 0,6 Prozent.“

Und nun? „Vollbremsung im Wohnbau“ titelte etwa eine österreichische Tageszeitung. Auch das ist zu relativieren, denn die Anzahl der Baugenehmigungen für Mehrfami-

lienhäuser sinkt bereits seit 2020 konstant. Kreutzer: „Die Kontraktion wurde im vergangenen Jahr erstmals bauwirksam. Die Anzahl der Baustarts im Neubau reduzierte sich um 11,5 Prozent auf 42.610 Wohneinheiten – das entspricht dem Niveau von 2018.“

Neben steigenden Baupreisen und beschränkten Personalkapazitäten führen auch höhere Finanzierungskosten und neue Regularien dazu, dass Bauvorhaben aufgeschoben werden. Bei Eigenheimen wohl mitunter auf den Sankt-Nimmerleins-Tag

– dann nämlich, wenn die notwendigen Kredite nicht zu bekommen oder nicht finanzierbar sind.

Strenge Regeln für Kredite

Ein zum Teil hausgemachtes Problem, denn im Vorjahr wurden die Vergaberichtlinien bei Wohnbaukrediten in Österreich verschärft. Demnach dürfen diese nicht länger als 35 Jahre laufen, der Eigenmittelanteil muss mindestens 20 Prozent betragen und die Rückzahlungsrate darf maximal 40 Prozent des verfügbaren Nettoeinkommens

„2023 erwarten wir keine größeren Einschnitte, wohl aber eine Verlagerung des Auftragsbestands hin zu mehr öffentlichen Projekten.“

Klemens Haselsteiner, Strabag-CEO

ausmachen. Unter anderem dadurch sank die Zahl der vergebenen Wohnkredite um ein Drittel, heißt es von Seiten der Institute Raiffeisenbank und UniCredit.

In einzelnen Punkten wurden die Kreditregeln inzwischen gelockert. So werden nun wieder bestehende Eigenheime zu 80 Prozent sowie Zuschüsse der öffentlichen Hand als Eigenmittel angerechnet. An den Grundfesten jedoch wird nicht gerüttelt. Für Haus- und Wohnungsbesitzer:innen wiederum wird die Vermietung

weniger attraktiv – durch das ab Jahresmitte 2023 gültige Bestellerprinzip. Maklerprovisionen sind damit künftig vom „Besteller“, im Regelfall also von der vermietenden Person, zu bezahlen.

Alles in allem erwartet Andreas Kreutzer vom Marktforschungsunternehmen Branchenradar für heuer weiter rückläufige Baustarts. Ein prognostiziertes Plus von knapp sechs Prozent in der Bauproduktion sei allein auf steigende Preise zurückzuführen.

Immerhin dürfte sich der Bereich der Renovierungen

„Ein neu errichtetes Bürogebäude muss heute Green-Building-Kriterien erfüllen, sonst gibt es einen Preisabschlag.“

Philipp Gansch, Geschäftsführer Drees & Sommer Österreich

nachfrageseitig um rund anderthalb Prozent ausweiten. Das bestehende Auftragspolster federt die Rückgänge zudem ab. Laut Konjunkturumfrage der EU-Kommission hatten die österreichischen Bauunternehmen im vierten Quartal 2022 einen Auftragsbestand für durchschnittlich fast sieben Monate. Das sind gute zwei Monate mehr als bei den deutschen Baufirmen.

Der Kampf um die besten Fachkräfte

Die Strabag als österreichischer Marktführer und eines

der größten Bauunternehmen Europas schaffte im Vorjahr eine Rekordbauleistung von 17,74 Milliarden Euro (plus zehn Prozent). Der in absoluten Zahlen größte Leistungszuwachs war in Deutschland zu verbuchen, gefolgt von Österreich. Auch der Auftragspolster stieg per Ende 2022 deutlich um sechs Prozent auf 23,74 Milliarden Euro. Im Auftragsbestand finden sich große Bauvorhaben wie das nachhaltige Wohnbauprojekt Grünblick mit 340 Wohnungen in Wien, die neue Firmenzentrale der



Ein Wohnbauprojekt der Strabag im zweiten Wiener Gemeindebezirk ist das exklusive „Grünblick“.



C. MAXIMILIAN SCHWARZ/DREES & SOMMER SE

Eine Blaupause für nachhaltiges Bauen ist das für den Eigenbedarf errichtete Firmengebäude von Drees & Sommer in Stuttgart.

Volksbank Raiffeisenbank Bayern Mitte in Ingolstadt und der Ausbau des Bahnhofs Berlin-Köpenick.

Besonders über den „komfortablen Auftragsbestand“ freut sich CEO Klemens Haselsteiner. Von den Boomjahren sollte die Branche nun in ruhigeres Fahrwasser gelangen. „Für 2023 erwarten wir keine größeren Einschnitte. Allerdings nehmen wir eine Verlagerung unseres Auftragsbestands hin zu mehr öffentlichen Projekten wahr.“ Negativer als die Material- und Energiepreise wirke sich die Zinswende auf das Baugeschäft aus.

Dennoch wird dem Bau auch in Zukunft die Arbeit nicht ausgehen. Wohl aber die Arbeitskraft, wenn die Weichen nicht rechtzeitig gestellt werden. Haselsteiner: „Wir investieren sehr viel in die Aus- und Weiterbildung, um den Fachkräftemangel so gut wie möglich zu entschärfen.“

Wichtig sei es auch, dem Personal attraktive Arbeitsbedingungen und ein entsprechendes Umfeld zu bieten. „Einfach Container hinzustellen, die nicht geheizt sind oder auseinanderfallen – das kann man sich heute ohnehin nicht mehr leisten.“ Ähnliches gilt jedoch auch fürs Büroumfeld. Das neue

Bürogebäude der Strabag SE in Stuttgart wurde daher zur Gänze nach New-Work-Kriterien konzipiert und errichtet. Für Haselsteiner fällt dies unter „Key Player Retention“ und ist somit ein essenzieller Faktor, um Schlüsselarbeitskräfte zu halten. Ebenso wie Bemühungen um Nachhaltigkeit im Übrigen: „Der Kampf um die besten Mitarbeitenden wird auch an der Nachhaltigkeitsfront entschieden. Die jungen Menschen suchen Jobs, mit denen sie sich identifizieren können.“

Green Building statt Greenwashing

„Bei Drees & Sommer hat man sich schon sehr frühzeitig mit Nachhaltigkeitsthemen beschäftigt. Das ging direkt von Hans Sommer aus, der das Unternehmen vor mittlerweile mehr als 50 Jahren mitbegründete“, erzählt Philipp Gansch. Gansch wurde 2020 zum Vorsitzenden der Geschäftsführung in Österreich bestellt. Vom Wiener Standort aus betreut er unter anderem auch die Geschäfte in Zentral- und Osteuropa (CEE).

Die Vorreiterrolle macht sich bezahlt. Denn die Zeiten des Greenwashings und hehrer, aber leerer Worte in Immobilien- und Bauprojekten sind definitiv vorbei, wie

Grüne Nutzung von Gebäuden

Im Zuge der Energiewende kommt Gebäuden vermehrt eine Bedeutung als Nutzfläche für Solarkraftwerke zu. Ein Unternehmen, das den Fokus auf die Errichtung von Photovoltaikanlagen auf Dachflächen gelegt hat, ist die „Unser Kraftwerk UK-Naturstrom GmbH“. Das Unternehmen mit Sitz in Klagenfurt ist in Österreich einer der größten österreichischen Betreiber von Sonnenkraftwerken mit Bürgerbeteiligung. So können Investor:innen bereits ab einem Beitrag von 1.000 Euro Rahmen eines Beteiligungsmodells Paneele erwerben, die dann wieder an „Unser Kraftwerk“ vermietet werden. Für den Geldeinsatz erhalten die Investierenden eine Vergütung. Das jüngste Beispiel: Auf den Dächern des Gewerbeparks in Hallein wurde eine weitere Photovoltaikanlage errichtet. Zu dem bereits in Betrieb befindlichen Kraftwerk Hallein – Gewerbepark mit 5.932 Paneelen und einer Gesamtleistung von 1.485 Kilowatt-Peak (kWp) wurde auf einer Fläche von 7.800 Quadratmetern eine weitere Anlage mit 850 Kilowatt-Peak am Dach des Gebäudes WERKHALLEIN erbaut. Mit den beiden Kraftwerken können jährlich 1.125 Tonnen CO₂ eingespart werden, was der CO₂-Aufnahmekraft von in etwa 90.000 Bäumen entspricht. Das Unternehmen befindet sich derzeit auf Expansionskurs und entwickelt laufend neue Projekte, für die Dachflächen ab einer Größe von 1.500 Quadratmetern gesucht werden. Dachbesitzer:innen können bei einer Zusammenarbeit mit „Unser Kraftwerk“ einen Beitrag zur sauberen Energieproduktion in ihrer Region leisten und zusätzlich von dem Pachtzins profitieren.

Mehr Info: www.unserkraftwerk.at

auch Bauunternehmer Hubert Rhomberg weiß (siehe unser Interview ab Seite 20). Gansch: „Ein neu errichtetes Bürogebäude muss heute Green-Building-Kriterien erfüllen, sonst gibt es einen Preisabschlag.“

Vor knapp anderthalb Jahrzehnten hätte die Beachtung von ESG-Kriterien (= Environmental Social Governance) im Premium-Segment ihren Ausgang genommen, „seit sieben, acht Jahren ist das eigentlich Standard“. Getrieben wird diese Entwicklung natürlich auch von außen, etwa durch Regelwerke wie die EU-Taxonomie, die Bauprodukte-Verordnung der Europäischen Union und die hierzulande geplante CO₂-Beimessung.

Ein Vorzeigebau in dieser Hinsicht ist die Unternehmenszentrale von Drees & Sommer in Stuttgart. Das Plus-Energie-Gebäude erzeugt mehr Energie, als verbraucht wird. Für die gebäudetechnische Umsetzung wurden gemeinsam mit Würth entsprechende Module entwickelt, die mit Heizungs-, Klima- und Elektrotechnik ausgestattet vorgefertigt wurden.

„Die Module der technischen Gebäudeausrüstung fügen sich mit allen zugehörigen Daten und Informationen zu Abmessungen, Material oder Eigenschaften problemlos in die Modelle des Building Information Modeling ein“, erläutert Gansch. „In die Zukunft gedacht werden diese Daten aus dem Modell dann direkt an Maschinen oder 3D-Drucker für die Produktion von standardisierten Serienelementen geleitet.“

Durch die Verwendung innovativer Materialien, darunter nachhaltiger Dämmstoffe, werden mit einer thermischen Hülle von nur 90 Millimetern Aufbau ausgezeichnete Wärme- und Schalldämmwerte

erzielt. Ein weiteres Highlight ist die Grünfassade, die sich auf einer Fläche von mehr als 100 Quadratmetern und einer Höhe von zwölf Metern über drei Geschoße erstreckt. Die Pflanzen wachsen in Behältnissen mit Substrat, die direkt an der Fassade angebracht sind, zur Bewässerung wird Regenwasser in drei Zisternen auf dem Gebäudedach gesammelt und über ein Freispiegelgefälle verteilt.

Freilich betreut das Unternehmen Drees & Sommer, das in Österreich vier Niederlassungen in Wien, Linz, Salzburg und Innsbruck sowie ein Projektbüro in Dornbirn unterhält, nicht nur Immobilien- und Bauprojekte von der Erstberatung über Konzept und Planung bis zur Ausschreibung. „Unsere Hauptkunden entstammen der öffentlichen Hand, der Produktion und Logistik sowie dem Bereich Property“, so der Österreich-Geschäftsführer. „Wir begleiten aber auch viele andere Projekte, die im Zusammenhang mit dem Immobilien-Sektor stehen. Beispielsweise beraten wir Banken, die Green Bonds für Immobilien-Investments bieten.“

Damit nicht genug, ist Drees & Sommer seit 2020 Partner des Online-Material-Katasters „Madaster“. Dieser sammelt Informationen über die Herkunft und Qualität von Bauprodukten und bietet damit eine Grundlage für die Ermittlung material- und gebäudespezifischer Kennzahlen. „Die Immobilie wird damit sozusagen zu einem Rohstoffdepot im Sinne der Kreislaufwirtschaft.“ Madaster erhöht somit auch das Nachhaltigkeitsbewusstsein, durch die Dokumentation wird verstärkt Augenmerk auf die Verwendung wiederverwertbarer Baumaterialien gelegt.

Reinhard Ebner

K KERN

MIT SPRACHEN SCHNELLER AM ZIEL

- Übersetzen
- Dolmetschen
- Technische Dokumentation
- Terminologiemanagement
- Desktop-Publishing
- Sprachentraining



KERN Austria GmbH
Plöblgasse 11 · 1040 Wien

Telefon: 00 43 (1) 5 03 13 13-0
E-Mail: kern.wien@e-kern.com

Weltweit über 60 Filialen z. B. in

Amsterdam · Berlin · Bremen · Dortmund · Dresden · Düsseldorf
Eindhoven · Essen · Frankfurt am Main · **GRAZ** · Hamburg
Hongkong · **INNSBRUCK** · Köln · Leipzig · **LINZ** · London · Lyon
Marseille · München · New York · Nürnberg · Paris · Rotterdam
SALZBURG · San Francisco · Utrecht · Warschau · **WIEN**

Digitalisierung der Bau- und Immobilienwirtschaft

Die DHK fördert den bilateralen Austausch zwischen Unternehmen.

In der Bau- und Immobilienbranche haben sich viele Abläufe über Jahrzehnte hinweg etabliert. Häufig wird an diesen festgehalten, da sie zu funktionierenden Prozessen geworden sind. Veränderungen, die durch Digitalisierung zu mehr Effizienz führen könnten, scheinen in der Branche langsamer zu greifen als etwa der fertigen Industrie, im Handel oder der Finanzwirtschaft.

Die österreichische Bau- und Immobilienlandschaft ist geprägt von kleinen und mittelständischen Unternehmen, bei denen zu oft noch Bleistift, Papier, Fotoapparat und Microsoft Excel den Arbeitsalltag bestimmen. Gerade hier wäre eine verstärkte Digitalisierung sinnvoll, da diese für rund 80 Prozent der Leistung in der Bauwirtschaft verantwortlich zeichnen.

Zahlreiche Studien bescheinigen der Branche eine Aufgeschlossenheit gegenüber der Digitalisierung, aber insbesondere KMUs fehlt es oftmals an konkreter Beratung und Unterstützung, welche Lösungen implementiert werden sollen, und viele scheuen sich vor dem Thema Datensicherheit und -transparenz. Für eine digitale Weiterentwicklung, die auf den Austausch von Daten im gesamten Lebenszyklus von Gebäuden setzt, ist dies wenig förderlich.

Digitale Lösungen sind auf dem Vormarsch

Digitale Prozesse und Tools verändern die Baubranche im Ganzen und bieten großes Potenzial entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Ob Building Information Modeling (BIM), CAFM oder andere Technologien für Planung, Bau und Betrieb: Sie alle bieten zahlreiche Ansätze für eine Weiterentwicklung hin zu mehr Effizienz, höheren Margen und zur Abschwächung des Fachkräftemangels. Wichtig ist es daher, den Digitalisierungsinitiativen großer Bauunternehmen zu folgen und insbesondere kleinen

und mittleren Unternehmen aufzuzugehen, wie sie an der Digitalisierung teilhaben und selbst davon profitieren können. Hierfür gibt es Plattformen wie BIM Deutschland und Digital Findet Stadt, die den Austausch innerhalb der Branchen begleiten.



Weitere Informationen und Vorstellung der Unternehmen finden Sie hier.



<p>1 Airteam Aerial Intelligence GmbH Berlin www.airteam.ai</p>	<p>Digitalisieren-Inspizieren-Vermessen: Airteam ermöglicht jedem Bauunternehmen, bessere Entscheidungen zu treffen mithilfe von moderner Software, Drohnen und künstlicher Intelligenz. Seit 2017 hat Airteam Aerial Intelligence ein Team von Computer-Vision Experten, Drohnen-Enthusiasten und Machern versammelt, um einfache, sichere und schnelle Vermessungen und Inspektionen per Drohne zu ermöglichen.</p>
<p>2 Blue Silver GmbH Ismaning www.blue-silver.com</p>	<p>Komplexe Themen werden zu faszinierenden bewegten Bildern: BLUE SILVER ist eine 3D-Agentur, gegründet im Jahr 2000 und spezialisiert auf 3D-Animationen, Erklärfilme, E-Learning-Content und Virtual-Reality-Anwendungen. Zu den Kunden zählen mittelständische Unternehmen aller Branchen, Technologie-Konzerne, TV-Sender und Produktionsfirmen der Medienbranche.</p>
<p>3 Kaiser-Amm GmbH Forchheim www.tga40.de</p>	<p>Technik von morgen: Die Kaiser-Amm TGA-Planung 4.0 ist eines der modernsten Fachplanungsbüros für Technische Gebäudeausstattung in Deutschland. Unser Ausführungs-Background versetzt uns in die Lage, neue Planungsherausforderung mit Erfahrung und Weitblick zu meistern.</p>
<p>4 Konstruktionsgruppe Bauen AG Kempten www.kb-ke.de</p>	<p>Strategische BIM- und Digitalisierungsberatung: Gemeinsam mit unseren Kunden analysieren wir die Anforderungen an das bestehende Geschäftsmodell in einer digitalisierten Welt. Welche Anforderungen kommen von den Kunden, welche internen Ziele werden verfolgt? Wie kann die vorhandene technische Infrastruktur und wie können Standards genutzt bzw. wie müssen diese verändert werden?</p>
<p>5 koppla GmbH Potsdam www.koppla.de</p>	<p>Bauprozesse verkoppeln, um kollaborativ und datengetrieben zu bauen: koppla ist der intuitive Terminplan für die Baustelle. Zeiterfassung, Dokumentenmanagement, Referenzfotos, Personaleinsatzplanung, Checklisten: koppla bietet das Grundgerüst für Kommunikation und Organisation, mit Features, die leicht anzuwenden sind.</p>
<p>6 Land Germany GmbH Düsseldorf www.landsrl.com</p>	<p>Reconnecting people with nature: Wir arbeiten mit öffentlichen und privaten Organisationen zusammen, um die Lebensqualität, den Erhalt der biologischen Vielfalt, intelligentes, datengesteuertes, grünes Management und naturbasierte Lösungen zu verbessern, um Nachhaltigkeit sichtbar und messbar zu machen. Wir helfen Städten und Gemeinden bei der Entwicklung und Umsetzung integrierter strategischer Pläne für nachhaltige Entwicklung, Ressourceneffizienz, soziale Inklusion, Minderung, Sicherheit, Zugänglichkeit und Widerstandsfähigkeit.</p>
<p>7 n.core build gmbh Aachen www.ncore-build.de</p>	<p>Entwickelt mit den Stiefeln im Beton: n.core build ist die erste Qualitätssoftware für die Baubranche und besteht aus einer Web- und einer App-Anwendung. Ziel ist es, mit der n.core build-Software das Qualitätsverständnis in der Baubranche zu prägen.</p>
<p>8 Specific GmbH Hamburg www.spacific.de</p>	<p>Augmented Reality für mehr Umsatz und Ergebnis: Intelligente 3D-Modelle und Augmented Reality auf Knopfdruck. Auf dem B2B-Portal von Spacific stehen einsatzbereite, skalierbare AR-Lösungen zur Verfügung, mit dem Ziel, dass auch kleine und mittlere Unternehmen die Technologie einsetzen können, um Prozesse zu optimieren und mehr Umsatz zu erzielen.</p>



C. STEFAN JOHAM

Was wir von „Star Trek“ lernen können

Hubert Rhomberg zählt zu den Visionären der Baubranche. Der Unternehmer fordert eine Kultur des Vertrauens und Teilens, um die Herausforderungen der Zukunft zu bewältigen.

ASPEKTE: Die Kollektivvertragsverhandlungen im Baugewerbe wurden heuer mit einem kräftigen Plus abgeschlossen: plus 9,5 Prozent bei den Löhnen und der höchste Einstiegslohn aller Branchen ab 1. Mai 2023. Wie verschmerzbar ist das?

Hubert Rhomberg: Ich will es mal so sagen: Die Menschen am Bau arbeiten ja auch viel, entsprechend wichtig ist eine faire Entlohnung. Die Bezahlung in unserem Unternehmen war ohnedies nie am unteren Limit orientiert, insofern trifft uns das wenig. Man muss die Sache pragmatisch sehen: Am Bau fehlen schon heute die Arbeitskräfte, das wird sich in den kommenden Jahren noch verschärfen. Innerhalb der Branche werden wir aufpassen müssen, dass wir uns nicht gegenseitig die Leute abwerben. Und dass wir in der Krise nicht Arbeitskräfte an andere Branchen verlieren, die danach nicht mehr wiederkommen.

