

Unternehmen

Appetit auf mehr ...

AUSBAU. Weil man Manner eben mag, wird der international bekannte österreichische Süßwarenhersteller seine Produktion in Wien verstärken.



1890 eröffnete Josef Manner ein Geschäft am Wiener Stephansplatz und verkaufte Feigenkaffee und Schokolade, die er selbst herstellte. Nach einem Umzug nach Wien-Hernals entstand eine Süßwarenfabrik, die 1900 ausgebaut wurde. Heute, mehr als ein Jahrhundert später, besitzt die Josef Manner & Comp. AG, die 2010 158,5 Mio. Euro Umsatz erwirtschaftet hat, drei Produktionsstätten: Neben derjenigen

in Wien-Hernals werden im niederösterreichischen Wolkersdorf und in Perg, Oberösterreich, die köstlichen und weltberühmten Manner-Schnitten sowie andere feine Leckereien erzeugt, wie etwa der Marken Casali, Ildefonso und Napoli.

Um die Produktion auszuweiten, soll die Fabrik in Wien-Hernals mit einer Investitionssumme von rund 30 Mio. Euro umgebaut werden. Besonders die berühmten Manner-Schnitten sollen vor allem in Wien erzeugt werden. Zudem werden ein Logistikzentrum, ein neues Bürogebäude und eine Verladezone errichtet werden. Die Arbeiten sollen im Laufe des nächsten Jahres beginnen und 2015 fertig gestellt werden.

Kunstvoll Guten tun



Reinhard Madlencnik, Head of Real Estate; Dr. Clemens Klingan, Private Förderer & Partner SOS-Kinderdorf; Dieter Hengl, Vorstand der Bank Austria für Corporate & Investment Banking, bei der Scheckübergabe (v.l.)

Hoch hinaus mit „Bilder einer Ausstellung“

Der Bereich Real Estate der Bank Austria feierte heuer mit rund 230 Kundinnen und Kunden im Palais Schönborn sein 10-jähriges Jubiläum. Der Abend wurde unter dem Motto „Bilder einer Ausstellung“ als Vernissage inszeniert: 15 von der Bank Austria finanzierte Immobilienprojekte wurden in Kooperation mit Studenten und Absolventen der Akademie der bildenden Künste „malerisch“ in Szene gesetzt und ausgestellt. Zehn dieser Bilder haben Bank Austria Kundinnen und Kunden erworben. Der Verkaufserlös wurde auf drei Projekte aufgeteilt: zwei aus dem Sozialbereich (SOS-Kinderdorf, Verein ZUKI), eines aus dem Kunstbereich.



Kurz & aktuell

Mehr Saft!

PRODUKTION. Der Getränkehersteller Pago, der 2010 weltweit rund 250 Mio. Flaschen Fruchtsaft verkauft hat und dessen Umsatz 92 Mio. Euro betrug, hat am Standort Klagenfurt eine moderne PET-Heißabfüllanlage gebaut. Die Kapazität wird rund 350.000 Flaschen pro Tag betragen.

Bald im Netz?

ROM. Der Strumpfersteller Calzedonia hat Interesse an der Wäschemarke Palmers – er will mit dieser ein Wachstum in Österreich und Deutschland ermöglichen. Calzedonia hat 1.500 Shops in Italien, 534 in Spanien und Portugal, 138 in Russland und 94 in Polen sowie bereits 70 in Österreich.

Exotisches Klingeln

NOKIA. Der Siegeszug von iPhone und Co bringt den einstigen Handy-Marktführer in die Krise. Der Marktanteil sank von 50 Prozent 2009 auf 30 Prozent. Doch die Finnen „klingeln“ bereits in anderen Märkten: Der Konzern lukriert rund die Hälfte seines Umsatzes in Märkten wie Afrika oder Vietnam.

Die Milchmeister

SALZBURG. Das Bundesland rund um die Mozartstadt hat viel zu bieten. Unter anderem den topmodernen Molkereibetrieb Alpenmilch Salzburg, der mehrfach mit dem „Preis der Besten“ ausgezeichnet wurde.



Alpenmilch Salzburg



Eine lange Geschichte, kurz gefasst

1931: Gründung des Milchhofs Salzburg.

1974: Die Tauernmilch Bischofshofen wird von der Lungauer Molkereigenossenschaft und der Pongauer Molkereigenossenschaft gegründet.

Ab 1975: Spezialmilchprodukte des Milchhofs Salzburg werden unter der Marke „Sunny“ vertrieben.

1993: Die Alpenmilch Salzburg Ges.m.b.H. wird als operative Gesellschaft der beiden Besitzgesellschaften Milchhof Salzburg und Tauernmilch Bischofshofen gegründet.

