



VON NÖ NACH ASIEN

Die 16,5 m hohe, sich in die Luft erhebende Holzskulptur ist nicht nur ein architektonisches Meisterwerk, sondern auch ein Vorzeigeprojekt im Bereich nachhaltiger Holzbauweise. Für die Herstellung hat die Graf-Holztechnik ausschließlich PEFC-zertifiziertes Fichtenholz aus heimischen Wäldern verwendet. Während der Zeit der Expo in Osaka zierte das Notenband die Fassade des Österreich Pavillons.



GLOBAL VERNETZT, LOKAL GESTÄRKT

Inspiration und Innovation. Die Expo 2025 in Osaka bietet (Nieder)Österreichs Wirtschaft eine optimale Bühne. Doch auch über Japan hinaus ist Asien ein attraktiver Markt. Beim Eintritt unterstützt die Wirtschaftskammer.

VON SIMONE STECHER

Wir scheuen keine Herausforderungen, im Gegenteil, sie spornen uns an. Und im Fall der Expo 2025 hat uns der innovative Charakter gereizt“, sagt Stefan Graf, CEO der Unternehmensgruppe Leyrer + Graf mit Sitz in Gmünd. Die Visualisierung auf dem Bildschirm zeigt ein überdimensionales, spiralförmiges Notenband aus Holz – ein architektonisches Meisterwerk der Graf-Holztechnik, das die Fassade des Österreich-Pavillons im japanischen Osaka ziert. „Wir wollten demonstrieren, dass es möglich ist, gekrümmte und tordierte (verdrehte) Träger in einem Arbeitsschritt und mit einer Schraubverbindung herzustellen“, erklärt Graf die Intention dahinter.

Die Holzskulptur stellt die ersten Takte der Europahymne, Ludwig van Beethovens „Ode an die Freude“,

dar und steht als Symbol für Dynamik, Eleganz und Innovation. Sie kombiniert eine einzigartige Geometrie und eine höchst innovative Form der Holzbautechnik mit traditionellem Handwerk und einer nachhaltigen Bauweise. Die Idee stammt von Johann Moser (BWM Designers & Architects), die Statik wurde von Peter Bauer (werkraum ingenieure) geplant. Form angenommen hat das Notenband in den Werkshallen der Graf-Holztechnik in Horn.

Nach einem Jahr intensiver Planung, zahlreichen Tests und rund drei Monaten akribischer Produktion wurden die einzelnen Elemente – insgesamt 65 Einzelpakete – sorgfältig in zehn Containern auf Ladeschlitten verstaут. „Ein detaillierter Verladeplan stellte sicher, dass jedes Schleifen-Element genau zugeordnet wurde – samt Anzahl der Schrauben, Beilagscheiben, Gewindezangen und weiterer Bauteile. Zur besseren Übersicht waren Echtbilder



KANSAI: FAKTEN

- **Zweitgrößte Wirtschaftsregion Japans** mit stärkerem Wachstum als Gesamt-Japan.
- Erwartung für BRP-Wachstum 2024: rund **1,2 Prozent**.
- Ähnlich gelagerte Industrie wie in Österreich.
- Industrie-Fokus auf Medizintechnik, Stahlprodukte, Elektronik und Maschinenbau.
- Hub für Innovation und Startups.

Foto: Expo Austria / BWM Designers & Architects

VON NÖ NACH ASIEN

der Elemente beigelegt, nummeriert und dokumentiert, sodass jederzeit nachvollziehbar war, was sich in welchem Container befand“, erklärt Roland Ernst, Abteilungsleiter der Graf-Holztechnik.

Am 4. November 2024 verließen die letzten fünf Container das Werk in Horn. Per Lkw wurden sie nach Wien transportiert, von dort aus ging die Reise mit dem Zug weiter nach Hamburg. Im dortigen Hafen wurden die Container schließlich auf ein Schiff verladen, das Mitte November in See stach und den Hafen von Kobe am 26. Dezember 2024 erreichte. In Osaka, das liegt in der Kansai-Region (Box S. 6), übernahm ein japanisches Montageteam den Aufbau – mit Unterstützung des Projektleiters der Graf-Holztechnik vor Ort. Über mehrere Tage hinweg wurde das Team angeleitet, wie die Elemente präzise zusammengesetzt werden müssen.