Sie haben es bereits angesprochen: Der Arbeitskräftemangel ist eine der großen

Thema: Top ausgebildete Fachkräfte gehen dorthin, wo sie einen Sinn für sich sehen und meinen, etwas bewirken zu können. Sie meiden Unternehmen, die nicht das halten, was sie im Prospekt über sich schreiben. Auf Social Media gibt es dazu mittlerweile mehr Wissen als in so mancher Vorstandsetage. Insgesamt werden wir mehr automatisieren müssen. Und wir werden unsere Methoden und Prozesse optimieren müssen. Es kann nicht sein, dass zehn Dienstleister für die Bewältigung der gleichen Aufgabe zehn unterschiedliche Lösungsansätze verfolgen. Da ist noch viel Luft nach oben.

Bereits in Ihrer Antwort auf die erste Frage sprachen Sie davon, dass man darauf achten müsse, in der Krise nicht die Mitarbeitenden der Branche zu entfremden. Sehen Sie denn eine Krise?

Rhomberg: Ich rechne mit zwei, drei Jahren Stagnation. Der Immobilien- und Developer-Markt war zuletzt eindeutig überhitzt, in gewisser Weise handelt es

„Auch am Bau werden wir mehr automatisieren und digitalisieren – schon allein deshalb, weil uns die Arbeitskräfte fehlen werden.“

Hubert Rhomberg, Geschäftsführer der Rhomberg Holding

Herausforderungen am Bau. Lässt sich das allein mit monetären Anreizen lösen? Wie gewinnt man die Fachkräfte der Zukunft? Und welche Weichenstellungen sollte die Politik vornehmen?

Rhomberg: Um mit der Politik zu beginnen: Ich würde mir eine echte Einwanderungspolitik wünschen, wie wir sie von unseren Projekten in Kanada oder in den USA kennen, anstelle der derzeitigen Migrationspolitik. Es braucht qualifizierten Zuzug und einen Zugang zum Arbeitsmarkt für jene, die bereits im Land sind. Viele wären ja motiviert zu arbeiten.

Auch die jungen Leute sind zu gewinnen, wenn man ihnen Anreize bietet. Für neue, coole Technologien wären viele zu begeistern. Nur ist leider gerade unsere Branche in dieser Hinsicht traditionell behäbig. Auch Nachhaltigkeit ist ein

sich also um eine Konsolidierungsphase. Umso wichtiger wäre es, dass wir keine personellen Kapazitäten verlieren, damit sich die Branche stabil weiterentwickeln kann.

Auch Rhomberg ist zuletzt stark gewachsen. Im Geschäftsjahr 2021/22 hat die Gruppe um 22 Prozent auf 992 Millionen Euro zugelegt. Handelt es sich dabei um organisches Wachstum?

Rhomberg: Das Wachstum ist organisch, hatte aber mehrere Väter und Mütter. Einen nicht unwesentlichen Anteil hatten Kursschwankungen, allein durch den hohen Wechselkurs des Schweizer Franken stieg die Bilanz um 40 Millionen Euro. Wir wollen eigentlich gar nicht wachsen. Es ist zumindest nicht unser primäres Ziel. Dass sich die Gruppe dennoch so stark entwickelt, zeigt einfach, dass wir die richtigen Dinge tun.

Beachtliche 418 Millionen Euro steuerte zuletzt bereits die von Ihnen aufgebaute Bahntechnik-Sparte zum Gesamtumsatz bei. Ist das der Hoffnungsbereich für die kommenden Jahre?

Rhomberg: Der Infrastrukturbereich wird sich in nächster Zeit sicher positiver entwickeln als etwa der klassische Wohnbau. Hier sind wir außerdem weltweit aktiv – von Europa bis Australien.

Ein weiteres wichtiges Geschäftsfeld ist jenes der thermischen Sanierung. Der Gebäudebestand des Jahres 2040 steht zu 80 Prozent schon heute. Irgendwie müssen all diese Bauwerke energieeffizient werden, wollen wir die Klimaziele erreichen.

Dafür haben Sie das Unternehmen Renowate gegründet...

Rhomberg: Das Gemeinschaftsunternehmen von Rhomberg Bau und LEG Immobilien sieht sich als Lösungsanbieter für die CO₂-Reduktion von Wohngebäuden. Es handelt sich um ein serielles Konzept für eine effiziente und kostenreduzierte Sanierung – von der Bestandsaufnahme bis zur schlüsselfertigen Montage. Dabei nutzen wir alle technologischen Möglichkeiten der Digitalisierung. In einem ersten Schritt erfassen wir die relevanten Gebäudedaten mit einer Drohne. Die so generierten Daten bilden eine Punktwolke, aus der ein 3D-Modell erstellt wird.

Also ein sogenannter „digitaler Zwilling“?

Rhomberg: Ja, dieser digitale Zwilling dient anschließend als Grundlage für die automatisierte Fassadenplanung. Die neue Gebäudehülle wird maschinell hergestellt, ist dünner als 20 Zentimeter und benötigt somit keine Baugenehmigung. Für schnellstmögliche Montage sorgen vorproduzierte Module. Falls erforderlich und gewünscht, erneuern wir im Zuge der Sanierung auch die Gebäudetechnik.

Auf Know-how-Transfer und eine Philosophie des Teilens und Voneinander-Lernens setzen Sie bei Ihrer 2010 gegründeten Plattform Cree. Wie entwickelt sich diese?

Rhomberg: Cree zählt mittlerweile 14 Partner in zwölf Ländern. Die Plattform betreibe ich nicht nur aus ökonomischen Erwägungen, sondern weil ich zutiefst der Überzeugung bin, dass wir den Weg in die Zukunft nur gemeinsam gehen können. Daher setzt sich unser Netzwerk von Fachleuten für die Verbesserung und den Austausch über nachhaltige

Fortsetzung auf Seite 24



VNT Automotive – ein Unternehmen denkt grün

In den letzten Jahren haben wir unsere Ziele für die Zukunft neu definiert! Wir sind in der Pflicht, gemeinsam mit unseren Kunden eine nachhaltigere und ressourcenschonende Fertigung von Produkten zu erzielen.

Dazu haben wir unseren gesamten Produktionsablauf durchleuchtet, um vielfältige Potenziale zu finden und um diese zu verbessern.

Diese wurden durch kürzere Prozessketten, verbesserte Abfallwirtschaft, Mitarbeiterschulungen, Transportmanagement und ein ökologisches Energiemanagement erzielt. Ein weiteres sehr wichtiges Tool in unserer Fertigung ist der von uns entwickelte „Watchdog“ (Software). Dieser ermöglicht es uns, den genauen Status unserer Prozessketten zu überwachen, um rasch auf etwaige Änderungen in der Produktion reagieren zu können.

Gemeinsam mit unseren Mitarbeiter:innen sind wir bestrebt, unsere Wettbewerbsvorteile weiter auszubauen, um für unsere Kunden die beste Qualität für die Zukunft zu liefern.

Diese Faktoren tragen zu unserer GLOBALEN KOMPETENZ & MEHRJÄHRIGEN ERFAHRUNG bei. Durch die

Kombination Werkzeugbau und Blechpressteilefertigung werden Gesamtlösungen für die Blech-Kaltumformung angeboten.

Die VNT Automotive Group ist führend in der Herstellung & Beschaffung von Werkzeugen für die Stahl- und Aluminiumblechumformung und ein anerkannter Lieferant für Blechteile und Strukturbaugruppen bis 50.000 Stück p.a.

Durch unsere 140-jährige Werkzeugbau-erfahrung, das Know-how unserer Forschung und Entwicklung kombiniert mit unseren globalen Beschaffungsmöglichkeiten bieten wir unseren Kunden immer das beste Preis-Leistungs-Verhältnis.

**IHR VORTEIL:
BESTES PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS
MIT HÖCHSTEM QUALITÄTS-
ANSPRUCH.**

www.vnt-automotive.com



Vorbildlich nachhaltig: der umweltfreundliche Hang Tab aus Papier

Silke Guinard, Geschäftsführerin JEGAB

JEGAB DISPLAY GmbH: Seit 1983 eine feste Größe am POS

Von Bergheim bei Köln in die ganze Welt: Seit 40 Jahren hat die JEGAB DISPLAY GmbH die Lösung – die Befestigungslösung für Ihre Werbung am POS.

Von A wie Aufhänger bis Z wie Zwei-Wege-Sign-Holder: Es gibt nichts, was es im Sortiment von JEGAB nicht gibt. Und wenn, dann nicht lange, denn JEGAB entwickelt auf Wunsch auch ganz individuelle Befestigungslösungen. „Wir sind erst zufrieden, wenn unsere Kunden mehr als zufrieden sind“, sagt Geschäftsführerin Silke Guinard. „Probleme sind keine Probleme, sondern unsere nächste Chance, gemeinsam mit unseren Auftraggebern noch besser zu werden. Nur wenn man diese Einstellung jeden Tag lebt, hält man sich über vier Jahrzehnte in einem Markt, der sich genauso schnell weiterentwickelt wie die Produkte unserer Kunden und damit auch ihre Werbung.“

So wie JEGAB seit 1983 ein starker Partner für seine Kunden ist, ist die DHK seit 2013 auch in Österreich für JEGAB ein starker Partner, mit dem man die wirtschaftlichen Beziehungen fördert. „Eine sehr wichtige und fruchtbare Verbindung, auf

die wir stolz sind und die wir sehr gerne auch in Zukunft halten möchten“, schwärmt Silke Guinard von der erfolgreichen Zusammenarbeit.

Ebenfalls stolz ist die JEGAB DISPLAY GmbH auf einen ganz kleinen und doch ganz großen Neuzugang im umfangreichen Produkt-Portfolio: die umweltfreundlichen, weil plastikfreien Hang Tabs – vielseitige Aufhänger aus Papier zum Ankleben. Silke Guinard: „Nachhaltigkeit ist natürlich auch für uns ein großes Thema. Wann immer die Möglichkeit besteht, erneuerbares und biologisch abbaubares Material für unsere Produkte einzusetzen, nutzen wir sie. Wir wollen das Optimum für unsere Kunden, und wir wollen das Optimum für unsere Umwelt. Erst wenn uns das gelingt, sagen wir mit voller Überzeugung: Wir sind das beste JEGAB, das es je gab.“

www.jegab.de



C. RHOMBERG BAU

Eines der Lieblingsprojekte Hubert Rhombergs ist „On Air“ auf dem Gelände des Wiener Funkhauses. Dort entsteht unter anderem der erste Holzbau inmitten der Stadt.

Bauverfahren ein. Für unsere wachsende Community stellen wir eine Plattform zur Verfügung, damit sich Investorinnen und Investoren, Partnerinnen und Partner, Architektinnen und Architekten sowie Bauträger austauschen und gemeinsam innovative Gebäude schaffen können. Die Idee dazu ist bereits in den 90er-Jahren entstanden. Eine der Inspirationen für mich waren die Borg aus „Star Trek“: Außerirdische, die in einem Schwarmgeist verbunden sind. In Star Trek sind die Borg nicht unbedingt die Guten, daher gab ich der Plattform den Namen „Cree“. „Cree“ steht für „Creative Resource & Energy Efficiency“, aber auch für ein indigenes Volk Nordamerikas, von dem die weltberühmte Weissagung stammt: „Erst wenn der letzte Baum gerodet, der letzte Fluss vergiftet, der letzte Fisch gefangen ist, werdet ihr merken, dass man Geld nicht essen kann.“

Was bedeutet das für Sie?

Rhomberg: Wir müssen von der Illusion der Knappheit und des Wettbewerbs wegkommen. Bei Cree teilen wir unser Wissen, aber auch wir selbst lernen dabei mit. Die Probleme der Welt werden wir nur gemeinsam lösen können. Es braucht in Zukunft viel mehr Vertrauenskultur in den Unternehmen. Ich träume von einem

„Trust & Share“-Index, der Unternehmensbewertungen auf dieser Basis vornimmt. Ich persönlich würde meine Investments ausschließlich nach diesen Kriterien vornehmen.

Sie sprachen von der Notwendigkeit der Technologisierung und Digitalisierung der Baubranche. Rhomberg Bau selbst forscht in den Bereichen künstlicher Intelligenz und Machine Learning. Welche Projekte sind hier am Laufen?

Rhomberg: Wie in allen Bereichen gewinnt künstliche Intelligenz auch am Bau immer mehr an Bedeutung. Die Einsatzmöglichkeiten reichen von der selbstlernenden Baustelle über die vorausschauende Problemerkennung bis zum Monitoring des Baufortschritts. Wir forschen etwa auch an Simulatoren für mehr Baustellensicherheit. Zurzeit wird ein Avatar von mir erstellt. Interessierte können dessen Wissen schon bald anzapfen und ihm Fragen stellen. Die künstliche Intelligenz wird mit meinen Videos, Vorträgen und Büchern gespeist und lernt von den Fragen. In zwei bis drei Monaten startet der Beta-Test des Avatars.

Vorbildwirkung hatte der 2012 in Dornbirn fertiggestellte achtstöckige Life Cycle Tower LCT One als weltweit erstes

mehrstöckiges Hybrid-Passivhaus aus Holz in Modulbauweise. Welches ist Ihr gegenwärtiges Lieblingsprojekt?

Rhomberg: Im Rahmen unseres „On Air“-Projektes schaffen wir auf dem Gelände des zum Teil denkmalgeschützten Funkhauses in der Wiener Argentinierstraße Wohnraum und ein tolles Hotel mit Platz für Restaurants, Bars und Clubs. Das wird ein Projekt, von dem das gesamte Quartier profitiert. Dazu gehören auch ein Anbau in Holzhybrid-Bauweise und ein siebenstöckiger Wohnturm aus Holz.

Das Interview führte Reinhard Ebner.

INFO zur Person

Hubert Rhomberg ist Geschäftsführer der Rhomberg Holding GmbH. Er leitet die Rhomberg-Gruppe damit in vierter Generation. Als Vortragender zu den Themen Ressourcenproduktivität, Mobilität und nachhaltiges Wirtschaften ist der Vorarlberger Unternehmer weltweit unterwegs.



STRABAG RUDI FROESE, STOCK ADOBE

Simone Walsler, Head of Innovation Management

Nachhaltigkeit bei Planung berücksichtigen

Immobilienentwicklerin STRABAG Real Estate (SRE) setzt auf ein eigenes „Innovation Management“, um nachhaltige Projektentwicklung voranzutreiben.

Nachhaltigkeit ist in aller Munde. Wo gibt es konkret in der Branche noch Verbesserungspotenzial?

Simone Walsler: Rund 40 Prozent des gesamten Energieverbrauchs und rund 36 Prozent der damit verbundenen Treibhausgasemissionen in der EU entfallen auf Gebäude – sowohl in der Errichtungs- als auch Nutzungsphase. Wir als STRABAG Real Estate stellen bereits in der Entwurfsphase sicher, dass unsere Projekte während des Baus und im späteren Betrieb möglichst wenig Energie benötigen oder sogar welche erzeugen. Durch eine durchdachte Planung und den Einsatz von energieeffizienten Materialien und Technologien entwickeln wir bereits Quartiere, die aktiv zum Klimaschutz beitragen. Im Idealfall wird der Bedarf durch erneuerbare Energiequellen gedeckt und überschüssige Energie ins Stromnetz eingespeist.

Wie setzt SRE Nachhaltigkeit in der Projektentwicklung um?

Unser Tun wird von drei Megatrends dominiert: Nachhaltigkeit, Individualisierung und Digitalisierung. Auf alle drei müssen wir als Immobilienentwicklerin eingehen. Bei der Entwicklung der Immobilien treibt uns die Frage nach der Balance zwischen Hightech und

vermeintlichem Lowtech sowie dem Anteil, den die Digitalisierung zur Nachhaltigkeit beitragen kann. Wie smart muss ein Gebäude sein? An welcher Stelle nutzt Digitalisierung und an welcher Stelle kann eine Besinnung auf Bautradition Vorteile bringen?

Was leistet ein eigenes Innovationsteam im Unternehmen?

In den letzten Jahren ist viel im Bereich Nachhaltigkeit passiert – neue Technologien, nachhaltige Baustoffe und digitale Lösungen wurden entwickelt und eingesetzt. Um unseren Kund:innen nachhaltige und zukunftssichere Produkte anbieten zu können, arbeiten mein Team und ich gemeinsam mit Expert:innen an 18 Standorten an optimalen Lösungen. Wir berücksichtigen bereits bei der Planung alle möglichen nachhaltigen Aspekte und betrachten den gesamten Lebenszyklus eines Bauwerks. Dabei prüfen wir auch entsprechende Maßnahmen, wie neue Baustoffe, rückbaubare Materialien, problemlose Wiederverwertung oder Revitalisierung.

Welche nachhaltigen Projekte laufen gerade?

Da gibt es viele. Besonders erwähnenswert ist unser Büroobjekt SILO Plus, das eben verkauft

wurde. Bauteilaktivierung, Photovoltaikanlage und zahlreiche andere Maßnahmen sorgen für minimale Betriebskosten. Im Wohnturm Taborama wurde Schafwolle als Innendämmung eingesetzt und in der Leystraße läuft gerade ein großes Forschungsprojekt mit CO₂-reduziertem Beton. In der Podhagskygasse entsteht gerade das Plusenergiequartier „CAMPO Breitenlee“, das mehr Energie produziert, als es verbraucht.

www.strabag-real-estate.com

AUF EINEN BLICK Wirksame Nachhaltigkeitsstrategie

2021 wurde im Konzern eine Nachhaltigkeitsstrategie verabschiedet. Mit dem Ziel der Klimaneutralität bis zum Jahr 2040 bekennt sich STRABAG Real Estate zu ihrer Verantwortung als internationale Projektentwicklerin. Dabei legt das Unternehmen bei der Entwicklung von Immobilien den Fokus auf ökologisch verträgliche, nachhaltige Bauweisen sowie auf eine effiziente Nutzung von Ressourcen und deren Wiederverwertung.

ENERGIE

Wasserstoff birgt vielfältige Potenziale, doch die Produktion und die tatsächlichen Nutzungsmöglichkeiten bleiben umstritten. DHK ASPEKTE gibt einen Einblick in aktuelle Projekte und Expertenmeinungen.

„STATT DIE ENERGIEQUELLEN DER VERGANGENHEIT ZU SUBVENTIONIEREN, SOLLTEN WIR IN DIE ENERGIEQUELLEN DER ZUKUNFT INVESTIEREN.“

Barack Obama II, ehemaliger US-Präsident (geb. 1961)

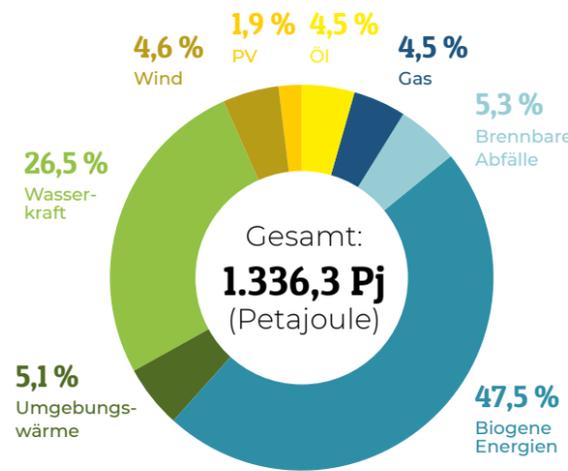


Zahlen, Daten, Fakten ENERGIE



Primärenergieverbrauch

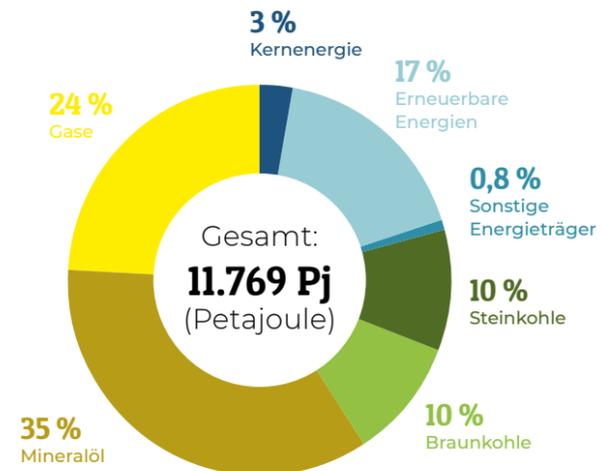
Österreich 2021*



* Daten für 2022 lagen zu Redaktionsschluss noch nicht vor
 QUELLE: ENERGIE IN ÖSTERREICH, BMWK 2022



Deutschland 2022

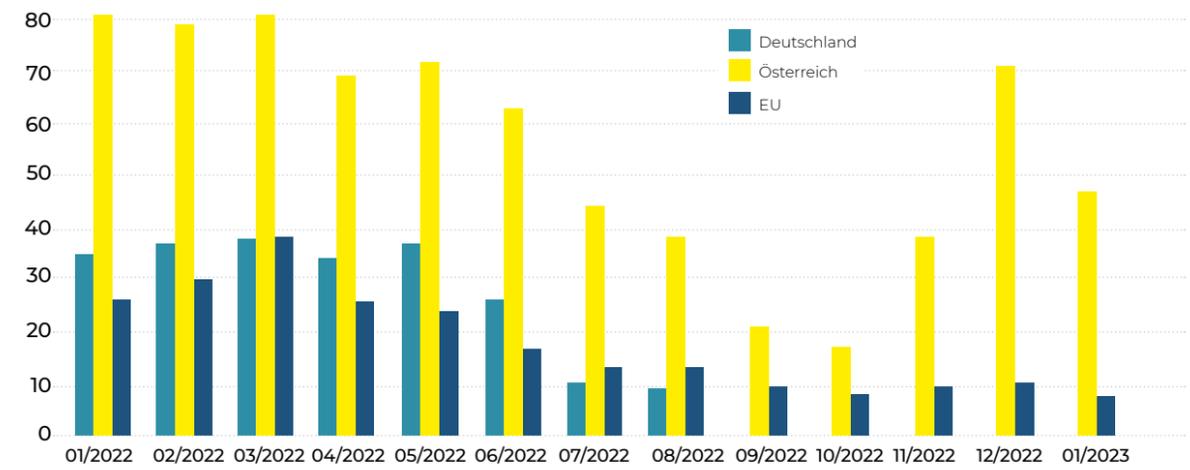


QUELLE: UMWELTBUNDESAMT AUF BASIS AG ENERGIEBILANZEN, STAND 03/2023

Gasimporte aus Russland

(Anteil an den monatlichen Importen in Prozent)

Während Deutschland kein Gas mehr aus Russland bezieht, gibt es in Österreich noch immer eine hohe Abhängigkeit bei den Gasimporten.



