

# der AUSSENHANDEL

Februar, Heft 6, Landesgremium des Außenhandels, Wirtschaftskammer Steiermark

**WKO**   
Der Außenhandel  
STEIERMARK

## Was ist dran, am Schreckgespenst „Basel III“?

Seite 7



### Türkei - da geht die Post ab!

Der Außenwirtschaftsdelegierte in Ankara über Geschäftschancen steirischer Unternehmen in der Türkei, Seite 12



### Wein und Export

Wein als Exportschlager - österreichischer Wein wird weltweit gerne getrunken, Seite 15



### Lukrative Geldanlage - der Schein trügt

„Anlageexperten“ überschwemmen derzeit mit fragwürdigen Investitionsangeboten den Markt, Seite 23

# In dieser Ausgabe



Seite 7

### Basel III: „Der Spielraum wird enger“

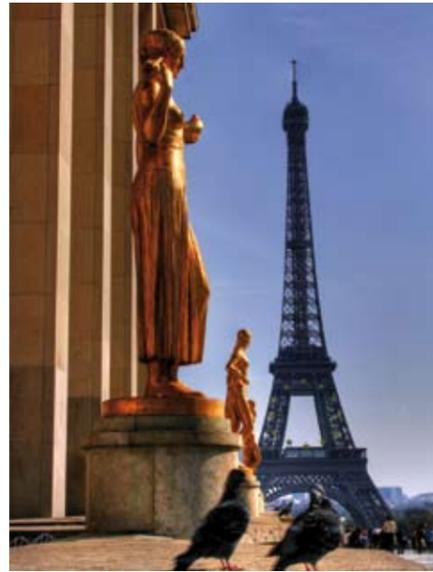
Unter dem Kürzel „Basel III“ startet ab 2013 ein ganzes Bündel an Maßnahmen, das die Kreditvergaben von Banken neu regeln wird. Die schärferen Regeln werden vor allem Neoexporteure treffen.



Seite 12

### „In der Türkei geht die Post ab“

Konstantin Bekos ist Außenwirtschaftsdelegierter in Ankara. Der Türkei-Experte über den Wirtschaftsboom und die Geschäftschancen für steirische Unternehmen in der Türkei. Wie Eu-reif ist die Türkei und wo besteht noch Aufholbedarf?



Seite 20

### „Vive la France“

Ein erfolgreicher steirischer Anlagenbauer über den Exportmarkt Frankreich.



Seite 27

### Social Media Networking

Eine Anleitung, wie man mit Twitter, Facebook und Co sein Unternehmen weltweit kostenlos präsentieren kann.



Seite 31

### Brasilien boomt - und Steirer machen gute Geschäfte

Über dreißig steirische Tochterunternehmen haben sich schon in Brasilien niedergelassen. Das Land, das 100 mal größer als Österreich ist, hat ein Wirtschaftswachstum von über sieben Prozent und eine neue Regierung, die weiterhin dafür Sorge tragen will, dass dieser Wirtschaftsboom anhält.



Seite 15

### Edle Tropfen für die Welt: Exportschlag Wein

Der steirische Weinexport konnte neue Rekordwerte erzielen. Die Nachfrage ist weltweit steigend.

### „Wein-Leidenschaft über Generationen“

Der steirische Weinproduzent und -exporteur Gerhard Wohlmuth im persönlichen Interview.



Seite 25

### Voitsberger Industriebetrieb als Laos-Pionier

Laos will im Kampf gegen die Armut seine agrarische Produktion verdoppeln. Dies soll auch mit Hilfe von Beregnungsanlagen der Firma Röhren- und Pumpenwerk Bauer gelingen.



Seite 23

### Geldanlagebetrug - ein lukratives Feld für Betrüger

Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten, versuchen viele doch noch schnell „Geld“ zu machen und gehen dabei selbsternannten Anlageexperten auf den Leim.



Seite 22

### Förderungen

Aufbruch in neue Märkte mit Förderprogrammen für Exporteure.



Seite 10

### Incoterms® 2010

Seit 1.1.2010 gelten für den internationalen Warenverkehr neue Bestimmungen. Die Revision der Incoterms® bringt zahlreiche Neuerungen, die die Anwendbarkeit vereinfachen und die Verständlichkeit erhöhen.

# Inhalt

## Special

- BASEL III: „Der Spielraum wird enger“ Seite ..... 7
- Edle Tropfen für die Welt: Exportschlager Wein, Seite ..... 15
- Social Media Networking, Seite ..... 27

## Länder Special

- „In der Türkei geht die Post ab“, Seite ..... 12
- „Vive la France“, Seite ..... 20
- Voitsberger Industriebetrieb als Laos-Pionier, Seite ..... 25
- Brasilien boomt - und Steirer machen gute Geschäfte, Seite ..... 31

## Finanzierung & Förderung

- Förderaktion bis zu € 720,-, Seite ..... 6
- Aufbruch in neue Märkte mit Förderprogrammen für Exporteure! Seite ..... 22

## Internationalisierung

- Incoterms© 2010, Seite ..... 10
- Geldanlagebetrug - ein lukratives Feld für Betrüger! Seite ..... 23
- www.foreign-trade.at, Seite ..... 35

## Persönlichkeitsportrait

- „Wein-Leidenschaft über Generationen, Seite ..... 17



# Editorial

Die globale Wirtschaftskrise hat auch die steirischen Außenhändler auf eine harte Probe gestellt. Die Exportzahlen sind 2009 massiv eingebrochen, was nicht nur den Außenhandel, sondern die gesamte steirische Wirtschaft getroffen hat. Nach dieser zähen Durststrecke stehen die Zeichen jetzt aber wieder auf Erholung: Die Wirtschaft wächst wieder, die Exporte ziehen an - diese positive Grundstimmung zeigt sich quer durch alle Branchen. Das ist für das ganze Land sehr wichtig, hängt doch jeder zweite Arbeitsplatz vom Export ab.

Für 2010 wird für die österreichischen Exporte ein reales Wachstum von zwei Prozent prognostiziert. Von dieser positiven Dynamik werden besonders die exportorientierten Bundesländer wie die Steiermark profitieren, die überdurchschnittlich vom weltweiten Nachfragerückgang betroffen waren. Experten gehen davon aus, dass das reale Wachstum der Wirtschaftsleistung der Steiermark über dem gesamtösterreichischen Durchschnitt liegen wird.

Diesen erfreulichen Aufwärtstrend wollen wir mit der „Steirischen Export-offensive“ weiter vorantreiben - und dort ansetzen, wo die 734 Mitglieder des steirischen Außenhandels Unterstützung brauchen, weil wir den steirischen Außenhändlern einen direkten Nutzen bringen und die Wettbewerbsfähigkeit der Steiermark weiter stärken wollen.

So wird derzeit etwa mit Hochdruck an einem Kreditfinanzierungspool gearbeitet. Ziel ist zum einen, den Zugang zu Finanzierungsinstrumentarien zu erleichtern, zum anderen sollen in den Banken eigene Ansprechpartner für Klarheit bei Finanzierungen sorgen, die den Außenhandel betreffen. Innerhalb der nächsten zwei Jahre soll ein Finanzierungsvolumen von 100 Millionen Euro zur Verfügung stehen.

Einen weiteren Schwerpunkt der Exportoffensive bildet die Ausbildung der Mitarbeiter und Führungskräfte, die insbesondere in puncto Fremdsprachen und Management-Skills forciert werden soll. Die Basis für eine mögliche spätere internationale Tätigkeit muss frühzeitig in der Ausbildung gelegt werden - das beginnt beim Ausbau von zweisprachigen Kindergärten und Gymnasien bis hin zu speziellen postgradualen Weiterbildungsmaßnahmen an der Universität. In der globalisierten Welt von heute ist Internationalität Voraussetzung, um in der Wirtschaft von morgen erfolgreich sein zu können.

Manfred Kainz  
Obmann des Landesgremiums

Für den Inhalt verantwortlich:  
Landesgremium des Außenhandels der Wirtschaftskammer Steiermark  
Layout: Barbara Reiß, Landesgremium des Außenhandels



# Gemeinsam stark für den Außenhandel



Gemeinsam mit Obmann Manfred Kainz und dem steirischen Ausschuss des Außenhandels ist Ihr Gremialbüro als Interessensvertretung in branchenspezifischen (Rechts-)Angelegenheiten für Sie da.

Namen von links nach rechts:  
Silke Hirschböck, Nina Hörmann, Mag. Nadia El-Shabrawi-Ploder, Barbara Reiß

Wirtschaftskammer Steiermark  
Landesgremium des Außenhandels  
Körblergasse 111-113, 8021 Graz  
T +43/0316/601-584  
F +43/0316/601-593  
E barbara.reiss@wktmk.at  
W <http://wko.at/stmk/aussenhandel>  
W [www.foreign-trade.at](http://www.foreign-trade.at)

# Die Ausschussmitglieder

 LAbg. Manfred Kainz TCM International Tool Consulting & Management GmbH China, Deutschland, Polen, Luxemburg, Tschechien, Russland, Kroatien, Slowenien, Australien, Süd- amerika, Frankreich	 DI (FH) Robert Hagenhofer Rohstoffhandel DI(FH)Hagenhofer Robert e.U. Italien, Ungarn, Griechenland, Deutschland	 KoR. Dr. Karl-Heinz Dernoscheg, MBA EURODATA Marketing & Consulting GmbH
 Johann Christof J. Christof Gesell- schaft m.b.H. weltweit tätig	 Ing. Robert Zotter Energy Eastern Europe Hydro Power GmbH: Bosnien & Herzegovina, Mazedonien, Montenegro Hydro East Holding GmbH: Rumänien	 Mag. Dr. Christian Holter S.O.L.I.D. GmbH USA, Zentralameri- ka, Karibik, Afrika, Asien, Europa
 Dr. Wan Jie Chen, B.A., Expkfm. SINOplex Handelsgesellschaft m.b.H. Unternehmensberatung und Übersetzungsbüro China, Asien	 Roland Schwarzbraun SCHENKER & CO AG In 130 Ländern steht DB SCHENKER für die Transport- und Logistikaktivitäten der Deutschen Bahn	 Peter Donner- Grobois MedTech GmbH Schweiz, Deutsch- land, Ungarn, Tsche- chien, Polen, Italien und Spanien
 Ewald Roth Energy Eastern Interro HandelsgmbH EU-Länder, osteuro- päische Länder	 Gerhard Wohlmut Weingut Wohlmut GmbH Belgien, Bermuda, China, Deutschland, Dänemark, England, Finnland, Frankreich, Irland, Italien, Japan, Kanada, Kroatien, Litauen, Mauritius, Niederlande, Norwe- gen, Polen, Russland, Schweden, Schweiz, Slowenien, Tschechien, USA	 Mag. Wolfgang Grabner Alois Grabner KG Deutschland, Ungarn, Tschechien, Slowenien
 Robert Kiefer EcoNovell GmbH. weltweit tätig	 Mag. Christoph RIEGLER, Bakk. Johann Eberhard GmbH USA, Kanada, EU, Japan, Indien, China Nahen Osten	 Mag. Andreas Schitter Röhren- und Pumpenwerk Bauer Ge- sellschaft m.b.H. Westeuropa, Osteuropa, Asien, Australien, Nordamerika, Südamerika, Afrika, Naher Osten
 Vinzenz Harrer Vinzenz Harrer GmbH Italien, Spanien, Eng- land, Deutschland, Schweiz, Ungarn, Tschechien, Slowakei, Slowenien, Kroatien, Serbien, Kanada		

# 2010 - 2015



## Förderaktion bis zu € 720,-

Auch im Jahr 2011 haben wir für unsere Mitgliedsunternehmen ein interessantes Förderpaket geschnürt.

### Aus- und Weiterbildung

Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen von Mitgliedsunternehmen werden mit 50 % der Nettokurskosten, maximal € 218,- pro Kurs und maximal € 600,- pro Firma und Jahr gefördert.

Voraussetzung dafür ist, dass die Kurse außenwirtschaftsrelevante Themenbereiche wie z.B. Export, Zoll, Fremdsprachen [...] zum Inhalt haben.

Für die Inanspruchnahme der Förderung ersuchen wir Sie, uns eine Bestätigung über die erfolgreiche Absolvierung des entsprechenden Kurses, die Zahlungsbestätigung und Rechnung sowie Ihre Bankverbindung zu übermitteln.

### Übersetzung von Firmenprospekten

Übersetzungen von Firmenprospekten (keine Produkt- und Preislisten) wer-

den mit bis zu 2/3 der Nettokosten gefördert.

Bitte legen Sie dem Förderansuchen ein Exemplar des übersetzten Imageprospektes, eine Kopie der Rechnung und der Zahlungsbestätigung bei.

### Homepage

Die Neuerstellung bzw. Maßnahmen zur Verbesserung Ihres elektronischen Auftritts werden mit einer Beteiligung von 2/3 der Nettokosten, max. aber € 580,-, begrenzt auf einen Antrag innerhalb von zwölf Monaten, gefördert.

Soll die Homepage in andere Sprachen übersetzt werden, so kann ebenfalls eine Förderung von 2/3 der Nettokosten, max. € 580,-, in Anspruch genommen werden.

In beiden Fällen muss jedoch eine Verlinkung mit der Internet-Homepage [www.foreign-trade.at](http://www.foreign-trade.at) erfolgen.