Ende 1994: Die Marke „Salzburger Land – Das Milchparadies“ wird in Kooperation mit der SalzburgerLand Tourismus Gesellschaft eingeführt.

1999: Der deutsche Milchprodukt hersteller Meggle tritt als dritter Gesellschafter ein.

2008: Meggle stockt sein Engagement auf 49 Prozent auf.

2010: Alpenmilch Salzburg investiert in den Käsehof Salzburg und beteiligt sich daran mit 51 Prozent.

Heute schon gefrühstückt? Vielleicht mit einem Schluck Salzburger Milch im Kaffee? Die Wahrscheinlichkeit, dass sich Salzburgerisches in Ihrem Frühstückshäferl befand, ist nicht gering. Immerhin hat die Milchwirtschaft in Salzburg eine lange Tradition, sowohl in den Gebirgsgauen als auch im Seengebiet des Alpenvorlandes.

In die Ferne

Produzent ist die Alpenmilch Salzburg, die im Jahr 2010 mit 95.000 Tonnen verarbeiteter Milch und 114 Mio. Euro Umsatz die prozentuell am stärksten wachsende Molkerei Österreichs war. Unabhängig von Finanz-, Wirtschafts- und Euro-Krise setzt die Gruppe auf Expansion. Das Unternehmen besitzt eine Mehrheitsbeteiligung am „Käsehof“, der 2010 über 60 Prozent der erzeugten Milchmenge ins EU-Ausland exportierte.

Neben dem Hauptexportland Deutschland – dort werden besonders die Bio- und Heumilchspezialitäten aus Salzburg hoch geschätzt – ist Italien ein wichtiges Absatzgebiet. „Wir wollen in beiden Ländern die breite Palette an frischen Alpenmilch-Produkten anbieten. Das Sortiment umfasst Milch, Frischkäse, Schlagobers, Desserts und natürlich Salzburger Käsespezialitäten“, sagt Christian Leeb, Geschäftsführer von Alpenmilch Salzburg und Käsehof.



„Wir wollen eine klare Alternative zu den großen Milchverarbeitern sein.“

Christian Leeb, Geschäftsführer von Alpenmilch

Weiß, gelb, bunt

Aktuell führen Alpenmilch und Käsehof rund 600 Produkte im gemeinsamen Sortiment, das sich in die „weiße Linie“ (Milch-, Joghurt- und Topfenprodukte), die „gelbe Linie“ (Käseprodukte) und die „bunte Linie“ (Mischprodukte) gliedert. Neben Spezialmilchsorten wie Biomilch, Heumilch und Bioheumilch finden sich auch laufend Produktinnovationen im Angebot. So hat man kürzlich den Bereich Trinkjogurts einem Relaunch unterzogen und neue Geschmacksrichtungen kreiert. Mit dem

„Flachgauer Heumilchkäse“ kommt im Jänner 2012 eine neue Käsevariation in die Kühlregale.

Bei so viel Einfallsreichtum, gepaart mit Beständigkeit, ist es kein Wunder, dass Alpenmilch Salzburg bei den Qualitätstests der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft immer wieder mit dem PriMax, dem „Preis der Besten“, ausgezeichnet wird. Das freut nicht nur Geschäftsführer Christian Leeb, sondern auch seine rund 300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie finden in der Alpenmilch Salzburg eine verlässliche Arbeitgeberin, die auch eine wichtige Ertragsquelle für die rund 3.000 Bauernfamilien und die Zulieferbetriebe in der Region darstellt. Leeb: „Wir haben uns einmal ausgerechnet, dass rund 15.000 Personen in der Region direkt oder indirekt vom Molkereibetrieb Alpenmilch Salzburg leben.“

Damit das noch möglichst lange so bleibt, hat sich Alpenmilch für die Zukunft Ehrgeiziges vorgenommen. Leeb: „Wir wollen im österreichischen Lebensmittelhandel eine klare Alternative zu den großen Milchverarbeitern sein und unsere gute Position im Gastrosegment weiter ausbauen.“

Ausgezeichnet



Der internationale Qualitätswettbewerb der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG) für Molkereiprodukte ist der bedeutendste Europas. Für die DLG-Bewertung muss jedes Milcherzeugnis einen mehrstufigen Test aus Laboranalysen, Deklarationskontrollen und einer umfassenden sensorischen Prüfung bestehen. Im gesamteuropäischen Wettbewerb werden von den rund 24.000 eingereichten Produkten die allerbesten mit Gold, Silber und Bronze ausgezeichnet. Produkte von Alpenmilch Salzburg erhielten 2011 bereits 28 Mal Gold, elf Mal Silber und – zum fünften Mal in Folge und heuer als einzige Molkerei Österreichs – den Sonderpreis PriMax, den „Preis der Besten“.