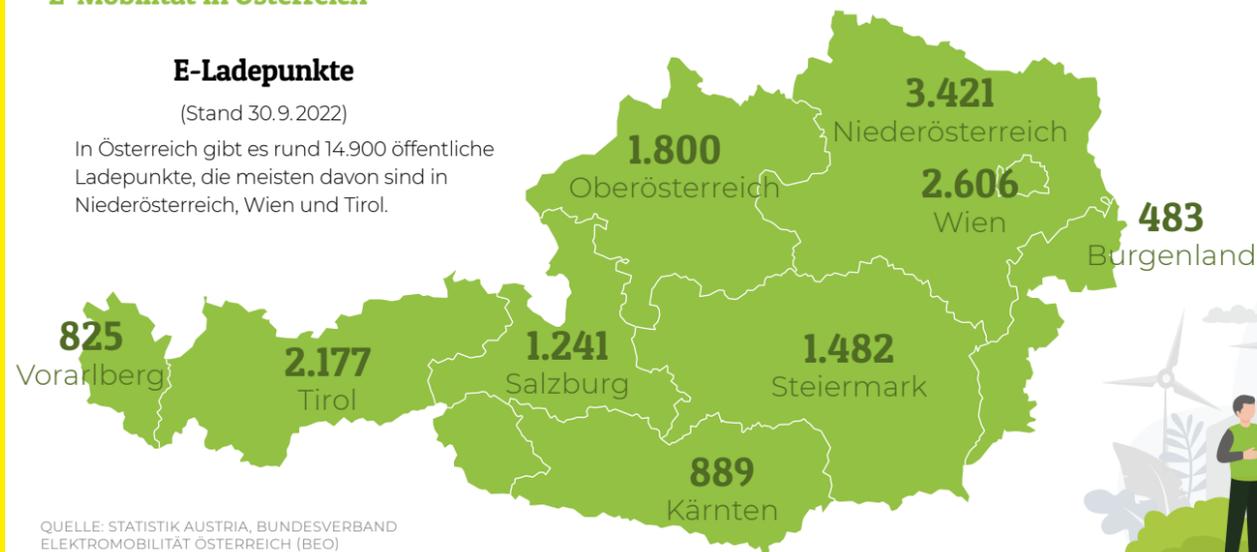
QUELLE: BMWK, BUNDESNETZAGENTUR, E-CONTROL, ENTSO-G, NEOS-LAB

E-Mobilität in Österreich

E-Ladepunkte

(Stand 30.9.2022)

In Österreich gibt es rund 14.900 öffentliche Ladepunkte, die meisten davon sind in Niederösterreich, Wien und Tirol.

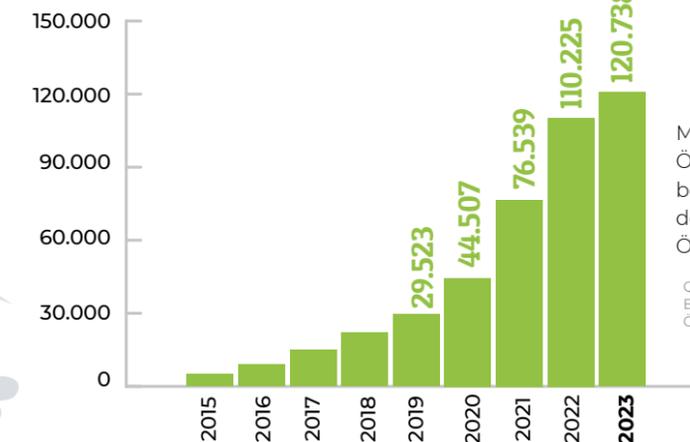


QUELLE: STATISTIK AUSTRIA, BUNDESVERBAND ELEKTROMOBILITÄT ÖSTERREICH (BEO)



E-Autos

Batterieelektrische Fahrzeuge (BEVs) ohne Hybrid (Bestand 31.3.2023)



Mit Ende März 2023 gibt es in Österreich 120.738 rein elektrisch betriebene Pkw. Das sind 2,3 Prozent des gesamten Pkw-Bestands in Österreich.

QUELLE: STATISTIK AUSTRIA, BUNDESVERBAND ELEKTROMOBILITÄT ÖSTERREICH (BEO)



Im Jubiläumsjahr 2023 – Phoenix Contact feiert 100-jähriges Unternehmensbestehen

Ein Jahrhundert voller Leidenschaft
für Technologie und Innovationen

„Gemeinsam haben wir in diesen Jahren viel erreicht und sind dabei den Werten und der Kultur unseres Familienunternehmens trotz Wachstum und Weiterentwicklung treu geblieben. Dieses Jubiläum ist ein besonderer Moment für uns. Wir haben das Fundament aufgebaut, auf dem wir jetzt weiter den Weg in die Zukunft gehen können. Gemeinsam mit unseren Kunden und Geschäftspartnern werden wir Lösungen für die Energiewende vorantreiben, die die Grundlage für eine nachhaltige Welt sind“, beschreibt Frank Stührenberg, CEO Phoenix Contact, die Bedeutung des 100-jährigen Bestehens.

Seit der Gründung der Phoenix Elektro- und Industrie-Bedarfsgesellschaft 1923 in Essen, zunächst als reiner Vertrieb, wandelte sich das Unternehmen

grundlegend. In Blomberg, wohin das Unternehmen während WK2 verlagert werden musste, entstanden bald Werkzeugbau, Kunststofffertigung, Schraubendreherei, Montage, Schlosserei, Lager und Versand.

Heute beschäftigt Phoenix Contact rund 22.000 Mitarbeitende in über 50 internationalen Tochtergesellschaften und hat 2022 einen Umsatz von 3,6 Mrd. Euro erwirtschaftet. Weltweit wird in einem Fertigungsnetzwerk in 11 Ländern mit unterschiedlich hoher Fertigungstiefe produziert. So ist das Unternehmen immer nah an den Märkten und Kunden und entwickelt mit richtungsweisender Verbindungs- und Automatisierungstechnik Lösungen für die Welt von morgen, die z. B. in der Verkehrsinfrastruktur, der Elektromobilität, für sauberes Wasser,

regenerative Energien und intelligente Versorgungsnetze oder im energieeffizienten Maschinen- und Anlagenbau zum Einsatz kommen.

Bei seinem ganzheitlichen Handeln setzt sich Phoenix Contact als Wegbereiter der „All Electric Society“ ein, einer Zukunft, in der Energie aus erneuerbaren Ressourcen überall auf der Welt in ausreichendem Maße wirtschaftlich und nachhaltig zur Verfügung steht. Neben dem konsequenten Erzeugen und Nutzen erneuerbarer Energien sind die Reduzierung des Primärenergiebedarfs durch Effizienzmaßnahmen und die Schaffung intelligenter und vernetzter Systeme durch Sektorenkopplung der Schlüssel für diese nachhaltige Zukunft.

www.phoenixcontact.at



WIR DENKEN WEITER.
BANKING FÜR EIN
BESSERES MORGEN.

Sie wollen zukunftsweisende Projekte mit uns verwirklichen? Das ist uns etwas wert! Unser Going Green Kredit ist die richtige Lösung für Investitionen mit ökologischem Mehrwert. Maßgeschneidert auf Ihre Bedürfnisse und Anforderungen bringt Sie der Going Green Kredit auf den Weg. Der positive Beitrag für die Umwelt wird mit einem Konditionenvorteil belohnt.



WIR MACHEN'S EINFACH.

„Wasserstoffantriebe sollten dort zum Einsatz kommen, wo es keine Alternativen gibt.“

Wolfgang Sauerzapf, Aufsichtsrat AVL List



C. STEFAN JOHAM

Technologie sucht Markt

Ohne zuverlässige Speicherung von Strom aus Wind, Sonne und Wasser können Energiewende und Dekarbonisierung der Industrie nicht gelingen. Grüner Wasserstoff bietet eine Möglichkeit, um diese Herausforderungen zu lösen. Doch noch fehlen passende Rahmenbedingungen, allen voran ein funktionierender Markt.



C. GEBRÜDER WEISS / OHLIGSCHLÄGER

„Wir haben bereits einen Wasserstoff-19-Tonner als Testfahrzeug im Einsatz. Die Erfahrungen sind absolut positiv.“

Wolfram Senger-Weiss, Vorsitzender der Geschäftsleitung bei Gebrüder Weiss

Das Ereignis machte auch überregional Schlagzeilen. Als die RAG Austria AG im April dieses Jahres die weltweit erste Porenlagerstätte für grünen Wasserstoff eröffnete, reichte das Medieninteresse bis nach Übersee. 4,2 Gigawattstunden Stromüberschuss aus Photovoltaik können nun im oberösterreichischen Gampern in Wasserstoff umgewandelt und in einer ehemaligen Gaslagerstätte für spätere Verwendung gelagert werden.

Doch so beeindruckend das Projekt technisch auch ist, es zeigt zugleich, wie weit der Weg noch ist, den Österreich und Europa zurücklegen

müssen, um ihr gesamtes Wirtschafts- und Alltagsleben zu dekarbonisieren. In Österreich allein müssten für diesen Zweck nach Angaben der RAG rund 2.000 Anlagen wie in Gampern geschaffen werden. Hinzu kommt: Die Lagerung ist die eine Herausforderung, die es zu lösen gilt. Die Produktion von entsprechenden Mengen von grünem Wasserstoff die andere, möglicherweise noch schwierigere.

Gigantischer Bedarf

Zwei Terawattstunden beträgt die Erzeugungslücke, die mit Wasserstoff geschlossen werden muss, damit ein dekarbonisiertes Österreich auch im Winter die Stromversorgung

sicherstellen kann. Ein Vielfaches davon wird nötig sein, wenn auch industrielle Nutzer ihre Prozesse auf nichtfossile Energie umstellen.

Allein die voestalpine dürfte für diese Aufgabe 27 Terawattstunden Wasserstoff brauchen. Insgesamt geht die österreichische Industrie davon aus, dass für eine vollständige Dekarbonisierung der heute fossil betriebenen Prozesse ein jährlicher Wasserstoffbedarf von hundert Terawattstunden angesetzt werden muss. Oder anders ausgedrückt: von drei Millionen Tonnen. Das ergab eine Untersuchung des Institute for Clean Technology (ICT).

Der weltweite Bedarf an grünem Wasserstoff wird in

einer aktuellen Studie von McKinsey mit 600 Millionen Tonnen beziffert. In Deutschland, so hat im Vorjahr das Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI berechnet, wären, allein um die zwanzig größten Stahl- und Chemiestandorte zu dekarbonisieren, 150 Terawattstunden Strom aus Wasserstoff notwendig. Soll die gesamte Prozesswärme der deutschen Industrie elektrifiziert werden, erhöht sich die Menge auf bis zu 600 Terawattstunden.

Auch Mobilität braucht Wasserstoff

Nicht einbezogen ist in all diese Rechnungen ein weiterer potenzieller großer

Fortsetzung auf Seite 36



ZOLLER - KOLLABORATIVE ROBOTER-ASSISTENZ »CORa«

Energieeffiziente Technologien und innovative Automationslösungen

von ZOLLER »Erfolg ist messbar« zum Einstellen, Messen, Prüfen und Einschrumpfen von Zerspanungswerkzeugen

Höchst energieeffiziente Schrumpftechnologie

Mit den neuen induktiven Schrumpfsystemen »powerShrink 400/600« hat ZOLLER das Produktportfolio rund um die Werkzeugvorbereitung in der spanenden Fertigung erweitert. Die neue »powerShrink« Serie vereint optimale Arbeitsergonomie und höchste Energieeffizienz. Die Steuerung der Aufheiz- und Abkühlprozesse in Verbindung mit exakt regelbaren Induktionsspulen vermindert den Energieverbrauch beim Schrumpfen um etwa 30 % gegenüber den Vorgängermodellen. Mit »powerShrink« von ZOLLER sparen Sie Zeit, senken Ihre Stromkosten und schonen Ihre Schrumpffutter.

Für Smart Factory konzipiert – Die Schrumpfsysteme der Serie »powerShrink« sind zukunftssicher für eine durchgängige Digitalisierung und Smart Factory konzipiert.

Innovative Automationslösungen für wirtschaftliches Handling von Zerspanungswerkzeugen

»roboSet 2« – Ideal für Werkzeughersteller mit hohem Werkzeugdurchsatz und Anspruch auf 100%-Kontrolle und -Dokumentation. Direkt an eine ZOLLER Messmaschine »genius« oder »itan« gekoppelt, belädt »roboSet 2« diese rund um die Uhr, 7 Tage die Woche.

Weitere Automationslösungen: »cora« und »roboBox«

»cora« – Die kollaborative Roboter-Assistenz »cora« kann in einem vernetzten Werkzeugraum sämtliche Standardaufgaben zur automatisierten Werkzeugbereitstellung durchführen, indem typische und täglich anfallende Arbeiten mannos durchgeführt werden. »roboBox« – In der zerspanenden Fertigung muss täglich eine Vielzahl von Werkzeugen

montiert und gemessen werden. Die ZOLLER Automation »roboBox« übernimmt diese Aufgaben und arbeitet autark rund um die Uhr und macht damit die Werkzeugbereitstellung deutlich produktiver.

ZOLLER bietet heute alles für effizientes und prozesssicheres Werkzeug-Handling im Zerspanungsprozess. Über den kompletten Werkzeuglebenszyklus hinweg sind mit ZOLLER-Lösungen Werkzeuge physisch und digital erfasst, vermessen, verwaltet, gelagert und geprüft.

ZOLLER Austria GmbH.
Einstell- und Messgeräte
Haydnstraße 2
4910 Ried im Innkreis
www.zoller-a.at



Der Standort der Schaeffler Austria GmbH in Berndorf St. Veit, Niederösterreich.

SCHAEFFLER AUSTRIA GMBH

Schaeffler auf dem Weg zur Klimaneutralität

Nachhaltigkeit ist ein integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie und zugleich einer der vier Unternehmenswerte der Schaeffler Gruppe. Das Unternehmen übernimmt ökologische und soziale Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Um diesem Anspruch gerecht zu werden, wurde die Nachhaltigkeitsstrategie von Schaeffler im Rahmen der Weiterentwicklung im Laufe des Jahres 2022 konsequent auf die drei ESG-Dimensionen Umwelt (Environment), Soziales (Social) und Unternehmensführung (Governance) ausgerichtet. Dieser Neuausrichtung liegen zehn Handlungsfelder zu Grunde, über

die die Schaeffler Gruppe sowohl inhaltliche Schwerpunkte definiert als auch Anforderungen externer Stakeholder adressiert. Ferner hat sich das Unternehmen im Sommer des vergangenen Jahres dazu entschieden, die gruppenweite Verantwortung für das Thema Nachhaltigkeit an den Vorstandsvorsitzenden zu übertragen, um so die Umsetzung der erforderlichen Maßnahmen fokussiert und noch gezielter zu steuern.

Neben der Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie stand das Jahr 2022 ganz im Zeichen des Klimaschutzes und der Dekarbonisierung. Mit dem weltweiten Climate Action Day am 22. Juni 2022 gelang es, die gesamte Schaeffler-Organisation mit all ihren Mitarbeitenden zu mobilisieren. Mehr als 23.000 Ideen, die nach diesem Tag eingereicht wurden, sprechen für sich. Parallel dazu ist im Jahr 2022 ein gruppenweiter Climate Action Plan entstanden, der ein durch-

gängiges CO₂-Emissionsmodell, kurz-, mittel- und langfristige Reduktionsziele, Maßnahmenpakete und Verantwortlichkeiten umfasst und sich in die Roadmap 2025 integriert. Die Tatsache, dass das Unternehmen beim CDP-Ranking in beiden Kategorien mit „A“ jeweils den höchsten Rang erreicht hat, ist dabei Ansporn und Verpflichtung zugleich.

„Das Thema Nachhaltigkeit ist eine der größten Herausforderungen unserer Zeit. Bei Schaeffler wollen wir bis 2040 klimaneutral wirtschaften. Das erfordert konsequentes, zielgerichtetes und schnelles Handeln in allen Bereichen des Unternehmens“, bekräftigt Thomas Konrad Bauer, kaufmännischer Geschäftsführer Schaeffler Austria GmbH.

Mehr über die Nachhaltigkeit bei Schaeffler erfahren Sie hier: www.schaeffler-nachhaltigkeitsbericht.de/2022



„Es ist davon auszugehen, dass der Bedarf an grünem Wasserstoff im Zuge der Energiewende sukzessive steigen wird.“

Markus Exenberger, Vorstand der H2Global Stiftung

Wasserstoffverbraucher: der Mobilitätssektor. Für Wolfgang Sauerzapf, Aufsichtsrat beim Grazer Antriebsspezialisten AVL List, ist angesichts des großen Bedarfs die Stoßrichtung für die Zukunft ganz klar: „Wasserstoffantriebe sollten dort zum Einsatz kommen, wo es keine Alternativen gibt. Allein schon deshalb, weil aktuell die Frage der Verfügbarkeit von grünem Wasserstoff alles andere als gelöst ist.“ Bei der individuellen Mobilität, also bei Pkw und Zweirad, sagt Sauerzapf, sehe er daher batterieelektrische Antriebe als gesetzt. „Das ist heute die am besten verfügbare und auch die effizienteste Technologie. Es ist ja kein Zufall, dass die OEMs primär auf diesen Antrieb fokussieren.“

Anders sehe es im Schwerverkehr oder in der Schifffahrt aus. Neben ihrer Entwicklungstätigkeit im Bereich batterieelektrischer Systeme betreibt die AVL List seit dem Vorjahr daher auch eines der weltweit größten Testfelder für Brennstoffzellen- und Elektrolysesysteme. Wie stark sich das Unternehmen in Sachen Wasserstoffforschung engagiert, zeigt aber auch eine

andere Zahl: Im Jahr 2021 befassten sich rund 35 Prozent der Patentanmeldungen des Unternehmens mit der Wasserstoff- und Brennstoffzellentechnologie.

Fehlende Rahmenbedingungen

In der Industrie, findet Sauerzapf, sei das Thema Wasserstoff längst angekommen. Dass die Integration von grünem Wasserstoff in das europäische Wirtschaftsgefüge noch stockend vor sich gehe, sei an den Rahmenbedingungen festzumachen, im Mobilitätssektor zum Beispiel an fehlender Tankinfrastruktur entlang der großen, vom Schwerverkehr genutzten Strecken.

Oder auch an einer Förderpolitik, die Wasserstoff derzeit nicht gerade im Fokus hat. Als einen der Gründe dafür sieht Sauerzapf die, wie er formuliert, kurze Aufmerksamkeitsspanne der Politik. Die Entscheidungstragenden, sagt er, hätten oft nicht die Zeit, Probleme in all ihren Facetten zu betrachten, und beschränken sich daher notgedrungen auf plakative Überschriften. Im konkreten Fall vor allem auf den Ausbau der Erneuerbaren,

weniger aber auf die Frage der Speicher.