GRENZEN DES MACHBAREN GETESTET

Neben dem engen Terminplan und der genauen Zeit- und Produktionsplanung war eine der größten Herausforderungen, „die europäischen und japanischen Normen zu vereinen und den Anforderungen gerecht zu werden“, berichtet Roland Ernst rückblickend und fügt mit



Foto: Graf-Holztechnik

MEISTERLICH Nach einem Jahr intensiver Planung, zahlreichen Tests und drei Monaten akribischer Produktion in den Werkshallen der Graf-Holztechnik in Horn machte sich das beeindruckende Notenband auf die Reise nach Osaka.

Stolz auf das gesamte Team hinzu: „Mit höchster Präzision in der Entwicklung und Fertigung haben wir die Grenzen des Machbaren ausgetestet und aus einer ursprünglichen Vision ein unwahrscheinliches Werk der Ingenieurskunst geschaffen.“ Vor Ort schaut sich Stefan Graf die 16,5 Meter hohe, sich in die Luft erhebende Holzskulptur mit einem Holzanteil von 15 Tonnen und 6.000 verbauten Vollgewindeschrauben vom 11. bis 13. Mai an. Dann fliegt die Wirtschaftskammer NÖ mit einer Delegation nach Osaka, um die Expo 2025 zu besuchen.

SONNENCREME AUS SÄGEMEHL

Nicht nur die Fassade des Österreich Pavillons zeugt von der Innovationskraft der niederösterreichischen Betriebe. Auch das Innovation Lab Austria – im Herzen des Pavillons – bietet heimischen Unternehmen eine Plattform, um die internationalen Besucher für österreichische Forschung und Wirtschaft zu begeistern. Das „i“ steht hier neben Innovation auch für Information, Inspiration und Interaktion.

Ein Unternehmen, das sich hier von April bis Oktober präsentieren kann, ist Lignovations aus Kloster-



JAPAN IN ZAHLEN

- Erwartung für **BIP-Wachstum** 2024: ca. 0,7 Prozent. Die Unternehmensgewinne befinden sich auf Rekordniveau, die Investitionen, insbesondere in Software und Forschung, steigen. Der private Konsum erweist sich als widerstandsfähig, vor allem im Dienstleistungssektor, obwohl die gestiegenen Preise den Konsum von Gütern wie Lebensmitteln beeinträchtigen. Trotz diverser Herausforderungen bleibt der Ausblick für die Wirtschaft positiv.
- Erholung des **Yen-Kurses** nach Erhöhung des Leitzinses
- Niederlassungen melden **optimistische Zukunftsaussichten**.
- **Top-Trends:** Digitalisierung, demographischer Wandel, Energiewende.



Foto: Graf-Holztechnik

„Asien ist einer der weltweit am schnellsten wachsenden Kosmetikmärkte.“

Martin Miltner, Lignovations

neuburg, das den Expo-Besuchern aus aller Welt in einem kurzen Video zeigt, wie aus Holzabfällen nachhaltiger UV-Schutz entsteht. Sonnencreme aus Sägemehl gewissermaßen. 2021 als Spin-off der TU Wien und aus einer Spin-off-Fellowship-Förderung der FFG entstanden, war die Mission von Anfang an klar: „Die Kreislaufwirtschaft in der chemischen Industrie durch hochwertige biobasierte Produkte voranzutreiben“, stellt Geschäftsführer Martin Miltner klar, hängt den Laborkittel an den Haken und führt auf dem Weg zu seinem Schreibtisch weiter aus: „Wir nutzen Lignin, einen natürlichen Bestandteil von Holz, um funktionelle Inhaltsstoffe für verschiedenste Anwendungen herzu-

stellen.“ Lignin schützt Pflanzen vor schädlichen Umwelteinflüssen. Lignovations gewinnt diesen wertvollen Rohstoff aus der Biomasse und verarbeitet ihn in eine Form, die industrielle Anwendungen ermöglicht. Unter der Marke LignoGuard® vertreibt das Unternehmen seine Produkte bereits in der Kosmetikbranche, wo sie als nachhaltige Alternative zu konventionellen UV-Filtern eingesetzt werden. Zu den Kunden zählen sowohl kleine als auch große Kosmetikerhersteller, die umweltfreundliche Sonnencremes und andere Hautpflegeprodukte entwickeln.

