

Von Globalisierung, Lieferketten & Córdoba

Österreich und Deutschland. Ein Gespräch mit DHK-Hauptgeschäftsführer Thomas Gindele über eine einzigartige Handelsbeziehung.

VON DER KLASSE 4CK DER MAYGASSE BUSINESS ACADEMY

Ich bin natürlich ein Verfechter der Globalisierung“ - mit diesem Bekenntnis beginnt Thomas Gindele, Hauptgeschäftsführer der Deutschen Handelskammer in Österreich (DHK), das Gespräch mit acht Schülerinnen der Maygasse Business Academy in Wien. Er sieht die Globalisierung als Chance und hat mit dem Begriff Abhängigkeit so seine Probleme. Gindele meint, es gebe in Europa kaum ein Wirtschaftsverhältnis zwischen zwei Ländern, das so intensiv ist wie das zwischen Österreich und Deutschland.

Zentrale Aufgaben von Gindele und seinem Team sind die Förderung der Wirtschaftsbeziehungen zwischen Deutschland und Österreich und die Unterstützung von Unternehmen bei ihrer Geschäftstätigkeit in den jeweiligen Ländern. Somit stellt die DHK als Teil des globalen Netzwerks deutscher Auslandshandelskammern ein wichtiges Bindeglied dar. Mit einer Mitgliederzahl von etwa 1400 Unternehmen ist sie das größte deutsch-österreichische Netzwerk in Österreich.

Intensiver Austausch

Die Wirtschaftsbeziehungen beider Länder haben eine lange Tradition und sind geprägt von engen Verbindungen „mit gegenseitigem Nutzen im Vordergrund“, so Gindele. Der Austausch von Wissen, Technologie und Ressourcen spiele dabei eine zentrale Rolle. Zahlen bekräftigen das: Gindele zufolge sind 30 Prozent der österreichischen Wirtschaftsleistung auf Deutschland zurückzuführen. Dafür gibt es viele Anhaltspunkte. Allein Deutschland ist für



Ein Gespräch über die Vorteile der Globalisierung und die wirtschaftliche Verflechtung von Deutschland und Österreich: Thomas Gindele, Hauptgeschäftsführer der DHK, mit Schülerinnen der 4CK der Maygasse Business Academy.

30 Prozent der österreichischen Exporte abnehmer. Fast die Hälfte der Auslandsinvestitionen in Österreich kommt aus Deutschland, die wieder zu einer direkten und indirekten Beschäftigungswirksamkeit von circa 600.000 Beschäftigten in Österreich führt. Über 50 Prozent der Touristen, die nach Österreich in Urlaub fahren, kommen aus Deutschland. Der deutsche Marktanteil im österreichischen Lebensmittelhandel beträgt knapp 60 Prozent.

Doch das beruht auf Gegenseitigkeit. Österreichische Unternehmen stellen Komponenten im Bereich Automobil, Maschinenbau und Ähnlichem her, die für die deutsche Wirtschaft unabdingbar sind. Demnach handele es sich um eine Geschäftsmöglichkeit auf hohem

Niveau und keine Abhängigkeit, betont Gindele. In der Zukunft erwarte er sich vor allem im Bereich Digitalisierung und künstliche Intelligenz viel Innovation in Europa.

Während die Vernetzung innerhalb Europas zweifellos von großer Bedeutung ist, weil sie wirtschaftliche und politische Beziehungen fördert und stärkt, spielt die große, weltweite Vernetzung, die Globalisierung, eine ebenso wichtige Rolle. Doch in den Augen der Schülerinnen, die das Interview mit Gindele führen, bedingt sie auch eine wachsende Abhängigkeit der Staaten voneinander. Denn Krieg, Inflation und Pandemie - das sind Herausforderungen, die beispielsweise zu Lieferengpässen bei wichtigen Rohstoffen und anderen Materialien geführt haben.

Auch vier der Schülerinnen, die am Interview teilnehmen, sind davon betroffen. In der Start up Academy, einem Schulzweig der Maygasse Business Academy, haben sie eine Geschäftsidee entwickelt: GreenCup verkauft zu 100 Prozent abbaubare Einwegbecher und lässt diese nach Gebrauch auf einer Biogasanlage entsorgen. Seit eineinhalb Jahren arbeitet das Team fleißig an diesen nachhaltigen Bechern, doch durch den Ukraine-Krieg sind Lieferanten ausgefallen. Durch die moderne Vernetzung ergeben sich jedoch auch neue Möglichkeiten, alternative Bezugsquellen zu finden. Sie bietet neue Chancen, Beziehungen aufzubauen, neue Vertriebswege zu erschließen und sich neuen Herausforderungen zu stellen. Während also

die Globalisierung eine Tür schließt, öffnet sie eine andere. Man entdeckt neue Perspektiven und Wege.