Wolfram Senger-Weiss, Vorsitzender der Geschäftsleitung bei Gebrüder Weiss, stimmt dieser Analyse zu, ergänzt aber, dass die Energiepolitik in den letzten Monaten sehr stark mit Krisenmanagement und dem Implementieren von Notlösungen beschäftigt gewesen sei. „Ich gehe davon aus, dass die Diskussion nun wieder stärker auf die Zukunft gerichtet sein wird.“

Als Spediteur stehe er dem Wasserstoff jedenfalls interessiert gegenüber, sagt Senger-Weiss. „Wir haben bereits einen Wasserstoff-19-Tonner als Testfahrzeug im Einsatz und die bisherigen Erfahrungen sind absolut positiv, sowohl technisch als auch was die Akzeptanz durch die Fahrer:innen und die Bevölkerung betrifft.“

Marktlogischer Widerspruch

Dafür, dass Wasserstoffantriebe heute noch nicht die Rolle spielen, die sie spielen könnten, sieht Senger-Weiss verschiedene Ursachen, vor allem aber die Tatsache, dass es für grünen Wasserstoff

noch keinen funktionierenden Markt gebe. „Wir haben hier ein klassisches Henne-Ei-Problem. Solange es nicht genügend Nachfrage gibt, will niemand in die Produktions- und Versorgungsinfrastruktur investieren. Ohne eine entsprechende Infrastruktur mangelt es aber an Nachfrage.“

Markus Exenberger kennt dieses Problem gut. Als CEO von H2Global hat er den Job, es zu lösen. Von der deutschen Bundesregierung als eine Institution ins Leben gerufen, die am gesamteuropäischen Markt tätig sein soll, hat H2Global die Aufgabe, einen Markt für grünen Wasserstoff zu schaffen. „Heute kann niemand wirklich sagen, was eine Tonne grüner Wasserstoff kostet. Dass unter diesen Bedingungen Investitionen in diese Technologie nur schwer vom Fleck kommen, ist wenig verwunderlich“, sagt Exenberger.

Die Lösung, die H2Global in den nächsten Jahren umsetzen will, ist in ihrem Kern ähnlich aufgebaut wie sogenannte CFDs, also Contracts for Difference, mit denen Assets wie Öl oder Gold gehandelt werden. Wie bei diesen wird auch bei



C. VOESTALPINE

Für eine vollständige Dekarbonisierung hätte die österreichische Industrie einen Wasserstoffbedarf von rund 100 Terrawattstunden jährlich.

dem von H2Global entwickelten System versucht, Anbieter und Käufer über Auktionen zusammenzubringen und so einen Preis zu bilden.

Liquidität schaffen, Hochlauf beschleunigen

Da ein solches System allerdings nur in einem liquiden Markt funktionieren kann, schafft H2Global diese Liquidität, indem man Abnahmeverträge mit Lieferanten von grünem Wasserstoff schließt. Um den Lieferanten langfristige Planung und Investitionen zu ermöglichen, laufen die Verträge über zehn Jahre.

Auf der anderen Seite verkauft H2Global, ebenfalls über Auktionen, den gekauften grünen Wasserstoff an Abnehmer. Hier gibt es allerdings Verträge mit kurzfristiger Laufzeit, zum Beispiel Ein-Jahres-Verträge. Etwaige Lücken, die sich zwischen dem Preis, um den H2Global den Wasserstoff gekauft hat, und dem erzielten Verkaufspreis ergeben, werden aus zuvor akquirierten Zuwendungen abgedeckt. Dafür stehen aktuell im Rahmen der ersten Zuwendung, die von der deutschen Bundesregierung kommt, 900 Millionen Euro zur Verfügung.

„Da davon auszugehen ist, dass der Bedarf an grünem

Wasserstoff im Zuge der Energiewende sukzessive steigen wird, wird sich diese Lücke von Jahr zu Jahr ein Stück schließen, sodass am Ende Preise stehen, die keines Ausgleichs mehr bedürfen“, erklärt Exenberger.

Das System soll aber nicht nur den Hochlauf eines Markts für grünen Wasserstoff beschleunigen. Es kann auch dafür genutzt werden, etwaige geopolitische Abhängigkeiten zu reduzieren, die sich durch die Nutzung von importiertem grünem Wasserstoff ergeben.

„Europa wird sicher einen Teil seines grünen Wasserstoffs aus Ländern mit mehr Dargebot an Wind und Sonne importieren müssen, aus Lateinamerika zum Beispiel oder den arabischen Staaten“, sagt Exenberger. Das von der H2Global Stiftung entwickelte Instrument eröffnet die Möglichkeit, Produktion und die lokale Transformation in bestimmten Regionen zu fördern, indem man Auktionen auf diese Region beschränkt. „Der Zuwendungsgeber könnte zum Beispiel den Aufbau einer europäischen Produktionsinfrastruktur forcieren, indem er die geografischen Kriterien für Produktionsstandorte in Europa anpasst.“

Piotr Dobrowolski

JETZT NEU:

1-MINUTEN-VIDEO



EINE MINUTE.
EINE PERSON.
EINE BOTSCHAFT.

Unsere Zielgruppe:

Entscheider:innen, Geschäftsführer:innen und Techniker:innen aus zahlreichen Branchen sowie Personen, die an vielfältigen, technischen Themen interessiert sind.

Und: nicht zu vergessen die junge kurzvideoaffine Zielgruppe.

Mit dem 1-Minuten-Video bringen Sie es auf den Punkt. In einer Minute ist das Wesentliche erklärt. Sie haben eine Weltneuheit und wollen dessen USP ganz gezielt hervorstreichen? Sie positionieren sich in einem neuen Markt oder wollen eine Botschaft vermitteln – niederschwellig und ohne großen Zeitaufwand?

Wir setzen es für Sie in Szene.

**RUFEN SIE UNS AN!
WIR ERKLÄREN ES IHNEN.
IN EINER MINUTE.**

Thomas Lunacek
+43 676 848 205 13 oder
Gudrun Lunacek
+43 676 848 205 12

Ab sofort auf: YouTube

<https://www.youtube.com/@technikmedien>



MM
MASCHINENMARKT

IoT
INDUSTRY BUSINESS

T&M
TECHNIK & MEDIEN
VERLAGSGMBH

Technik & Medien Verlagsges.m.b.H.
Traviatagasse 21-29/8/2, A-1230 Wien
+43 1/876 83 79-0, office@technik-medien.at
www.technik-medien.at
www.maschinenmarkt.at



BASF

Die Innovationspipeline der BASF im Bereich Landwirtschaft umfasst Fortschritte in den Bereichen Pflanzenschutz, Saatgut und Pflanzeigenschaften sowie digitale Lösungen.

Integrierte Lösungen zur Transformation der Landwirtschaft von BASF

Erweitertes Portfolio für die Kontrolle von Unkräutern, Biotechnologie und digitalen Lösungen.

BASF hat eine umfangreiche landwirtschaftliche Innovationspipeline in den Bereichen Pflanzenschutz, Saatgut und Pflanzeigenschaften sowie digitale Lösungen. Im Fokus des Unternehmens stehen dabei Lösungen, die Landwirte dringend benötigen, um klimatischen Herausforderungen, lokalem und pflanzenspezifischem Befall mit Schädlingen, sich ändernden regulatorischen Anforderungen sowie steigenden Erwartungen von Verbrauchern zu begegnen. Das Unternehmen richtet seine Innovationen für die Landwirtschaft weiterhin darauf aus, die Ergebnisse für wichtige Nutzpflanzen zu verbessern.

Lösungen für Landwirte in Nord- und Lateinamerika, Asien und Europa

Für Landwirte in Nord- und Lateinamerika entwickelt BASF durch die Kombination neuer Herbizid-Wirkstoffe, innovativer Pflanzeigenschaften und Technologien für die Präzisionslandwirtschaft mehrere Lösungen für die Kontrolle von Unkräutern in wichtigen Kulturen wie Soja. Diese Lösungen ermöglichen klimafreundliche und umweltverträgliche

landwirtschaftliche Praktiken, wie den effizienten Einsatz von Pflanzenschutzmitteln und eine minimale Bodenbearbeitung.

Darüber hinaus bringt BASF neuartige Lösungen für das Unkrautmanagement für Landwirte in Europa auf den Markt. Bosch BASF Smart Farming ist in Europa für Mais, Sonnenblumen, Zuckerrüben und Sojabohnen kommerziell erhältlich. Die Technologie unterstützt einen effizienteren Einsatz von Pflanzenschutzmitteln. In Europa zielt BASF darauf ab, die Qualität und den Geschmack von Obst und Gemüse zu verbessern und Lebensmittelverluste und -verschwendung durch Saatgutzüchtung und Innovationen in Chemie und Digitalisierung zu reduzieren.

Reis ist die wichtigste Kulturpflanze in Asien. Landwirte sehen sich dort wachsendem Druck durch resistente Unkräuter, Krankheiten und Schadinsekten ausgesetzt. Mit einem breiten Portfolio an Technologien unterstützt BASF sie aktiv dabei, diese Herausforderungen zu meistern. Bis Mitte des Jahrzehnts werden mehrere neue Lösungen und Formulierungen

erwartet, die darauf abzielen, die Ergebnisse in Reis zu verbessern.

Über BASF

Chemie für eine nachhaltige Zukunft, dafür steht BASF. Wir verbinden wirtschaftlichen Erfolg mit dem Schutz der Umwelt und gesellschaftlicher Verantwortung. Mehr als 111.000 Mitarbeitende in der BASF-Gruppe tragen zum Erfolg unserer Kunden aus nahezu allen Branchen und in fast allen Ländern der Welt bei. Unser Portfolio umfasst sechs Segmente: Chemicals, Materials, Industrial Solutions, Surface Technologies, Nutrition & Care und Agricultural Solutions. BASF erzielte 2022 weltweit einen Umsatz von 87,3 Milliarden Euro.

Weitere Informationen unter www.basf.com und www.basf.at

CORPORATE BANKING

Raiffeisenlandesbank
Oberösterreich



WIR READY FOR INNOVATION.

Wir macht's möglich.

Starten wir gemeinsam durch! Sie haben die Vision, wir die Erfahrung. Ein perfektes Match für eine aussichtsreiche Zukunft.

corporate-banking.business



C. WILDUNWUNDERBAR

„Wasserstoff kann das nächste Wirtschaftswunder werden“

Österreich hat die besten Voraussetzungen, um Technologieführer beim grünen Wasserstoff zu werden. Alexander Trattner, Leiter von Österreichs größtem H₂-Forschungszentrum, dem HyCentA an der TU Graz, weiß, was dafür nötig wäre. Ein Gespräch über eine Riesenchance, die nicht vertan werden sollte.

ASPEKTE: Täuscht mich der Eindruck oder hat es in Österreich tatsächlich schon mehr Begeisterung für grünen Wasserstoff gegeben?

Alexander Trattner: Ich denke, in großen Zügen stimmt der Eindruck schon. Von politischer Seite hat es in Österreich in den vergangenen Jahren sicher mehr Commitment zu Wasserstoff gegeben, als das derzeit der Fall ist. Wir waren auch schon technologieoffener, die Innovation und die Wertschöpfung, die mit grünem Wasserstoff in Zusammenhang stehen, wurden viel mehr betont. Aktuell adressiert man in Österreich ganz stark Wind, Wasser und Sonne als Treiber für die Klimawende. Das ist auch richtig, wird aber alleine ohne Speichertechnologien wie Power-to-Gas und Wasserstoff nicht funktionieren. Wenn es um den Ausbau von grünem Wasserstoff in der Mobilität geht, ist Österreich ein weißer Fleck auf der europäischen Landkarte.

Weißer Fleck meint: Österreich, das sich gern als Vorreiter in Klimafragen sieht, hinkt in Wirklichkeit hinterher?

Trattner: Tatsache ist, dass bezüglich Erneuerbaren-Ausbau und auch bei der Wasserstoff-Implementierung andere europäische Staaten definitiv mehr tun. Der Einsatz von Wasserstoff ist im Sinne einer gesamteuropäischen Energiestrategie unbedingt notwendig. Die Grundsätze der europäischen Klimapolitik sehen Wasserstoff als Teil der Lösung im Kampf gegen den Klimawandel vor. Wasserstoff wird auf europäischer Ebene als ein Energieträger gesehen, der gleichwertig mit grünem Strom, mit Biomasse oder der Umgebungswärme ist.

Hätten Sie sich als Wasserstoffexperte eine noch stärkere Fokussierung auf diese Energieform gewünscht?

Trattner: Das ist nicht der Punkt. Der Punkt ist, dass niemand heute seriös beantworten kann, welcher Energiemix in zehn bis zwanzig Jahren in Europa oder in Österreich vorliegen wird. Deshalb müssen wir technologieoffen bleiben, um für alle Szenarien gerüstet zu sein. Wasserstoff wird allerdings, das muss man schon sehen, in jedem Szenario eine Rolle spielen. Er ist unverzichtbar als ein Weg, um grün erzeugten, volatilen Strom zu speichern. Und natürlich lassen sich viele industrielle Prozesse nur über grünen Wasserstoff

dekarbonisieren. Elektrifizierung geht nicht überall. Abgesehen davon: Ganz egal, wie wir uns national positionieren, der internationale Druck auf Österreich, Wasserstoff stärker in die Energiepolitik zu integrieren, wird steigen. In Wirklichkeit ist dieser Druck in vielen Bereichen schon heute da.

Inwiefern?

Trattner: Aus den umliegenden Staaten ist zum Beispiel immer wieder und immer häufiger die Frage zu hören, warum sich bei uns bezüglich des Ausbaus der Wasserstoff-Tankstellen-Infrastruktur so wenig tut. Österreich hat im Moment gerade einmal fünf Wasserstoff-Tankstellen. Wenn wir Verkehrsrouten mit Wasserstoff-Lkws erschließen wollen, dann wird das nicht reichen. Wo sollen die Lkws denn tanken? Um zu gewährleisten, dass es in Österreich flächendeckend im Umkreis von 50 Kilometern mindestens eine Wasserstoff-Tankstelle gibt, müsste man übrigens nur 40 Tankstellen bauen. Das ist weder von der Zahl noch von den Kosten her viel. Eine

„Wenn wir es schaffen, ausschließlich grüne Energie zur Erzeugung von Wasserstoff zu nutzen, ist die Frage der Effizienz nachrangig.“

Alexander Trattner
Leiter HyCentA

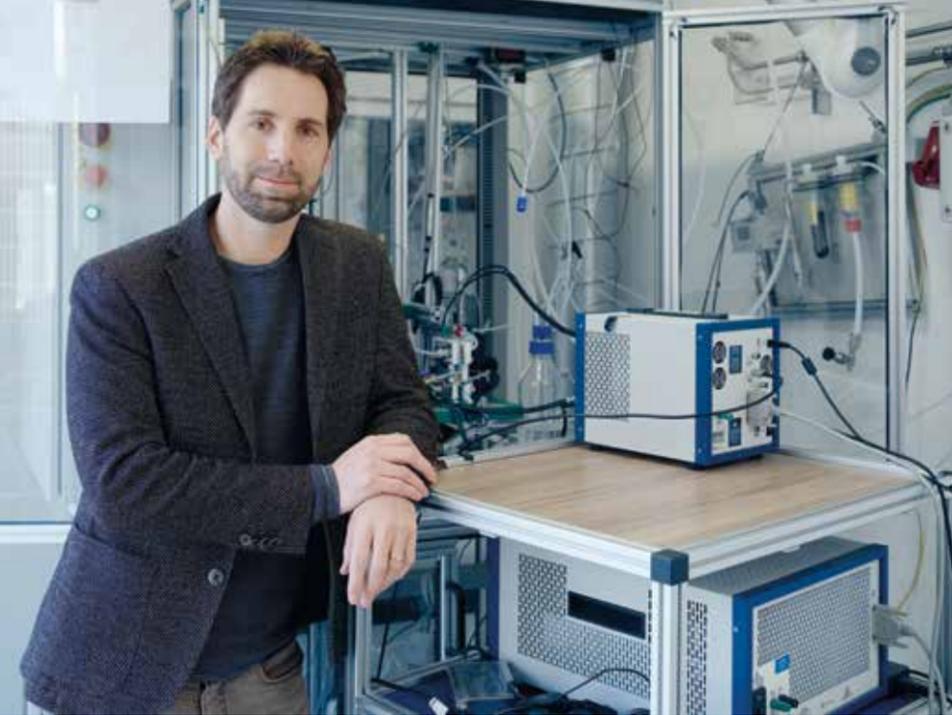
kleine Wasserstoff-Tankstelle kostet in der Errichtung rund eine Million Euro und eine große ungefähr 3 Millionen. Das heißt, wir reden von der in diesem Kontext wirklich lächerlich niedrigen Summe von circa 100 Millionen Euro inklusive der Versorgung dazu. Vielleicht sogar weniger, wenn man Skaleneffekte nutzen kann. Aber dennoch passiert nichts. Das verstehe ich nicht.

Dabei würde grüner Wasserstoff auch wirtschaftlich eine Menge Potenzial haben...

Trattner: Auf jeden Fall. Dafür genügt es aber nicht, nur isolierte Projekte umzusetzen. Wir müssen schauen, dass das in die Entwicklung von grünen Wasserstofftechnologien investierte Geld in Österreich bleibt bzw. nach Österreich

INFO zur Person

Alexander Trattner ist Assistenz-Professor am Institut für Thermodynamik und nachhaltige Antriebssysteme der TU Graz. Er leitet die HyCentA Research GmbH, Österreichs größte Forschungseinrichtung, die sich mit Wasserstofftechnologien beschäftigt. Zu den Gesellschaftern von HyCentA gehören neben der TU Graz, der Forschungsgesellschaft für Verbrennungskraftmaschinen und Thermodynamik FVT auch der Automobilfertiger Magna sowie die OMV.



C. WILDUNGWUNDERBAR

„Wir müssen technologieoffen bleiben, um für alle Szenarien gerüstet zu sein. Wasserstoff wird in jedem Szenario eine Rolle spielen“, so **Alexander Trattner**.

zurückkommt. Wir können in Sachen Wasserstoff Technologieführer werden, Elektrolyseanlagen in Österreich produzieren, Brennstoffzellen, Speicher. Wasserstoff kann das nächste Wirtschaftswunder werden. Die Voraussetzungen und Expertise dafür haben wir.

Große Worte. Im Moment reden die meisten eher von Krise.

Trattner: Genau deshalb wäre es wichtig, Wirtschaft und vor allem die Energiewirtschaft neu zu denken. Ganz Europa muss sich strategisch besser aufstellen. In Europa gibt es die Tendenz, den Kopf in den Sand zu stecken, ewig zu diskutieren, während andere schon am Tun sind. Wenn die Klimawende gelingen soll, dann muss sich die Geschwindigkeit unseres Handelns aber rapide erhöhen. Gerade Österreich als ein Land des Anlagen- und Maschinenbaus könnte mit seinem Know-how massiv davon profitieren. Wie gesagt: Wir haben die Chance, zum vielleicht weltweit führenden Lieferanten von Wasserstoffinfrastruktur aufzusteigen. Wir haben hier wirklich ein gigantisches Potenzial. Schwieriger wird es im Bereich Mobilität. Hier fehlt für Wasserstoff der politische Rückenwind derzeit völlig.

Was wäre denn nötig, um die Chance Wasserstoff zu nützen?

Trattner: Commitment. Und selbstverständlich entschiedene Investitionen in diesen Sektor. Allein um den schon heute in Österreich verwendeten grauen Wasserstoff – also Wasserstoff, der aus fossiler Energie stammt – durch grünen Wasserstoff zu ersetzen, müsste circa ein Gigawatt an Elektrolyse installiert

werden. Und das ist nur der Beginn. Wir brauchen Investitionen nicht nur in die Elektrolyse, sondern auch in Speicher und in ein Verteilernetz, damit es möglich ist, die dezentral erzeugte grüne Energie aus Wind und Sonne verfügbar zu halten. Den Ausbau der Erneuerbaren brauchen wir sowieso. Denn woher soll sonst der grüne Wasserstoff kommen? Damit die Klima- und Energiewende gelingt, sind mindestens 240 Milliarden Euro an Investitionen in den nächsten 20 Jahren nötig, oder anders gesagt: zwei bis drei Prozent des BIP jährlich.

Und trotzdem wird das vermutlich nicht reichen, um Österreich das ganze Jahr über mit fossilsfreier Energie zu versorgen.

Trattner: Nein, wird es nicht. Deshalb müssen wir parallel zu einem dezentralen Versorgungs- und Verteilernetz auch global planen und an Produktion von grünem Wasserstoff dort denken, wo die Voraussetzungen dafür besonders günstig sind: in Nordafrika etwa, wo es viel mehr Sonnenstunden im Jahr gibt als in Europa, oder an der Nordsee, wo es ein großes Winddargebot gibt. Auch in Zentralspanien oder in Südeuropa existieren gute Voraussetzungen, um in Großelektrolyseanlagen grünen Wasserstoff zu erzeugen. Es werden aber auch neue Pipelines nötig sein, über die der Wasserstoff in Europa verteilt werden kann.

Grüner Wasserstoff aus Nordafrika oder – auch das wird diskutiert – aus windreichen Gegenden Lateinamerikas: Schaffen wir da nicht erst recht wieder geopolitische Abhängigkeiten, die wir eigentlich loswerden wollten?

Trattner: Natürlich soll so viel Energie wie möglich in Österreich bzw. in der Europäischen Union produziert werden. Wollen wir aber unser gesamtes Leben dekarbonisieren, wird es nicht zu vermeiden sein, dass wir einen Teil der Energie, die wir brauchen, als grünen Wasserstoff importieren. Hier nicht wieder in eine einseitige Abhängigkeit von einem Lieferanten zu geraten, wie das bei Erdgas der Fall war, ist eine lösbare politische Frage.

Gegner der Nutzung von Wasserstoff, auch von grünem Wasserstoff, argumentieren oft mit dessen geringer Effizienz. Ist an dem Argument etwas dran?