POTENZIAL IN VIELEN BEREICHEN

Asien gilt als einer der am schnellsten wachsenden Kosmetikmärkte der Welt – ein Grund, warum Lignovations dort seine Expansion vorantreibt. „Wir arbeiten bereits mit wichtigen Marktteilnehmern zusammen und können unsere Produkte regulatorisch gesehen in Asien vermarkten. Es ist also nur eine Frage der Zeit, bis wir den Export starten“, weiß Miltner.

Neben der Kosmetikindustrie sieht Lignovations auch Potenzial in anderen Bereichen: Bei nachhaltigen Kartonbeschichtungen für Lebens-



Wirtschaft NÖ:

Welche Chancen gibt es für NÖ Betriebe in Japan?

Christina Schösser:



Chancen bestehen in Branchen wie Maschinenbau, Elektronik, Automotive, Greentech, Medizintechnik, Prüftechnologie sowie Lebensmittel & Getränke. Neben höchster Produktqualität erwarten japanische Kunden Verlässlichkeit und exzellenten Service. Erfolg versprechen besonders Innovationskraft, High-Tech-Kompetenz, Flexibilität und Nachhaltigkeit. Wer einen japanischen Geschäftspartner findet, kann auf eine langfristige, vertrauensbasierte Zusammenarbeit zählen.

Welche Güter sind besonders nachgefragt?

NÖ Produkte haben in Japan großes Potenzial, besonders in Umwelttechnologie, Biomasse-Wasserstoff, Bau & Energieeffizienz sowie Lebensmittel & Foodtech (Wein, Bio, Regionalität der NÖ Produkte). Erfolgsfaktoren sind authentische Produktgeschichten und internationale Trends wie Bio. Zudem gilt Österreich als „grünes“ Land, was heimische Unternehmen in diesen Bereichen besonders attraktiv macht.

Worauf ist beim Markteintritt zu achten?

Der Markteintritt in Japan erfordert Geduld, Zeit und Ressourcen. Entscheidungsprozesse sind lang, Bürokratie ist hoch, und oft sind Anpassungen sowie Japanisch-Kenntnisse nötig. Ein lokaler Ansprechpartner wird geschätzt.

Christina Schösser,
Wirtschaftsdelegierte in Tokio



LIGNOVATIONS 14 Mitarbeiter arbeiten in Klosterneuburg in den Bereichen Forschung, Anwendungsentwicklung, Produktion, Business Development und Marketing. V.l.: Geschäftsführer Martin Miltner und Stefan Beisl.



Zum Video

VON NÖ NACH ASIEN

mittelverpackungen, beim biologischen Pflanzenschutz sowie im Bereich der Nahrungsergänzungsmittel. „Die Technologie funktioniert, der Markt hat Interesse. Nun steht die Skalierung der Produktion im Fokus. Unser Ziel ist es, Umsätze zu steigern und gleichzeitig einen positiven Einfluss auf Mensch und Umwelt zu schaffen.“ Osaka ist hier ein weiteres Sprungbrett für die Innovation aus Niederösterreich.

EIN ABKOMMEN MIT BENEFIT

2024 feierten die EU und Japan fünf Jahre Wirtschaftspartnerschaft. Das JEFTA-Abkommen hat seine Erwartungen voll erfüllt. Trotz Covid-Pandemie konnte bis 2022 ein Wachstum des Warenverkehrs zwischen der EU und Japan von über 20 Prozent verzeichnet werden. „Österreichs Exporteure nutzen bei Direkt-

Exporten nach Japan bereits zu 92 Prozent die Präferenzregeln und haben sich dadurch in diesen fünf Jahren ca. 50 Mio. Euro an Einfuhrzoll im Land der aufgehenden Sonne erspart. Dies ist ein eindeutiger Konkurrenzvorteil gegenüber Mitbewerbern aus Nicht-EU-Ländern am Zielmarkt Japan“, zieht Patrick Hartweg, Leiter der Abteilung Außenwirtschaft in der Wirtschaftskammer NÖ, eine erfreuliche Bilanz.