„Kennt jemand Córdoba von Ihnen?“ Mit dieser Frage begibt sich Thomas Gindele zusammen mit den Schülerinnen auf eine Zeitreise zurück in seine Jugend. Córdoba - das steht für ein Fußballspiel, bei dem die deutsche Fußball-Nationalmannschaft als amtierender Weltmeister bei der WM 1978 der österreichischen überraschend unterlag. Es wird gelacht, und zum ersten Mal weicht die Klasse von ihrem Interviewleitfaden ab. Für alle sind solche Reibungen zwischen Österreich und Deutschland ein gängiges Thema. Die unterschiedliche Sicht beider Länder auf Ereignisse wie Córdoba steht für Gindele symbolisch für das deutsch-österreichische Verhältnis. Er betont abschließend, dass Einheit wirtschaftlich stärker mache. Aber: Drittländer, die weiterhin auf Verbrenner setzen? Europa, das um Investitionen streitet? Österreich, die Deutschland als Konkurrenz sehen, nicht als Partner?

Für den Leiter der DHK ist es eine spannende Zeit, sich Herausforderungen zu stellen, gerade weil Globalisierung die Widerstandsfähigkeit gegenüber Krisen erhöht. Auch wenn, so räumt Gindele ein, derzeit „Einzelinteressen mancher Länder andere Signale aussenden“.

INFORMATION

Die Seite „Jugend – Zeitung – Wirtschaft“ beruht auf einer Medienkooperation der „Presse“ mit dem IZOP-Institut. Finanziert wird sie von sieben Sponsoren.

Nicht nur predigen, sondern auch machen

Beispiel Sanofi. Der Pharmakonzern integriert in seine Geschäftstätigkeit ökologische und soziale Aspekte.

VON LUKAS ROSENBERGER UND SARAH ZÖHRER, KLASSE 2AK DER HAK FELDKIRCH

Lineare Wirtschaftsmodelle waren gestern, Kreislaufwirtschaft ist heute. Viele Unternehmen haben erkannt - oder mussten erkennen -, dass Gewinnerzielung als alleinige Maxime, an der sich ein Unternehmen ausrichtet, nicht ausreicht, um langfristig am Markt bestehen zu können. Es sind die Mitarbeiter, gesellschaftliche Entwicklungen und ein verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt, die über Erfolg oder Misserfolg entscheiden. Unternehmen agieren heute nachhaltig.

Verantwortung übernehmen

Das Konzept der nachhaltigen Entwicklung, wie es von Sanofi praktiziert wird, geht auf das Jahr 1987 zurück und wurde im Report „Unsere gemeinsame Zukunft“ erstmals vorgestellt als „eine Entwicklung, die den Bedürfnissen der heutigen Generation entspricht, ohne Chancen zukünftiger Generationen zu gefährden“.

Unternehmen tragen eine Verantwortung gegenüber der Gesellschaft, sind mehr denn je aufgefordert, ihren Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung zu leisten. Es sind somit nicht nur ökonomische, sondern auch und vor allem ökologische und soziale Aspekte in die Geschäftstätigkeit zu integrieren. Immer mehr Unternehmen erkennen, dass sie eine Verantwortung gegenüber der Gesellschaft haben und nehmen die-



Marcus Lueger, CFO Sanofi DACH und Geschäftsführer Finanzen Sanofi Österreich.

se wahr. Über das Ausmaß der gesetzlichen Verpflichtung hinaus berücksichtigen sie dabei soziale und Umweltaspekte und beziehen Stakeholder in ihre Konzepte mit ein.