Für die Inanspruchnahme der Förderung benötigen wir eine genaue Aufstellung

der Arbeitsleistungen, die Rechnung und die Zahlungsbestätigung.

Außenhandelsprechstage der AWO werden zur Gänze gefördert (Infos unter [www.ic-steiermark.eu](http://www.ic-steiermark.eu)).

Die maximale Förderhöhe für Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen, die Übersetzung von Imageprospekten, die Verbesserungen und Übersetzung der Homepage und Besuche der Außenhandelsprechstage beträgt für 2011 insgesamt max. € 720,- pro Betrieb (inkl. aller Filialbetriebe). Wichtig! Nur wenn alle Unterlagen vorhanden sind, kann Ihr Förderansuchen berücksichtigt werden!

Die Förderungsmaßnahme gilt für alle ab dem 1. Jänner 2011 durchgeführten förderbaren Aktivitäten und ist mit 31. Dezember 2011 befristet (die Förderanträge müssen bis 31. Dezember 2011 bei uns eingelangt sein). Nach Ausschöpfen des Förderbudgets kann keine Förderung mehr ausbezahlt werden. Voraussetzung für die Förderbarkeit ist die hauptbetreute Mitgliedschaft im Landesgremium des Außenhandels.

Im Zweifelsfall empfehlen wir Ihnen die vorherige Abklärung der Förderbarkeit im Gremialbüro (Fr. Reiß Tel.: 0316/601-584).

**I** Zur Erlangung der Förderungsmittel ist ein formloser Antrag (unter Bekanntgabe Ihrer Bankverbindung) samt einer Kopie der

- Rechnung
- Teilnahmebestätigung und der
- Zahlungsbestätigung
- Verlinkung mit [www.foreign-trade.at](http://www.foreign-trade.at) (nur bei Homepageförderung)
- Belegmuster (nur bei der Übersetzung von Imageprospekten)

an das Landesgremium zu richten.



## „Der Spielraum wird enger“

Wachstumsbremse oder Stabilisierungsinstrument: Was ist dran, am Schreckgespenst „Basel III“?

In zwei Jahren kommt mit Basel III eine weitere Verschärfung am Kreditmarkt auf die Unternehmen zu. Vor allem die klein- und mittelständisch strukturierte und stark exportorientierte steirische Wirtschaft steht damit vor einer zusätzlichen Herausforderung. Ein Expertentalk über die Änderungen, die kommen, Aufgaben, die es rechtzeitig zu machen gilt, und Ängste, die dennoch bleiben.



Vst.-Dir. Mag. Franz Kerber  
Steiermärkische Bank  
und Sparkassen AG

Unter dem Kürzel „Basel III“ startet ab 2013 ein ganzes Bündel an Maß-

nahmen, das die Kreditvergaben von Banken neu regeln wird. Was kann man sich konkret darunter vorstellen?

Kerber: Bei Basel II wurde erstmals das Eigenkapital als Unterlegungsfaktor herangezogen. Das war richtig und gut. Basel III ist jetzt die Antwort auf die Finanzmarkt-

krise. Generell werden die Refinanzierungskosten für die Banken steigen. Erstens, weil es schärfere Regeln in Sachen Eigenkapital gibt, zweitens weil auch für einen Puffer vorzusorgen ist, der Schwankungen abfangen soll,

drittens durch die erhöhten Liquiditätskosten. Da geht es ans Eingemachte, das geht ins Geld. Und schließlich wird mit der Verschuldungsobergrenze ab 2018 eine zusätzliche Schranke eingezogen.

Wie gehen die Banken mit diesen neuen Herausforderungen um?

Kerber: Der Teufel liegt hier im Detail. Denn zusätzlich zu Basel III gibt es ja noch andere Herausforderungen wie beispielsweise die Bankensteuer. Diese Doppelbelastung ist ein bisschen viel auf einmal.

Für wen wird es teurer?

Kerber: Dem, der schwach kapitalisiert ist, wird es mehr weh tun. Aber grundsätzlich wird jeder das Geschäft genauer anschauen, ob und was es bringt.



**Holter:** Ist man diesbezüglich international im Gleichschritt unterwegs?

**Kerber:** Die USA sind nicht so betroffen wie wir, weil bei uns 55 Prozent der Finanzierungen über Bankkredite laufen.

**Kritiker** warnen wie schon im Rahmen der Finanzkrise vor einer „Kreditklemme“. Gibt's die beziehungsweise wird es sie geben?

**Kerber:** Ich sehe sie nicht.

**Schieszler:** Wenn man ein Business starten will, ist es viel schwieriger geworden.

**Holter:** Ich bin jedenfalls froh, dass ich nicht erst jetzt beginne.

**Kainz:** Viele regen sich auf, dass sie

kein Geld bekommen. Aber die meisten, die sich aufregen, hätten wahrscheinlich auch ohne Basel III keines bekommen. Es hat eine natürliche Auslese gegeben.



Mag. Gernot Schieszler  
Christof Holding AG

**Kerber:** Solange es eine moderate Zinsentwicklung gibt und die Inflation nicht davonläuft, gibt es kein Problem. Wenn allerdings die Zinsen stark steigen, käme es zu Überlagerungseffekten und es würde schwierig werden. Die allgemeinen Kosten der Finanzierung werden vielleicht um ein Viertel bis ein halbes Prozent steigen.

**Kainz:** Ich habe Sorge bei Blankofinanzierungen auf Kosten der Bank, wenn es keine Sicherungen gibt. Vor allem im Außenhandel kommt das vor, weil man da



LAbg. Manfred Kainz  
TCM GmbH. Tool Consulting  
und Management

häufig große Geldmengen bewegt. Das kann ein großes Problem werden.

**Kerber:** Wenn das Risiko für ein Geschäft durch eine öffentliche Förderung gedeckt ist oder ich das Geschäft kenne, kann ich als Bank leichter ein größeres Blankorisiko eingehen. Bei KMU, deren Gesamtgeschäftsvolumen vom Export abhängt, wird es schwie-



rig für eine Bank. Die Frage ist da, ob und wenn, welche Modelle Banken in Zusammenarbeit mit der öffentlichen Hand schaffen.

**Holter:** Wir fallen mit unseren 20 bis 30 Mitarbeitern und einer Exportquote von 80 Prozent in diese Kategorie. Finanzierung ist mittlerweile das Thema für uns. Wir haben einen eigenen spezialisierten Mitarbeiter dafür eingestellt.

**Schieszler:** In der Wachstumsphase vor der Krise war es günstig. Da hatten wir größere Haftungsrahmen, als wir gebraucht haben. Die Gefahr ist immer, dass sich jemand blind ins Risiko stürzt.

**Kainz:** Es gibt aber wohl auch Unterschiede, in welches Land exportiert wird. Welchen Einfluss hat das auf die Bankgeschäfte von Unternehmen?

**Kerber:** Als Bank achten wir darauf, wie ein Land geratet ist. Schwieriger wird es, wenn ein Land kein gutes Rating hat und es keine Exportförderung gibt. Dort, wo Banken selbst im Ausland vertreten sind - für die Steiermärkische ist das der erweiterte Heimmarkt in Südosteuropa -, können Kunden besser begleitet werden, weil vor Ort bessere Informationen zugänglich sind. Mit dieser Vernetzung können wir den KMU behilflich sein.

**Wird Basel III zu einer Wachstumsbremse?**

**Kerber:** Der Spielraum wird enger, daher braucht es eine breite Kommunikation zwischen Banken und Unternehmen. Je mehr Informationen die Bank bekommt, desto besser. Unternehmen sehen oft ihre Probleme erst recht spät - oder man will sie nicht wahrhaben.



**Die Frage ist: Wie weit geht eine Bank das Risiko mit?**

**Kerber:** Im Zweifelsfall wird lange mitgegangen. Es gibt ja auch eine Zeit nach der Krise.

**Kainz:** Man muss an dieser Stelle eine Lanze für die steirische Bankenlandschaft brechen: Sie ist nah und unternehmerorientiert. Umgekehrt müssen aber in den Unternehmen die Finance- und Controlling-Abteilungen ausgebaut werden. Gerade bei Unternehmen bis 50 Mitarbeiter sind

die Controlling-Bereiche meist nicht so aufgestellt, dass sie permanent mit den Banken in Kontakt sind. Das fehlt vielen Unternehmen.

**Schieszler:** Das Problem nach der Krise ist vielfach, dass man nicht gleichzeitig neue Projekte in seinem Kerngeschäft entwickeln und sich um die Finanzierung kümmern kann. Das kann man nur mit einem partnerschaftlichen Verhältnis zu seinen Banken schaffen. Ab einer gewissen Projekt-

größe sollte man sich auf seine Kernbanken konzentrieren, die dann auch regelmäßig informiert werden.

**Holter:** Vor zwei Jahren war das Controlling noch leicht. Ab einer gewissen Größe braucht es aber Spezialisten. Damit wird aber auch das Reporting an die Bank einfacher. Die Bank hat noch dazu Vergleichswerte aus der Branche als Benchmark. Ich würde die Bank daher mehr als Coach sehen, denn als Controller. Damit wird auch das emotionale Verhältnis zwischen Unternehmen und Bank ein anderes.

**Kerber:** Die Banken haben jedenfalls erkannt, dass sie aktiv auf die Betriebe zugehen müssen, damit sie rechtzeitig reagieren können.

**Kainz:** Zeitnahes Reagieren ist das Thema. Das Problem dabei: Bei den Unternehmen fehlt teilweise eine profunde Budgetierung.

**Wird es ein Basel IV geben?**

**Kerber:** Es wird immer eine Weiterentwicklung geben. Bei Basel II wurde nur die Aktivseite betrachtet, bei Basel III das erste Mal auch die Passivseite. Man hätte Basel III aber eigentlich nicht gebraucht, wenn sich alle an die Grundregeln gehalten hätten.



## Incoterms® 2010

Neue Regelungen für den modernen Containertransport sowie den Luft-, Schienen- und Straßentransport

Die Revision der Incoterms® 2010 ist am 1. Jänner 2011 in Kraft getreten, und ist in viele Sprachen z.B. Russisch, Chinesisch, Türkisch etc. übersetzt worden. Die deutsch-englische Publikation kann auf der Seite der ICC Austria bestellt werden ([www.icc-austria.org](http://www.icc-austria.org)). Einen kleinen Überblick über einige der Neuerungen möchten wir Ihnen aber schon vorab geben.

### Zahlreiche Neuerungen

Incoterms® 2010 bringen zahlreiche Neuerungen, die die Anwendbarkeit vereinfachen und die Verständlichkeit erhöhen. Die wahrscheinlich markanteste Änderung ist die Reduktion von 13 auf 11 Regeln, wobei gleichzeitig zwei neue hinzugekommen sind.

### Reduzierung der maritimen Regeln

Der ISO-Container, eine der bedeutendsten Erfindungen des letzten Jahrhunderts, hat den internationalen Transport in den vergangenen 50 Jahren revolutioniert und dem traditionellen Bulkguterverkehr weitestgehend den Rang abgelaufen. Daher wurde die Zahl der maritimen Regeln auf vier reduziert (FOB, FAS, CFR und CIF). Die neuen Incoterms®-Regeln wurden nun verstärkt auf den modernen Containertransport abgestimmt.

### DAT und DAP - die zwei neuen Regeln

Da die beiden neuen Regeln DAT (delivery at terminal) und DAP (delivery at place) vielseitig einsetzbar sind, entsteht jedoch keine Regelungslücke. DAT und DAP werden den Anforderun-

gen des modernen Containertransports ebenso gerecht wie dem Luft-, Schienen- und Straßentransport.

Incoterms® sind weltweit anerkannte, standardisierte Regeln über die Verteilung von Pflichten, Kosten und Risiko im internationalen Warenverkehr. Sie wurden erstmals im Jahr 1936 von der Internationalen Handelskammer (ICC) aufgestellt und werden alle zehn Jahre an die gängige Praxis angepasst.

DAT kann anstelle der früheren DEQ Regel verwendet werden. Der Verkäufer liefert die Ware, sobald er sie vom ankommenden Transportmittel entladen und an dem vereinbarten Ort zur Verfügung gestellt hat. Früher war dies der Kai, aufgrund des zunehmenden Containerverkehrs handelt es sich heute zumeist um ein Hafenterminal. Da DAT für jede Transportart geeignet ist, kommen aber auch ein Flughafen- oder Lkw-Terminal in Frage. Den Parteien steht es zudem frei, jeden anderen Ort für die Lieferung zu vereinbaren, etwa das Lager des Käufers. Die neue Klausel gibt den Parteien also ein großes Maß an Freiheit, verlangt dafür aber eine präzise Vereinbarung des Lieferortes, wie etwa DAT (Hafen Hamburg, Terminal der Reederei X). Möchte der Verkäufer nicht entladen, so wählt er DAP, das die ehemalige DAF-, DES- und die beliebte DDU-Regel ersetzt.

