

Ziemlich beste Nachbarn

Partnerschaft. Die Zukunft der österreichisch-deutschen Zusammenarbeit sieht DHK-Hauptgeschäftsführer Thomas Gindele vor allem in der Digitalisierung.

VON DER 4. KLASSE DER HAK BEZAU

Wenn Anrainerstaaten zu soliden Wirtschaftspartnern werden, steckt manchmal eine mehr als hundertjährige Arbeit dahinter wie im Falle der Deutschen Handelskammer in Österreich. Auf ihrer Plattform wachsen über Landesgrenzen Menschen, Ideen und Interessen zusammen. Wie in jeder Beziehung braucht es Pflege, Innovation und verständnisvolle Entschärfung von Eigenheiten.

Bei einer Exportquote von rund 50 Prozent am BIP (Bruttoinlandsprodukt) erwirtschaftet Österreich mehr als die Hälfte seines Wohlstandes, der Arbeitsplätze und der Finanzierung der Sozialsysteme jenseits der Grenzen. Etwa ein Drittel des Kuchens in der Außenwirtschaft erhält und liefert der wichtigste Handelspartner Deutschland, für den wiederum der unmittelbare südliche Nachbar so viel wiegt wie Indien und ganz Afrika zusammen.

Rekord im Handel

Beide Staaten pflegen eine positive gegenseitige Abhängigkeit, vergangenes Jahr sogar mit einem absoluten Rekordvolumen im gemeinsamen Handel. „Es gibt in der ganzen Welt, in ganz Europa keine außenwirtschaftliche Beziehung, die so intensiv ist wie die zwischen Österreich und Deutschland“, sagt Thomas Gindele, der Hauptgeschäftsführer der Deutschen Handelskammer in Österreich. Er vertritt im Auftrag des deutschen Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz deutsche Wirtschaftsinteressen für rund 1400 Mitgliedsunternehmen. Als Kind hat er übrigens in Österreich das Skifahren gelernt.

Wie geht man auf ökonomischem Gelände über Grenzen, sodass man dort sicher besteht, baut gemeinsame Versorgungseinrichtungen auf und Hemmnisse ab? Die DHK hat „Hände und Köpfe an den Entwick-



DHK-Geschäftsführer Thomas Gindele beantwortete im Gespräch Fragen zu den Geschäftsbeziehungen zwischen Deutschland und Österreich und den Chancen der Digitalisierung.

[Foto: DHK/Florian Wieser]

lungen beider Länder dran“. Schon vor 20 Jahren gab es hier erste Veranstaltungen zur Energieeffizienz und Elektromobilität oder zur Industrie 4.0. Seit drei Jahren wird das Kapitel Wasserstofftechnologie eingehend bearbeitet. Neben der technischen Bewältigung der neuen Mobilitätswelt und beim Energiesektor kommt als alltagsgeschäftliche Aufgabe das Bohren wirtschaftspolitischer Bretter für sichereren Zugriff und mehr Tempo in den zwischenstaatlichen Handelsflüssen dazu.

Wie das 2017 in Kraft getretene Freihandelsabkommen CETA lehrt, haben heimische Exporte nach Kanada seitdem um 48 Prozent zugenommen. Mitunter ist es sogar leichter, mit anderen Regionen Handel zu treiben und Finanzierungen vorzunehmen als in der bürokratie-

finen EU mit ihren empfindlich gehüteten Nationalinteressen, wo an jeder Landesgrenze unterschiedliche steuerrechtliche Beurteilungen, Zulassungsverfahren, Verpackungsverordnungen oder Einsatzmöglichkeiten von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern zu überwinden sind. Insgesamt mehr Beweglichkeit auf diesen Märkten hätte Impulswirkungen für weitere geschäftliche Entwicklungen. Am Ende - davon ist Gindele überzeugt - würden alle von mehr gemeinsamen, verlässlichen Strukturen profitieren. Das gilt für Regularien ebenso wie für den länderübergreifenden Infrastrukturausbau mit Strom aus erneuerbaren Energien.

