



© Geislinger

steigenden Einkaufspreise hat sich die Kostensituation der österreichischen Betriebe seit fast einem Jahr durchgängig verschlechtert. Die aktuell gute Nachfragesituation erhöht jedoch die Preisdurchsetzungskraft der Betriebe und könnte diesbezüglich eine Trendwende einleiten“, meint Pudschedl.

Die Ökonomen der UniCredit Bank Austria gehen allerdings nicht davon aus, dass in der Industrie eine Preis-Lohn-Spirale in Gang gesetzt wird, welche die Inflation in Österreich auf deutlich über 2 Prozent im Jahr 2017/18 befeuert.

Der Aufschwung hält an

Trotz der stark gestiegenen Einkaufspreise haben die Industriebetriebe wegen des anhaltenden Aufschwungs in der Industrie – der seit Jahresbeginn noch an Stärke und Robustheit gewonnen hat – die Vormateriallager kräftig aufgefüllt; die Experten sind daher zuversichtlich, dass sich der Aufschwung in den kommenden Monaten fortsetzt, nachdem die solide Entwick-

lung der Binnennachfrage seit einigen Monaten auch durch eine starke Nachfrage aus dem Ausland unterstützt wird.

Sehr wesentlich hat die positive Entwicklung in Deutschland zur Verbesserung der Industriekonjunktur in Europa beigetragen: Der EinkaufsManagerIndex des wichtigsten österreichischen Handelspartners ist zuletzt sogar auf 58,3 Punkte gestiegen, und auch der aktuelle IFO-Geschäftsklimaindex zeigt deutlich nach oben. Nach der schwachen Dynamik im Vorjahr zeigt der globale Handel Anzeichen einer Belebung, und die exportorientierte Industrie Österreichs sollte davon profitieren können.

Produktionswachstum: 3%

In diesem positiven Umfeld sind die Produktionserwartungen der heimischen Einkaufsmanager weiterhin klar nach oben gerichtet. Der im Rahmen der EMI-Umfrage ermittelte Zukunftsindex stellt mit hohen 63,7 Punkten im März 2017 eine spürbare Expansion der Industrie in den kommenden zwölf Monaten in Aussicht. Insgesamt wird für heuer ein Produktionswachstum in der heimischen

Industrie von rund 3 Prozent erwartet. Insbesondere die exportorientierten Bereiche der Stahlindustrie, der Elektroindustrie und Teile der Kfz-Erzeugung werden für mehr Schwung als im Vorjahr sorgen, und auch die Lebensmittelindustrie hat 2017 mehr Wachstumspotenzial.

Hinsichtlich der Rahmenbedingungen sieht die Industrie viel Potenzial vor allem bei der von der Bundesregierung angekündigten Modernisierung im Bereich Arbeitsinspektorat und Arbeitnehmerschutz. „Hier sehen sich Österreichs Unternehmen im internationalen Vergleich einem Ausmaß an Bürokratie, Regulierung und Vorschriften gegenüber, das besorgniserregende Ausmaße angenommen hat“, warnt der Generalsekretär der Industriellenvereinigung, Christoph Neumayer.

„Klar ist, dass die Mitarbeiter ein sicheres Arbeitsumfeld vorfinden müssen. Österreichs Industrie ist hier vorbildlich. Insgesamtbrauchtesklareundeindeutige Regeln und Rahmenbedingungen, die leicht verständlich sind, einander nicht widersprechen und ein wettbewerbsfähiges Arbeiten ermöglichen.“

”

Jetzt muss es vor allem darum gehen, die Unternehmen in unserem Land von unnötiger und nicht mehr zeitgemäßer Bürokratie nachhaltig zu entlasten.

Christoph Neumayer
IV-Generalsekretär

“



© Kurt Prinz



So wird's gemacht

Paul Christian Jezek

„Growth Dynamos“ sind die Vorreiter und Zukunftstreiber für die österreichische Wirtschaft: Die österreichischen Wachstums-Champions verdoppelten zwischen 2006 und 2014 ihren Umsatz, bewiesen eindrucksvolle Wachstumsstärke (112%) und schufen 100.000 zusätzliche Arbeitsplätze – fünf Mal so viele wie die Vergleichsgruppe. 80% der Growth Dynamos befinden in österreichischem Privat- oder Familienbesitz, 20% sind multinationale Firmen. Die dominierende Erfolgsstrategie der Growth Dynamos gründet sich auf Innovationen in Nischenbereichen und Expansion in Europa; die bevorzugte Strategie ist das Wachstum im Kerngeschäft. Es handelt sich um Unternehmen, die nach Zentral- und Osteuropa, Deutschland oder Italien und zunehmend auch in globale Märkte expandieren. „Es gibt meist spezifische Gründe für besonders starkes Wachstum, etwa eine Person mit einer Idee und viel Energie, oder ein Patent, das genutzt und weiterentwickelt wird“, erläutert Studienautor Hannes Pichler, Partner bei BCG in Wien. „Dazu braucht man viel kreativen Geist und Innovationskraft. Typischerweise beginnt die Erfolgsgeschichte eben in einer Nische, die dann entweder regional ausgeweitet wird – im Idealfall auf die ganze Welt – oder die inhaltlich auf verwandte Produkte ausgeht.“