

Die Korruptionsfälle in Österreich werfen ein schlechtes Licht auf das Netzwerken. Wo sind die roten Linien zur Freunderlwirtschaft?

Netzwerken –



wo liegen die Grenzen?

BRÜCKEN BAUEN

Eine Initiative verbindet erfahrene Unternehmer und junge Gründer

TIKTOK-BUSINESS

Was TikTok Unternehmen bringt – und wie ihr Auftritt nicht cringey ist

Von Österreich in die ganze Welt

Bene ist aktuell Partner der EXPO 2020, CBRE kennt die Trends am nationalen wie internationalen Immobilienmarkt, REIWAG expandiert seit drei Jahrzehnten und die Salm Group exportiert Brauanlagen in mehr als 33 Länder weltweit. Diese vier Betriebe zeigen, dass die Produkte, Dienstleistungen und das Know-how der österreichischen Leitbetriebe auch im Ausland gefragt sind.

VORWORT



Monica Rintersbacher,
Geschäftsführerin Leitbetriebe Austria

Als Leitbetrieb weltweit angesehen

Die Corona-Krise und ihre Folgen haben die Exporte aus und die Importe nach Österreich im Jahresvergleich sinken lassen – aber auch 2020 lag die Exportquote gemessen am BIP bei über 50 Prozent. Und mehr als jeder zweite Job in Österreich hängt am Export. Die heimischen Unternehmen versorgen nicht nur die Bevölkerung Österreichs mit den Gütern des täglichen Bedarfs, ein wichtiger Teil der Wirtschaft sind außerdem auch der Export und die Niederlassungen heimischer Unternehmen im Ausland und genauso die österreichischen Niederlassungen internationaler Unternehmen.

Entscheidend für den Erfolg im Ausland sind in erster Linie nachhaltige und technologische Innovationen und die herausragende Qualität der in Österreich erzeugten Produkte, die weltweit Ansehen genießen. Hier gibt es einige Hidden Champions und Weltmarktführer aus Österreich. Sichtbar sind die Erzeugnisse unter anderem auf der seit 1. Oktober 2021 stattfindenden Weltausstellung EXPO 2020 in Dubai unter dem Motto „Connecting Minds, Creating the Future“. Ein schöner Slogan, dem sich die heimischen Leitbetriebe gerne anschließen.

Seit 1. Oktober 2021 findet die Weltausstellung EXPO 2020 unter dem Motto „Connecting Minds, Creating the Future“ in Dubai statt. Offizieller Partner ist das österreichische Unternehmen Bene, der Büroexperte ist Spezialist für die Gestaltung und Einrichtung von modernen Büro- und Arbeitswelten. Der österreichische Pavillon präsentiert sich dabei gemäß des Slogans „Austria makes sense“ und mit dem Fokus Nachhaltigkeit sowie Innovationskraft. Michal Fried, Geschäftsführer für Sales, Marketing & Innovation bei Bene: „Der österreichische Pavillon ist nicht nur durch seine Architektur und die verwendeten Materialien ein Aushängeschild österreichischer Innovationskraft, er schafft in seinem Inneren auch Platz für alle Facetten heimischer Forschung, Entwicklung und Kreativität. Die Ausstellung schickt ihre Besucher auf eine Reise durch das Innovationspotenzial Österreichs – mit allen Sinnen und der Unterstützung österreichischer High-Tech-Lösungen.“ Im iLab werden zukunftsweisende Produkte wie Dienstleistungen aus Österreich präsentiert. 53 dort ausgewählte Innovationen spiegeln dabei den österreichischen Erfindergeist wider“, so Fried. „Die markanten Türme mit einer Höhe von 3,60 Metern sind aus PIXEL by Bene zusammengesetzt. Denn wo ein inspirierendes Umfeld gebraucht wird, ist PIXEL by Bene genau richtig. Die nachhaltige Holzbox ist der flexible Baustein, der eine neue Art der Raumgestaltung ermöglicht. Die naturbelassene Oberfläche der PIXEL ist Blickfang, lenkt aber nicht vom Wesentlichen ab“, heißt es zudem von Fried.