www.milch.com





Gemeinsam Lösungen erarbeiten: Michael Munterl, Abteilungsleiter Cash Management Sales der Bank Austria, Dr. Jürgen Röhrling, Unger Stahlbau GmbH, und Markus Klausner, Firmenkundenbetreuer der Unger Gruppe (v.l.); die Zentrale der Unger Gruppe in Oberwart

Optimale Liquiditätsplanung

ERFAHRUNG. Der Einsatz von BusinessCash, einer Cash-Management-Software der Bank Austria, hat der international erfolgreichen österreichischen Unger Steel Group geholfen, ihre Zahlungsverkehrsströme und die Liquiditätssteuerung nachhaltig zu optimieren.

Die Unger Steel Group entschloss sich vor zwei Jahren, BusinessCash, eine Cash-Management-Software der Bank Austria, zur Optimierung ihres Liquiditätsmanagements in den Tochtergesellschaften in Europa und im Mittleren Osten zu implementieren. Ihre positive Bilanz: Der Einsatz von BusinessCash hat dazu beigetragen, Zahlungsverkehrsströme und Liquiditätssteuerung zu optimieren. Die Verfügbarkeit von Geldmitteln zum richtigen Zeitpunkt und in richtiger Höhe trug zu einer substanziellen Verbesserung der Finanzabläufe bei.

Mit diesem Instrument ist es dem Unternehmen gelungen, ein umfassendes Cash Management zu realisieren, bei dem von den Tochtergesellschaften neben dem klassischen Kontoauszug auch Plandaten erfasst werden. Die Konzernzentrale in Oberwart kann den Finanzstatus „real-time“ feststellen. Business Cash ermöglicht eine Gesamtsteuerung des Finanzmanagements für die Inlands- und Auslandskonten. Zusätzliche Funktionen wie Zinsberechnung, valutarische Disposition mittels „Drag and Drop“, Plandatenabgleich und grafische Darstellungen sind weitere Vorteile dieser umfassenden E-Business-Lösung.

Die effiziente Gestaltung der Finanzprozesse der Unternehmensgruppe wird durch den Einsatz von zusätzlichen Cash-Management-Tools wie MultiCash und BusinessLine in Tochtergesellschaften in CEE vervollständigt.

Drei Geschäftsbereiche

Die Unger Steel Group – ein 1952 gegründetes Familienunternehmen – zählt heute als österreichische Unternehmensgruppe in der ausführenden Bauindustrie zu den international erfolgreichsten Industriebetrieben Europas. Die Unger Gruppe konzentriert sich auf drei Geschäftsbereiche: den architek-

tonischen und konstruktiven Stahlbau, die gesamtheitliche Projektabwicklung von Klein- und Großprojekten bis hin zur schlüsselfertigen Übergabe als Generalunternehmung und die Projektentwicklung im Bereich Real Estate.

Als „One-Stop-Shop“ bietet die Unger Gruppe eine zentrale Serviceplattform mit Projektberatung, Bauführung und der gesamtheitlichen Betreuung von Projekten. Die Produktpalette umfasst das komplette Bauwesen. Die Kunden profitieren nicht nur von der jahrelangen Kompetenz in der Bauindustrie und vom branchenübergreifenden Know-how, sondern auch von wettbewerbsfähigen Lösungen, die durch den Materialmix und den Einsatz von verschiedenen Bausystemen zudem der Nachhaltigkeit Rechnung tragen.

Die Planung und Fertigung erfolgt am zentralen Standort im burgenländischen Oberwart sowie an der zweiten Produktionsstätte in Sharjah (Vereinigte Arabische Emirate).

Das Unternehmen ist in mehr als 20 Ländern aktiv, wobei Österreich, Deutschland, Rumänien, Russland und die Vereinigten Arabischen Emirate die Kernmärkte der Unternehmensgruppe bilden. Mehr als 60 Prozent des derzeitigen Umsatzes werden außerhalb Österreichs erwirtschaftet. ■

Zitiert

„Unser Unternehmen steht seit jeher für Qualität, Kundenorientierung, Flexibilität, Termintreue und vor allem Transparenz. Diesen Anspruch stellen wir auch an unsere internen Prozesse. Durch die Implementierung der Cash-Management-Lösungen der Bank Austria optimieren wir unsere Zahlungsflüsse und gewährleisten ein effizientes Finanzmanagement. Lückenlose und vor allem transparente Liquiditätsmanagementsysteme sind die Basis für das Erreichen eines nachhaltigen Mehrwerts im zentralen Treasury.“

Jürgen Röhrling,
CFO der Unger Steel Group