Bei den zu straffenden Genehmigungsprozeduren böte Digitalisierung, auch in Europa, enorme Chan-

cen. „Ich würde zukünftig jede neue Harmonisierungsanstrengung nur immer vor dem Hintergrund eines digitalisierten Angebotes umsetzen und nichts mehr in Angriff nehmen, wo am Ende kein digitaler Prozess steht“, so der DHK-Chef.

Die Menschen mitnehmen

Wie steht die DHK zum Umbau der Ökonomie im Sinne des Green Deal? Der gesellschaftspolitische Auftrag liegt aus ihrer Sicht in der Verantwortung der Staaten. Sie müssen hier Rahmenbedingungen auch so setzen, dass sie in Einklang mit den Wirtschaftsbedingungen stehen, also unternehmerische Erfolge und Gewinne damit zu erreichen sind. Denn Unternehmen braucht es als Impulsgeber für Dynamik und Innovationsfähigkeit.

„Seit gut anderthalb Jahren haben 80 Prozent der Themen, die wir erarbeiten, eigentlich im weitesten Sinn mit Klimaneutralität, Nachhaltigkeit und Energieeffizienz zu tun“, erklärt Gindele. Dabei sei auch seitens der Politik und der Wirtschaft eine differenziertere Darstellung bei der „Globalisierung als Klimasünder“ wünschenswert. Man solle sich die CO₂-Bilanz jeweils genauer anschauen, um sagen zu können: Wo macht es Sinn und wo macht es keinen Sinn, den einen oder anderen Wirtschaftszweig wieder nach Europa zurückzuholen? Eine Kiwi kann unter Umständen CO₂-günstiger aus Neuseeland bezogen als bei uns unter hohem Energieaufwand angebaut werden. Wir sollten die weltweit unterschiedlichen Gegebenheiten und Voraussetzungen ehrlich rechnen und kommunizieren.

Beim Blick ins nächste Kapitel der intensiven Nachbarschaftsgeschichte ist sich Thomas Gindele sicher, dass die Beziehung künftig noch gegenseitiger, verständnisvoller und anpackender wird, weil die Wichtigkeit der Außenwirtschaftsbeziehung vor Ort bei der anstehenden Themenvielfalt immer mehr erkannt wird und hilft, andere Abhängigkeiten zu reduzieren. Dazu müsse es gelingen, in beiden Ländern die Menschen mitzunehmen. Zuversicht gibt auch, wenn bei den jungen Menschen ein solcher Spirit aufkommt. So können nach der Erfolgsformel „Ein Prozent ist Idee, 99 Prozent die Arbeit, sie umzusetzen“ die Probleme dann effektiver gelöst werden, wenn manchmal Druck aus besser macht. „So ist das“, sagt Thomas Gindele.

INFORMATION

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

Die Kunst der Balance

Sanofi. Wie das Pharma-Unternehmen seine soziale Verantwortung gegenüber Mitarbeitern und der Umwelt wahrnimmt.

VON DER KLASSE 2AKA, IBC HETZEN-DORF

Sanofi präsentiert sich auf seiner Homepage als weltoffenes Unternehmen, doch entspricht das der Wahrheit? Jeder redet darüber, aber was bedeutet Genderbalance für unsere Gesellschaft? Der Begriff wird oft definiert als bewusste Anerkennung und Förderung geschlechtlicher Parität in Organisationen. Es ist interessant, dass ein Pharmaunternehmen wie Sanofi sich so für Genderbalance einsetzt. Wir haben uns zur Aufgabe gemacht, herauszufinden, ob dies der Realität entspricht.

