

„Grow East“ bleibt aktuell

Die ‚Ost-Euphorie‘ ist zwar etwas abgeklungen, doch die CEE-Märkte bleiben eine wichtige Wachstumsregion. ‚Grow East‘ heißt das Motto also weiterhin

Es bedarf einer „Neusicht“ der Rahmenbedingungen in Sachen CEE. So heißt auch der Think Tank von Frido Berger, der vor Kurzem zusammen mit dem Competence Center für CEE an der WU Wien den bereits siebenten „Grow East Congress“ veranstaltete. Christoph Grabmayr, in der Außenwirtschaft der WKO zuständig für Zentraleuropa und das Baltikum, rückte eingangs die Bedeutung der CEE-Länder für Österreichs Exportwirtschaft ins recht Licht: Mittlerweile seien etwa die heimischen Ausfuhren in die Tschechische Republik wertmäßig höher als jene nach Großbritannien.

Neue Rahmenbedingungen

Prof. Arnold Schuh, Direktor des einschlägigen Competence Centers an der WU, skizzierte die neuen Rahmenbedingungen: „Es geht jetzt um erfolgreiche Geschäftsmodelle und Konzepte in den keineswegs von ökonomischen Turbulenzen verschonten Ländern Zentral- und Osteuropas“, betonte er vor dem gut besuchten Auditorium in der gastgebenden WKO.

Die Chancen seien weiterhin aufrecht, doch müsse man sich mit neuen Bedingungen vertraut machen. „Der politische Interventionismus hat in den meisten Ländern zugenommen, die Skepsis gegenüber ausländischen Investoren ist gestiegen, ein massiver ökonomischer Regionalismus ist unverkennbar und auch die Folgen der Migrationskrise sind spürbar“, so Schuh.

Investoren wie Exporteure müssten sich mit erhöhten Unsicherheiten abfinden und auch die Bevorzugung lokaler Investoren sei klar erkennbar. Darüber hinaus drängen neue Investoren, etwa aus China oder auch aus der Türkei, auf die Märkte in Tschechien, Polen oder der Slowakei. In weiten Bereichen der Industrie seien

Kapazitätsanpassungen angesagt. Fazit: Die Herausforderungen auf den CEE-Märkten sind beträchtlich gestiegen, es gibt einen erstaunlichen Wandel in der Wettbewerbssituation, denn viele lokale Firmen suchen nicht

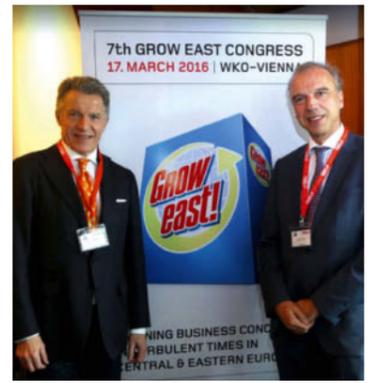
zur Stärkung ihrer Position auf den jeweiligen Binnenmärkten, sondern sind auf dem Weg der Unternehmenserweiterung via intensiver Exporttätigkeit.

Frido Berger, nicht nur Think-Tank-Gründer, sondern auch langjährig ausgewiesener Markenexperte auf dem Gebiet des Brand Positioning, präsentierte bei Grow East eine spannende Mischung aus heimischen Firmenvertretern, die über ihre Erfahrungen und Strategie im CEE-Raum berichteten sowie lokalen Investoren, die von einem mutigen Start-up ausgehend mittlerweile eine Erfolgsgeschichte geschrieben haben.

Aus marktanalytischer Sicht präsentierte Tobias Schediwy, General

Manager der GfK Österreich, interessante Daten über die Ausgabenstruktur und die Kaufgewohnheiten in den CEE-Ländern. Er wies auf das wieder ansteigende Verbrauchervertrauen in Kroatien, Tschechien, in Ungarn und in der Slowakei hin und analysierte beispielsweise die sehr unterschiedlichen Marktanteile der Discounter etwa im Lebensmitteleinzelhandel. Jeweils 26 Prozent in Polen und Russland stehen nur neun Prozent in Kroatien gegenüber.

Die Summary von Grow East? Mit Wachstumsraten zwischen 2,5 bis 3,5 Prozent sind das weiterhin chancenreiche Märkte, aber der Wettbewerb ist ungleich heftiger als in den Jahren der „Goldgräberstimmung.“ **üh**



Frido Berger und Ulrich Schuh beim Grow East Congress, wo die Frage der Wachstumschancen im Osten im Fokus stand. © Tamás Thaler

Aus Österreich. Für Österreich.



www.omv.com/oesterreich

Gemeinsam mehr bewegen. Für unsere Energieversorgung.

Das technologische Know-how „Made in Austria“ macht OMV zu einem weltweit gefragten Partner. Dadurch sichern wir die Energieversorgung Österreichs. Und das nicht nur in den vergangenen 60 Jahren, sondern auch heute und in Zukunft.



Kurz und bündig

Red Bull verschiebt Start

Der von Red Bull geplante TV-Sender, Red Bull Global TV, verschiebt erneut den Start. Seit Jahren wird über einen Starttermin spekuliert, im April sollte eigentlich ein Onlinekanal live gehen, im Herbst dann ein linearer Sender. Wie die *Salzburger Nachrichten* nun berichteten, verzögert sich das Projekt um mindestens ein halbes Jahr. Laut der Zeitung gibt es „organisatorische Schwierigkeiten“. Red Bull hat die Berichte bislang nicht kommentiert.

Nachrichten sehr gefragt

Am Tag der Anschläge von Brüssel haben sich viele Menschen im TV über die Ereignisse informiert. Alleine die „ZIB“ erreichte im ORF um 19:30 Uhr 1,39 Millionen Zuschauer, das entsprach einem Marktanteil von 52 Prozent. Alle Zahlen, auch von den Privatsendern, finden Sie online auf horizont.at.