Waidhofen an der Ybbs und Dubai. Ökologisches Denken und Handeln haben bei Bene ebenso lange Tradition: „In der Büromöbelbranche ist die Bedeutung von Nachhaltigkeit speziell durch die zunehmende Verbreitung von Ökolabels wie des Blauen Engels und die Einführung verschiedener Gebäudezertifizierungsstandards in den vergangenen Jahren merklich gestiegen. Für ein nachhaltiges Gebäude bedarf es heute auch einer nachhaltigen Objekteinrichtung. Die Entwicklung entsprechender Einrichtungssysteme ist für uns als verantwortungsbewussten Hersteller damit ein entscheidender Wettbewerbsvorteil.“ Bene, das sein Headoffice sowie die Produktion in Waidhofen an der Ybbs hat, ist bereits seit mehr als 20

Jahren geschäftlich in Dubai vertreten. Der arabische Markt sei einer der Kernmärkte, so Fried, „wir punkten hier vor allem mit hohem Qualitätslevel, Designanspruch und Innovationskraft.“ Die eigene Positionierung erfolgte dank eines langjährig aufgebauten Vertriebsnetzwerkes und Know-how des lokalen Teams, man könne daher auch bei „überdurchschnittlich großen Projekten Erfolge vorweisen“. Die Vereinigten Arabischen Emirate arbeiten aktuell an Geschäftsmodellen, um unabhängiger von Öl und Gas zu werden, so Fried weiters, dies stimme auch Bene positiv.

Expertise auch fürs Homeoffice. Die Corona-Pandemie führte nicht nur dazu, dass die Expo 2021 verschoben werden musste, sie stellte auch die Frage in den Raum, wie wir künftig arbeiten wollen. Über die Büro-Nutzung der Zukunft heißt es dabei von Michael Fried: „Das Homeoffice wird, über die Pandemie hinaus, eine der Möglichkeiten des Arbeitens und damit der modernen Arbeitskultur sein. Denn die veränderte Arbeitssituation während der Pandemie hat eine wichtige Erkenntnis erbracht: Das Homeoffice ist ideal für konzentriertes, ungestörtes Arbeiten. Aber es fehlt – auch das ein klares Fazit aus den gewonnenen Erfahrungen – der kreative Austausch für schnelle Entscheidungen und Impulse sowie der soziale Kontakt zu Kollegen und Vorgesetzten. Die Perspektive für motiviertes Arbeiten mit hohem Output ist eine hybride Struktur, in der sich Büro- und Homeoffice-Phasen ergänzen. Deshalb ist es ein konsequenter Schritt, unsere Expertise aus der Bürowelt mit der Gestaltung professioneller und attraktiver Arbeitsplätze zu Hause zu verbinden.“

Ostpionier. Bereits 1903 erfolgt die Grundsteinlegung für die heutige REIWAG Firmengruppe, durch Jakob Wagner, den Großvater des heutigen Geschäftsführers Viktor Wagner. Dieser gründete 1968 die REIWAG mit nur einem einzigen Mitarbeiter, zwei Jahre später wurde die Firma seines Vaters eingegliedert. Die Expansion des Unternehmens begann 1991 mit der Dienstleistungsgesellschaft REIWAG Facility Services GmbH in der ehemaligen Tschechoslowakei. Wagner wurde damals mitunter als „Ostpionier“ bezeichnet: „Es war schön, mitzuerleben, wie sich ein ehemals kommunistischer Staat zu einem blühenden Ge-