Sektoren, die vom EU-Japan-Abkommen (JEFTA) besonders profitiert haben, sind Kupferwaren (+ 3.538 %), Messgeräte (+ 152 %), Tierfuttermittel (+ 123 %), Arzneiwaren für den Kleinverkauf (+ 50,7 %), Kunststoffwaren (+ 38 %) und die KFZ-(Zulieferer)-Industrie (+ 30 %). „Die Ausfuhren nach Japan sichern in Österreich ca. 16.000 Arbeitsplätze. Hauptausfuhrprodukt aus Nie-

IHR KONTAKT ZUM EXPERTEN:



Bei Fragen zu Exporterfordernisse nach Japan hilft das Team der Abteilung Außenwirtschaft der Wirtschaftskammer NÖ gerne weiter:

- **Patrick Hartweg,**
Leiter Außenwirtschaft
- T: 02742/851-16401
- E: aussenwirtschaft@wknoe.at
- wko.at/noe/aw

derösterreich nach Japan sind Holz und Holzwaren“, nennt Hartweg die Fakten. Gefolgt von Maschinen und mechanischen Geräten. An dritter Stelle liegen Kunststoffe und Kunststoffzeugnisse.

SPASS IN BUNTEN VERPACKUNGEN

Bereits seit einigen Jahren erfolgreich auf dem asiatischen Markt ist die Klosterquell Hofer GmbH aus Guttenberg mit ihrem „Twist and Drink“. „Wir stehen für Spiel, Spaß und Freude in der unverwechselbaren bunten Verpackung“, sagt Sales Director Jonas Smietana gut gelaunt und führt in den Produktionsbereich des NÖ Traditionsbetriebes. „Wir produzieren zu 100 Prozent in Österreich und haben nicht vor, unsere Heimat zu verlassen. Wir sind stolz darauf, hier 40 Menschen beschäftigen zu können und fertigen im Dreischicht-Betrieb von Montag bis Freitag.“

Seit 1973 entsteht hier, am Fuße des Schneebergs und mit dem Wasser aus den unternehmenseigenen Quellen, „Dreh und Trink“ – vegan, halal und frei von künstlichen Süßungsmitteln in der vom Gründer erfundenen, einzigartigen und zu 100 Prozent recyclingfähigen BPA-freien LDPE-Verpackung. Neben „Dreh und Trink“ für den DACH-Raum führt das Unternehmen noch zwei weitere Marken im Sortiment: „Twist and Drink“ als Haupt-Export-

TAIWAN



Wirtschaft NÖ: Welche Chancen gibt es für NÖ Betriebe in Taiwan?

Hermann Ortner: Das bilaterale Handelsvolumen zwischen Österreich und Taiwan befindet sich auf hohem Niveau und betrug 2024 ca. 1,8 Mrd. Euro. Taiwan ist einer der wichtigsten österreichischen Exportmärkte in Fernost – mit weiterhin guten Wachstumsaussichten.

Welche Güter sind besonders nachgefragt?

Taiwan ist eine Hochtechnologieinsel mit stark ausgeprägter Industrie. Insbesondere die Halbleiterindustrie ist ein Hauptabnehmer österreichischer Ausführprodukte nach Taiwan. Weitere gute Absatzmöglichkeiten bieten unter anderem das Gesundheitswesen und der Energiesektor.

Worauf ist beim Markteintritt zu achten?

Die Suche nach geeigneten lokalen Geschäftspartnern ist hier von zentraler Bedeutung. Hierbei steht das AußenwirtschaftsCenter Taipei österreichischen Unternehmen gerne unterstützend zur Verfügung. Eine gute Gelegenheit, um sich über den taiwanesischen Markt zu informieren und Geschäftskontakte zu knüpfen, bietet z.B. die virtuelle Wirtschaftsmision „Smart Manufacturing & IT in Taiwan“, die vom 6. bis 7. Mai vom AC Taipei organisiert wird.