Trattner: Dazu muss man zwei Punkte anmerken. Zum einen ist der Wirkungsgrad von Wasserstoff nicht so schlecht, wie das manchmal behauptet wird. Im Pkw schneidet der Wasserstoff zum Beispiel über alle Fahrzyklen gerechnet viel besser ab als Diesel. Diesel kommt bei einem solchen Vergleich auf einen Wirkungsgrad von rund 25 Prozent, Wasserstoff auf rund 50 Prozent. Es gibt aber auch noch einen anderen Grund, warum ich den Effizienzeinwand nicht wirklich nachvollziehen kann. Im Grunde ist Effizienz nicht das Hauptproblem. Wir müssen ja nicht supereffizient werden, wir müssen fossilsfrei werden und ein ganzjährig sicheres, erneuerbares Energiesystem gewährleisten können. Das Hauptproblem sind die fossilen Energieträger. Wenn wir es schaffen, ausschließlich grüne Energie zur Erzeugung von Wasserstoff zu nutzen, ist die Frage der Effizienz nachrangig. Das Interview führte Piotr Dobrowolski.



BOSCH

Bosch arbeitet auch in Österreich an wichtigen Projekten der Wasserstofftechnik.

Wasserstofftechnik von Bosch

Die Bosch-Gruppe bietet Technik für den Wasserstoff-einsatz in unterschiedlichen Sektoren. Österreich hat sich dabei als wichtiger Standort etabliert, an dem das Unternehmen an mehreren Projekten für den weltweiten Einsatz arbeitet.

Das Bosch Engineering Center in Linz entwickelt erfolgreich innovative Lösungen entlang der Wertschöpfungskette von grünem Wasserstoff – von Einblas- und Tankventilen bis Elektrolyse-Stacks. Beim Tankventil handelt es sich um die mechatronische Komponente, die am Wasserstofftank für das sichere Befüllen des Mediums verantwortlich ist. Wasserstoff-Einblasventile befördern den Kraftstoff in einen Wasserstoffmotor oder eine Brennstoffzelle zur Stromerzeugung. Elektrolyse-Stacks sind das Herzstück von Elektrolyseuren und damit das zentrale Element bei der Herstellung von grünem Wasserstoff. Ein Expertenteam in Linz treibt im internationalen Entwicklungsverbund der Bosch-Gruppe die Industrialisierung der Stacks voran.

Am Standort Hallein arbeitet Bosch an einer neuen Generation von Einspritzsystemen für alternative Kraftstoffe wie beispielsweise Wasserstoff. Die Europäische Kommission fördert dies im Rahmen des IPCEI (Important Projects of Common European Interest) mit Fokus auf Wasser-

stoff „Hy2Tech“. Einspritzsysteme für Großmotoren aus Hallein finden international Anwendung in der Schifffahrt, dem Schienengütersektor, Industrieanwendungen sowie in der dezentralen Stromerzeugung wie beispielsweise Notstromaggregaten für Krankenhäuser oder Server-Farmen.

In Wien entwickelt Bosch Software- und Hardware-Lösungen für alle Antriebsarten – auch für Brennstoffzellen-Antriebe. Und das nicht nur für Fahrzeuge auf der Straße, sondern auch für die allgemeine Luftfahrt. Da die Brennstoffzelle lokal lediglich Wasser emittiert, birgt sie ein enormes Potenzial für die Mobilität der Zukunft. Mit Wasserstoff aus erneuerbarer Energie erfolgt der Transport zudem klimaneutral. Bosch Rexroth produziert und vertreibt darüber hinaus einen in Österreich entwickelten, einzigartigen hydraulischen Verdichterantrieb für Wasserstoff-Tankstellen. Zudem produziert Bosch in Bischofshofen wasserstofftaugliche Industriekessel.

www.bosch.at



STARTER-SET SCHON AB 289 €*



VON HIER. FÜR DICH.

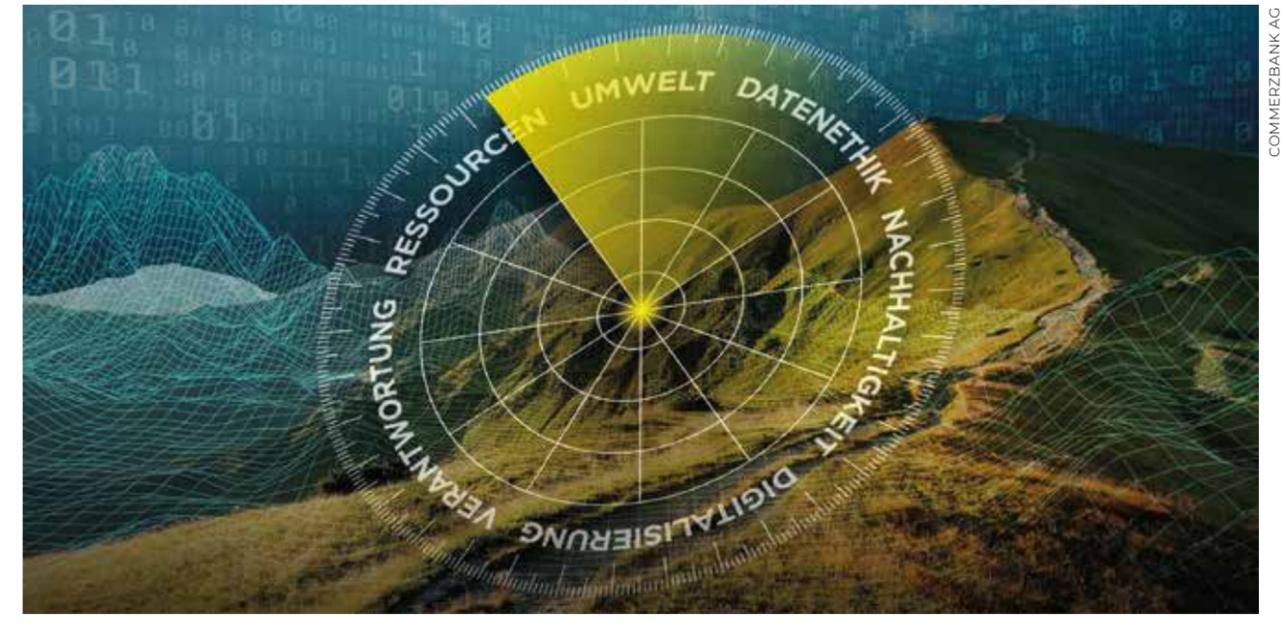
MIT AKKU-POWER AUS ÖSTERREICH.

MEHR AUF [AKKU.STIHL.AT](https://www.aku.stihl.at)

* Akku-Gerät mit Akku und Ladestation. UVP des Herstellers.



ADVERTORIAL



COMMERZBANK AG

Nachhaltig und digital – Insights aus der neuen Commerzbank Mittelstandsstudie zu entscheidenden Zukunftsthemen



PAVEL BECKER

Im Jahr 2020 führten die „Unternehmerperspektiven“ der Commerzbank eine große Nachhaltigkeitsstudie in mittelständischen Unternehmen durch. Seither ist viel geschehen, die vielfältigen Herausforderungen sind enorm gewachsen. Deshalb fragten wir 2022 nun noch einmal nach: Haben sich Unternehmen in ihren strategischen Bemühungen in den zwei großen Bereichen Nachhaltigkeit und Digitalisierung weiterentwickelt?

Nachhaltigkeit bleibt relevant.
Die Sorge um gestörte Lieferketten, neue Handelskorridore und steigende Preise – mittelständische Unternehmen müssen aktuell vieles im Blick behalten. Dennoch hat Nachhaltigkeit eine unverändert hohe Relevanz. Zwar ist der Anteil der Unternehmen, die eine Nachhaltigkeits-

strategie haben, in den letzten Jahren nicht gewachsen, aber in Nachhaltigkeitsmaßnahmen werden nach wie vor viele Chancen gesehen, in Bezug auf die Imagepflege, aber auch im schonenden Umgang mit Ressourcen oder bei der Stärkung der sozialen Verantwortung.

Die Chancen von Daten-nutzung werden erkannt.
Die meisten österreichischen Unternehmen wissen, dass im Thema Digitalisierung viel Potenzial steckt: Fast drei Viertel der befragten Unternehmen sehen große Chancen durch datenbasierte Geschäftsmodelle. Die bessere Anpassung von Leistungen an Kundenbedürfnisse, aber auch an Trends oder die Marktsituation wird dabei besonders hoch gewichtet.

www.commerzbank.at

„Umwelt-, Sozial- und Governanceaspekte (ESG) sind die Voraussetzung für langfristigen wirtschaftlichen Erfolg. Die digitale Transformation ist dabei eng mit dem Thema Nachhaltigkeit verbunden, nur beides zusammen sorgt für Zukunftsfähigkeit.“

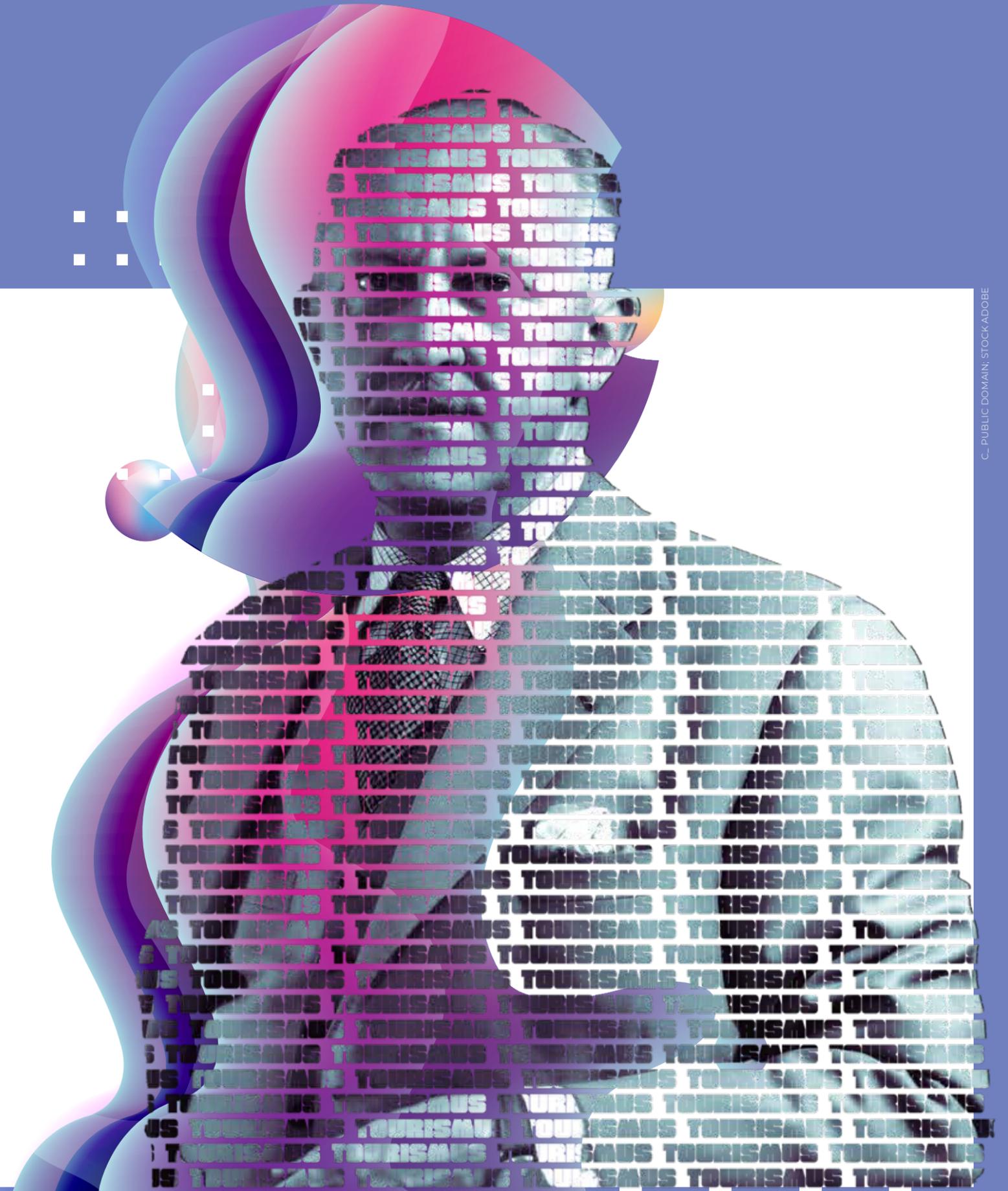
Martin Butollo, Country CEO
Commerzbank Österreich

TOURIS- MUS

Zeit der Veränderung im Tourismus: Hoteliers
und Gastwirte berichten über Ernährungstrends
und Sinnsuche der Gäste sowie neue technische
Helferlein im Arbeitsalltag.

„DER TOURISMUS IST DIE
VÖLKERWANDERUNG
DER NEUZEIT.“

Halldór Kiljan Laxness, isländischer Schriftsteller (1902–1998)



Zahlen, Daten, Fakten TOURISMUS



Mehr Nächtigungen im Jahr 2022 (Übernachtungen im Vergleich zum Vorjahr)


Österreich
136,91
 Mio. (+72,2 %)



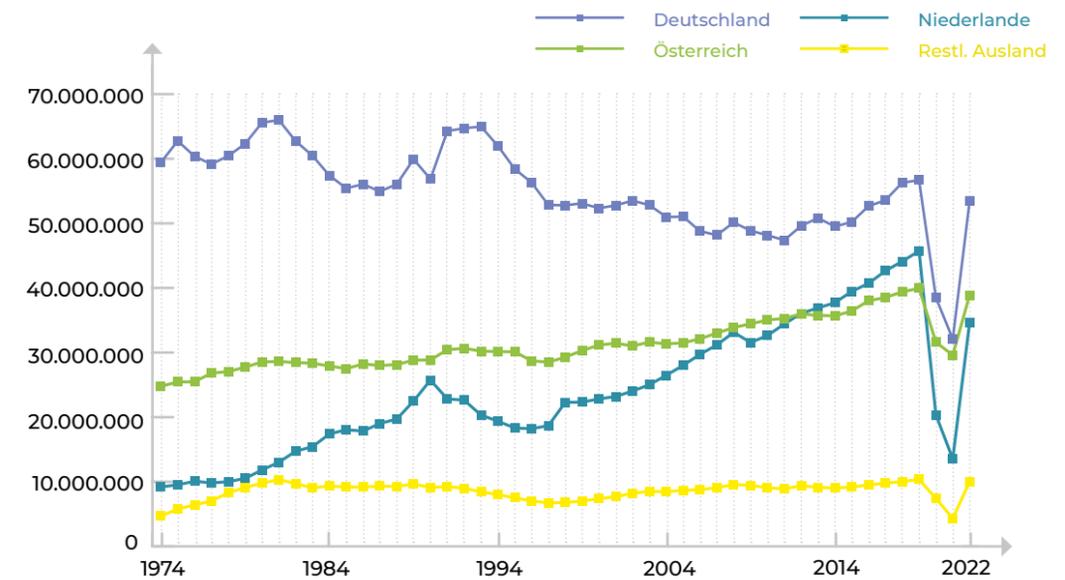
QUELLE: STATISTIK AUSTRIA, DESTATIS (VORLÄUFIGE ZAHLEN)


Deutschland
450,8
 Mio. (+45,3 %)

Auch in Deutschland hat sich die Tourismusbranche teilweise von der Corona-Krise erholt, aber noch nicht die Übernachtungszahlen vor der Pandemie erreicht. So lagen die Gästeübernachtungen mit 450,8 Millionen zwar um 45,3 Prozent über dem Vorjahr, aber 9,1 Prozent unter dem Wert von 2019.

Nach zwei schwierigen Jahren für den Tourismus lagen die Nächtigungen in österreichischen Hotels, Pensionen und Ferienwohnungen im Jahr 2022 nur noch 10,3 Prozent bzw. 15,8 Millionen Übernachtungen unter dem Rekordniveau des Vorkrisenjahres 2019.

Übernachtungen in Österreich nach wichtigen Herkunftsländern 1974 – 2022 (in Millionen Nächtigungen)



QUELLE: STATISTIK AUSTRIA BEHERBERGUNGSTATISTIK, ERSTELLT AM 3.2.2023 – ENDGÜLTIGE DATEN

Die Urlaubspläne für 2023

Top-Reiseziele der Österreicherinnen und Österreicher



per Auto, Bus oder Bahn

- Kroatien
- Italien
- Österreich



Flugreisen

- Griechenland
- Spanien
- Türkei



Fernstrecken

- Thailand
- Malediven
- USA

Zum Vergleich: Im Sommer 2022 urlaubten die Österreicher:innen zu 42,7 Prozent im Inland. Bei den Auslandsreisen lag Italien auf Platz eins, gefolgt von Deutschland und Kroatien.

QUELLE: ONLINE-UMFRAGE FACHVERBAND DER REISEBÜROS DER ÖSTERREICHISCHEN WIRTSCHAFTSKAMMER 2023

Reiseziele der Deutschen im Gesamtjahr 2023

1.	Deutschland
2.	Spanien
3.	Italien
4.	Griechenland und Türkei
5.	Skandinavien und Frankreich
6.	Österreich und Kroatien



QUELLE: UMFRAGE DEUTSCHE TOURISMUSANALYSE DER STIFTUNG FÜR ZUKUNFTSFRAGEN 2023

Nach den Reiseplänen für den **Frühling/Sommer 2023** befragt, liegt Österreich bei den Reiseplänen der Deutschen laut Reisepotenzialstudie 2023 der Österreich Werbung allerdings weiter vorne. Hier sieht das Ranking der Urlaubsziele folgendermaßen aus: Deutschland, Österreich, Italien, Spanien gleichauf mit Griechenland.



OUTLET/CITY METZINGEN

Regine Schöllkopf-Pinakidis,
COO der Outletcity Metzingen

Outletcity Metzingen

Was einst mit dem ersten Boss Fabrikverkauf begann, ist heute bekannt als die größte Outlet Destination Europas. ASPEKTE im Interview mit COO Regine Schöllkopf-Pinakidis.

Was ist das Erfolgsgeheimnis der Outletcity?

Regine Schöllkopf-Pinakidis: Rund 4,2 Millionen Gäste begrüßen wir jährlich und sind mit rund 40.000 Quadratmetern Verkaufsfläche das größte Outlet Europas. Das Besondere an der Outletcity ist das einmalige Konzept. Dieses sticht mit Design, über 150 Premium- und Luxusmarken und einem Stadt-in-der-Stadt-Prinzip hervor. Was einst alte Textilfabriken waren, ist heute urbane Architektur gepaart mit den bekanntesten internationalen Designmarken wie Prada, Gucci und Valentino.

Die nächste Ausbaustufe ist bereits geplant: ein eigenes Hotel?

Schöllkopf-Pinakidis: Das Moxy Hotel wird in Q4 2023 eröffnen und soll unseren Gästen die Möglichkeit bieten, ihren Aufenthalt in

und um Metzingen zu verlängern und inmitten der City zu übernachten.

Ausblick: Was erwartet uns in der Outletcity künftig?

Schöllkopf-Pinakidis: Im stationären Handel geht es künftig darum, ein Erlebnis zu bieten, das dem Gast einen Anreiz gibt, nach Metzingen zu kommen. Dazu gehören unter anderem ausgefallene Gastronomieerlebnisse und Entertainmentattraktionen. Deutlich geworden ist in der Vergangenheit, dass der E-Commerce-Handel stetig zunimmt. Daher ist die Digitalisierung des Standorts und die Verknüpfung mit dem eigenen Online Shop ein wichtiger strategischer Bestandteil. Zukünftig werden unseren Gästen noch individuellere Angebote möglich gemacht. Die eigene App

und der Club nehmen dabei eine wichtige Rolle ein.

Haben Sie noch einen Tipp für unsere Leserschaft, was diese über die Outletcity unbedingt wissen sollte?

Schöllkopf-Pinakidis: Wir bieten anderen Unternehmen auch die Möglichkeit auf Incentives. Ihr ganz persönliches Rahmenprogramm können Sie direkt bei uns über traveltrade@outletcity.com anfragen.

Unser Jahresangebot für DHK Mitgliedsunternehmen finden Sie unter [Members4Members](https://www.outletcity.com) auf der DHK Website.

www.outletcity.com



HOTEL AMBASSADOR BETRIEBSGESELLSCHAFT MBH

Ihr Hotel zwischen Stephansdom und Staatsoper

Das Hotel Ambassador, in dem Geschichte auf Moderne trifft, in einer der kulturell bedeutendsten Städte Europas. Erleben Sie Komfort, Gastfreundschaft und Kultur im Herzen von Wien.

Erleben Sie Wien am Puls der Zeit. Das traditionsreiche Ambassador Hotel liegt im Herzen der Wiener Innenstadt und ist der ideale Ausgangspunkt für Wien-Besucher und Geschäftsreisende. Als ruhender Pol liegt das Ambassador zwischen der exklusiven Einkaufsstraße Kärntner Straße und dem Neuen Markt mit seinen historischen Besonderheiten. Der Stephansdom, die Hofburg, eine Vielzahl von Parkanlagen – in welche Richtung Sie auch gehen, es finden sich unvergessliche Sehenswürdigkeiten und Genuss pur.