### Weltweite Anwendbarkeit

Ein Erfolgsgeheimnis der Incoterms® ist die universelle weltweite Anwendbar-

keit ohne Präferenz einer bestimmten Rechtsordnung. Für österreichische Anwender stellen sich aber auch ganz spezifische Fragen. Bei speziellen Problemen und in nicht ganz alltäglichen Situationen steht Ihnen das Team der ICC Austria daher jederzeit gerne zur Verfügung. Täglich werden zahlreiche Fragen rund um Außenhandel und Recht an uns herangetragen. Diese Erfahrung bringen wir gerne ein, um mit Ihnen den Vertrag und die optimale Klausel aufeinander abzustimmen, ganz individuell auf Basis der vorliegenden Voraussetzungen.

### Schulungstermine unter [www.icc-austria.org](http://www.icc-austria.org) ersichtlich

ICC Austria bietet darüber hinaus seit Ende September 2010 Schulungen zu den überarbeiteten Regeln an (Termine in ganz Österreich finden Sie unter [www.icc-austria.org](http://www.icc-austria.org)). Diese und andere Fragestellungen werden dabei detailliert erörtert. Die Vorteile und Nachteile aller Lieferklauseln zu kennen ist ein großer Vorteil. Der Preis einer Ware beinhaltet auch immer

ein gewisses Maß an Risiko und dieses sollten Sie kennen.

### Internationale Handelskammer

Die Internationale Handelskammer (ICC) ist die größte private Wirtschaftsorganisation der Welt. Ihre Mitglieder sind international aktive Industrie- und Handelsunternehmen, Banken, Versicherungen, Anwaltskanzleien, Transport- und Logistikunternehmen aller Branchen aus 130 Ländern.

ICC Austria berät Unternehmen bei Import- + Exportverträgen; Finanzieller Absicherung, Bankgarantien, Dokumentenakkreditiven; taktischem Vorgehen bei internationalen Verhandlungen; Mediation, Schiedsgerichtsbarkeit; Prävention von Wirtschaftskriminalität: Produktpiraterie, Betrug, Korruption, Spionage...

ICC Austria  
Internationale Handelskammer  
[www.icc-austria.org](http://www.icc-austria.org)

## Fragen Sie uns!



### Der One-Stop-Shop für alle Fragen der Internationalisierung

Das ICS ist Anlaufstelle für alle Informationen zur internationalen Marktbearbeitung. Sprechtag der Handelsdelegierten, Branchenseminare und spezifische Länderinformationen zählen zu unserem Angebot. Durch das Partnernetzwerk des ICS und durch eigene Datenbanken können viele Informationen sofort zur Verfügung gestellt, spezielle Informationen im Bedarfsfall beschafft werden. Informationen erhalten Sie auch im Bereich internationale Ausschreibungen und Procurement. Das ICS begleitet Sie in ausgewählten Destinationen über die Grenze und bietet konkrete Serviceleistungen, wie Marktaufbereitung durch Fokusprogramme und Wirtschaftsmissionen, Suche nach internationalen Geschäftspartnern, Projektbegleitung und Finanzierungsberatung für die Bearbeitung Ihrer Auslandsmärkte an.

Neben der vertieften Marktbearbeitung in den RIST Regionen Polen, Kroatien, Serbien und Rumänien werden Regionen in China und Russland und 2011 auch in der Türkei gezielt in Bezug auf den Markteintritt steirischer Unternehmer bearbeitet.

Informieren Sie sich auch über das Business Center St. Petersburg, ein besonderes Service des ICS im Auftrag des Wirtschaftslandesrates Dr. Christian Buchmann.

Infos unter [www.ic-steiermark.at](http://www.ic-steiermark.at)



powered by



Die Welt wartet auf Sie



Istanbul

## „In der Türkei geht die Post ab“

Als Wirtschaftsdelegierter in Ankara kennt Konstantin Bekos den Markt am Bosphorus wie seine Westentasche: Der Türkei-Experte im Interview über Geschäftschancen, einen möglichen EU-Beitritt und die türkisch-österreichischen Beziehungen.

Herr Wirtschaftsdelegierter, während die Wirtschaftskrise mehrere Länder an den Rand des Staatsbankrotts getrieben hat, hat die Türkei die Turbulenzen vergleichsweise gut überstanden. Woran liegt das aus Ihrer Sicht?

**Bekos:** Die Verschuldung ist in der Türkei viel geringer als in anderen Staaten, die Banken haben in anderen Märkten weniger veranlagt - auch weil das Geld für die eigene Wirtschaft benötigt wurde. Zudem hat die Türkei ihre Lehren aus der schweren Wirtschaftskrise im Jahr 2001 gezogen. Die Zahl der Banken hat sich damals von 70 auf 40 reduziert.

Die türkische Wirtschaft wächst rasant, Konsum und Bauwirtschaft boomen. Kann man die Türkei in puncto Wachstum mit den BRIC-

Staaten (Brasilien, Russland, Indien, China, Anm.) vergleichen?

**Bekos:** Auf jeden Fall. In der Türkei geht die Post ab. Für 2010 wird ein Gesamtwachstum von sechs bis sieben Prozent prognostiziert. Die Türkei ist ein Schwellenland und braucht den Vergleich mit den BRIC-Staaten nicht zu scheuen. Aus österreichischer Sicht würde ich aber eher von den Tric-Staaten sprechen, weil sich über die Türkei auch die anderen Märkte erschließen lassen. Der türkische Markt kann auch ein Türöffner in den Nahen Osten sein, die Türkei hat direkten Zugang in die Zollfreizone zwischen Jordanien, dem Libanon und Syrien.

Wie lang wird dieser Wirtschaftsboom aus Ihrer Sicht noch anhalten?

**Bekos:** Mittelfristig gehe ich von drei Jahren aus, wobei der Boom wegen der EU-Beitrittsverhandlungen auch durchaus noch länger anhalten kann. Wenn das Zollregime abgebaut und der Zypern-Konflikt geklärt werden, ist sogar ein noch stärkeres Wachstum möglich.

Trotz der hervorragenden Wirt-

**i** Zum Land  
 Fläche: 783.563 km<sup>2</sup>  
 Einwohner: 72,6 Mio.  
 BIP pro Kopf:  
 USD 8.590 (2009)  
 BIP real:  
 USD 617,6 Mrd. (2009)  
 Inflation: 14 % (2008)  
 Arbeitslosigkeit:  
 14 % (2009)

schaftsdaten gibt es noch immer massive Vorbehalte gegen einen Beitritt der Türkei zur Europäischen Union. Wie EU-reif ist die Türkei?

**Bekos:** Die Türkei drängt in einem rasanten Tempo Richtung EU, alles geht in Richtung Demokratie. Es wurde ein Referendum über eine Verfassungsänderung durchgeführt, was von der EU sehr begrüßt wurde. Ich würde sagen, die Türkei ist auf dem richtigen Weg, es gibt aber sicher noch einiges zu tun, damit aus der Türkei ein EU-konformes Staatsgefüge wird. Was die Währungsunion betrifft, würde die Türkei bereits jetzt die Maastricht-Kriterien erfüllen.

Wo orten Sie Aufholbedarf?

**Bekos:** Da geht es um das Verhältnis zwischen der Politik, dem Staat und



Sultan Ahmed Mosque, Istanbul

der Fleischmarkt aufgemacht wurde, kaufen die Türken Rindfleisch in Riesermengen. Der schrankenlose Zugang führt zu einem gewaltigen Aufnahmesog.

Welches Potenzial sehen Sie für österreichische Exporte in die Türkei?

**Bekos:** Beim Export sehe ich enorme Chancen: 2009 wurden von Österreich Waren im Wert von 760 Millionen Euro in die Türkei exportiert, vom Volumen her entspricht das in etwa den Exporten in die Slowakei. Wenn man bedenkt, dass die Türkei rund zehn Mal so viele Einwohner hat wie die Slowakei, sieht man das Potenzial. Ein großer Vorteil ist, dass die Türkei quasi vor unserer Haustür liegt, zudem gibt es viele türkische Staatsbürger in Österreich, sodass wir die türkische Mentalität gut kennen. Dieses Wissen sollten wir auch wirtschaftlich umsetzen.

Welche Chancen sehen Sie da speziell für steirische Firmen - und welche Branchen haben die besten Karten dafür?

**Bekos:** In der Türkei herrscht großer Nachholbedarf etwa in der Agrar- und Medizintechnik, bei der Logistik, bei der Infrastruktur, im Umweltsektor und auch in der Autozulieferung. Auch der Tourismus ist im Wandel: Neben dem klassischen Tourismus am Meer wird auch für den Schitourismus, historischen Tourismus und Thermalismus viel Geld in die Hand genommen.

Auch die Investitionen heimischer Unternehmen in der Türkei haben in den letzten Jahren stark zugenommen. Wo orten Sie da Chancen?

**Bekos:** Der Stromsektor wird privatisiert, der Verbund ist hier schon groß eingestiegen. Auch die OMV hat im Energiesektor in der Türkei investiert. In der Infrastruktur ist sicher noch viel zu tun. Durch die zunehmende Verstärkung müssen die Städte auf EU-Standard gehoben werden. Da sind etwa Kommunal- und Müllentsorgungstechnik und das Know-how aus Österreich gefragt. Österreich genießt in der Türkei einen guten Ruf, die Nachhaltigkeit wird geschätzt.



Mag. Konstantin Bekos, ist seit 2010 Außenwirtschaftsdelegierter für die Türkei. Davor war Bekos Außenwirtschaftsdelegierter in der Slowakei und Stellvertreter in Riyadh, Frankfurt, Abu Dhabi und Warschau.

dem einzelnen Bürger, um Pressefreiheit, Privilegienabbau, die Rolle des Militärs und der Frau. Die Stellung des Militärs in der Türkei rührt noch aus der Zeit von Atatürk, da sind sicher Korrekturen notwendig. Auch die Minderheitenrechte müssen gestärkt werden, Stichwort Kurden. Für die Türkei ist die Neuorientierung in Richtung EU sicher eine große Chance, aber auch eine echte Herausforderung.

Welche Rolle spielen Werte und die Religion bei den Beitrittsverhandlungen?

**Bekos:** Die EU ist in erster Linie als Wirtschaftsgemeinschaft konzipiert. Oberstes Ziel sollte sein, neue Märkte



zu erschließen. Diese Wirtschaftsgemeinschaft wurde aber um neue Ziele erweitert, wo es sehr stark um Werte geht. Das Problem ist aber, dass sich eine Wirtschafts- und Wertegemeinschaft nicht immer vereinbaren lassen, etwa in puncto Religion. Die EU ist sicher keine Religionsgemeinschaft: Wir dürfen keine Debatte in Richtung „Kreuz oder Halbmond“ führen, sondern müssen unterschiedliche Sichtweisen respektieren.

Welche Auswirkungen hätte ein EU-Beitritt der Türkei speziell für die Außenhandelsbeziehungen mit Österreich?

**Bekos:** Für den österreichischen Export wäre das extrem positiv, weil damit sämtliche Hürden fallen. Der Bürokratieabbau bringt eine enorme Zeiterleichterung. Ein Beispiel: Seit



bei dem Vergleich mit der Slowakei zu bleiben: Österreichische Firmen haben dort 1600 Niederlassungen, in der Türkei sind es erst 160. Allerdings

ist es undenkbar, nur über E-Mail in Kontakt zu bleiben.

Die türkisch-österreichischen Beziehungen sind kürzlich nach einem Interview mit dem türkischen Botschafter in Wien in die Schlagzeilen gekommen. Glauben Sie, dass dieses Interview Folgen für die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Österreich und der Türkei haben kann?

**Bekos:** Das glaube ich nicht. Viele Dinge, die groß durch die Medien gehen, sind nach einigen Wochen vergessen. Außerdem hat sich die Regierung in der Türkei von der Meinung des Botschafters distanziert. Für die Beziehungen zwischen der Türkei und Österreich wird das keine Folgen haben, weil beide Seiten gute Geschäfte machen wollen und sich nicht auseinander dividieren lassen.

zählt die Slowakei 5,4 Millionen Einwohner und die Türkei 75 Millionen. Diese Zahlen sprechen eine klare Sprache, welches Potenzial es da noch gibt.

**Welche Bedingungen finden heimische Unternehmer in der Türkei vor?**

**Bekos:** Die Türkei hat eine weise Währungspolitik betrieben, wie gesagt, die Türkei wäre schon fit für die Währungsunion. Zudem sind die Lohnkosten niedriger als im EU-Raum, wobei die gleiche Qualität wie in der EU produziert wird. In Summe also ideale Bedingungen.

**Wie schaut der Verhandlungsstil in der Türkei aus? Worauf muss man achten?**

**Bekos:** Der persönliche Kontakt ist das Um und Auf, es geht darum, Beziehungen aufzubauen und zu pflegen. Daher ist es sehr wichtig, dass die handelnden Personen die gleichen bleiben, weil der persönliche Einsatz im Vordergrund steht. In der Türkei

**Welche Impulse setzt die Außenwirtschaftsstelle in Ankara, um die österreichisch-türkischen Beziehungen zu vertiefen?**

**Bekos:** Für 2011 haben wir eine Fülle an Aktivitäten geplant, allen voran die Teilnahme an einer Messe in Izmir, wo Österreich speziell beworben werden soll. Schwerpunkte werden die Bereiche Energietechnik, umweltgerechte Technologien und Kommunaltechnik sein. Für Österreich ist das eine große Chance, seine Vielseitigkeit und Flexibilität zu präsentieren. Dazu sind natürlich auch Firmen aus der Steiermark herzlich eingeladen.