SABINE KLUMPT, ARS ELECTRONICA SOLUTION EXPO AUSTRIA, TOM MESIC, BENE GMBH / ANDREA HIRSCH, FRANZ PFLÜGL



Bene aus Waidhofen an der Ybbs steht international für innovative und nachhaltige Büromöbel – derzeit sind diese auch auf der EXPO 2020 in Dubai zu sehen



schaftspartner für Österreich und für andere Länder entwickelt“, erinnert er sich heute. Im Zuge der Privatisierung wurde 1996 ein wesentlicher Teil der Stadt- und Straßenreinigung von Prag ausgeschrieben und es erfolgte die Gründung der KOMWAG A.S., des Stadt-, Straßen- und Müllabfuhrunternehmens in Prag gemeinsam mit der Stadt Prag. Aus einem kleinen Unternehmen mit alten Maschinen in einem auffälligen Bürohaus in Prag entstand ein erfolgreiches Dienstleistungs-



„Wir punkten auch auf dem arabischen Markt vor allem mit hohem Qualitätslevel, Designanspruch und Innovationskraft.“

Michael Fried, Bene

unternehmen, welches heute 230 Mitarbeiter beschäftigt und nahezu 100 Fahrzeuge im Einsatz hat.

Aber damit war noch lange nicht Schluss. Es folgten die Gründung der REIWAG s.r.o. in Brünn im Jahr 2002, sowie die Gründung der REIWAG Facility Service SK s.r.o. in Bratislava 2004. Im Jahr 2006 dann die Beteiligung durch ein Konsortium (F.I.S.) an der Building Support Services (B.S.S.) Bukarest sowie die Gründung der REIWAG Facility Services d.o.o. in Zagreb, 2011 eine Gründung in Serbien und der Aufbau und Betrieb einer PET-Recycling Anlage in Gajdobra, nahe Novi Sad. Die jüngsten Unternehmen sind in Belgrad und Nord-Mazedonien, Ende des Jahres 2020 wurde die REIWAG Ltd. Singapore gegründet, welche sich als Leadinvestor mit 11% an LionsBot Singapore (www.lionsbot.com) beteiligt hat. LionsBot erzeugt Reinigungs- und UV-Roboter und produziert zur Gänze im eigenen Haus in Singapur. Durch die langfristig ausgerichteten Unternehmensziele können alle Unternehmen der REIWAG-Unternehmensgruppe vollständig eigenkapitalfinanziert agieren. Über Gründungen im Osten fasst Wagner heute zusammen: „Ein großer Vorteil der Gründung in den Ländern der ehemaligen Monarchie ist die Möglichkeit am

Morgen die Niederlassungen zu besuchen und am Abend wieder im eigenen Bett schlafen zu können. Weiters gehören österreichische Unternehmen in all diesen Ländern zu den Marktführern, mit welchen die REIWAG auch sehr oft in Österreich zusammen arbeitet.“

Trends im Immobilienbereich. CBRE ist ein national wie international führender Immobiliendienstleister – der österreichische Standort des



„Unternehmen müssen ihre Büros attraktiver und ‚cooler‘ machen – und so ähneln moderne Büros immer mehr schönen Hotels.“

Andreas Ridder, CBRE



Die Geschäftsfläche am Franz-Jonas-Platz in Wien ist eines der Angebote des internationalen Immobilienentwicklers CBRE in Wien

global tätigen Unternehmens wurde 1991 von Andreas Ridder gegründet. Derzeit arbeiten 165 Mitarbeiter in Wien, Graz und Linz. CBRE wurde mehrmals ausgezeichnet, darunter etwa zum dritten Mal in Folge als „Most Admired Real Estate Company“. Die Pandemie habe sich unterschiedlich auf die Immobilienbranche bzw. die einzelnen Assetklassen ausgewirkt, so Ridder, Managing Director Austria & CEE bei CBRE. Der Hotelbereich sei dabei am härtesten getroffen worden, in