Wirft man einen ausführlichen Blick auf die Geschichte des Ambassador, offenbart sich das Spiegelbild der historischen und städtebaulichen Entwicklung der Wiener Innenstadt. Der Platz, auf dem das Ambassador liegt, und das Gebäude selbst sind Teil einer bewegten Vergangenheit und eines lebendigen Heute.

Völlig zu Recht lässt sich das Ambassador als eines der traditionsreichsten Häuser der Stadt bezeichnen. Musiker und Schriftsteller unterschiedlichster Epochen und Stilrichtungen fanden hier Inspiration und oft auch den geeigneten Rahmen, um mit ihren neuesten Kompositionen an die interessierte Öffentlichkeit zu treten. Von Franz Lehár bis Mark Twain spannt sich der Bogen der Persönlichkeiten, die hier verweilten, teils um zu komponieren, zu dichten oder zu entspannen.

85 geräumige, luxuriös eingerichtete Zimmer bieten Eleganz und Stil, um höchsten Ansprüchen gerecht zu werden. Jede der vier Zimmerkategorien unterstreicht den Charme des Hotels auf ihre eigene Weise.

Egal ob Sie sich nach einem Wiener Kaffee, einem Glas Wein oder einfach nur ein wenig Ruhe sehnen – in der Atriumbar sind Sie genau richtig. Die Bar im 1. Stock des Hotels verbindet das Flair der Wiener Gründerzeit mit dem innenarchitektonischen Esprit dieses Jahrtausends.

Die unvergleichliche Symbiose aus Tradition und Moderne, Vergangenheit und Gegenwart, künstlerischer Raffinesse und purem Genuss verleiht dem Ambassador Hotel sein besonderes Flair als Top-Hotel in Wien.

www.ambassador.at



C. STEFAN JOHAM

„In vielen Bereichen stehen wir besser da als vor der Krise.“
Matthias Winkler, Geschäftsführer der Sacher Hotels



C. HOTEL SACHER

„Wird wegen des Umfelds an der Qualität gespart, werden Gäste vergrault.“
Alexander Ipp, Geschäftsführer der IPP-Hotels



Trotz Inflation erleben die Stadthotellerie und Tourismusbetriebe einen Aufschwung.

Tourismus im Wandel

Geänderte gesellschaftliche und ökonomische Rahmenbedingungen stellen den Tourismus vor diverse Herausforderungen. Das wiederum birgt die Chance für Veränderung.

Die gute Nachricht zuerst: Die Reiselust ist trotz Inflation, Energiekrise und Ukraine-Krieg ungebrochen. Damit haben Tourismusbetriebe zumindest eine Sorge weniger – nämlich jene, dass Gaststuben und Betten in der Sommersaison leer bleiben. Das gilt auch für die Stadthotellerie. „Es geht uns besser, als wir aufgrund der Situation 2020 erwarten konnten“, sagt etwa Matthias

Winkler, Geschäftsführer der Sacher Hotels. Man habe sich von den herausfordernden Jahren der Pandemie erholt, es gehe stetig bergauf. „In vielen Bereichen stehen wir besser da als vor der Krise“, sagt Winkler, der davon überzeugt ist, dass „uns die Krisen der letzten Jahre auf- und wachgerüttelt haben“. Jede Krise sei eine „wunderbare Möglichkeit für Veränderungen und Modernisierung. Manchmal braucht es einfach diesen

Schritt aus der Komfortzone.“ Anstöße, diesen zu setzen, hat es zuletzt einige gegeben – und es wird sie weiterhin geben.

Die Sinne ansprechen
 „Wir erleben einen Paradigmenwechsel der Gesellschaft“, sagt etwa Thomas Reizenhahn, Geschäftsführer und Gesellschafter der Prodingler Tourismusberatung. Das gelte beispielsweise für die Ernährung. „Niemand will mehr abends

viele Gänge essen, die Gäste bevorzugen mehrere kleine Mahlzeiten über den Tag verteilt“, weiß Reizenhahn. Parallel dazu würden Gäste Essenstrends wie multikulti, vegetarisch oder vegan immer mehr schätzen – nicht nur im Alltag, sondern auch im Urlaub. „Das ist eine große Herausforderung, es sind neue Konzepte gefragt“, sagt Reizenhahn. Weitere Themen für den Tourismus seien dem Experten zufolge die wachsende Zahl der Alleinstehenden sowie der „Best Ager“ – Personen über 50 Jahre –, welche die am stärksten wachsenden Bevölkerungsgruppen darstellen. Diese Zielgruppen anzusprechen, sei ebenfalls eine neue Chance für Hotels, aber auch Regionen. Reizenhahn weist auf einen weiteren Paradigmenwechsel der Gesellschaft hin: „Sie entwickelt sich von einer Erlebnisgesellschaft hin zu einer Sinngesellschaft. Das bedeutet, dass sich die Gäste etwas aus dem Urlaub in den Alltag mitnehmen wollen.“ Ausge-

hend von der bereits bestens etablierten Medical Wellness, zu der Fastenurlaube, Kuren sowie Wellnessangebote zählen, würde sich dieser Trend nun auch auf Aktivitäten ausbreiten. „Es geht darum, die Sinne der Gäste anzuregen und ihnen die Augen für Kunst, Design oder Architektur etwa bei gemeinsamen Kochkursen, Lesungen oder Konzerten zu öffnen“, beschreibt Reizenhahn.

Energiefresser Spa und Küche
 Noch mehr als diese Entwicklungen brennt Tourismusbetrieben seit dem Vorjahr aber ein anderes Thema unter den Nägeln – die enorme Steigerung der Energiepreise. „Die Monatsrechnung für Gas hat allein im Althof in Retz im Jänner 27.000 Euro betragen“, erzählt Alexander Ipp, Geschäftsführer der privaten österreichischen IPP-Hotels. Mit Landgut & SPA, Kunst & Lifestyle sowie Smart & Budget betreibt er drei

Hotellinien mit insgesamt neun Hotels. Im Jahr zuvor seien es nur rund 8.500 Euro gewesen. „Aktuell haben sich die Energiekosten im Wesentlichen verdoppelt, teilweise verdreifacht“, sagt auch Sacher-Chef Winkler. Einzig wirksam, um der Kosten Herr zu werden, sei es, so wenig Energie wie möglich zu verbrauchen. Ganz so einfach sei dies nicht: „Der größte Energiefresser ist das Spa, dann die Küche“, sagt Ipp. Die Öffnungszeiten des ersteren zu reduzieren, sei aber keine Lösung. „Muss man wegen des Umfelds an der Qualität sparen, werden die Gäste nicht bereit sein, so wie bisher dafür zu zahlen und wir vergraulen sie. Wir haben alles durchgerechnet: Die Einsparungen durch reduzierte Leistungen bringen in Relation zum Umsatzentgang und einem möglichen Imageschaden nicht viel“, so Ipp, der weiters darauf verweist, dass diese Kosten auch nicht so an die Gäste weitergegeben werden



„Der Paradigmenwechsel der Gesellschaft verändert den Tourismus.“

Thomas Reiszahn, Geschäftsführer und Gesellschafter der Prodingler Tourismusberatung

Häusern nutzen wir Fernwärme“, sagt Ipp. Keine Alternative ist für seine Häuser Photovoltaik. „Wir haben entweder nicht so große Dachflächen oder zu wenig Sonneneinstrahlung“, bedauert Ipp.

Fokus Nachhaltigkeit

Die Energiekrise und die damit verbundenen Kostensteigerungen haben nun aber wahrscheinlich auch den letzten Touristiker:innen die Augen für ein ebenfalls immer dominanter werdendes Thema geöffnet – die Nachhaltigkeit. Wobei es dabei nicht nur um den ökologischen Aspekt, sondern sehr wohl auch um die soziale und ökonomische Komponente geht. „Die ESG-Kriterien werden immer wichtiger – etwa, wenn es um Finanzierungen bei Banken oder um Förderungen geht“, weiß Berater Reiszahn. Ein deutliches Signal in diesem Zusammenhang ist etwa die aktuelle Neuausrichtung der gewerblichen Tourismusförderung. So gibt es nun neben den bewährten Instrumenten – Zuschüsse, geförderte Kredite und Haftungsübernahmen – mit dem Nachhaltigkeitsbonus ein neues Instrument für Investitionen, um eben die ökologische, soziale und ökonomische Nachhaltigkeit zu stärken. Gefördert werden beispielsweise Investitionen im Bereich der Umwelt- und Ressourcenschonung, zur Schaffung attraktiver Personalunterkünfte und betrieblicher Kinderbetreuungseinrichtungen, für die Modernisierung von Zimmern und Gasträumen oder die Digitalisierung von Vertriebsprozessen. Neubauten sind übrigens, um die weitere Bodenversiegelung zu vermeiden, nur in Ausnah-

könnten. Diesen Weg geht auch Winkler: „Unser Spa-Bereich hat nach wie vor ab 15 Uhr geöffnet, davor nur auf Nachfrage. Aber dort, wo wir Einsparungspotenzial im Unternehmen feststellen, setzen wir dieses gezielt und effizient um. Das heißt, wir sparen überall, wo es möglich ist, nicht aber am Komfort unserer Gäste im Haus“, bekräftigt der Sacher-Chef.

Apropos Gäste: Auch diese gilt es in Richtung Energiesparen zu sensibilisieren. „Deutschen Zahlen zufolge verbraucht der Gast eines Fünf-Sterne-Hotels durchschnittlich 120,6 Kilowattstunden pro Nacht, in einem Drei-Sterne-Hotel im Mittel 52,6 Kilowattstunden. Bleibt der Pro-Kopf-Verbrauch auf diesem Niveau, setzt ein negativer Prozess ein: Hotels müssen höhere Preise verlangen. Die höheren Preise senken dann allerdings die Nachfrage und Auslastung. Mit geringerer Auslastung bei konstanten energetischen Fixkosten steigen die Energieverbräuche pro Gast und Nacht, was erneute Preiserhöhungen zur Folge hätte“, sagt

Ulrich Schlick, stellvertretender Hauptgeschäftsführer Bereichsleiter Messe und Vertretungen in der DHK. Die Sensibilisierung der Gäste für die Verbrauchsminderung und ein entsprechend bewusstes Verhalten würden sicherlich kurzfristige Optimierungspotenziale ergeben, so Schlick, der darauf hinweist, dass auch die Chancen des digitalen Verbrauchsmonitorings und der prozessorientierten Betriebsoptimierung bei Weitem noch nicht ausgereizt seien.

Doch selbst die Einsparungsmaßnahmen sind nur ein Tropfen auf dem heißen Stein: „Wir haben im Jänner 2023 gegenüber dem Jänner des Vorjahres rund 15 Prozent Energie gespart – und trotzdem um 150 Prozent mehr für Strom und Gas ausgegeben“, sagt Ipp. Ein weiterer Ansatz sind für beide Hoteliers alternative Energiequellen. In Retz etwa plant die IPP-Gruppe den Bau einer Hackschnitzelheizung, das Hotel Schwarz Alm bei Zwettl wird bereits mit Pellets geheizt. „Im Arte Hotel in Krems und den anderen

meffallen förderbar. „Das ist ein mutiger Schritt“, so Reiszahn.

Für Winkler steht Nachhaltigkeit ebenfalls ganz oben. „Sie hat definitiv eine zentrale Bedeutung für die Tourismusbranche. Wer nicht nachhaltig agiert, den wird es in Zukunft nicht mehr geben“, ist er überzeugt. Die Sacher Betriebe würden als familiengeführtes Unternehmen seit Generationen nachhaltig agieren. „Unsere oberste Prämisse ist es, die Sacher Betriebe genauso erfolgreich an die nächste Generation weiterzugeben, wie sie uns von der vorherigen Generation übergeben wurden“, sagt Winkler. Aktuell lasse das Unternehmen seinen CO₂-Fußabdruck ausrechnen und werde dementsprechend seine Nachhaltigkeitsstrategie adaptieren. „Wir müssen schnell beginnen, Aktionen zu setzen, auch wenn die Umsetzung viel Zeit und Geld kostet. Aber das sollte, nein, muss es uns wert sein“, so Winkler. Immer öfter springen nicht nur einzelne Betriebe, sondern ganze Regionen auf den Nachhal-

tigkeitszug auf. So hat es sich das Tiroler Alpbachtal schon vor einigen Jahren zum Ziel gesetzt, zu einer „Green Destination“ und damit zum Vorreiter im nachhaltigen Tourismus zu werden. „Mit dem Congress Centrum Alpbach (CCA) und seinem Green-Meeting-Konzept gilt die Destination Alpbachtal bereits seit Jahren als Vorreiter für nachhaltigen Tourismus“, sagt Birgit Angermair, zuständig für Marketing mit Schwerpunkt Nachhaltigkeit im Tourismusverband Alpbachtal. Bereits seit Längerem können Gäste mit der Alpbachtal-Card kostenlos die Öffis benutzen, aktuell weist die Region die höchste Dichte an umweltzertifizierten Betrieben auf. Und vor Kurzem wurde der „Gemeindeverband Klimawerkstatt Alpbachtal“, der aus den Gemeinden Alpbach, Kramsach, Münster, Reith im Alpbachtal und der Marktgemeinde Brixlegg besteht, gegründet. Ziel des neuen Gemeindeverbands ist es, einen großen Beitrag für eine CO₂-freie und nachhaltige Region Alpbach

zu leisten. „Unter anderem wird ein Energieleitbild erarbeitet“, sagt Angermair, die darauf verweist, dass in Tirol jeder Tourismusverband eine eigene Person zur Nachhaltigkeitskoordination benötige.

Angesichts der Komplexität des Themas wäre eine individuelle Beratung und Betreuung für Unternehmen wünschenswert, sagt auch Winkler. Das würde vielen den Weg beispielsweise zu erneuerbarer Energie erleichtern und Nachhaltigkeit in einigen Branchen vorantreiben. „Die meisten Betriebe, so wie wir auch, haben wenig Kenntnis und Fachwissen. Deswegen ist es, so denke ich, in diesem Punkt besonders wichtig, sich Expertise aus Fachkreisen zu holen. Das tun wir bereits“, so Winkler. DHK Experte Schlick, der daher für Dienstleister aus diesen Bereichen viel Potenzial sieht, stößt ins selbe Horn: „Tourismusbetriebe sind Gastgeber und keine Energie- oder Nachhaltigkeitsexperten.“

Ursula Rischaneck

Unsere Experten kennen sich mit den österreichischen und deutschen Vorschriften aus. Wir erledigen für Sie:

Jetzt mehr erfahren!
hk-bilanzservice.at



1. Lohnbuchhaltung / Personalverrechnung
2. Umsatzsteuervertretung / Fiskalvertretung
3. Buchhaltung
4. Steuererklärung durch Steuerberater:innen

Erfolg braucht starke Partner!
Nehmen Sie mit uns Kontakt auf:

+43 1 545 14 17-34
steuern@dhk.at

HK
HK Bilanz & Service GmbH



Ulrich Traxlmayr, Geschäftsführer des gleichnamigen Traditionscafés in Linz, sieht Roboter Bella als eine wichtige Stütze für die Servicekräfte.

C. THOMAS TOPF

„Entlastung, kein Ersatz“

In der Gastronomie fehlen Tausende Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Unternehmen steuern mit kreativen Lösungen entgegen – unter anderem mit dem Einsatz von Servicerobotern.

Rund 30.000 Fachkräfte fehlen aktuell im heimischen Tourismus, viele davon in der Gastronomie. Ähnlich die Situation in Deutschland: auch hier suchen Gastronomiebetriebe und Hotels händeringend nach Mitarbeitenden. Die Personalnot zwingt die Unternehmen zu einem gewagten Spagat. Sie müssen einerseits die von den Gästen gewohnte Leistung erbringen und andererseits dafür sorgen, die aktiven Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nicht noch weiter zu überlasten. Strategien dazu gibt es verschiedene. Lösungen aus dem Bereich Digitalisierung sind ebenfalls gefragt: KI-gestützte Telefonassistenten, Onlinebuchungs- und Online-Reservierungssysteme, digitale Speisekarten, die gleich mit einem automatisierten Bestellvorgang verbunden sind, oder digitaler Check-in beziehungsweise Check-out entlasten bestehendes Personal. Das verspricht auch der Einsatz von Servicerobotern, die aber noch eher selten in heimischen Gastronomiebetrieben zu finden sind. Einer davon ist das 1847

gegründete Traditionscafé Traxlmayr in Linz. Dass Roboter Bella hier seit mehr als einem Jahr zum Team gehört, beruht allerdings auf einem Zufall. „Für mich wurden Serviceroboter erst zum Thema, als ich von einem Unternehmen deshalb angeschrieben wurde“, erzählt Geschäftsführer Ulrich Traxlmayr. Angesichts der Tatsache, dass nach den Lockdowns Personal nur schwer zu finden, der Gästeandrang aber groß war, wagte der Cafétier das Experiment. „Und ich wollte die Technologie ausprobieren“, so Traxlmayr. Dabei beschränkte er sich allerdings auf einen „weniger innovativen beziehungsweise mutigen“ Einsatz. „Bella bringt das gebrauchte Geschirr und Leergut, das von unserem Personal aufgeladen wird, von der Servierstation in die Küche. Direkten Kontakt mit den Gästen hat sie nicht“, beschreibt Traxlmayr. Dieser sei nach wie vor den menschlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern vorbehalten, die dafür nun mehr Zeit hätten.

Die Vorteile der Automatisierung liegen für Traxlmayr auf der Hand: Einer-

seits habe das Personal mehr Zeit für die Beratung und Betreuung der Gäste, andererseits werde es spürbar entlastet. „Die Servicekräfte sparen sich viele Schritte und müssen nicht mehr so schwere Lasten tragen.“ Und noch etwas spricht für die automatisierten Hilfskräfte: „Bella ist bis jetzt noch nie ausgefallen, wir müssen sie nur einmal im Monat neu starten“, sagt Traxlmayr.

Kein Wunder also, dass Restaurantbesitzerinnen und -besitzer davon überzeugt sind, dass Roboter in den nächsten Jahren in der Gastronomie immer mehr Fuß fassen werden – nicht nur im Servicebereich, sondern auch etwa bei der Zubereitung von Speisen und Getränken. Doch so manchen schreckt der Preis ab. „Bella hat rund 12.000 Euro gekostet“, sagt Traxlmayr. Der Return of Investment werde allerdings nach durchschnittlich 121 Tagen erreicht. Nicht zuletzt gilt es, auch das Personal ins Boot zu holen. „Wir haben von Anfang an klar kommuniziert, dass der Roboter niemandem den Arbeitsplatz wegnimmt“, so Traxlmayr. *Ursula Rischaneck*



Gößweinstein | Fränkische Schweiz



Restaurant – Weinstube Hammerschmiedsmühle
Haßfurt | Haßberge



Vogelinsel am Altmühlsee
Muhr a. See | Fränkisches Seenland

Mach Franken zu deiner Natur – So schön ist nachhaltiger Urlaub

Großer Urlaubsgenuss bei kleinem CO₂-Fußabdruck, und das auch noch herrlich unkompliziert: In Franken stellt dies keinen Widerspruch dar. Vor allem die fränkischen Naturparks stehen für nachhaltigen Urlaub, doch Franken setzt auch in vielen anderen Bereichen auf dieses Thema – von naturnahen Übernachtungsmöglichkeiten über regionalen Genuss und „Waldgesundheit“ in fränkischen Kurwäldern bis hin zum nachhaltigen Lifestyle. Ebenfalls im Fokus: die unkomplizierten Möglichkeiten, umweltschonend mit Bussen, Bahnen und E-Car-Sharing nach und in Franken unterwegs zu sein.

Inspirierend, crossmedial und nachhaltig: Für diese starke Verbindung steht „Perspektivwechsel – Nachhaltige Urlaubserlebnisse in Franken“. Unter diesem Namen hat FrankenTourismus seine Jahres-Kampagne 2023 gestartet und setzt damit seine nachhaltigen Urlaubsangebote stimmungsvoll und authentisch in Szene. Kernaussage der Kampagne: So schön ist nachhaltiger Urlaub in Franken!

Im Mittelpunkt steht hochwertiger Video-Content, den FrankenTourismus unter dem Titel „Perspektivwechsel – Nachhaltige Urlaubserlebnisse in Franken“ produziert hat. Entstanden sind kurze Clips in moderner Bewegtbild-Sprache, mit einheitlichem Auftritt und in hoher Qualität.

Für die Videos war FrankenTourismus in allen 16 fränkischen Ferienlandschaften unterwegs, um die große Bandbreite der nachhaltigen Angebote abzubilden: Einzigartige Natur- und Aktiverlebnisse in

den fränkischen Naturparks, regionaler Genuss oder Gastgeber wie das erste klimapositive Hotel in Deutschland sind nur einige Beispiele.