Ihre Wirtschaftskammer weltweit Außenwirtschaftscenter in Ankara  
Mag. Konstantin Bekos  
Wirtschaftsdelegierter  
Telefon:+90 312 219 21 41 (PBX)  
E-Mail: ankara@wko.at  
Internet: <http://wko.at/awo/tr>

### Internationale Messe

Die Internationale Messe Izmir findet vom 9.9. bis 18.9.2011 statt, Österreich ist Partnerland. Bei der ältesten und größten Messe in Anatolien präsentieren auf 70.000 m<sup>2</sup> Fläche rund 1000 Aussteller ihre Produkte. Schwerpunkt ist diesmal die Umwelttechnologie. Infos: <http://ief.izfas.com.tr>

**Wie kann ein Einstieg in der Türkei konkret ausschauen?**

**Bekos:** Wichtig ist es, sich den Markt vor Ort genau anzuschauen. Viele Betriebe vor Ort sind gut aufgestellt, so dass sich daraus Kooperationen, Joint-Ventures oder Übernahmen ergeben können. Die gute Struktur an Klein- und Mittelbetrieben bietet dafür optimale Voraussetzungen. Um



## Edle Tropfen für die Welt: Exportschlager Wein



Weinhandel bedeute diese Entwicklung, dass die Exportzahlen der letzten Jahre nicht gehalten werden können und für 2011 zum ersten Mal keine Zuwächse zu erwarten sind. Gleichzeitig werden die exportierten Liter auch im Inland fehlen, erklärt Wohlmuth. Dennoch könne das Weinjahr 2010 durchaus mit Erfolgsmeldungen aufwarten, unterstreicht der Weinhandelsexperte: „Die Qualität des österreichischen Weines 2010 ist besonders hoch und auch die ersten Exportstatistiken geben Anlass zur Freude.“

### Weinexport 2010

Der Weinexport 2009 übertraf mit einer mengenmäßigen Steigerung von 16 Prozent alle Erwartungen - und untermauerte die seit einem Jahrzehnt andauernde, progressive Exportentwicklung. Und auch trotz der zum Teil drastisch verminderten Ernten der letzten beiden Jahre kann der österreichische Weinexport 2010 Erfolg verbuchen. Es wurde zwar weniger, dafür aber teurerer Wein über die Grenzen verkauft - das geht aus den Zahlen der Statistik Austria und den Hochrechnungen der ÖWM (Österreich Wein Marketing GmbH) hervor. „Insgesamt ergibt sich aus dem ersten Halbjahr 2010 ein Exportzuwachs von zehn Prozent. Die Fassweinexporte sind zwar deutlich eingebrochen, gleichzeitig können die hochwertigen Flaschenwein-Ausfuhren einen signifikanten Zuwachs verbuchen. Der insgesamt höhere Durchschnittsexportpreis hebt die Weinexporterlöse 2010 auf Rekordniveau“, verweist Wohlmuth auf eine besonders positive Entwicklung für die heimische Weinwirtschaft.

### Absatzmärkte

Deutschland ist auch für den heimischen Wein der wichtigste Exportmarkt. „Und hier ist die Nachfrage ungebrochen hoch“, berichtet Wohlmuth, „ebenso interessant ist die Schweiz - sie rangiert mittlerweile an zweiter Stelle, dicht gefolgt von den Vereinigten Staaten. Kanada und



**Dass weniger oft auch mehr ist, das beweist der österreichische Weinexport. Schlechtes Wetter hat die Erntemenge zwar deutlich verringert, dennoch konnten im Export erneut Rekordwerte erzielt werden. Und die Nachfrage ist weltweit steigend.**

### Weinernte 2010

Im vergangenen Jahr hatten nicht nur die steirischen Weinproduzenten mit widrigen Wetterbedingungen und dem



daraus resultierenden verminderten Ertrag zu kämpfen - insgesamt prognostizierte die Statistik Austria für 2010 eine Erntemenge von rund 1,8 Millionen Hektolitern österreichweit - das unterschreitet das Ergebnis von 2009 um ein Viertel.

„Der Weinhandel muss für das Rohprodukt zwischen 70 und 100 Prozent mehr zahlen - da ist eine Preiserhöhung für den Endverbraucher die unmittelbare Konsequenz. Gleichzeitig sind die Lagerbestände aus den Vorjahren bald aufgebraucht - denn dieses schlechte Erntejahr ist bereits das zweite in Folge“, verweist Gerhard Wohlmuth, Vorsitzender des Wein- und Spirituosenhandels in der WKÖ und Gremialobmann des steirischen Weinhandels, auf die aktuelle Problematik. Für den



auch Russland.“ Besonders erfreulich sei laut Wohlmuth aber die steigende Nachfrage nach österreichischem Wein in den Niederlanden, Skandinavien und Großbritannien - hier konnten bei den Exporterlösen in den letzten Jahren enorme Zuwächse verzeichnet werden. Weniger problematisch seien, so der Experte, die Exporteinbrüche in Italien oder auch Japan, da diese für Länder für den heimischen Weinexport ohnehin eine untergeordnete Rolle spielten.

#### Steiermark-Perspektiven

Der hervorragende Ruf, den der steirische Wein im In- und Ausland seit Jahrzehnten genießt, ist Ergebnis kontinuierlicher, hochqualitativer Arbeit. Der Sauvignon Blanc hat sich als Leitsorte durchgesetzt, Gelber Muskateller, Pinot Gris und Pinot Blanc sind die weiteren in der Steiermark kultivierten Sorten mit dem höchsten Bekanntheits- und Beliebtheitsgrad. „Es liegt noch einiges an Arbeit vor uns, um den steirischen Wein im Ausland noch stärker zu positionieren“, ist Wohlmuth überzeugt, denn im internationalen Weingeschäft

stehe die Bezeichnung „Wein aus Österreich“ natürlich hoch im Ranking, die Steiermark als Weinproduzenthöchster Güte sei, mit Ausnahme in den Nachbarländern, aber noch immer weitgehend unbekannt. „Eine Erweiterung der Anbauflächen bedeutet, dass auch mehr Wein für den Export bereit steht“, sieht der Weinhandelsexperte enormes Potenzial in der Steiermark, das es noch zu nutzen gilt. Bislang gehen etwa 16 Prozent des steirischen Weines in den Export - Tendenz steigend. Sorgen um die Zukunft müsse sich das Weinland Österreich nicht machen, ist Wohlmuth sicher. „Es gibt nur ganz wenige Länder, wo man eine solche Vielfalt an Weinbaugebieten, Rebsorten sowie Weinstilen vorfindet. Und das Preis-Genuss-Verhältnis von österreichischen Weinen stimmt hundertprozentig.“ Die ausgezeich-

nete Qualität wird nicht nur im Inland hoch geschätzt, die österreichischen Weinexporte machen deutlich, wie gut sich der heimische Wein international positioniert. Es sei für die gesamtösterreichische Weinwirtschaft dennoch wichtig, den Export noch weiter zu forcieren, hält Wohlmuth fest, denn die dadurch entstehende breite Streuung erlaube eine größere Unabhängigkeit vom Markt. Ebenso sei die außerordentlich hohe Qualität der österreichischen Weine noch nicht ausreichend bekannt - hier sei vor allem die exportorientierte Weinwirtschaft gefragt. „Das österreichische Weinmarketing, die Wirtschaftskammer und die Außenhandelsstellen spielen dabei eine wichtige Rolle“, unterstreicht Wohlmuth, denn durch dieses Netzwerk sei es möglich, weiter aufzubauen und die einzelnen Märkte entsprechend zu bearbeiten.



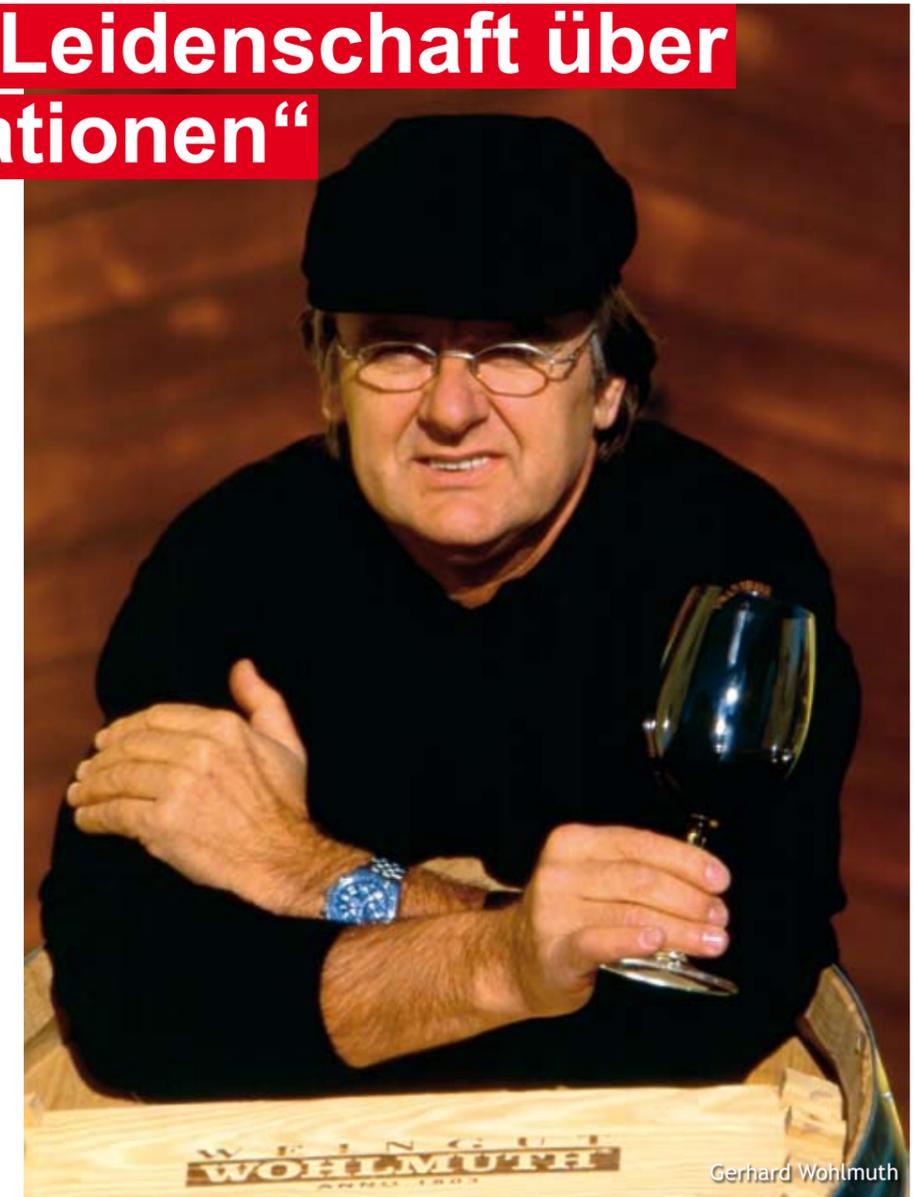
## „Wein-Leidenschaft über Generationen“

Das Herz der Steirer schlägt für den Wein. Der südsteirische Weinproduzent Gerhard Wohlmuth ist seit über zwei Dekaden gerade im Export sehr engagiert. Im Interview gewährt er Einblick in den Familienbetrieb und spricht über Tradition, Motivation und das Streben nach höchster Qualität.

Sie produzieren sowohl in der Steiermark, als auch im Burgenland Wein. Welche Vorteile sehen Sie in Ihrer Heimat, welche Vorzüge bietet das benachbarte Bundesland?

Wohlmuth: Mein Herz für den Weißwein schlägt in der Steiermark. Hier versuchen wir das spezielle Mikroklima und den Boden im Wein widerzuspiegeln. Unser Haus zählt seit Jahren auch zu den führenden steirischen Rotweinerzeugern und -exporteuren. Rotwein war für uns immer ein wichtiges Thema und das Burgenland bietet für uns das ideale Terroir für Blaufränkisch.

Sie gehen auch unkonventionelle Wege - in Ihrem Sortiment findet sich beispielsweise auch koscherer Wein. Wie kam es dazu?



Gerhard Wohlmuth



Kitzeck



Weingut Wohlmuth



Barriquekeller



Ried Gola



Paläozoischer Schiefer



Gerhard Wohlmuth

**Wohlmuth:** Um koscheren Wein zu machen, muss man sich entsprechend zertifizieren. Davon gibt es in ganz Österreich nur eine Hand voll - in der Steiermark sind wir da die einzigen. Dieser Wein geht bei uns auch zur Gänze in den Export. Hier sind wir Pioniere und haben eine kleine, aber feine Nische für uns entdeckt. Natürlich kann man hier nicht von wirklich großen Mengen sprechen, aber es ist eben eine Innovation, die uns Spaß macht.

Der steirische Wein erfreut sich jen-

seits der Grenzen immer größerer Beliebtheit. Welche Rolle spielt der Export für Ihr Unternehmen?

**Wohlmuth:** Weltoffenheit ist für uns nicht nur in unserer täglichen Arbeit ein Credo. Seit rund 20 Jahren engagieren wir uns in unserem Betrieb im Export. Unser Wein geht derzeit in 26 Länder, die Exportquote liegt bei 45 Prozent.