anderen Bereichen habe Corona bestehende Trends „beschleunigt“. In der Ferien-Hotellerie entspanne sich der Zustand, die Stadt-Hotellerie wiederum werde sich erst in zwei bis drei Jahren erholen – und damit auch die Nachfrage nach Hotel Immobilien. Der Einzelhandel, der durch die Lockdowns sehr betroffen war, erhole sich ebenso gerade. Dennoch gibt Andreas Ridder zu bedenken: „In Österreich und in der CEE Region wächst der Onlinehandel weniger rasant wie beispielsweise in England oder Korea. Zurzeit entwickelt sich der Einzelhandel zu einem ‚Omni Channel‘-Anbieter, in dem online und physische Präsenz miteinander verwachsen. Das wirkt sich auch auf die Retailimmobilien aus.“

Attraktives Arbeiten und Leben. Die interessanteste Entwicklung haben aber, laut Ridder, die Büros erlebt: „Während es ursprünglich so aussah, als ob Homeoffice zu einer Dauerlösung und somit Herausforderung für Büros werden könnte, hat sich das Bild in den letzten Monaten stark gewandelt. Die Unternehmen haben einerseits festgestellt, dass der ‚War for Talent‘ noch intensiver wurde und andererseits wollen Arbeitnehmer – das zeigen aktuelle Studien – tendenziell mehr Tage von zu Hause aus arbeiten als dies die Arbeit-

geber möchten (2-3 Tage versus 1-2 Tage pro Woche). Aus diesen beiden Gründen ist der Druck auf die Arbeitgeber stark gestiegen, ihre Büros attraktiver und ‚cooler‘ zu machen, also diese in Orte zu verwandeln, wo man wirklich gerne hinget. Eine Konsequenz daraus ist, dass moderne Büros immer mehr schönen Hotels ähneln, wo insbesondere Gemeinschaftsräume und Barbereiche ungeplante Kommunikation und Kreativität ermöglichen bzw. anspornen“. Ein „Gewinner“ von Corona-

na sei zudem der Wohnbereich: „Wir haben erkannt, wie wichtig ein attraktives Wohnumfeld mit idealerweise zumindest einem Balkon, Terrasse oder Gartenzugang ist.“

Auch verändert das zunehmende „Homeworking“ ganz generell den Flächenbedarf und die Anforderungen an den Grundriss einer Wohnung. Die Preise sind in den letzten beiden Jahren massiv gestiegen, insbesondere auch im grünen Umland großer Städte.“

Logistiksektor als Profiteur. Jörg Kreindl, Executive Director, Head of Industrial & Logistics Occupier EMEA bei CBRE, erklärt wiederum, dass gerade der Logistiksektor am meisten vom strukturellen Wandel im Konsumbereich profitieren werde, denn: „das Wachstum ist seit einem guten Jahrzehnt auffallend stark“. In Nordamerika, wo Trends früher beginnen bzw. stärker ausgeprägt seien, so Kreindl weiters, gebe es seit der Finanzkrise 2009 und den Folgejahren geradezu einen Boom bei Logistikimmobilien: „Die ‚Last-Mile‘-Verteilerzentren waren bisher aber in Europa noch die Ausnahmeerscheinung, außer in Großbritannien, wo sich Trends aus Nordamerika immer schneller etablieren als in Kontinentaleuropa“. Dabei seien die Zuwachsraten in den Größen Flächenabsorption, Entwicklungs- und Investmentvolumen und Wertsteigerung seit Jahren auf hohem Niveau. Die aktuelle, durch die Pandemie beschleunigte Situation, sei „allerdings mit nichts zu vergleichen“.