Pro Gebiet wurde ein Clip produziert, der auf der Website von FrankenTourismus sowie in seinen YouTube-Kanal eingebunden ist und auch von den Gebieten selbst verwendet wird. Aus dem Rohmaterial sind zusätzlich ein gesamtfränkischer und neun gebietsübergreifende Clips zu Themen wie nachhaltiger Familienurlaub, nachhaltige Unterkünfte, nachhaltige Outdoorerlebnisse oder nachhaltiger Städte- und Wellnessurlaub sowie 27 Insta-Stories und 16 Insta-Reels entstanden. Die Resonanz auf die insgesamt 26 Videos ist sehr hoch: Sie wurden bereits über 200.000 Mal auf YouTube und Instagram angesehen.

www.frankentourismus.de/nachhaltiger-urlaub

FRANKENTOURISMUS/THOMAS GLOMM; HASSBERGE TOURISMUS/CAROLIN ULRICH; FRANKENTOURISMUS/LEUE



C. DZT/FARIDEH DIEHL

„Investments in die digitale Transformation sind zugleich Investments in einen nachhaltigen Tourismus.“

Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der Deutschen Zentrale für Tourismus e. V. (DZT)

„Grüne“ Reisen auf dem Vormarsch

Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der Deutschen Zentrale für Tourismus e. V. (DZT), über das Reiseland Deutschland, Nachhaltigkeit und Digitalisierung im Tourismus.

ASPEKTE: *Blicken wir eingangs zurück auf das Tourismusjahr 2022 – wie ist dieses für den deutschen Tourismus gelaufen?*

Petra Hedorfer: Im Vergleich zu den ersten beiden Pandemie Jahren, in denen viele Reisende weltweit bevorzugt im eigenen Land unterwegs waren, konnten wir 2022 eine deutliche Erholung der internationalen Reisen aus Europa und den USA verzeichnen. Erfreulich ist dabei die Entwicklung bei den Reisen der Europäerinnen und Europäer weltweit: Hier liegt Deutschland im Ranking der beliebtesten Destinationen auch im schwierigen Jahr 2022 erneut auf Platz 2 nach Spanien.

Wie war das Verhältnis zwischen in- und ausländischen Gästen?

Hedorfer: Die Zahl der internationalen Übernachtungen in Deutschland stieg nach Angaben des Statistischen Bundesamtes 2022 im Vorjahresvergleich um 120 Prozent von 31,0 auf 68,1 Millionen. Damit erreichten die Ausländerübernachtungen bereits wieder 76 Prozent des Rekordniveaus von 2019. Der Anteil der internationalen Übernachtungen am Deutschlandtourismus insgesamt liegt aktuell bei 15,1 Prozent.

Welche Rolle spielen dabei Gäste aus Österreich, welche Regionen sind bei diesen am beliebtesten?

Hedorfer: Österreich steht mit 3,6 Millionen Übernachtungen auf dem vierten Platz der Quellmärkte für Deutschland – nach den Niederlanden (10,3 Millionen), der Schweiz (5,8 Millionen) und den USA (5,4 Millionen). Das beliebteste deutsche Bundesland für österreichische Gäste ist Bayern vor Baden-Württemberg. Bei den Regionen beziehungsweise Städten liegt München vor Berlin und Hamburg an der Spitze.

Wie positioniert sich das Urlaubsland Deutschland heuer in Österreich? Und welche sind generell die zentralen Elemente des Tourismuslandes Deutschland?

Hedorfer: Für die Österreicherinnen und Österreicher sind die kulturellen Aspekte in Kombination mit den natürlichen Gegebenheiten die wichtigsten Reisemotive. Deshalb nutzen wir dieses Jahr neben der UNESCO-Kampagne zwei Kampagnen mit einem starken „grünen Fokus“: zum einen

die Nachhaltigkeitskampagne „FEEL GOOD“, die sehr fokussiert klima- und umweltfreundliche Angebote bewirbt, zum anderen unsere „Embrace German Nature“-Kampagne. Diese zeigt, wie vielfältig und einzigartig Naturlandschaften in Deutschland sind und wie ressourcenfreundlich diese bereist werden können. Auch die Neuauflage unserer Städtekampagne in Kooperation mit der ÖBB zielt darauf, das Interesse an Städte- und Kulturthemen mit einer klimafreundlichen Anreise zu verbinden.

Gibt es eigentlich Unterschiede zwischen österreichischen und deutschen Gästen?

Hedorfer: Wir sehen keine generellen Unterschiede. Was österreichische und deutsche Gäste verbindet, ist, dass sie besonderen Wert auf ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis legen.

In Österreich sind in den Pandemie Jahren Ferienwohnungen und Camping im Trend gelegen. Gab es in Deutschland eine ähnliche Entwicklung?

Hedorfer: Es gab auch bei uns tatsächlich Verschiebungen während der coronageprägten Jahre 2020 und 2021. Betriebe der Hotellerie – also Hotels, Gasthöfe und Pensionen – verzeichneten trotz der deutlichen Erholung noch 12,5 Prozent weniger Übernachtungen als 2019. Den Ferienunterkünften fehlten dagegen nur noch 2,8 Prozent auf das Niveau von 2019, während die Campingplätze ihre Übernachtungszahlen im Vergleich zu 2019 sogar um 12,4 Prozent erhöhen konnten.

Hat sich Reisen bzw. Urlaub durch die Pandemie noch in anderen Bereichen verändert?

Hedorfer: Nachhaltigkeit spielt auch bei den potenziellen Deutschreisenden eine immer größere Rolle. Laut IPK International (Anm.: weltweit tätiges Tourismus-Beratungsunternehmen) halten 45 Prozent der Befragten Maßnahmen im Hinblick auf Nachhaltigkeit generell für wichtig, weitere 34 Prozent sogar für sehr wichtig. Deutschland belegt im Hinblick auf sein touristisches Angebotspektrum in dieser Umfrage Platz 3 in der Wahrnehmung der Kundinnen und Kunden.

Weitere Trends, die sich aus den Analysen von IPK International ablesen

lassen: Längere Urlaubsreisen legen stärker zu als die Kurzreisen, Reiseausgaben steigen und der Anteil der Onlinebuchungen wächst weiter. Im Modalsplit der Verkehrsmittel gewinnt die Bahn deutlich.

Während sich der Freizeittourismus nach der Pandemie erstaunlich schnell erholt hat, haben Städtereisen und der Bereich Business Traveling dazu länger benötigt – wie steht es aktuell um die beiden Letztgenannten?

Hedorfer: Marktsegmente, in denen das Reiseland Deutschland bereits Top-Positionen aufgebaut hat, verzeichnen auch Post-Corona eine dynamisch wachsende Nachfrage. Das zeigt sich gerade bei Städtereisen und im Business Travel. So interessieren sich 61 Prozent der potenziellen Deutschreisenden laut IPK vor allem für Städtetrips. Das Geschäftsreisesegment erholt sich zwar langsamer als die Privat- und Urlaubsreisen. Trotzdem kann Deutschland seine Position als führendes Geschäftsreiseziel der Europäer weiter ausbauen.

Welche Bedeutung hat eigentlich der Tourismus für die deutsche Wirtschaft?

Hedorfer: Eine sehr große. Der Tourismus in Deutschland hat im Jahr 2019, also dem letzten vor der Corona-Krise, als direkte Effekte 124 Milliarden Euro und damit vier Prozent der volkswirtschaftlichen Wertschöpfung erwirtschaftet.

Fortsetzung auf Seite 61

INFO zur Person

Petra Hedorfer ist seit 1998 bei der Deutschen Zentrale für Tourismus. Die Diplom-Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlerin übernahm nach Stationen im Handel und Kulturmanagement 1998 die Leitung des weltweiten Marketings bei der DZT, wurde im Jahr 2000 Marketingvorstand und im November 2003 zur Vorsitzenden des Vorstandes bestellt.



GETTY IMAGES

Extended Reality eröffnet der Tourismusbranche neue Wellen

Neue Technologien prägen den Tourismus von morgen

Extended Reality und Metaverse revolutionieren die Tourismusbranche. Doch welche Vorteile bieten die Entwicklungen?

Der technische Fortschritt macht auch vor der Tourismusbranche nicht halt. Zukunftsthemen wie Extended Reality und Metaverse stehen im Mittelpunkt einer Forschungskooperation der BTV mit dem Fraunhofer Institut. Dank der Zusammenarbeit ist die BTV immer auf dem aktuellsten Stand der Entwicklungen. Dadurch stehen unsere Expert:innen den Kund:innen als Sparringspartner:innen zur Seite und bieten Impulse zur praktischen Umsetzung im Unternehmen.

Technologie der Zukunft

Extended Reality ist ein Sammelbegriff für real und virtuell kombinierte Umgebungen durch Computertechnologie: Augmented Reality, Mixed Reality, Virtual Reality und Augmented Virtuality. Dies ermöglicht zum einen die visu-

elle Umgestaltung der realen Welt und zum anderen das Eintauchen in eine alternative, virtuelle Welt.

Revolution für die Tourismusbranche

Betriebe und Destinationen können völlig neue Wege bei der Gästeansprache beschreiten. Touristiker:innen erhalten die Chance, mit Gästen im virtuellen Raum zu kommunizieren und sie zu beraten. Darüber hinaus kann die Überlagerung von realen und virtuellen Realitäten auch im Urlaub selbst eingesetzt werden. Dabei ist die richtige Mischung entscheidend – wie viel „echte“ Umwelt und „echtes“ Erlebnis wird Gästen angeboten und wie viel virtuelle Überlagerung wird in die persönliche Erlebniswelt eingespielt?

Ein innovatives Konzept dafür stellen sogenannte „Metahotels“ dar. Sie existieren in einem virtuellen Raum, in dem Werbung, Interaktion und virtuelle Erlebnisse möglich sind. Durch das Metaverse können Gäste

das Hotel schon vor dem Urlaub virtuell besichtigen und erleben. Dies bietet interessante Upselling-Möglichkeiten bei der Wahl der Zimmerkategorien oder bei Freizeitangeboten. Die Nutzung von Extended Reality und Metaverse wird Gäste in futuristische Welten entführen und eröffnet für Tourismusbetriebe neue zukunftsweisende Geschäftsmodelle.

Mehr Informationen zum Tourismus von morgen

Sie möchten mehr erfahren? Gerne informieren wir Sie auf unserer Website über die wichtigsten Branchentrends und beraten Sie zu den besten Einsatzmöglichkeiten in Ihrem Unternehmen.

KONTAKT

Bank für Tirol und Vorarlberg Aktiengesellschaft
Stadtforum 1, 6020 Innsbruck
tourismus@btv.at
www.btv.at/tourismus



C. DZT/FARIDEH DIEHL

„Deutschland liegt im weltweiten Ranking der Reiseziele aktuell hinter Italien und Spanien und vor Frankreich sowie den USA auf Platz drei.“

Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der Deutschen Zentrale für Tourismus e. V. (DZT)

Wie sind die Erwartungen für das Jahr 2023, gibt es erste Trends?

Hedorfer: Laut einer von der DZT exklusiv zur ITB (Internationale Tourismus-Börse Berlin) beauftragten Umfrage durch IPK International haben sich bereits 71 Prozent der Auslandsreisenden weltweit zu Beginn des Jahres fest entschieden, 2023 grenzüberschreitend zu verreisen. Deutschland liegt dabei im weltweiten Ranking der Reiseziele aktuell hinter Italien und Spanien und vor Frankreich sowie den USA auf Platz drei. Zu dieser Position trägt das starke Markenimage Deutschlands bei. So belegte Deutschland 2022 im „Anholt Ipsos Nation Brands Index“ zum achten Mal insgesamt und zum sechsten Mal in Folge den ersten Platz als Marke im Vergleich von 60 führenden Nationen weltweit.

Sie haben es bereits erwähnt – Nachhaltigkeit wird auch im Tourismus zunehmend Thema. Aber was bedeutet sie?

Hedorfer: In unserer Nachhaltigkeitsstrategie, die auf die Balance von Ökonomie, Ökologie und sozialer Verantwortung ausgerichtet ist, spielt die Umwelt eine entscheidende Rolle. Denn ein Tourismus, der nicht sensibel für den Schutz der Umwelt ist, entzieht sich selbst die Lebensgrundlage. Deshalb setzt sich die DZT schon seit Jahren mit dem Dreiklang „Messen – Mindern – Kompensieren“ für einen nachhaltigen, ressourcenschonenden Qualitätstourismus ein. Angebotsseitig unterstützen wir den Ansatz, indem wir gezielt zertifizierte Angebote, längere Aufenthaltsdauern und Reisen auch außerhalb der Hauptsaison bewerben. Eine wichtige Rolle spielt in diesem Zusammenhang auch der Einsatz digitaler

Tools, die beispielsweise zur Entzerrung von Besucherströmen beitragen können.

Wollen Kundinnen und Kunden überhaupt nachhaltiger reisen bzw. urlaube? Oder entscheiden sie sich nicht doch – gerade in diesen Zeiten – eher für das wirtschaftlichste Angebot?

Hedorfer: Natürlich spielen wirtschaftliche Angebote für Kundinnen und Kunden eine Rolle, aber trotz steigender Preise und hoher Inflation wird die Nachhaltigkeit auch für sie immer wichtiger: 62 Prozent der internationalen CEOs und Key Accounts des „DZT Travel Industry Expert Panels“ sehen im Buchungsverhalten eine Verschiebung hin zu nachhaltigen Produkten. Mehr als drei Viertel betrachten Deutschland bereits heute als nachhaltiges Reiseziel, fast 60 Prozent vermarkten diesen Aspekt gezielt. Und rund 71 Prozent der Expertinnen und Experten erwarten für die kommenden drei Jahre, dass nachhaltige Angebote noch stärker gebucht werden. Allerdings wird in diesen Untersuchungen auch deutlich, dass Kundinnen und Kunden heute nach mehr detaillierteren Informationen suchen und das Preis-Leistungs-Verhältnis stärker prüfen.

Kommen wir zu einem anderen prägenden Thema – der Digitalisierung. Sie verändert Wirtschaft und Arbeitswelt – gilt das auch für den Tourismus? Wie passiert die Veränderung?

Hedorfer: Die Digitalisierung ist die Voraussetzung für Fortschritte in den zentralen Handlungsfeldern Klimaneutralität, Umwelt- und Naturschutz, Fachkräftesicherung und wettbewerbsfähiger Tourismus. Investments in die digitale Transformation sind also zu-

gleich Investments in einen nachhaltigen Tourismus, von dem letztlich auch die traditionellen Anbieter profitieren.

Aber wie können besonders kleine Anbieter, wie z. B. Pensionen, darauf reagieren – für viele ist die Digitalisierung ja auch eine finanzielle Frage? Müssen sie das überhaupt oder haben sie Alternativen dazu?

Hedorfer: Auf die kleinen Anbieter wird bei der Digitalisierung nicht vergessen. Durch die Breitbandförderung des Bundes soll bis 2030 flächendeckend jeder Haushalt und jedes Unternehmen in Deutschland einen Glasfaseranschluss erhalten haben.

Wie unterstützt die DZT Klein- und Mittelbetriebe, die den deutschen Tourismus prägen, auf ihrem Weg zu mehr Nachhaltigkeit und Digitalisierung?

Hedorfer: Bei der Digitalisierung ist vor allem die grenzüberschreitende Verfügbarkeit von qualitativ hochwertigen touristischen Daten von hoher Relevanz, damit der Tourismusstandort Deutschland im internationalen Wettbewerb langfristig seine Position halten und ausbauen kann. So geht in diesen Wochen unser Open-Data-/Knowledge-Graph-Projekt für den Deutschlandtourismus live. Dabei führen die DZT und ihre Partner, wie beispielsweise die Landesmarketingorganisationen (LMO) oder die Magic Cities (Anm.: Zusammenschluss der zehn größten Städte Deutschlands), Daten aus ganz Deutschland zusammen. Einheitlich strukturiert und lesbar, stehen sie Plattformpartnern grenzüberschreitend über eine entsprechende Plattform für touristische Nutzungen zur Verfügung.

Das Interview führte Ursula Rischaneck.

Die Podiumsdiskussion mit Vertretern der Wirtschaft moderierte ORF-Chefredakteur Wolfgang Schaller. (v. l. n. r. **Anders Indset**, **Thomas Birtel**, **Wolfgang Schaller**, **Christian Jauk**, **Joachim Schönbeck**)



Die kultivierte Atmosphäre der Aula der Alten Universität Graz bildete den Rahmen für die Veranstaltung, zu der sich rund 150 Vertreter:innen der steirischen Wirtschaft einfanden.



C.SCHELHAMMER CAPITAL BANK/WERNER KRUG...ALLE FOTOS

Rückblick

DHK NEUJAHRSEMPFANG 2023

Wirtschaftsphilosoph Anders Indset reflektiert eine paradoxe Welt

Nach zwei Jahren Unterbrechung konnte am 17. Januar 2023 wieder der traditionelle Neujahrsempfang der Deutschen Handelskammer in Österreich (DHK) in der Aula der Alten Universität Graz stattfinden. Zur Veranstaltung luden der Honorarkonsul der Bundesrepublik Deutschland für Steiermark und Kärnten und Vorstandsvorsitzender der Andritz AG, Joachim Schönbeck, sowie der Vorsitzende der Landesdelegation Steiermark der Deutschen Handelskammer in Österreich (DHK) und der CEO der GRAWE Bankengruppe, Christian Jauk, nach Graz. Ungewohnt der Auftritt, überraschend die Gedanken und

dann doch wieder konventionell in den Folgerungen, jedenfalls aber diskussionsanregend war die Keynote des norwegisch-deutschen Wirtschaftsphilosophen Anders Indset mit dem Titel „Quantenwirtschaft – Was kommt nach der Digitalisierung“. Der Philosoph liebt Paradoxa und ungewöhnliche Wortschöpfungen, aus denen Anregungen und letztlich Handlungsanweisungen entstehen sollen. „Die Lage ist besser als die Stimmung“, stellte Joachim Schönbeck, Vorstandsvorsitzender der Andritz AG, im Anschluss an die Keynote fest. Die Energiewende biete viele Chancen

für die Anlagen-Industrie. Thomas Birtel, ehemaliger Vorstandsvorsitzender der Strabag SE, sieht für die Bauwirtschaft in den gegenwärtigen Umbrüchen auch Chancen: So seien etwa die öffentlichen Investitionen in Verkehrsinfrastruktur und die innovativen Technologien „stabilisierende Elemente“ für seine Branche. Christian Jauk, Vorstandsvorsitzender der Schelhammer Capital Bank und Chef der DHK Landesdelegation Steiermark, kritisierte die inflationstreibende Geldpolitik der EZB und die geringe Treffsicherheit der Unternehmenshilfen der Bundesregierung.

1 „Wir brauchen bessere Probleme“, so **Anders Indset**, einer der einflussreichsten Denker in den Bereichen Führung und Wirtschaft, in seiner Keynote.

Vorschau

DHK MATINEE

Residenz & Rotunde

Am 17. Juni 2023 wird die Residenz in Salzburg wieder zum Treffpunkt der deutschen und österreichischen Wirtschaft und Politik. Michael Hüther, Direktor des Instituts der deutschen Wirtschaft und Vorsitzender des Aufsichtsrats TÜV Rheinland AG, wird die Festrede halten. Nach der traditionellen Festveranstaltung der DHK geht es am Abend nach Bayern. Die Konzertrunde in Bad Reichenhall bildet den stilvollen Rahmen für den Gesellschaftsabend.

oesterreich.ahk.de/matinee

Kick-off zum #technologieforum2024

„Mission Zukunft – Transformation der Wirtschafts- und Energiesysteme“ lautet das Motto des 7. Deutsch-Österreichischen Technologieforums, das am 13. und 14. März 2024 namhafte Größen aus Wirtschaft und Wissenschaft beider Länder in Wien zusammenbringt. Schon im Vorfeld zur Veranstaltung widmet sich das Teaser-Event am 11. Oktober 2023 den Fokusthemen „Erneuerung, Wandel, Innovation.“ Veranstaltet wird das Erfolgsformat von DHK und Fraunhofer Austria Research.

Tickets:
www.technologieforum-dhk.at

SAVE THE DATE

DHK Generalversammlung

Save-the-Date für Mittwoch, 29. November 2023. Anlässlich der Generalversammlung 2023 erwarten wir Michael Kretschmer, Ministerpräsident des Freistaates Sachsen. Die Festveranstaltung „Sächsischer Abend“ ergänzt das Programm der Deutschen Handelskammer in Österreich.

v. l. n. r. **Markus Mühleisen**, **Gabriel Felbermayr**, **Hans Dieter Pötsch** – DHK Hauptgeschäftsführer Thomas Gindele moderierte die Jahrespressekonferenz der DHK im APA Pressezentrum.



Bayerns Wirtschaftsminister **Hubert Aiwanger** eröffnete das erste Bayerisch-Österreichische Wasserstoffforum in Wien.