Wollten Sie immer schon Winzer werden oder hatten Sie ursprünglich andere Berufsvorstellungen?

**Wohlmuth:** Ich bin in den elterlichen Betrieb hineingewachsen und konnte mir nie etwas anderes für mich vorstellen. Das war es, was ich machen wollte - deshalb waren die Ausbildungsschritte für mich auch schon früh vorgezeichnet. Ich habe die Weinbaufachhochschule besucht und mein Wissen durch verschiedene Auslandspraktika in Deutschland und der Schweiz vertieft. Es ist wichtig, die eigenen Grenzen, die eigene Sicht ständig zu erweitern - aus diesem Grund hat auch mein Sohn Gerhard

vielfältige Praktikums-Erfahrungen, von Neuseeland über Südafrika bis nach Italien, gesammelt.

Ihre Kinder sind mittlerweile fixer Bestandteil des Familienbetriebs. War dieser Weg auch für Ihre Kinder bereits so vorgezeichnet, wie für Sie damals?

**Wohlmuth:** Ich habe meine Kinder immer ermutigt, das zu tun, was für sie richtig erscheint. Meinen ältesten Sohn Gerhard haben, wie er selbst sagt, vor allem auch die Erlebnisse im Rebberg mit seinen Großeltern und das Mitgehen mit mir in den Weinkeller sehr geprägt. Er hat sich dann entschlossen, internationales Weinmanagement und Weinmarketing zu studieren und ist mittlerweile gemeinsam mit mir Kellermeister. Es ist schön zu sehen, dass die Leidenschaft für Wein, die Natur und die Landschaftspflege auch in der nächsten Generation weiter wächst und mit Engagement fortgeführt wird.

Sie betonen immer wieder, wie wichtig Ihnen die



gemeinsame Arbeit mit Ihrem Sohn ist. Kommt es da nicht auch dann und wann zum „Aufeinandertreffen der Gene-

rationen“? Oder ist es auch gerade das, was die nötige Energie zu Innovationen liefert?

**Wohlmuth:** Wir arbeiten bei allem, was wir machen, ständig Hand in Hand. Weder im Keller noch im Weingarten gibt es unter uns konkrete Aufteilungen. Es ist uns beiden gleichermaßen ein Anliegen, dass wir jeden Rebstock selbst kennen und im Keller die Verantwortung nicht aus der Hand geben. Wir beide sind die „Weinverantwortlichen“ und Entscheidungen werden immer gemeinsam getroffen. Wir versuchen beide die bestmögliche Qualität zu erreichen. Im Keller geht es darum, mit größter Sorgfalt und Liebe diese bei der Vinifikation zu erhalten. Es freut mich, dass mein



Sohn die Stilistik unseres Weingutes so sehr schätzt und diese auf seine Art immer weiter verfeinert. Der wirkliche Generationenwechsel bei den Winzern vollzog sich eher zu meiner Zeit, als ich damit begann. Die heutige Jugend ist begierig, von unseren Erfah-

rungen zu lernen. Ich selbst sehe mich schon als Verfechter der alten Schule, bin aber auch offen für Neues - deshalb wird auch immer experimentiert.

Neben der Arbeit im Betrieb widmen Sie sich auch vielen weiteren Aufgaben. Sie sind Obmann der steirischen Weinwirtschaft, Bundesvorsitzender der österreichischen Weinwirtschaft und seit 2010 auch ÖWM Aufsichtsratsvorsitzender. Woher nehmen Sie die Motivation für Ihre vielfältigen Verpflichtungen?

Meine Motivation schöpfe ich aus der Arbeit selbst. Ich bin sehr erdverbunden und sehe mich als Landschaftspfleger - es geht schließlich darum, im Einklang mit der Natur dieses alte Kulturgut weiter zu tradieren und zu verfeinern. Ich mache meine Arbeit mit Leidenschaft. Diese Freude am Tun ist mein Motor. Im Weingarten selbst bin ich aufgrund vieler Aufgaben nicht mehr so oft wie früher, aber ich genieße die Zeit, die ich in der Natur bin, dann umso mehr und nehme diese vielleicht noch bewusster wahr.

Was sind Ihre Ziele für sich und Ihre Familie?

**Wohlmuth:** In einem Familienbetrieb denkt man immer in Generationen. Gerade wenn es sich um Wein handelt, sind Entscheidungen immer sorgfältig und wohl durchdacht zu treffen, denn heute angelegte Weinflächen bringen erst in 15 bis 20 Jahren die besten Trauben. Wir bauen unsere Edellagen aus und ich bin schon sehr gespannt darauf, wenn wir die ersten Einzellagenweine von den neuen Lagen auf die Flasche bringen. Unsere Familie produziert nun schon seit über 200 Jahren südsteirische Weinspezialitäten. Es ist mir wichtig, dass unser Leitmotiv „Respekt vor der Tradition, Aufgeschlossenheit für die Moderne, kompromissloses Streben nach bester Qualität“ auch in Zukunft, von den kommenden Generationen mit Leidenschaft weitergetragen wird.

Weinguth Wohlmuth GmbH



## „Vive la France“



Mag. Peter Faulkner, 38 Jahre, ist zunächst in Japan und dann in Österreich aufgewachsen, wo er Betriebswirtschaft studiert hat und dann sieben Jahre als Key Account Manager und im internationalen Vertrieb tätig war. Seit fünf Jahren arbeitet er für SSI Schäfer PEEM in Graz, wo er als Senior Project Manager für die Realisierung und Umsetzung von internationalen Projekten im Bereich der Logistik-Automatisierung zuständig ist. Technisch und kaufmännisch ist Peter Faulkner der Ansprechpartner des Kunden während der Projektphase und trägt somit wesentlich zur Kundenzufriedenheit bei. Ein wesentlicher Bestandteil dabei ist, für Termintreue und Kosteneffizienz bei der Anlagenrealisierung Sorge zu tragen.

Mag. Peter Faulkner, 38 Jahre, ist zunächst in Japan und dann in Österreich aufgewachsen, wo er Betriebswirtschaft studiert hat und dann sieben Jahre als Key Account Manager und im internationalen Vertrieb tätig war. Seit fünf Jahren arbeitet er für SSI Schäfer PEEM in Graz, wo er als Senior Project Manager für die Realisierung und Umsetzung von internationalen Projekten im Bereich der Logistik-Automatisierung zuständig ist. Technisch und kaufmännisch ist Peter Faulkner der Ansprechpartner des Kunden während der Projektphase und trägt somit wesentlich zur Kundenzufriedenheit bei. Ein wesentlicher Bestandteil dabei ist, für Termintreue und Kosteneffizienz bei der Anlagenrealisierung Sorge zu tragen.

Frankreich ist nicht nur ein Reiseziel der Sonderklasse - auch für steirische Unternehmen bietet das Land einen breiten Pool an Möglichkeiten, mit heimischem Know-how den Markt zu erobern. Peter Faulkner, Senior Projekt Manager für SSI Schäfer PEEM in Graz, im Interview über Chancen, Mentalitäten und französischen Nationalstolz.

Herr Faulkner, die SSI Schäfer PEEM zählt zu den steirischen Leitbetrieben. Was zeichnet das Unternehmen aus, was macht es so erfolgreich?

Faulkner: Rund 9000 Mitarbeiter werden weltweit von der SSI Schäfer Unternehmensgruppe an über 50 Niederlassungen auf vier Kontinenten beschäftigt, in Graz sind es bereits über 600. Der Standort Graz ist spezialisiert auf modulare Kommissioniertechnik. Hier werden hochdynamische Förderanlagen, automatische Kommissionierungsanlagen sowie die dazugehörige Software entwickelt und produziert.



SSI Schäfer PEEM

### Zum Land

Fläche: 551.500 km<sup>2</sup>  
 Einwohner: 64,7 Mio.  
 BIP pro Kopf:  
 EUR 29.706 (2009)  
 BIP real:  
 EUR 1.922 Mrd. (2009)  
 Inflation: 0,8 % (2009)  
 Arbeitslosigkeit:  
 9,6 % (2009)



aufgrund der geografischen Lage und Nähe schon seit jeher ein wichtiger Markt für uns und bietet aufgrund der Größe eine Vielzahl von Möglichkeiten - diese für sich auch nutzen zu können, setzt aber voraus, dass man die Menschen dort auch versteht.

Der Export-/Auslandsanteil macht über 90 Prozent aus. Das langjährige Engagement in den verschiedenen Märkten der Welt sowie die sehr enge Zusammenarbeit mit den Kunden vor Ort ist eines der Erfolgsgeheimnisse des Unternehmens.

Das Unternehmen engagiert sich rund um den Globus. Gibt es Bereiche, die noch zu erobern sind?

Faulkner: Eigentlich sind wir bereits sehr gut aufgestellt - durch die Vielzahl von Vertriebsbüros auf der ganzen Welt. Der Mittlere Osten, Indien und Süd-Ost-Asien bieten sicherlich noch viele Wachstumschancen.

Sie betreuen verschiedenste Projekte weltweit. Welcher Markt ist für Sie persönlich besonders spannend?

Faulkner: Auf jeden Fall Frankreich. Das Land zählt auch zu den fünf Kernmärkten des Unternehmens, und viele Kunden sind „gemeinsam“ mit Schäfer gewachsen. Frankreich ist natürlich

Markt entsprechend zu platzieren. Die Franzosen sind generell immer sehr daran interessiert, wo die jeweiligen Produkte hergestellt werden, und bevorzugen Produkte des eigenen Landes.

Wie muss man sich die Arbeit mit französischen Geschäftspartnern vorstellen?

Faulkner: Es gibt viele Überschneidungen in den Mentalitäten und im Arbeitsverständnis. Das macht die Zusammenarbeit mit französischen Kunden oft leichter, als es beispielsweise in einem uns weiter entfernten Kulturkreis ist. Dennoch gibt es auch in Frankreich einige Spielregeln, die beachtet werden müssen.

Frankreich ist ein sehr großes Land, da werden regionale Unterschiede deutlich. Ich habe die Erfahrung gemacht, dass das Nord-Süd-Gefälle in vielen Fällen auch wirklich zutrifft. Die Südf Franzosen sind in der Zusammenarbeit wesentlich legerer, als es beispielsweise die Pariser Kunden sind. Was die Franzosen auszeichnet, sind sicherlich ihre Handschlagqualität und ihr großes Verantwortungsbewusstsein. Der persönliche Kontakt vor Ort ist für die Kunden ungemein wichtig, und dafür nehmen sie sich auch ausgiebig Zeit. Da kann es durchaus vorkommen, dass man für ein eigentlich kurzes Gespräch schon mal zwei Stunden Mittagessen einplanen muss.

Sprechen Sie damit die französische Sprache oder das starke nationale Verständnis an?

Faulkner: Eigentlich beides. Vor allem aber die sprachliche Komponente ist bei einer Tätigkeit in Frankreich das Um und Auf. Die Franzosen sind sehr stolz auf ihre Sprache und verwenden selbst sehr ungerne Fremdsprachen - auch wenn sie es könnten. Das ist Teil ihres Nationalbewusstseins. Sicherlich, wenn man mit der jungen Generation von Franzosen zusammenarbeitet, würde die Kommunikation auch in Englisch funktionieren, aber ich bin der Ansicht, dass man, wenn man ein Land betreut, zuallererst die Sprache können muss.

Was die Franzosen besonders auszeichnet, sind ihr Selbstverständnis und ausgeprägter Stolz - deshalb ist es auch oft für heimische Unternehmer schwer, ihre unumstritten hochwertigen Produkte am französischen

Welche Bereiche sind in Frankreich gefragt - wo können steirische Unternehmen in Frankreich Ihrer Meinung nach besonders punkten?

Faulkner: Das Thema Umwelttechnologie mit all den verschiedenen Facetten ist auch in Frankreich ein entscheidendes und heiß diskutiertes Zukunftsthema. Hier können die heimischen Unternehmen mit ihrem Know-how auf jeden Fall erfolgreich auf sich aufmerksam machen.

Ihre Wirtschaftskammer weltweit Außenwirtschaftscenter in Paris  
 Dr. Herbert Preklik  
 Wirtschaftsdelegierter  
 Telefon:+33 1 53 23 05 05  
 E-Mail:paris@wko.at  
 Internet:http://wko.at/awo/fr



## Aufbruch in neue Märkte mit Förderprogrammen für Exporteure!

Das ICS ist der One-Stop-Shop für den steirischen Export und allen Fragen der Internationalisierung. Wir fördern und unterstützen Unternehmer beim Start ins Ausland, bei der Erschließung neuer Märkte und bei der Intensivierung der Auslandsaktivitäten. Unser Ziel ist die weltweite Etablierung steirischer Unternehmen, die Erleichterung des Markteintritts in neue Zielregionen, Unterstützung bei internationalen Projekten und die Motivierung steirischer KMU zur Internationalisierung.

### Finanzierungs- und Förderungsberatung

Im Rahmen der Finanzierungs- und Förderungsberatung informieren wir über Finanzierung und Absicherung von Auslandsaktivitäten und Förderungen bei Exportaktivitäten.

Nachhaltiger Erfolg im Exportgeschäft und Investments im Ausland brauchen ein gutes Risikomanagement und attraktive Finanzierungen. Die OeKB bietet mit den Exporthaftungen des Bundes und OeKB-Refinanzierungen über die Hausbank jene Instrumente, die österreichische Unternehmen und ihre Partner im globalen Wettbewerb stärken.