Der Lockdown-Peak des Online-Konsums flacht wieder ab, aber allen sei klar, dass es wieder einen nachhaltigen Aufschwung geben werde – und dieses Umdenken habe einiges in Bewegung gesetzt: „Unser globaler E-Commerce Index zeigt, dass die globalen Ausgaben für Online-Shopping bis 2025 von aktuell 2,4 Trillionen US-Dollar auf 3,9 steigen werden. Das wiederum wird einhergehen mit zusätzlichen Flächenanforderungen von 140 Mio m² an Lagerfläche. Davon werden ca. 30 Mio m² in Europa gebraucht werden. Und das betrifft alleine den E-Commerce Bereich.“

Lebensmittelhandel als Herausforderung. Eine weitere Herausforderung im Bereich Logistikimmobilien stelle der Lebensmittelhandel dar, so Kreindl: „Wir hatten noch nie so viele Anfragen aus diesem Bereich und das gilt für ganz Europa. Das große Thema ist die Verfügbarkeit von ausreichend großen und gut gelegenen Entwicklungsliegenschaften. So manch großer Lebensmittelhändler wird vielleicht in naher Zukunft zum Immobilienfonds.“ Die weiterhin größten Trends bei den Logistikimmobilien sind laut Kreindl: „Flächenverknappung, massive Wertsteigerungen bei Preisen für Liegenschaften, sehr hohe Baukosten und eine weiter zunehmende Anzahl an Entwicklern, die nun in den Logistikbereich einsteigen wollen“. Damit gehe auch ein enormer Bedarf nach Flächen einher: „Die

ReFocus Austria – Globaler Outreach für Österreichs Unternehmen

Die Initiative ReFocus Austria ist zentraler Bestandteil des Comeback Plans der Bundesregierung zum wirtschaftlichen Wiederaufbau nach der Corona-Krise



ReFocus Austria
Der globale Outreach Österreichs
zur Unterstützung der heimischen Wirtschaft

Im Team Austria setzt sich das Außenministerium gemeinsam mit dem Wirtschaftsministerium und anderen Bundesministerien, der Außenwirtschaft der Wirtschaftskammer Österreich und der Österreich Werbung für die österreichische Wirtschaft im Ausland ein, um Arbeitsplätze und Investitionen in Österreich zu sichern und auszubauen. Zwischen September 2021 und Juni 2022 organisieren die über 100 Vertretungen weltweit maßgeschneiderte Veranstaltungen zur Förderung des österreichischen Wirtschaftsstandortes, die unter enger Einbindung der österreichischen Unternehmen vor Ort und in Kombination mit hochrangigen Delegationen aus Österreich stattfinden.

Kernkompetenzen.

Als Themenschwerpunkte wurden zukunftsweisende Kernkompetenzen der österreichischen Wirtschaft definiert: Erneuerbare Energien, E-Mobilität, Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft, Digitale Transformation, Infrastruktur, Urban Technology und Tourismus. Wie ReFocus Austria für heimische Unternehmen neue Chancen auf internationalen Märkten öffnet und Österreich weltweit als starken, stabilen und innovativen Standort im Herzen Europas präsentiert, sei exemplarisch an zwei Veranstaltungen gezeigt: Im Rahmen des „Austrian-Ukrainian Green-Tech Day“ im September 2021 wurden

in Lemberg / Ukraine Erfolgsgeschichten und zukunftsweisende Umwelttechnologien aus Österreich vorgestellt. Ziel von ReFocus war zudem, heimische Expertinnen und Experten und zwölf führende österreichische Umwelttechnologie-Unternehmen mit Vertreterinnen und Vertretern ukrainischer Gemeinden und Unternehmen zu vernetzen. Ebenfalls Anfang Oktober 2021 fand in Warschau der „Kongress 590“, eine der wichtigsten polnischen Wirtschaftskonferenzen, statt. Ein im Zeichen von ReFocus Austria separat organisiertes Polen-Österreich Forum war den Zukunftsthemen Green Technologies, Digitalisierung und e-Health gewidmet. Neben zahlreichen Networking-Chancen beim „Kongress 590“ bot das polnisch-österreichische Side-Event „Green Futures“ den Rahmen zur Unterzeichnung dreier Zusammenarbeitserklärungen in Transport und Gesundheit. Außenminister Michael Linhart zur ReFocus Austria Initiative: „Die Pandemie hat uns allen deutlich vor Augen geführt, wie wichtig ein starkes rot-weiß-rotes-Netzwerk im Ausland für Österreich ist. Im Rahmen der Initiative ReFocus stellen unsere Botschafterinnen und Botschafter ihre Netzwerke und ihr Know-how noch stärker in den Dienst der heimischen Wirtschaft. Das Signal von Buenos Aires bis Dakar, von Peking bis Ottawa soll sein: We are back in business. Austria is back in business.“