RÜCKBLICK

Bayerisch-Österreichisches Wasserstoffforum

Wie kann die bayerische und österreichische Zusammenarbeit im Bereich Wasserstoff ausgebaut und intensiviert werden? Dazu gaben Wasserstoff-Expert:innen beider Länder in Wien spannende Einblicke zu den neuesten Entwicklungen und Anwendungen. Eröffnet wurde die höchstrangig besetzte Veranstaltung im Raiffeisenforum durch Bayerns Wirtschafts- und Energieminister Hubert Aiwanger und Eva Landrichtinger, Generalsekretärin, Bundesministerium für Arbeit und

Wirtschaft der Republik Österreich. Das „1. Bayerisch-Österreichische Wasserstoffforum“ am 20. April wurde im Namen des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie mit dem Zentrum Wasserstoff.Bayern (H2.B) von der Deutschen Handelskammer in Österreich organisiert und bot den H2-Akteur:innen eine Plattform zum engen Austausch über die aktuellen Wasserstoffstrategien von Österreich und Bayern.

DHK LUNCH

Wendepunkt in der europäischen Politik

Ergebnisse der „EU-Zukunftskonferenz“: „Kein Mitgliedstaat ist groß genug, um die anstehenden Probleme alleine zu bewältigen. Das schaffen wir nur gemeinsam“, erklärte Gunther Krichbaum, Mitglied des Deutschen Bundestags, beim DHK Lunch am 14. Februar 2023 im Grand Hotel Wien.



Gunther Krichbaum, seit 2002 Mitglied des Deutschen Bundestages (CDU), vertrat vom Mai 2021 bis Mai 2022 das Deutsche Parlament in der „Konferenz zur Zukunft Europas“, die Anstöße für EU-Reformen geben sollte.

RÜCKBLICK

Jahrespressekonferenz 2023

Bei der hybriden Jahrespressekonferenz 2023 am 25. April 2023 erläuterte DHK Präsident Hans Dieter Pötsch zusammen mit WIFO-Direktor Prof. Gabriel Felbermayr die Beziehungen zwischen den Wirtschaftspartnern unter Berücksichtigung der besonderen Standortherausforderungen für Industrie und Energiewirtschaft. Gemeinsam mit Markus Mühleisen, Vorstandsvorsitzender der AGRANA Beteiligungs-AG,

wurde auf die Transformationsanforderungen in Österreich und Deutschland eingegangen und ein Ausblick auf 2023/2024 gegeben.



C.DHK_GÜNTHER PEROUTKA

Weitere Informationen zur neuen Dienstleistung der DHK.



Doris Nöhner, Geschäftsführerin Panthera GmbH Corporate Finance Beratung und **Thomas Gindele**, Hauptgeschäftsführer DHK, besiegeln die Kooperationspartnerschaft für Unternehmenstransaktionen.

Unternehmenstransaktionen – ein Match zwischen ideellem und reellem Wert

Viele Unternehmen suchen Käufer:innen sowie externe Nachfolger:innen für ihren Betrieb. Für die am Kauf interessierten, aber auch die verkaufenden Personen sind die komplexen Prozesse eine große Herausforderung. Insbesondere muss ein realistischer Kaufpreis gefunden werden.

Unternehmenstransaktionen sollten sorgfältig geplant und professionell umgesetzt werden. Bereits vor dem eigentlichen Verkaufsprozess gilt es für Eigentümer:innen, das Unternehmen „verkaufsfähig“ zu machen – für Käufer:innen hingegen muss geklärt werden, WAS man denn eigentlich sucht und welche KANN- bzw. MUSS-Bedingungen an das Target geknüpft sind. Stolpersteine gibt es meist bei den Kaufpreisvorstellungen. Die Erwartungshaltungen der kaufenden als auch verkaufenden Personen liegen oft weit auseinander und der „ideelle Wert“ des Unternehmens wird nicht bezahlt. Der finale Kaufpreis entwickelt sich im Laufe des Prozesses. Eine Annäherung zwischen Käufer:innen und Verkäufer:innen ist essenziell für den erfolgreichen Abschluss einer Transaktion. Der erste Eindruck ist meist entscheidend. Darum gilt es, sehr gut vorbereitet zu sein und genügend Zeit einzuplanen, um auch den richtigen Zeitpunkt für

einen Verkauf bzw. Kauf abwarten zu können. Der Transaktionsprozess dauert in der Regel acht bis zwölf Monate, ist aber abhängig von diversen externen Faktoren, welche den Prozess erheblich verlängern können. Die Vorbereitung auf den Prozess ist hier noch mitzudenken und wesentlich von der Fitness des Unternehmens abhängig.

Sie suchen Unterstützung bei der Durchführung einer Unternehmenstransaktion und haben Fragen zum Verkauf

oder Kauf von Unternehmen? Das Thema Unternehmensnachfolge sollte geregelt werden? Die Deutsche Handelskammer in Österreich unterstützt Sie gemeinsam mit ihrem Kooperationspartner, der Panthera GmbH, bei allen Fragen rund um das Thema Unternehmenstransaktionen. Panthera Corporate Finance ist ein erfahrenes Beratungshaus in Bezug auf den Verkauf und Kauf von Unternehmen sowie die Regelung von Nachfolgethemen.

„Durch eine diskrete und vor allem erfahrene Transaktionsberatung kann der Verkaufspreis Ihres Lebenswerks maximiert und die Risiken, die mit der Übertragung von Firmenanteilen einhergehen, minimiert werden.“

Doris Nöhner, Geschäftsführerin Panthera GmbH Corporate Finance Beratung

ADVERTORIAL



Reinraumanlage des Fraunhofer-Instituts für Zelltherapie und Immunologie IZI in Leipzig: Hier findet die Herstellung von Zell- und Gentherapeutika für klinische Studien statt.

Thomas Horn, Geschäftsführer der Wirtschaftsförderung Sachsen GmbH (WFS)

Sachsen: Life-Sciences-Standort mit Potenzial

Sachsen hat sich als innovativer Life-Sciences-Standort etabliert – WFS-Geschäftsführer Thomas Horn über ein besonderes Ökosystem, Wachstumspotenziale und neue Vermarktungswege.

Was zeichnet den Life-Sciences-Standort Sachsen aus?

Thomas Horn: Sachsen ist ein attraktiver Standort für die Life-Sciences-Branche und bietet ein besonderes Ökosystem. Es überzeugt durch seine Potenziale für innovative, branchenübergreifende Zusammenarbeit und den erfolgreichen Austausch mit einer breit aufgestellten Forschungs- und Entwicklungslandschaft sowie etablierten Branchennetzwerken. Hinzu kommt eine große Dynamik bei wichtigen Zukunftsthemen.

Welche sind das?

Horn: Vor allem der Bereich Zell- und Gentherapie sowie regenerative Medizin. Sachsen ist hier nationales Leistungszentrum und bündelt u. a. im Leipziger Fraunhofer-Institut für Zelltherapie und Immunologie IZI, dem Netzwerk SaxoCell, der Plattform für personalisierte Arzneimittel und im europaweit einzigartigen Exzellenzcluster CRTD (Zentrum für Regenerative Therapien

Dresden) umfangreiche Expertise. Zudem steckt auch in Smart-Medical-Anwendungen, Medizin-Elektronik und Radiopharmazie großes Wachstumspotenzial.

Wie ist die internationale Wahrnehmung?

Horn: Das agile Umfeld in Sachsen bietet nicht nur innovativen Start-ups, die mit dem Accelerator-Programm „Medical Forge“ unterstützt werden, und Hidden Champions optimale Bedingungen. Auch zahlreiche internationale Unternehmen, wie die GENEWIZ Germany GmbH, ein führender Genomik-Dienstleister mit europäischem Sitz in Leipzig, oder die GlaxoSmithKline Biologicals, die hier Grippe-Impfstoffe für den Weltmarkt herstellen, schätzen den Standort.

Wo gehen Sie neue Wege bei der Vermarktung?

Horn: Seit gut einem Jahr vermarkten wir die Region um den Flughafen Leipzig/Halle als

„airea – The Airport Region in Central Germany“ gemeinsam mit dem Flughafen und den Wirtschaftsförderern aus Sachsen-Anhalt. Wir versprechen uns davon positive Impulse, da hier neben attraktiven Flächen auch die gesamte Wertschöpfungskette zur Verfügung steht. Insofern freuen wir uns, dass sich im Juli eine Unternehmerdelegation aus Österreich und der Schweiz davon überzeugen wird. www.airea-central-germany.de

SACHSEN!

KONTAKT:
Wirtschaftsförderung Sachsen
GmbH (WFS)
Tel.: +49 351 2138-0
info@wfs.saxony.de
www.standort-sachsen.de

Potenziale entfalten – Führungskräfte fördern

Das Cross Mentoring Programm der Deutschen Handelskammer in Österreich ist ein einzigartiges Karrieretool für High Potentials. Im Oktober startet ein neuer Durchgang nun bereits in die 10. Runde!

Seit 10 Jahren ist das positive Feedback von Mentorinnen, Mentoren und Mentees der Hauptmotor, dieses einzigartige Karrieretool immer wieder anzubieten. „Zwar gibt es eine Reihe von Förderprogrammen, aber das Cross Mentoring Programm der Deutschen Handelskammer in Österreich sticht aus mehreren Gründen hervor“, so Karl Pall, Leiter des CMP.

Exklusive Cross-Betreuung

Kernstück bildet die exklusive 1:1-Betreuung der Mentees durch ihre Mentor:innen. Im CMP steht eine Führungspersönlichkeit aus der Wirtschaft exklusiv für neun Monate an der Seite ihres Mentees. Die Mentorinnen und Mentoren sind erfahrene Führungskräfte, kommen als Geschäftsführer:innen oder Vorstandsmitglieder aus der Praxis und nehmen sich ausgiebig Zeit.

Sie treffen sich mit ihren Mentees im Zweier-Team über den gesamten Zeitraum in regelmäßigen Abständen. „Wir achten bei der Bildung der Zweier-Teams ganz besonders darauf, dass firmen-, länder- und branchenübergreifendes Vernetzen und Lernen stattfinden. Ein positiver Effekt für beide Seiten!“, so Pall im Gespräch mit DHK ASPEKTE. Durch diesen einzigartigen Cross-Ansatz werden ganz neue Perspektiven und Sichtweisen erarbeitet. Unternehmen, die Talente aus den eigenen Reihen entsenden, erhalten einen neuen Blick-



C. DHK/GÜNTHER PEROUTKA

„Es sprechen viele gute Gründe für das Cross Mentoring Programm der DHK.“

Karl Pall, Leiter des Cross Mentoring Programms der Deutschen Handelskammer in Österreich.

winkel von außen und profitieren vom Programm, wenn es darum geht, die Mitarbeiterbindung zu stärken und junge Menschen auf dem Weg zur Führungsrolle zu unterstützen.

Hochkarätiges Rahmenprogramm und Networking-Events

Workshops, geleitet von externen und international renommierten Trainer:innen, sowie Expertengespräche stellen weitere Tools zur direkten Umsetzung von Erlerntem dar. Ein weiterer wichtiger Baustein des Programms ist das Networking. So sind die drei großen Socializing Events, bei denen sich Mentees mit ihren

Peers und allen Mentor:innen vernetzen, fest im Programm verankert. Nach Beendigung des Programms werden die Absolvent:innen in den CMP Alumni Club aufgenommen, wo sie anderen Jahrgängen begegnen und durch regelmäßige Treffen weiter in Kontakt bleiben.

„Klar ist“, so Pall, „es sprechen viele gute Gründe für das Cross Mentoring Programm der DHK.“ Die Vorbereitungen für den nächsten Durchgang haben im CMP-Team bereits begonnen. Im Herbst geht es in die nächste Runde! Wer dabei sein will, sollte sich oder seine Mitarbeiter:innen rasch anmelden. Die Anzahl der Plätze ist limitiert.



C. SHUTTERSTOCK, SKY ANTONIO



C. DHK

Auftaktveranstaltung bei Capital Schellhammer im Palais Esterhazy mit mehr als 20 Mentees im Herbst 2022.

Das CMP auf einen Blick

- **Erfahrungsschatz** aus mehr als 10 Jahren DHK Cross Mentoring Programm
- **Cross-Ansatz:** firmen- und branchenübergreifendes Vernetzen und Lernen
- **Hochrangige, beruflich aktive Mentor:innen** aus dem DHK Wirtschaftsnetzwerk
- **Exklusive 2er-Teams** (Mentor:in-Mentee)
- Bildung der Teams durch **HR-Expertengruppe**
- **Maßgeschneidertes Rahmenprogramm** aus: Workshops, Expertengespräche, Socializing- und Networking-Events
- Profitieren vom größten deutsch-österreichischen **Wirtschaftsnetzwerk** der Deutschen Handelskammer in Österreich
- Aufnahme der Absolvent:innen in den **CMP Alumni Club**

Im CMP werden Mentees neun Monate lang exklusiv von ihrer Mentorin, ihrem Mentor, in einer 1:1 Situation betreut.

JETZT ANMELDEN

Sie möchten beim Durchgang 2023/2024 als Mentee oder Mentor:in dabei sein?

Nehmen Sie jetzt mit uns Kontakt auf!



Christina Wassenberg

Cross Mentoring Programm
christina.wassenberg@dhk.at
Schwarzenbergplatz 5, Top 3/1
1030 Wien





C. ADOBE STOCK

2023, 2025, 2040: Deutsche Messewirtschaft setzt sich ambitionierte Klimaschutzziele

Die deutsche Messewirtschaft unterstützt vollumfänglich die Ziele des Pariser Abkommens. Dabei wird nach dem Grundsatz „Vermeiden vor Reduzieren vor Kompensieren“ gehandelt. Man bekennt sich zudem zu den Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen als Orientierung für die eigene Unternehmenspraxis und hat sich hierbei in einem ersten Schritt zur Umsetzung vielschichtiger Maßnahmen verpflichtet.

Messen sind als weltweite Marktplätze sowie als kreative Treffpunkte und Ideenschmieden Teil der Lösung auf dem Weg zu einer klimaneutralen Wirtschaft. Sie tragen aber auch Verantwortung für jene Marktplätze, die sie schaffen und auf denen sich Menschen aus den unterschiedlichsten Regionen treffen.

Um dieser Verantwortung gerecht zu werden, wurde vom AUMA – Verband der deutschen Messewirtschaft in 2021 das „Net Zero Carbon Events“-Versprechen als „Supporting Association“ unterzeichnet. Die deutsche Messewirtschaft

umfasst zahlreiche Akteur:innen, die Einfluss auf unterschiedliche Bereiche der Branche haben: Geländebetreiber, Messeveranstalter, Ausstellende, Besuchende und Servicepartner. Gemeinsam soll verantwortungsvoll daran gearbeitet werden, die selbst auferlegten Klimaziele zu erreichen und diese im Einklang mit den gesellschaftlichen, politischen und branchenübergreifenden Vorgaben stetig zu verbessern und zu erweitern:

Klimaneutralität bis 2040

- Kontinuierliche Reduktion von CO₂-Emissionen.
- Klimaneutralität bis 2040.

Nachhaltigkeit als Teil aller Ausschreibungen

- Nachhaltigkeit wird fest in den Unternehmen und in der Zusammenarbeit mit den Branchenpartnern verankert.
- Produkt- und dienstleistungsspezifische Nachhaltigkeitskriterien werden fester Bestandteil der Ausschreibungsprozesse.

100 Prozent Ökostrom bis 2025

- Beschleunigung des Ausbaus regenerativer Energien und Definition konkreter Energieeinsparziele.
- Nutzung von 100 Prozent Ökostrom bis spätestens 2025.



Hier geht es zu unseren Messevertretungen.

Messestandbau

- Erarbeitung und aktive Bewerbung eines Portfolios für nachhaltige Messestände.
- Schaffung eines Anreizsystems zur Nutzung von nachhaltigen, mehrfach verwendbaren Messeständen.

Wasser

- Sparsame Nutzung von Wasser durch den Einsatz modernster wassersparender Technik.
- Weiterer Ausbau der Begrünung der Messegelände und -gebäude in Bezug zur nutzbaren Freifläche, insbesondere zur Speicherung von Regenwasser und zur Verbesserung der Luftqualität.

Abfall

- Möglichst effizienter Einsatz von Materialien und Rohstoffen sowie Nutzung wiederverwendbarer Materialien.
- Konsequente Reduktion der Abfallmengen.

Logistik

- Verbesserung der Lenkung und Bündelung des messenahen Logistik-Verkehrs und Reduzierung des Verkehrsaufkommens mittels intelligenter Logistik-Systeme.
- Dekarbonisierung der standortgebundenen Logistikfuhrparks.

An- und Abreise

- Schaffung von Angeboten für eine emissionsarme oder -neutrale An- und Abreise zu Messen.
- Erweiterung der Ladeinfrastruktur für Elektromobilität.

Catering

- Steigerung des Einsatzes von regionalen, saisonalen sowie biologisch hergestellten Produkten.
- Vermeidung von Lebensmittelverschwendung durch kontinuierliche Evaluierung von bedarfsgerechten Speise- und Getränkeangeboten.

Stefan Lindner

Quelle: AUMA – Verband der deutschen Messewirtschaft, www.auma.de

www.deutsche-messen.at

MESSEKALENDER JUNI – DEZEMBER 2023



IFA Berlin Weltleitmesse für Unterhaltungs- und Haushaltselektronik	01. – 05.09.2023	Berlin
EMO Hannover Weltleitmesse der Produktionstechnologie	18. – 23.09.2023	Hannover
CMS (Cleaning. Management. Services.) Europas wichtigste Innovations- und Kompetenzplattform für Reinigung und Hygiene	19. – 22.09.2023	Berlin
parts2clean Internationale Leitmesse für industrielle Teile- und Oberflächenreinigung	26. – 28.09.2023	Stuttgart
Bazaar Berlin Internationale Verkaufsmesse für Kunsthandwerk, Design und Naturwaren	08. – 12.11.2023	Berlin
Boot & Fun Internationale Boots- und Freizeitmesse	30.11. – 03.12.2023	Berlin

VORSCHAU

Die nächste Ausgabe der DHK ASPEKTE erscheint unter dem Titel „Zeitenwende“ am 8. November 2023. Die Jahressausgabe beleuchtet die Themen Umwelt, Sicherheit und Recht.

In der Rubrik **UMWELT** erläutern wir, wie erfolgreiches Wirtschaften im Einklang mit der Umwelt funktioniert. Wir zeigen Unternehmen, die beides erreichen wollen, und hinterfragen, wo die größten Hürden liegen, und sehen uns an, wie Umweltschutz im Bereich Logistik umgesetzt werden kann.

In der Themenstrecke **SICHERHEIT** berichten Expert:innen, wie sich Unternehmen vor Cyberkriminalität schützen können, was die größten Herausforderungen sind und welche Bedeutung Datensicherheit für die Unternehmensreputation hat – mit Praxistipps und Fallbeispielen.

Im Fokusteil **RECHT** berichten Unternehmen über ihre Erfahrungen mit der neuen Verpackungsverordnung. Plus die wichtigsten Rechtstipps für deutsche Unternehmen in Österreich: Unternehmensgründung, Entsendung und Übernahmen.

Sie wollen im Magazin DHK ASPEKTE inserieren?

Dann kontaktieren Sie bitte Berenika Sterba
berenika.sterba@dhk.at
T: +43 1 545 14 17-28

Die Metadaten finden Sie online unter www.dhk.at/dhk-medien
Anzeigenschluss ist der 11. Oktober 2023.

Wie gefallen Ihnen die DHK ASPEKTE?

Schreiben Sie uns! Welche Themen wollen Sie 2024 lesen?

IMPRESSUM

Magazin der Deutschen Handelskammer in Österreich
P.b.b.; Erscheinungsort Wien; Verlagspostamt 1030 Wien

Medieninhaber:
Deutsche Handelskammer in Österreich (DHK)
Schwarzenbergplatz 5, Top 3/1, 1030 Wien,
T: +43 1 545 14 17-0

Chefredaktion: TextHelden – Agentur für Text, Video und PR,
Sissi Eigruber, eigruber@texthelden.at

Projektleitung: Daniela Purer

Redaktion: Piotr Dobrowolski, Reinhard Ebner, Stefan Lindner,
Ursula Rischaneck, Ulrich Schlick, Berenika Sterba

Anzeigen: Berenika Sterba
berenika.sterba@dhk.at
T: +43 1 545 14 17-28

Art Direction: Nicole Fleck
Grafik: Nicole Fleck, Johanna Kellermayr
Coverfoto: Adobe Stock

Produktion
WEKA Industrie Medien GmbH,
Dresdner Straße 43, 1200 Wien, T: +43 1 40410

Druck: F. Berger & Söhne Gesellschaft m.b.H.,
3580 Horn, NÖ, Wiener Straße 80

Auflage: 3.900 Stück

www.dhk.at



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

MEDIENPARTNER

Bei folgenden Medienpartnern liegt das Magazin DHK ASPEKTE auf:



Hamburg Hong Kong Hall in Tirol

We are where you are



 **Gebrüder Weiss**
Transport and Logistics



Bleiben Sie neugierig

Bleiben Sie informiert.
Jetzt drei Monate lesen,
doch nur einen bezahlen!
Und Sie entscheiden, ob
gedruckt von Montag bis
Samstag oder digital rund
um die Uhr.

[DiePresse.com/neugierig](https://www.diepresse.com/neugierig)



**3 Monate
gedruckt oder
digital lesen**

**nur 1 Monat
bezahlen**



Die Presse