### Exportfonds

Der Exportfonds unterstützt österreichische Unternehmen durch Finanzierung ihrer Exporte. Finanziert werden Ausfuhrgeschäfte und Markterschließungsvorhaben (letzteres nur außerhalb der EU) inländischer kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU) in Form von günstigen Exportfondskrediten für max. 30 % des Exportumsatzes bzw. der Exportumsatzerwartung.

### Austria Wirtschaftsservice GmbH

Die Austria Wirtschaftsservice GmbH (aws) ist die Förderbank des Bundes und unterstützt Unternehmen von der Vorgründungs- bis hin zur Internationalisierungsphase mit



zinsgünstigen Exportkrediten, Zuschüssen, Haftungen und Garantien sowie mit Know-how, Beratungs- & Serviceleistungen.

### Neues Haftungsprogramm Zukunfts!Sicher

Das neue Haftungsprogramm Zukunfts!Sicher 2011+ der SFG erleichtert steirischen Unternehmen den Zugang zu Fremdfinanzierungen durch die Übernahme von Haftungen für Investitionskredite, Betriebsmittelkredite und Avalkredite. Kleinst-, Klein- und Mittelunternehmen, deren Gründung bereits drei Jahre vor dem Zeitpunkt der Antragstellung erfolgt sein muss, und Großunternehmen im Rahmen der Behaftung von Investitionskrediten subsidiär bzw. konsortial zu den Förderungsprogrammen der Austria Wirtschaftsservice GmbH können eine Haftungsübernahme bei der

SFG im Ausmaß von 50 % bis 80 % des Kreditbetrages (max. 1,5 Mio. €) für Investitionskredite, Betriebsmittelkredite und Avalkredite beantragen.

### „go-international“

Die Internationalisierungsoffensive des Wirtschaftsministeriums und der AWO, „go-international“, weist eine ganze Reihe an direkten und indirekten Förderungen auf und ist an bestimmte Voraussetzungen geknüpft. Das Spektrum reicht von den Kosten für ein Inkubator-Büro über Förderungen von Gruppenausstellungen im Ausland, Exportberatung für KMU, Förderungen für die Teilnahme an wissenschaftlichen Fachkongressen, Kofinanzierung der direkten Markteintrittskosten bei Exportkooperationen oder der Finanzierung der Beratungskosten im Ausland bis hin zu Direktförderungen von „Incoming-Missions“.



Mag. Marie Peinsith

Es würde den Rahmen sprengen, wollte man alle Fördermaßnahmen beschreiben. Für ein persönliches Beratungsgespräch steht Ihnen Frau Mag. Marie Peinsith, ICS Internationalisierungszentrum Steiermark GmbH, erreichbar unter (0316) 601 DW 703 oder per Mail: marie.peinsith@ic-steiermark.at sehr gerne zur Verfügung.



Dr. M. Burger-Scheidlin

## Geldanlagebetrug – ein lukratives Feld für Betrüger!

in New Jersey an, das gerade an einer sehr interessanten Investition arbeite und einen Börsengang der Aktie X vorbereite. Sie und einige Freunde hätten die Gelegenheit Aktien vor dem „initial public offering“ zu erwerben. Der Börsengang sei vo-

steigt, verkaufen die Betrüger ihre vorher fast wertlosen Aktien z.B. an Sie. Sobald die „Werbekampagne“ vorbei ist, fällt der Preis wieder auf sein ursprüngliches mickriges Niveau.

### Erstes Abtasten

Die Anrufer klingen sehr überzeugend. Sie verwickeln Sie zuerst einmal in ein allgemeines Gespräch über Geld und Geldanlage, über Ihre Zukunftserwartungen, Fragen, wie Sie für die Erziehung Ihrer Kinder und Ihre Pension vorgesorgt haben. De facto ist es ein erstes Abtasten, wie potent Sie finanziell sind, ob Sie frei verfügbares Geld haben, das Sie investieren könnten etc. Natürlich wissen die Anrufer, dass, selbst wenn man Ihr Vertrauen gewinnen kann, Sie nie all Ihr frei verfügbares Geld gleich beim ersten Mal investieren würden. Aber es gilt schon früh abzuklären, auf was man bei erfolgreicher Anlage mittelfristig „hoffen darf“.

### Professioneller Auftritt

Wenn das erste vorsichtige Gespräch positiv verläuft, suggeriert Ihr Anrufer die ersten Investments. Um das Vertrauen der potenziellen Anleger zu gewinnen, verfügen die Anrufer über sehr gut gemachte Websites mit den entsprechenden Verlinkungen auf andere. Auf diesen Webpages können Sie auch on-line Konten einrichten, Sie sehen Ihr überwiesenes Geld dort eingehen.... Die angegebenen Telefon- und Faxnummern sind existent, enden aber oft in Callcentern, die Ihnen zwar die Minimumauskünfte geben, bei

Gerade in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten versuchen viele doch noch schnell „Geld zu machen“. Das Lotteg Geschäft blüht - und so auch das Geschäft der Geldanlagebetrüger, die mir und Ihnen mit großen Versprechungen „eine einmalige Chance anbieten, doch endlich reich zu werden“. Der Anrufer versteht nicht, wieso wir unseren Banken, die uns vielleicht noch 1-2 % Zinsen zahlen, überhaupt noch Geld anvertrauen, wo doch das Geschäft mit Mergers & Akquisition blüht, die Börsen um 20 % steigen ...

### „cold calls“

Selbsternannte „Anlageexperten“ überschwemmen derzeit viele von uns in Mitteleuropa mit überraschenden Anrufen, sogenannten „cold calls“. Man sagt Ihnen, man rufe z.B. von einem jungen aufstrebenden Investmenthaus



Vorsicht  
Betrug!

raus-sichtlich in drei Monaten und dann würde der Aktienkurs sich vervielfachen. ...dies ist doch sicher ein besseres und solideres Investment als Ihre Geldanlage bei Ihrer Hausbank.

### „Penny Stocks“

Das gleiche geschieht mit kleinen, bereits an einer Börse gelisteten Aktien. Betrüger decken sich billig mit sogenannten „Penny Stocks“ ein, machen dann über Call Center und E-Mail-Kampagnen stark Werbung für den Kauf dieser Aktien. Wenn die Aktie



entscheidenden Fragen aber nicht weiterhelfen können. Manchmal werden für kürzere Zeit auch die Webseiten von bekannten, großen, seriösen Institutionen wie Bloomberg etc. gefälscht, sodass Sie „die Gelegenheit haben“ die „Richtigkeit“ der Aussage der Betrüger auch zu „verifizieren“.

**Ausländische Konten**  
Sollen Sie sich zu einem Investment entschließen,

gehen die Überweisungen selten auf ein österreichisches Konto, oft gehen sie auf Konten in europäischen Steuerparadiesen oder (da diese zunehmend streng kontrolliert werden) auf Konten im weiteren Ausland (Mittlerer Osten, Singapur, Hong Kong etc.) - denn Sie wollen doch sicher nicht Ihr wertvolles Investment den Steuerbehörden „ausliefern“.

#### Scheinkontos

Auf Ihrem On-line Konto wird sich in der ersten Zeit Ihr Geld attraktiv vermehren. Nach einiger Zeit wird es zu ersten „Problemen“ kommen.

Man wird Ihnen sagen, dass Sie um ein Aktieninvestment „zu retten“ doch unbedingt Aktie X nachkaufen sollten ... . Nach weiteren „überraschenden“ Verlusten werden Sie vielleicht aggressiv, fordern Ihr Investment zurück ... . Aber entweder werden die Verantwortlichen „kurzfristig“ nicht erreichbar sein, oder man erpresst Sie weil Sie ja Ihre ersten Gewinne nicht bei Ihrem Finanzamt angegeben haben.

... wie dem auch sei, Sie müssen fast immer mit einem Totalverlust rechnen. Manche Geschädigte versuchen juristisch ihrem Geld „nachzulaufen“, merken dann aber bald, dass Sie ja nicht nur in einem Staat, sondern oft in fünf bis acht Jurisdiktionen Klage einbringen müssten, und vor allem noch nicht wissen, ob auf den Konten der Betrüger überhaupt noch Geld vorhanden ist ... In 90 % der Fälle bringt eine juristisch Verfolgung leider wenig bis nichts ...

Sollten Sie „tolle“ Offerte zur Geldanlage erhalten, kontaktieren Sie ICC, die Internationale Handelskammer bzw. das ICC Commercial Crime Service, bevor Sie das erste Investment tätigen.

*Bei Problemen helfen: Dr. M. Burger-Scheidlin, Geschäftsführer, Fr. Claudia Drexler, [icc@icc-austria.org](mailto:icc@icc-austria.org), [www.icc-austria.org](http://www.icc-austria.org), Tel: 01-5010537-16*



Mit Beregnungsanlagen der Firma Röhren- und Pumpenwerk Bauer gegen Armut in der Demokratischen Volksrepublik.



## Voitsberger Industriebetrieb als Laos-Pionier



Laos, das fruchtbare Land zwischen Vietnam, Kambodscha, Thailand und China will im Kampf gegen die Armut seine agrarische Produktivität erhöhen und künftig statt einer Ernte zwei Ernten pro Jahr einfahren. Um dieses gesellschafts- und wirtschaftspolitische Ziel erreichen zu können, müssen die Flächen effizient beregnet werden. Die Technologie dafür kommt aus Österreich, nämlich vom Weltmarktführer in Sachen Beregnungstechnologie, der Bauer Gruppe, mit Hauptsitz in Voitsberg. Geliefert werden Rainstar Trommel-Beregnungsmaschinen sowie Niederdruck-Beregnungssysteme der



BAUER Group Centerstar



Laos Bewässerungsgebiet



BAUER Group Rainstar E55

Type Centerstar mit einem Gesamtwert von rund zwei Millionen Euro. Die Finanzierung läuft über ein OECD-konformes „Soft Loan“-Darlehen in Kooperation mit der Oesterreichischen Kontrollbank.

Auftraggeber der Voitsberger ist das Landwirtschaftsministerium in Vientiane, das ein Pilotprojekt in Zusammenarbeit mit dem nationalen Agrar-Forschungsinstitut NAFRI und der Nationaluniversität der Demokratischen Volksrepublik initiiert hat. Im Zuge dieses Pilotprojektes sollen die Studenten und Landwirte mit moderner Beregnungstechnologie vertraut

gemacht werden: „In Laos wird zur Zeit ausschließlich durch Überflutung bewässert. Im Gegensatz zu unseren modernen mechanischen Beregnungssystemen mit einer Wassereffizienz von bis zu 95 % beträgt die Effizienz bei traditioneller Flutbewässerung nur 50 %. Trotz der hohen jährlichen Gesamtniederschlagsmenge von 1800 mm ist in Laos derzeit nur eine Ernte möglich, weil 85 % des Regens in den Monaten Mai bis Oktober fallen. Durch den Einsatz von Bauer-Beregnungsanlagen wird eine enorme Wassereinsparung erreicht und die Agrarproduktion gesteigert“, erläutert Heimo Wiesin-



Zum Land

Fläche: 236.800 km<sup>2</sup>

Einwohner: 6,83 Mio.

BIP pro Kopf:  
EUR 1.611 (2010)

BIP nominell:  
EUR 3,9 Mrd. (2010)

Inflation: 3,3% (2010)

Arbeitslosigkeit:  
2,4 % (2005)

ger, das für Vertrieb und Marketing zuständige Geschäftsleitungsmitglied der Röhren- und Pumpenwerk Bauer Gesellschaft m.b.H., und hebt die Pionier-Rolle seines Unternehmens hervor: „Wir sind nach Andritz die zweite österreichische Firma in Laos und weltweit der erste Anbieter moderner Bewässerungstechnologie, der sich in der Demokratischen Volksrepublik engagiert.“

### 850 Hektar

Im Zuge dieses ersten Pilotprojektes sollen insgesamt 850 ha Ackerfläche an neun verschiedenen Standorten beregnet werden. Die erste Lieferung umfasst elf Rainstar Trommelregner sowie 18 Centerstar und 168 Pivot Niederdruck-Beregnungssysteme.

Projektmanager Karl-Heinz Reinisch erläuternd dazu: „Ziel ist es, durch den Einsatz unserer modernen Beregnungsanlagen die Agrarproduktion qualitativ und quantitativ zu steigern und dadurch auch einen Beitrag zur Armutsbekämpfung der Landbevölkerung zu leisten.

Der Einsatz von Beregnungsanlagen - im Rahmen eines Ausbildungskonzeptes an den führenden Landwirtschaftsschulen des Ministeriums sowie an der Hochschule der National University of Lao PDR - wird mit Sicherheit positive Auswirkungen auf die landwirtschaftliche Entwicklung in Laos haben.“

*Ihre Wirtschaftskammer weltweit Außenwirtschaftscenter für Laos*  
Dr. Gustav Gressel  
Wirtschaftsdelegierter  
Telefon: +66 2 268 22 22  
E-Mail: bangkok@wko.at  
Internet: <http://wko.at/awo/th>



## Social Media Networking

Wie können Außenhandels-Unternehmen von Web 2.0 profitieren

Es existieren viele Beschreibungen, was Web 2.0 bedeutet. Web 2.0 umfasst aus der Sicht der meisten Experten alle Technologien, in denen der Internet-Anwender mit anderen Benutzern kommunizieren kann. Natürlich gehören hier vor allem die sozialen Medien wie Facebook, Twitter oder XING dazu. Aus diesem Grund wird Web 2.0 auch als „Mitmach-Web“ bezeichnet. Der Begriff Web 2.0 verliert seit einiger Zeit stark an Bedeutung. Der Begriff „Social Media“ setzt sich immer weiter durch.