„Wir exportieren unsere Brauereianlagen in 33 Länder. Die Biere des Hofbräuhaus München werden mit unseren Anlagen gebraut.“

Walter Welledits, Salm



„Es war schön mitzuerleben, wie sich ein ehemals kommunistischer Staat zu einem blühenden Geschäftspartner entwickelt.“

Viktor Wagner, REIWAG

zusammenhängenden Flächengrößen, die gebraucht werden, sind extrem: Weit über 100.000 m² sind keine Seltenheit, oft über mehrere Geschosse. Und das alles bei Renditen, die schon sehr knapp an Büroimmobilien herankommen und teilweise schon darunterliegen.“ Zum Abschluss erinnert Kreindl daran, dass Trends im Immobilienbereich immer von soziodemografischen Aspekten beeinflusst werden. Und er hält fest: „Für die kommenden Jahre und Jahrzehnte werden Logistik und Logistikimmobilien sehr spannend bleiben.“

Export in 33 Länder. Salm wurde 1924 von Georg und Josef Welledits gegründet und stellt somit seit 97 Jahren Brauereianlagen her, welche zu über 90 Prozent in 33 Länder der Welt exportiert werden. So werden die weltberühmten Biere des Hofbräuhaus München mit zwei Salm Brauanlagen in den USA gebraut. Besondere Exportländer sind z. B. Russland, Kuba, Polen, Singapur. Die Salm Holding betreibt auch zwei eigene Brauereien in Wien, das Salm Bräu am Rennweg und die neue Brauerei mit Gaststätte Stöckl im Park neben dem Oberen Belvedere mit insgesamt 100 Mitarbeitern. Salm konnte ein besonders energiesparendes Brauverfahren entwickeln, mit welchem es möglich wurde, die CO₂-Emission um bis zu 67 Prozent zu reduzieren. Auch die Reduktion der Geruchsemission um rund 90 Prozent ist ein großer Erfolg. Die erste Brauanlage mit dieser Technik wurde im Stöckl im Park eingebaut.

Einzigartiges wie nachhaltiges Brauverfahren. Bereits vor 35 Jahren erkannte Salm, dass die Beheizung mittels Dampf unwirtschaftlich ist und so wurde ein weltweit einzigartiges neues System geschaffen. Wie es genau funktioniert, erklärt Walter Welledits so: „Das Brauverfahren, um aus Malz, Hopfen, Wasser und Hefe Bier zu brauen, hat sich nicht verändert. Verändern konnten wir nur die Technik: Nicht erst Dampf zu erzeugen, sondern die Maische und dann die Würze direkt zu erhitzen, Pfanne und Läuterbottich besser zu isolieren und durch Einsatz der Computersteuerung zu optimieren. Das reduzierte die Verluste und damit den hohen CO₂-Ausstoß. Das Sudwerk hat dabei eine Kapazität von 22 Hektoliter und besitzt einen patentierten Aussenkocher. Doch auch einige andere Vorteile machen dieses System einmalig, denn es verhindert durch eine dreifache Fläche zur Wärmeübertragung eine Überhitzung der Maische und Würze und mit dem Druckkochsystem mit nachgeschalteter Expansion der Würze, die Entfernung der unerwünschten Geschmacksstoffe (DMS). Das Ergebnis sind Biere der Extraklasse.“ Salm exportiert diese Brauanlagen nicht nur, sondern übernimmt die Planung, Montage, Inbetriebnahme und Schulung der zukünftigen Brauer. Wer gutes Bier nicht nur gerne trinkt, kann sich bei Salm für eine Brauereiführung im Stöckl im Park anmelden.



