

Export als Chance

Nachdem Corona der (nieder)österreichischen Exportwirtschaft einen harten Dämpfer verpasst hat, nimmt das Auslandsgeschäft langsam wieder Fahrt auf. Mit Förderungen, Programmen und Initiativen will die Wirtschaftskammer exportwillige Betriebe auf ihrem Weg in neue Märkte noch besser unterstützen und begleiten.

03.08.2021, 8:20



© ADOBE STOCK

„Mut. Eine gute Vorbereitung. Ein top Produkt. Und ein Quäntchen Glück. Das sind die Voraussetzungen, um im Export erfolgreich zu sein“, bringt es [Wolfgang Stix](#), Inhaber der [Styx Naturcosmetic GmbH](#) und Obmann des NÖ Außenhandels, auf den Punkt. Und er muss es wissen, denn das traditionelle Familienunternehmen im Herzen Niederösterreichs erwirtschaftet 70 Prozent des Gesamtumsatzes mit Export.

Nach einem Rekordjahr 2019 musste die österreichische Exportwirtschaft im Corona-Jahr 2020 ein Minus von 7,5 Prozent hinnehmen. Besonders betroffen waren die Kernbereiche Maschinen und Anlagen mit einem Minus von 12 Prozent. In manchen Sektoren gab es aber durchaus positive Entwicklungen. Die Nahrungsmittelexporte etwa konnten um drei bis vier Prozent zulegen, die Ausfuhr von Pharmaprodukten stieg in NÖ wenig überraschend gar um 20 Prozent. Das Vorkrisenniveau könnte bis Ende 2023 wieder erreicht werden.

Tolle Marktchancen für heimische Unternehmen

Produkte „made in austria“ sind gefragt. „Österreich hat ein sehr gutes Image im Ausland. Wir sind bekannt für eine hohe Qualität, für eine reine Umwelt. Heimische Unternehmen finden tolle Marktchancen vor. Diesen Bonus zu nützen, birgt große Chancen. Im Ausland lassen sich viel höhere Absatzmengen erzielen als im kleinstrukturierten inländischen Vertrieb“, erklärt Wolfgang Stix.

Ihre ersten Schritte im Export hat die Styx Naturcosmetic GmbH Anfang der 1990er-Jahre gemacht. „Österreich ist ein kleines Land, der Markt begrenzt. Beflügelt und stimuliert von den damaligen Export-Förderungen, haben wir unsere Fühler im asiatischen Raum ausgestreckt und 1993 in Singapur erstmals an einer Messe teilgenommen.“ Um im Export erfolgreich zu sein, so Stix, müsse man von Zeit zu Zeit „situationselastisch sein. Man muss

seine Hausaufgaben machen und die Spezialitäten des Marktes kennen. Es braucht ein USP, eine gelungene Homepage und gute Englischkenntnisse.“

Die NÖ Exportwirtschaft ist gut aufgestellt

Bei der Klausur des Ausschusses für Außenwirtschaft der WKNÖ am 15. Juli sah Vizepräsident Christian Moser die niederösterreichische Exportwirtschaft insgesamt gut aufgestellt. „Die Einbrüche bei den Exporten 2020 in die Nachbarländer (Deutschland minus 6,5 Prozent, Tschechien minus 13,6 Prozent, Ungarn minus 16,5 und Slowakei minus 17,3 Prozent) waren der Corona-Pandemie geschuldet und sollten bei offenen Grenzen rasch wieder aufgeholt werden können.“

Die Kampagne „Da wie dort: wir leben vom Export“ zeige, wie engagierte Unternehmen und motivierte Mitarbeiter grenzenlos erfolgreich sind. „Als drittstärkstes Export-Bundesland ist es uns, als Funktionäre in der Wirtschaftskammer Niederösterreich wichtig, dass die Betriebe die zahlreichen Angebote der Wirtschaftskammerorganisation auch nützen.“

Um exportwillige Unternehmen zu unterstützen, gibt es eine Reihe von Maßnahmen und Services. Vor allem die AußenwirtschaftsCenter sind für die Unternehmen enorm wichtig. „Hier werden Anfragen rasch und detailliert beantwortet“, weiß Katharina Alzinger-Kittel, die das Weingut Alzinger in Unterloiben bei Dürnstein betreibt.

„Aber auch im NÖ Landesgremium Außenhandel etwa werden die Interessen von gut 700 gelb-blauen Betrieben vertreten, die im Export tätig sind.“ Das Weingut Alzinger ist bislang gut durch die Krise gekommen. „Die Einbußen wurden zum Teil von Endkonsumenten, aber auch den langjährigen Partnern aufgefangen.“ Der Exportanteil des NÖ Betriebes liegt bei knapp 40 Prozent. „Begonnen haben wir Anfang der 1990er Jahre im deutschsprachigen Raum, seit 2004 sind wir weltweit vertreten. Sehr stolz sind wir auf unsere exotischen Exportmärkte wie Malediven oder Neuseeland. Unser wichtigster Markt sind die USA.“

Absatzmärkte und Prestige vergrößern

Export sei deswegen enorm wichtig, „weil der österreichische Markt für österreichischen Wein zu klein ist. So lassen sich Absatzmarkt und Prestige vergrößern.“ Es mache „stolz“, so Alzinger-Kittel, „wenn man österreichische Weine auf internationalen Weinkarten findet – nicht nur die eigenen. Man muss bedenken, wie klein Österreich ist, und welche fantastischen Produkte aus unterschiedlichsten Branchen weltweit zu finden sind.“

Vizepräsident Christian Moser und der Außenwirtschafts-Ausschuss sehen die Außenwirtschaft NÖ in der WKNÖ, gemeinsam mit dem Landesgremium Außenhandel, als „starken Partner für das Auslandsgeschäft der NÖ Wirtschaft“ positioniert, damit sich Exportbetriebe neuen Zielmärkten widmen können.

Das könnte Sie auch interessieren



Europäische Union plant Richtlinie für Lieferketten

Ziel ist es, nachhaltiges und verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln zu fördern und Menschenrechts- und Umweltaspekte in der Geschäftstätigkeit und der Unternehmensführung zu verankern. [➔ mehr](#)



Handelsabkommen EPA: Österreich großer Gewinner

Österreichische Firmen haben sich durch das EU-Japan-Abkommen bei direkten Exporten allein im Jahr 2020 über 10 Millionen Euro an japanischen Zöllen erspart. [➤ mehr](#)



Mariana Kühnel zu Besuch in Brüssel

Austausch mit dem Team der EU Representation der WKÖ und dem erweiterten WK-Netzwerk. [➤ mehr](#)