Gerade in Zeiten, wo Unternehmen vermehrt mit Diskriminierung und Sexismus konfrontiert werden, ist es wichtig, auf das Thema aufmerksam zu machen. Es gibt Firmen, die solche Problematiken wie sexuelle Belästigung am Arbeitsplatz nicht an der Wurzel packen, sondern versuchen, sie mit finanziellen Mitteln kurzfristig zu vertuschen. Zu diesen Themen wie Sexismus, Rassismus und allgemeine Benachteiligung am Arbeitsplatz interviewten wir Marcus Lueger, der seit Juni 2021 Mitglied der Geschäftsführung der Sanofi-Aventis GmbH in Wien und für den Bereich Finanzen



in Deutschland, Österreich und der Schweiz zuständig ist.

Das Unternehmen erweckt den Eindruck, dass die oben genannten Themen tatsächlich einen hohen Stellenwert einnehmen. Wir hatten ein Interview mit 17 Fragen zusammengestellt, Lueger beantwortete sie sehr detailliert und ausführlich. Am Standort Wien ist das Konzernziel von Sanofi, eine Frauenquote von 50 Prozent, schon erreicht. Es gibt hier im Unternehmen 150 Mitarbeiter, davon sind 70 Prozent Frauen, 50 Prozent davon in Führungspositionen. Die Gehälter sind fair, sie unterscheiden sich nach Position und nicht nach Geschlecht. Für historische Differenzen hat Sanofi laut Lueger Sonderbudgets geschaffen, um gegen die Unterbezahlung der Frauen anzukämpfen.

Im Moment gibt es ein Projekt für Jobsharing, das den Idealen junger Menschen, bezogen auf Work-Life-Balance, entgegenkommt. Bei

Sanofi ist die Väterkarenz insofern Thema, als sie dort bereits gelebt wird. Sanofi ist ein französisches Unternehmen mit vielen sozialen Benefits. Da ist auch völlig klar, dass beide Elternteile in Karenz gehen können. Des Weiteren setzt Sanofi auf eine Zero Tolerance Policy: Bei einem Vergehen ist sofort mit Konsequenzen zu rechnen, das kann bis zur Kündigung gehen. Man setzt auf Empowerment statt Starsinn und versucht eine „speak up culture“ zu etablieren.

Zudem bietet die Mobile Office Policy bei Sanofi in Österreich größtmögliche Flexibilität: arbeiten zwischen 6 und 22 Uhr an jedem beliebigen Ort im Land. So können zum Beispiel Eltern kleiner Kinder diese am Nachmittag aus der Betreuung abholen und anschließend oder später am Abend von daheim aus arbeiten. Besonders stolz ist man bei Sanofi auf das Projekt Sanofi Global Health. Hier stellt das Unternehmen

den vierzig ärmsten Ländern dreißig lebensrettende Medikamente zum Selbstkostenpreis zur Verfügung. Darüber hinaus werden Investitionen für den Aufbau einer lokalen Infrastruktur getätigt, sodass der Vertrieb der Medikamente vor Ort selbstständig erfolgen kann.

Viele Gedanken macht sich Sanofi auch um das Geschlechterthema bei den Testungen im Rahmen klinischer Studien, für die es strenge Rahmenbedingungen gibt. De facto betrifft das die gesamte Branche, da hier ein Ungleichgewicht der Geschlechter in den Studien vorherrscht, diese aber so ausgerichtet sein müssten, dass sie repräsentativ für die gesamte Bevölkerung sind. Auch hier versucht die Firma, zu differenzieren und neue Wege zu gehen, um auf Krankheiten noch konkreter eingehen zu können.

Neue Wege, neuer Spirit: Sanofi ist eine Firma mit vielen jungen Mitarbeitern, die besonders gefördert werden, unabhängig vom Geschlecht. Der Hauptfokus liegt klar auf der Kompetenz. Unser Fazit: Sanofi gelingt es offensichtlich, die Begriffe „Genderbalance“, „Förderung von Diversität“ und „soziale Verantwortung“ nicht nur im Programm zu haben, sondern diese auch bestmöglich zu leben.

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