Der börsennotierte Pharmakonzern Sanofi ist ein Unternehmen, in dem CSR (Corporate Social Responsibility), also soziale Verantwortung, großgeschrieben wird - und das seit Jahrzehnten. Ein Beispiel: Sanofi versorgt die 40 ärmsten Länder der Welt mit 30 lebenswichtigen Medikamenten, etwa für die Behandlung von Tuberkulose, Malaria, Diabetes oder Herz-Kreislauf-Erkrankungen. Sanofi liefert sie zum Selbstkostenpreis. In den heimischen Gefilden legt das Unternehmen auch Wert auf die Prävention und empfiehlt seinen Kunden, regelmäßig Sport zu betrei-

ben und sich gesund zu ernähren, um Krankheiten vorzubeugen - für ein Unternehmen, das mit dem Verkauf von Medikamenten sein Geld verdient, keine Selbstverständlichkeit. Verantwortung zu tragen - das beginnt für Sanofi gegenüber den Mitarbeitern im eigenen Unternehmen: „Mitarbeiter sind die wichtigste Ressource im Unternehmen“, betont Geschäftsführer Marcus Lueger. Flexible Arbeitszeiten, die es den Mitarbeitern ermöglichen sollen, ihr Privatleben auszuüben und die Pausen individuell zu gestalten, sowie interne Weiterbildungsprogramme der Sanofi Universität sind Beispiele dafür. Wichtig sei in diesem Zusammenhang, so Lueger, dass diese Möglichkeiten für alle Mitarbeiter gleichermaßen gelten, unabhängig

von deren Position und Tätigkeitsfeld. Das motiviere die Mitarbeiter.

Verantwortung tragen - das gilt für Sanofi auch, was das Thema Ökologie betrifft. Ein Produktionswerk liegt beispielsweise im Industriepark Frankfurt-Höchst. Alle Unternehmen, die wie Sanofi dort vertreten sind, nutzen für chemische Prozesse Dampf, der aus dem Wasser des Mains gewonnen wird. Das Prozesswasser wird nach der Nutzung gereinigt und wieder in den Fluss zurückgeleitet. Grundsätzlich konnte der gesamte Wasserverbrauch im Konzern innerhalb von zehn Jahren bereits um 35 Prozent reduziert werden.

Bei der Verpackung von Medikamenten gibt es hingegen noch Handlungsspielraum. Hier müssen rechtlich vorgeschriebene Standards eingehalten werden. Beipackzettel könnten aber künftig - wenn Gesetze entsprechend geändert werden - zum Beispiel über QR-Codes digital zur Verfügung gestellt werden. Vor der Zulassung müssen Medikamente erst einmal ausgiebig getestet werden, teilweise an Tieren, wobei strenge Auflagen gelten. In Zukunft hofft man hier auf den Einsatz von künstlicher Intelligenz. Wenn sich ein Unternehmen dazu bekennt, CSR in seine Strategie zu integrieren, dann ist das ein Schritt in die richtige Richtung, zu verantwortungsvollem Umgang mit Mensch und Natur. Dazu muss man nicht perfekt sein, aber es kommt darauf an, dass man, wie Marcus Lueger es ausdrückt, „nicht nur predigt, sondern auch macht“.

AUF EINEN BLICK

Am Projekt „Jugend – Zeitung – Wirtschaft“ der „Presse“ nehmen teil:

HAS BBI Wien, Vienna Business School Augarten, Vienna Business School HAK III, BHAK und BHAS Wien 10 (2 Klassen), ibc hetzendorf BHAK 12 Wien, Maygasse Business Academy (2 Klassen), Vienna Business School Floridsdorf, BHAK/BHAS Hollabrunn (2 Klassen), BHAK Laa/Thaya, Vienna Business School HAK/HAS Mödling, BHAK und BHAS Neunkirchen, BHAK/BHAS Wiener Neustadt, HAK/HAS Krems (2 Klassen), Schulzentrum Gmünd, BHAK/BHAS Linz, HTBLA Wels (2 Klassen), BHAK/BHAS Gmunden, HLW Neumarkt am Wallersee, Handelsakademie Kitzbühel (2 Klassen), BHAK und BHAS Feldkirch, Bezauer Wirtschaftsschulen, BHAK und BHAS Lustenau, BHAK/BHAS Feldbach, BHAK/BHAS Deutschlandsberg

Projektpartner:

Bankenverband, Deutsche Handelskammer in Österreich, ÖBB, OMV, Sanofi, Verbund,

Wiener Städtische Versicherung

Pädagogische Betreuung:

IZOP-Institut zur Objektivierung von Lern- und Prüfungsverfahren, Aachen

Ansprechpartner:

Titus Horstschäfer