Salm verkauft weltweit Brauereianlagen und braut auch selbst Bier



REIWAG hat mehrere Töchter und Joint Ventures im Ausland gegründet und fertigt dort auch Putzroboter



KÜHNE UND NAGEL

Die Zukunft der Logistik

Kühne+Nagel setzt auf nachhaltige Supply Chain Lösungen, Digitalisierung, Transparenz – und die Innovationskraft eines diversen Teams.

Wie kaum ein anderes Ereignis hat die Corona-Pandemie die systemrelevante Bedeutung einer funktionierenden Logistik ins öffentliche Bewusstsein gerückt – und damit auch zu einer Imagekorrektur einer ganzen Branche beigetragen, die lange unter einem etwas verstaubten Image litt. Endlich, wie Franz Braunsberger, Geschäftsführer der Österreich-Niederlassung des globalen Logistikdienstleisters Kühne+Nagel, betont: „Moderne Logistik ist heute ein hochkomplexes System verschiedenster Prozesse, die alle perfekt zusammenspielen müssen. Das spiegelt sich in unserer langjährigen Unternehmensstrategie, die sich in diesen herausfordernden Zeiten bewährt hat: Das Zusammenspiel von Kunden, Technologie sowie Kolleginnen und Kollegen.“

Innovation als Schlüsselfaktor zum Erfolg. Kühne+Nagel hat früh das Potenzial der Digitalisierung als Wettbewerbsfaktor erkannt und investiert seit Jahren konsequent in Innovationen,

die globale Lieferketten transparenter, robuster und effizienter machen. „Unsere Online-Plattform myKN etwa ist eine innovative One-Stop-Lösung, die jederzeit einen vollständigen Überblick und einfachen Zugriff auf alle benötigten Informationen bietet – von der Planung und Angebotseinholung bis zur Nachverfolgung von Sendungen.“

Auch ein weiteres Projekt hat Kühne+Nagel in den vergangenen beiden Jahren trotz des angespannten Marktumfelds intensiv vorangetrieben: Das Unternehmen bis 2030 komplett klimaneutral zu machen. Ein erstes Etappenziel wurde bereits Ende 2020 erreicht, mit der CO₂-Neutralität für alle eigenen Emissionen. Zusätzlich hat sich Kühne+Nagel verpflichtet, bis 2030 alle indirekten Emissionen neutral zu stellen. Und auch hier kommen innovative Lösungen zum Einsatz: Mit dem inhouse entwickelten seaexplorer steht Seefrachtkunden eine digitale Plattform zur Verfügung, die erweiterte Pathfinding-Algorithmen,

Schiffs-Tracking in Echtzeit mit Markt- und operativen Daten für die reederübergreifende Routenplanung kombiniert und so die Entscheidungsfindung erleichtert – inklusive vollständiger Transparenz zur CO₂-Emission.

Quereinsteiger willkommen. Ebenso konsequent investiert Kühne+Nagel in das Know-how der Mitarbeiter – und schätzt die Vielfalt eines diversen Teams: „Die Logistik ist heute eine hochdynamische Branche mit einer enormen Bandbreite an Berufsbildern – vom Kundenbetreuer bis zum Informatiker oder Qualitätsmanager. Dank unseres umfassenden Onboarding- und Weiterbildungsprogramms stehen dabei auch Quereinsteigern alle Türen offen: In unserem Team finden sich auch Kollegen, die ihren beruflichen Werdegang als Versicherungskaufmann oder Flugbegleiterin begonnen haben und heute erfolgreich globale Supply Chains für Kunden aus unterschiedlichsten Branchen managen.“ jobs.kuehne-nagel.com/global/de