Hermann Ortner, Wirtschaftsdelegierter in Taipei

marke und „squeezezeit“ für den angloamerikanischen Raum.

„TWIST AND DRINK“ ALS BELOHNUNG

„Wir exportieren in 40 Länder. Zu unseren größten Absatzmärkten gehört neben Deutschland, England und Benelux auch Südkorea. Wir besuchen jährlich internationale Messen und können so jedes Mal zwei bis drei neue Länder für unseren Export gewinnen“, erzählt Smietana und führt weiter aus. „In Südkorea haben wir zuerst in den Kids-Cafés gestartet. Das ist ein Ladenkonzept, das es so nicht häufig bei uns in Österreich gibt. Hier gehen Eltern exzellenten Kaffee trinken, während Kinder ihre Hausaufgaben in einer kinderfreundlichen Umgebung machen können. Als Belohnung winkt dann ein ‚Dreh und Trink‘.“ Vor dem Eintritt wurde der Markt genau analysiert. „Uns war von Anfang an klar, dass wir hier Aufbauarbeit leisten müssen und die Konkurrenz sehr hoch ist.“ Geduldig wurde kontinuierlich die Präsenz erweitert und

nach rund zwei Jahren und ersten Erfolgen begann Klosterquell in lokales Online-Marketing zu investieren. Anderen Unternehmen rät Smietana, den „Hebel nicht zu unterschätzen, den Online-Sales in Südkorea hat“. Ein Drittel der Verkäufe in Südkorea läuft über Social Network Sales, der Markt zählt heute zu den fünf wichtigsten Märkten für den Betrieb.

„WIR WOLLEN WEITER WACHSEN“

Klosterquell setzt weiter auf Expansion. „Wir haben ambitionierte Wachstumspläne – nicht nur zu Hause, sondern weltweit.“ Als nächstes großes Ziel steht der Markteintritt in die USA auf der Agenda. Gleichzeitig wurde mit der frisch gelaunchten Produktlinie „Dreh und Trink CREATIONS“ ein spannendes neues Kapitel aufgeschlagen. „Wie sich dieser neue Weg entwickelt, wird die Zukunft zeigen.“

- www.leyrer-graf.at
- www.lignovations.com
- www.drehundtrink.com



Foto: Florence Stöber/Klosterquell Hofer GmbH

KOREA

Wirtschaft NÖ:
Welche Chancen gibt es für NÖ Betriebe in Südkorea?



Wolfgang Köstinger: Südkorea

ist die zwölftgrößte Volkswirtschaft der Welt und gehört zu den weltweit größten Herstellern von Halbleitern, Displays und Automobilen. Für österreichische Firmen ergeben sich hier zahlreiche Möglichkeiten, diese Industrien mit High-End-Fertigungsmaschinen, Elektrotechnik und Software zu beliefern.

Welche Güter sind besonders nachgefragt?

Neben den vorhin genannten Industrien sind im Bereich Umwelttechnik vor allem hochwertige Recycling-Anlagen aus Österreich sehr gefragt. Im Lebensmittelsektor gibt es eine starke Nachfrage nach österreichischem Schweinefleisch, kulinarischen Spezialitäten wie Fruchtsäften, Marmeladen und Wein.

Worauf ist beim Markteintritt zu achten?

Dass – trotz der Internationalisierung des koreanischen Marktes – gewisse Barrieren sprachlicher und kultureller Natur bestehen. Hierarchien, Position im Unternehmen, Alter und Titel spielen eine große Rolle. Es ist daher immer ratsam, vorab mit dem AC Seoul Kontakt aufzunehmen. Die Mitarbeiter:innen des AC begleiten auch gerne zu den Geschäftsterminen, um bei der Sprachmittlung zu unterstützen.

Wolfgang Köstinger,
Wirtschaftsdelegierter in Seoul