Es gibt drei Arten von Plattformen im Bereich Web 2.0: Auf kollaborativen Plattformen wie Wikipedia, Blogs oder Microblogs (Twitter) geben die Mitglieder relativ wenig von sich preis. In sozialen Netzwerken wie Facebook, XING oder LinkedIn dagegen wollen sich die Benutzer präsentieren. Daneben existieren noch Communities, in denen Mitglieder Inhalte austauschen, wie etwa Youtube (Videos), Flickr (Fotos) oder Slideshare (Präsentationen). Schließlich zählen auch Online-Spiele und virtuelle Welten (World of Warcraft, Second Life) zu den sozialen Medien.

Wie können Außenhandels-Unternehmen von Web 2.0 profitieren

### 1. Verwendung der Technologie zur Zusammenarbeit zwischen Mitarbeitern, Kunden und Partnern

Unternehmen haben bereits begonnen, soziale Medien für ihre Zwecke zu verwenden. Dabei gibt es mehrere Wege, wie auch Außenhandels-Unternehmen von diesen Medien profitieren: Der erste Weg ist die Verwendung der Technologien zur Zusammenarbeit

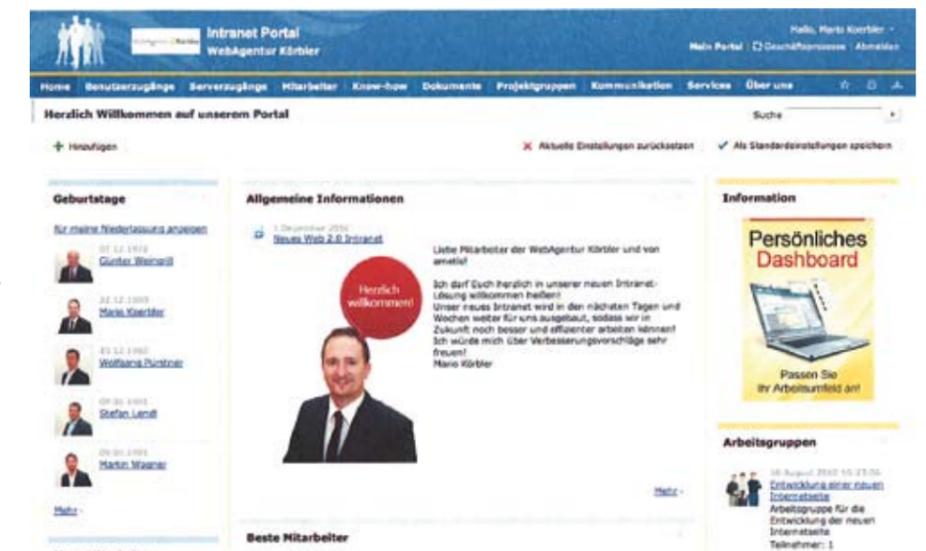
zwischen den Mitarbeitern, Partner-Firmen oder Kunden. Wiki, interne Blogs oder Intranet-Lösungen können die Art und Weise wesentlich verbessern. Unternehmen können sich selbst organisieren und Informationen von Mitarbeitern für Mitarbeiter einfacher zur Verfügung gestellt werden. Bei dieser Technologie spielt

Partnern die Möglichkeit geben, mit Ihren Mitarbeitern in Echtzeit zu kommunizieren. Bestehende Intranet- und Extranet Lösungen können um Funktionen erweitert werden, die jedem Mitarbeiter, Kunden und

Partner die Möglichkeit geben, wertvolle Informationen zur Verfügung zu stellen.

### 2. Verwendung von Business-Netzwerken, um neue Geschäftspartner zu finden oder mit Geschäftspartnern in Kontakt zu bleiben

Gerade für Unternehmen, die im Außenhandel tätig sind, haben sich in



Beispiel: Gemeinsames Intranet-Portal mit Web 2.0 Funktionen



den letzten Jahren einige interessante Online-Business-Netzwerke entwickelt. Dabei gelten im Internet ähnliche Kriterien für eine korrekte Vernetzung wie in der realen Welt. Die Online-Business-Netzwerke sind gerade für Unternehmer und Führungskräfte interessant, um in Kontakt zu bleiben, Termine zu planen und nach neuen Geschäftspartnern zu suchen. Das derzeit bekannteste Online-Business-Netzwerk in Europa ist XING ([www.xing.com](http://www.xing.com)). Aus diesem Grunde gehen wir auf XING näher ein. Auf XING suchen und finden Geschäftsleute wichtige Kontakte, Informationen, Aufträge, Mitarbeiter, Jobs, Kunden, aber auch Ideen und Wissen. Derzeit umfasst die Plattform fast zehn Millionen Mitglieder und stellt in rund 16 Sprachen über alle Branchen hinweg Online-Kontakte her. XING bietet gegenüber Ihrer eigenen Kontaktbank den großen Vorteil, dass sich die Kontakte bei XING selbst aktualisieren. Damit haben Sie immer den Überblick, wenn einer Ihrer Kontakte das Unternehmen wechselt oder wenn sich Kontaktinformationen ändern. Sie werden bei XING informiert, wenn sich

die Kontaktinformationen Ihrer Kontakte ändern und sind so immer auf dem Laufenden. Wir haben für Sie ein paar Regeln für die Gestaltung Ihres XING Profils zusammengefasst:

1. Nutzen Sie ein professionelles, freundliches Foto. Auch online gilt: Die ersten paar Sekunden entscheiden. Sie haben im Internet keine Chance, über einen interessanten Small-Talk Ihre chaotische Frisur wieder in ein gutes Licht zu rücken. Da bei den meisten Online-Business-Plattformen das Foto immer links im Profil steht, sollten Sie idealerweise nach rechts schauen.
2. Füllen Sie Ihre Kontaktdaten vollständig (Telefonnummer, E-Mail-Adresse, Straße, Postleitzahl, Ort) aus. Damit geben Sie Ihren Kontakten die Möglichkeit Sie zu kontaktieren und zeigen Seriosität!
3. Bei den Feldern „Ich suche“ und „Ich biete“ müssen Sie

etwas Hirnschmalz reinstecken. Die beiden Felder sind bei sehr vielen XING-Mitgliedern nicht ausreichend intelligent befüllt. Gerade bei dem Bereich „Ich suche“ sollten Sie ins Detail gehen und schreiben, was Sie suchen. Wenn Sie beispielsweise derzeit nach Partnern im Außenhandel suchen, schreiben Sie das genau so in das XING-Profil. Das Geheimnis liegt darin, exakt DIE Wörter zu verwenden, die andere Menschen auf dieser Plattform suchen. Wenn ein potenzieller Partner in diesem Bereich auf XING nach Personen mit diesen Suchkriterien sucht, wird er genau DAS in die XING-Suche eingeben. Hier sollten Sie auch online nach dem Spruch vorgehen: „Der Wurm muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler“. Im Bereich „Ich biete“ ist es von Vorteil, viele unterschiedliche Begriffe stichwortartig zu trennen. Bilden Sie hier so wenig ganze Sätze wie möglich. Ganze Sätze sind



sehr schlecht für die XING-Suchmaschine, da in diesem Fall nur jener Kontakt auf Sie stoßen würde, der GENAU den Satz in die Suchmaschine eingibt.

4. Bei **Interessen** müssen Sie auf alle Fälle glaubwürdig und authentisch wirken. Hier sollte nicht zu viel angeführt sein. Im Idealfall ist in diesem Bereich eine interessante Mischung aus kulturellen, fachlichen und sportlichen Interessen angeführt, sodass sich der Betrachter der Seite aufgrund Ihrer Angabe von vier bis fünf Interessen ein Bild von Ihnen machen kann und dieses

Bild auch in seinem Kopf fix verankert ist.

5. Nutzen Sie Ihre **Statusmeldung**. Die Statusmeldung ist eine Art virtuelles Laufband oder virtueller Banner für Ihr Profil und wird dabei direkt in der Rubrik „Neues aus meinem Netzwerk“ auf der Start-Seite Ihrer XING-Kontakte veröffentlicht. Damit können Sie Ihre Kontakte immer auf dem Laufenden halten.

Nutzen Sie auch **Twitter**, um Ihre Kontakte mit kurzen, aktuellen Informationen über Sie als Person oder über Ihr Unternehmen auf dem Laufenden zu halten. Unter [www.twitter.com](http://www.twitter.com) kön-

nen Sie sich kostenlos Ihren Twitter-Zugang sichern und nach Stichworten oder Kontakten suchen. Sie können auch Ihre Mitarbeiter mit guten Kundenkontakten dazu einsetzen um den Kontakt zu diesen Kunden aufrecht zu erhalten. Helfen Sie Ihren Mitarbeitern dabei öffentlich über Ihr Unternehmen zu sprechen.

### 3. Facebook

Das größte soziale Netzwerk derzeit ist und bleibt das US-basierte Facebook. Inzwischen wird die Facebook-Plattform nicht mehr ausnahmslos von Privatpersonen wie Schülern oder Studenten benutzt, auch Unternehmen und Geschäftskontakte sind auf Facebook präsent. Dabei wird Facebook im geschäftlichen Umfeld vor allem verwendet, um Status-Updates zu veröffentlichen und die Facebook-Community mit Produktinformationen zu versorgen.

Nutzen Sie Facebook, um Ihr Unternehmen oder Ihre Produkte und Leistungen in der Nr. 1, der sozialen Medien bekannt zu machen und Ihr Netzwerk über dieses Portal zu pflegen. Facebook stellt Ihnen unterschiedliche Möglichkeiten als Netzwerkplattform zur Verfügung:

- Als Facebook Benutzer haben Sie auch die Möglichkeit, so genannte „Fanpages“ oder „Groups“ zu erstellen. Damit kann Ihr Unternehmen sein eigenes Netzwerk auf Facebook aufbauen und einen Online-Kontakt zu Kunden, Partnern und Interessenten halten. Wesentlich dabei ist, dass Sie dabei vorher eine Strategie erstellen und innerhalb Ihres Unternehmens Verantwortlichkeiten dafür definieren. Dann können Sie sich in eine dialogorientierte Kommunikation auf der Facebook-Plattform mit Ihren Kontakten begeben.
- Geben Sie den Fans Ihrer Fanpage einen Mehrwert. Bieten Sie hier Informationen an, die nur auf dieser Fanpage für alle Fans zur Verfügung stehen.
- Bleiben Sie konsistent, fokussiert und - vor allem: Bleiben Sie Sie



Beispiel: Facebook Fanpage der WebAgentur Körbler

sondern eine Mehrweg-Kommunikation. Das bedeutet, dass Ihre Facebook-Fans auch entsprechend Kritik üben können. Reagieren Sie sachlich auf diese Kritik und nehmen Sie diese ernst.



selbst. Wenn Sie sich für eine Facebook-Fanpage entscheiden, müssen Sie auch hier in regelmäßigen Abständen Informationen veröffentlichen, damit Ihre Fans entsprechend versorgt sind. Sprechen Sie Ihre Fans in Ihrer eigenen

Sprache an. Ihre Fans möchten dabei Informationen erhalten, die von Ihnen kommen. Sie müssen auch auf negative Kritik vorbereitet sein.

Soziale Medien sind keine Einweg-,



# Brasilien boomt – und Steirer machen gute Geschäfte



Copacabana, Rio de Janeiro



Dr. Ingomar Lochschmidt hat Auslandserfahrung bei der Außenwirtschaft Österreich vor allem in Asien gesammelt, war aber auch in Lateinamerika tätig und mit der Außenhandelsförderung nach Westeuropa und mit Technologie-Agenden betraut. Seit 2008 leitet er das Außenwirtschaftscenter São Paulo.

## KundenMeister

**KundenMeister – Der perfekte Beziehungsmanager:** Der KundenMeister ist die Lösung für effiziente Kundenbindung und Kundengewinnung. Mit dem KundenMeister können Sie Ihre Kunden pflegen und in wenigen einfachen Schritten E-Mail-Marketing-Newsletter und SMS-Kampagnen zielorientiert versenden.

### CRM/Kontaktdatenbank

Der Kundenmeister ist die optimale Lösung für die perfekte Beziehung zu Ihren Kunden.

### Soziale Medien

Treten Sie mit Social Media Marketing permanent in direkten Kontakt mit Ihren Kunden.

### E-Mail und SMS-Newsletter

Gestalten Sie personalisierte **Newsletter** auf einfachste Weise. Vorlagen unterstützen Sie dabei. Versenden Sie **SMS-News** punktgenau und zielgruppenorientiert auf die Mobiltelefone Ihrer Kunden.

### Vertriebs- und Marketingsteuerung

Setzen Sie den Kundenmeister als Beziehungsmanager ein, sodass Sie Ihre Kundenbedürfnisse immer abdecken können.





Brasilien, das bedeutet zehn Prozent Wirtschaftswachstum, eine Milliarde Euro Export aus Österreich, eine neue Regierung, die kräftig investieren will, eine der härtesten Währungen der Welt. Die lachenden Gesichter und die sprichwörtliche optimistische Lebenseinstellung der freundlichen Brasilianer heißen unsere Firmen am Zuckerhut willkommen.

Über dreißig Tochterfirmen aus der Steiermark haben sich schon in Brasilien niedergelassen: Worauf warten Sie eigentlich noch?

#### Hohe Wachstumsrate

Das Geschäft in Brasilien läuft auf Hochtouren, wieder und wieder zweistellige Exportsteigerungen, Wachstum auch in den letzten Jahren. Und die Steiermark ist ganz vorne mit dabei.

#### Neue Regierung

Die neue Regierung unter Brasiliens erster Präsidentin, Dilma Rousseff, hat Kontinuität des bisherigen Erfolgskurses versprochen. Das heißt eine relativ liberale Wirtschaftspolitik gekoppelt mit einer aggressiven Sozialpolitik. Soziale Marktwirtschaft mit großem Rufzeichen also - die notorisch Armen steigen in den Mittelstand auf, sie halten die Wirtschaft auf Hochtouren.

#### Der Markt in Brasilien ist groß

Wie in jeder großen neuindustrialisierten Wirtschaft wird der reine Export trotzdem immer schwieriger, Lokalisierung ist angesagt. Die Marktgröße verspricht einiges, Brasilien ist immerhin genau hundertmal so groß wie Österreich und hat 190 Millionen Einwohner. Und das Wachstum der nächsten Jahre wird von den BRIC-Ländern, also Brasilien, vielleicht Russland, Indien und China kommen, darüber sind sich ja praktisch alle Wirtschaftsgurus weltweit einig. Wenn Sie also nachhaltig mit Brasilien wachsen wollen, werden Sie über kurz oder lang ein eigenes Standbein im Land brauchen, ihre Firma mit den Nationalfarben grün-gelb einkleiden müssen.

#### Es gibt bereits mehr als 30 österreichische Tochterfirmen in Brasilien

Die Steirer haben das rasch begriffen, denn weit über 30 Tochterfirmen österreichischer Unternehmen in Brasilien haben schon jetzt steirische



Wahrzeichen von Rio de Janeiro sind der Zuckerhut, die 38 Meter hohe Christusfigur auf dem Gipfel des Corcovado und der Strand des Stadtteils Copacabana, der als einer der berühmtesten der Welt gilt. Die Stadt ist auch bekannt wegen des jährlich stattfindenden Karnevals von Rio.



Im Südosten dominieren Kaffeeplantagen und Weiden für Rinder



„Mütter“. Das ist fast ein Fünftel aller österreichisch kontrollierten „Limitadas“, wie die brasilianischen GesmbH heißen.

#### Brasilien gehört zu den weltweit wichtigsten Zellstoffherzeugern

Dabei machen in Brasilien nicht nur die Großen gute Geschäfte. Klar ist Andritz mit mehr als nur einer Tochterfirma vertreten, schließlich gehört Brasilien zu den weltweit wichtigsten Zellstoffherzeugern, und fast alle modernen Werke in Brasilien vertrauen auf die steirisch-finnische Qualität des Grazer Anlagenbauers. Auch die größten und effizientesten Wasserturbinen der Welt werden im Bundesstaat São Paulo mit Andritz-Technologie gebaut und helfen so mit, dass Brasilien das weltweit führende Land in der Nutzung erneuerbarer Energieressourcen bleibt.

#### Die weltweit größte Erdölfunde der letzten dreißig Jahre

Auch verschiedene Unternehmen der Böhler-Gruppe sind in Brasilien schon teilweise lange vertreten, sei es mit einem großen Schweißelektrodenwerk, sei es mit Vertriebsbüros, um etwa bei der Offshore-Erdölförderung zum Zug zu kommen - die weltweit größten Erdölfunde der letzten dreißig Jahre wurden ja in Brasilien getätigt, das gibt Milliardenaufträge in den nächsten Jahren.

#### Gute Geschäfte für Steirer

Auch kleinere und mittlere Unternehmen aus der Steiermark machen gute Geschäfte in Brasilien und haben zu einem Gutteil schon ihr eigenes Standbein geschaffen. Südbrasilianische Forstwirte vertrauen auf Penz-Kräne, die Landwirte bewässern ihre Felder mit Bauer-Beregnungsanlagen, brasilianisches Fruchtjogurt wird mit lokal erzeugtem Obstmark von Agrana abgefüllt, die Automatisierungsspezialisten Knapp und Salomon haben weltweite Referenzprojekte in Brasilien stehen, BDI arbeitet an Biodieselanlagen, die erfolgreiche Euro-Granit aus Graz verdient schon längst einen „größeren“ Namen als nur „Euro“, gehört sie doch zu den großen Lieferanten italienischer Steine in Brasilien, und selbst das (bisher einzige) österreichische Reisebüro in Brasilien ist in steirischer



Der immergrüne tropische Regenwald im Amazonasbecken ist das größte zusammenhängende Waldgebiet. Bislang wurden mehr als 2500 Baumarten entdeckt. Besonders bekannt sind im gesamten Amazonasgebiet vor allem Papageien, Tukane und Kolibris.

„Tipp“:

Das Außenwirtschaftscenter São Paulo veröffentlicht auf den Brasilien-Websites der AWO laufend Wirtschaftsnachrichten, aktuelle AWO-Veranstaltungen, Wirtschafts- und Länderreports u.v.a.m. über Österreichs heißesten Markt auf der südlichen Halbkugel.

<http://wko.at/awo/br/>



werften, Raffinerien, Autobahnen, Eisenbahnen und Wohnanlagen. Es gibt endlich Arbeit, Sozialprogramme wie Kinderbeihilfe und Mindestpension tun das ihre dazu, dass eine neue Mittelschicht entsteht, wo vor ein, zwei Jahrzehnten viele Menschen noch hungern mussten. In Recife, der Hauptstadt von Pernambuco, hat sich auch die Rottenmanner Firma AHT niedergelassen und vertreibt von dort aus Eiskästen Made in Styria in die besten Supermärkte des ganzen Landes.

### Das Außenwirtschaftscenter São Paulo berät Sie bei Ihrem Geschäftseinstieg

Das Geschäft in Brasilien ist dabei nicht einfach: Die Englischkenntnisse vieler Brasilianer sind nicht im-



Zum Land



Fläche: 8,51 Mio. km<sup>2</sup>  
Einwohner: 192 Mio.  
BIP pro Kopf:  
USD 8200 (2009)  
BIP real:  
USD 1550 Mrd. (2009)  
Inflation: 4,3 % (2009)  
Arbeitslosigkeit:  
8,1 % (2009)

mer überzeugend, zwölf Flugstunden trennen Mitteleuropa von der Wirtschaftsmetropole São Paulo und hohe Zölle und Einfuhrsteuern schrecken so manchen Neuling ab. Gerade kleinere Unternehmen, Gewerbebetriebe mit noch weniger Exporterfahrung, benötigen da oft Hilfe, die ihnen spezialisierte Außenhändler in Österreich bieten können. Und auch diese brauchen keine Angst vor dem riesigen Markt Brasilien zu haben: Mit meinem kleinen, aber hochspezialisierten Mitarbeiterteam im Außenwirtschaftscenter São Paulo stehe ich Ihnen zur Verfügung, um Ihren Geschäftseinstieg so problemlos wie möglich zu gestalten. Wir beraten Sie, wie Sie am besten einen Vertriebspartner finden oder eine eigene Tochterfirma gründen. Wir organisieren Ihre Geschäftsreise, suchen potenzielle Partner, unterstützen Sie bei Messe- und Kongressauftritten, holen Kreditauskünfte über Ihre Geschäftspartner ein, und sollte es einmal bei einem Kunden zum Zahlungsverzug kommen, klopfen wir ihm auch auf die Finger. Aber das kommt in Brasilien nur ganz selten vor, solche Kunden wie Brasilianer wünscht man sich überall.

Die Serviceleistungen der österreichischen Außenwirtschaftscentren in aller Welt sind für Kammermitglieder großteils kostenlos.

Ihre Wirtschaftskammer weltweit  
Außenwirtschaftscenter in São Paulo  
Dr. Ingomar Lochschmidt  
Wirtschaftsdelegierter  
Telefon: +55 11 30 44 99 44  
E-Mail: [saopaulo@wko.at](mailto:saopaulo@wko.at)  
Internet: <http://wko.at/awo/br/>

**Raiffeisen**  
**Meine Bank**

**Wenn's um Exportgeschäfte geht,  
ist nur eine Bank meine Bank.**

Bei Geschäften im Ausland ist es wichtig, einen Partner zu haben, der durch seine Erfahrungen vor Ort die nötigen Kontakte herstellt. Die Experten von Raiffeisen sind die idealen Begleiter, um sich sicher und erfolgreich in ausländischen Wachstumsmärkten zu bewegen.  
[www.raiffeisen.at/steiermark](http://www.raiffeisen.at/steiermark)



## www.foreign-trade.at

Was bietet die Homepage des Außenhandels

Die rund 700 steirischen und 6000 österreichischen Außenhändler zählen zu den „European experts in trade“. Sowohl große Handelsunternehmen als auch spezialisierte Klein- und Mittelbetriebe aller Branchen und Sparten sind im Außenhandel tätig. Viele sind Partner ausländischer Handelshäuser und haben meist auch Niederlassungen in den Zielmärkten. Sie verfügen über vielfältige Erfahrung sowie über großes Know-how in Ihrer Branche. Sie werden von engagierten Unter-

nehmerpersönlichkeiten geleitet und haben Mitarbeiter mit hoher Qualifikation, Flexibilität und starker Motivation.

### Nutzen Sie

- das Service einer exklusiven Datenbank mit rund 1.200 österreichischen Außenhändlern,
- den optimalen Weg, um Produkte innerhalb der EU, in Mittel- und Osteuropa, Asien, Australien oder in Übersee zu verkaufen oder mit einem zuverlässigen Partner ko-

stengünstig zu importieren,

- die Produkt- und Partnersuche und finden Sie Partner für erfolgreiche Geschäftsbeziehungen.

### Wollen Sie selbst Ihre Produkte und Länderbeziehungen eintragen?

Für die Eingabe Ihrer eigenen Daten benötigen sie einen PIN-Code der Wirtschaftskammer, welcher unter der kostenlosen Hotline (Tel.-Nr.: 0800 221 223) abgerufen werden kann.

Bildrechte: © Rolf Langohr - Fotolia.com, © PANORAMO.de - Fotolia.com, © senicphoto - Fotolia.com, Titelseite; © mehmetcanturkei - Fotolia.com, © Stephan Karg - Fotolia.com, SSI Schäfer PEEM, © ktsdesign - Fotolia.com, Seite 2; © huweb.net - Fotolia.com, © Alaska-Tom - Fotolia.com, © Digitalpress - Fotolia.com, © Bernd Leitner - Fotolia.com, © electriceye - Fotolia.com, © Franck Boston - Fotolia.com, Seite 3; Matthias Enter - Fotolia.com, Icons; © Sven Hoffmann - Fotolia.com, Seite 5; © Sebastian Duda - Fotolia.com, photoreport helmut lunghammer, photoreport helmut lunghammer, © Aamon - Fotolia.com, © detailblick - Fotolia.com, Seite 8; © diego cervo - Fotolia.com, Seite 10; © tomas1111 - Fotolia.com, Seite 12; © peterz - Fotolia.com, © Jo Chambers - Fotolia.com, Seite 13; © Sergey Rusakov - Fotolia.com, © Marco Birn - Fotolia.com, Seite 14; © beatuerk - Fotolia.com, © Christian Jung - Fotolia.com, © mrfotos\_fotolia - Fotolia.com, Seite 15; © volff - Fotolia.com, © Thomas Renz - Fotolia.com, Seite 16; Wohlmut, Seite 17, 18; © Andreas Gayer - Fotolia, Wohlmut, Seite 19; © LianeM - Fotolia.com, Seite 20; SSI Schäfer PEEM, © Andreas Karelias - Fotolia.com, Seite 21; © Bizroug - Fotolia.com, Seite 22; © Robert Kneschke - Fotolia.com, © Marem - Fotolia.com, Seite 23; © Torbz - Fotolia.com, Seite 24; © Digitalpress - Fotolia.com, © Atlantis - Fotolia.com, Seite 25; © Psp Photo - Fotolia.com, Bauer Group, Seite 26; © Sander - Fotolia.com, Seite 27; © Marco Rullkötter - Fotolia.com, Seite 28; © Yuri Arcurs - Fotolia.com, Seite 29; © TM - Design - Fotolia.com, Seite 30; © Celso Pupo - Fotolia.com, © yannik LABBE - Fotolia.com, Seite 31; © paulowilliams - Fotolia.com, Seite 32; © David Davis - Fotolia.com, © Malgorzata Kistryn - Fotolia.com, © Lsantilli - Fotolia.com, Seite 33; © foxytoul - Fotolia.com, © Eduardo Rivero - Fotolia.com, Seite 34

# EUROPEAN EXPERTS IN TRADE

[WWW.FOREIGN-TRADE.AT](http://WWW.FOREIGN-TRADE.AT)

