

## Österreichs Startvorteil in Asien â€“ BILD/ VIDEO

ID: LCG21165 | 17.05.2021 | Kunde: Moving Forward | Ressort:  
Wirtschaft Ausland | Medieninformation

**Die Asien-Pazifik-Region ist der dynamische Wachstumsmarkt. Beim „Moving Forward Digital Round Table“ diskutierten Experten Montagmittag über aktuelle Trends und Entwicklungen. Rot-weiß-rote Tradition und Green Tech begünstigen österreichische Unternehmen.**

Video zur Meldung auf [Facebook](#)

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Wien (LCG) – Entgegen des allgemeinen Trends stiegen die österreichischen Exporte nach China in den ersten beiden Monaten des Jahres 2021 um 29 Prozent. Die Gesamtexporte sanken hingegen im Jänner und Februar 2021 um 3,4 Prozent; jene in die Vereinigten Staaten waren beispielsweise um 0,3 Prozent rückläufig, jene in die EU-Staaten um 2,9 Prozent. Die Asien-Pazifik-Region (APAC) zählt unbestritten zu den dynamischsten Wachstumsmärkten weltweit und bietet sowohl etablierten Unternehmen als auch Start-ups enormes Potenzial.

Wo die großen Potenziale für die heimische Wirtschaft in der Region liegen, diskutierten Montagmittag beim „Moving Forward Digital Round Table“ **Belinda Esterhammer** (The Do, Hongkong), **Dominik Nagiller** (MJN Advisory, Singapur), **Michael Otter** (AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA, Wien) und Wirtschaftsdelegierter **Franz Rößler** (AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA, Hongkong) mit **Josef Mantl** (JMC, Wien) im Live-Videotalk mit Zuschaltungen aus Hongkong und Singapur.

„In den nächsten zehn bis 20 Jahren müssen österreichische Unternehmen am asiatischen Markt tätig werden, um auch am Heimatmarkt zu reüssieren“, leitet Otter in die Diskussion ein. Er ergänzt: „Die Märkte sind von einem unglaublichen Willen geprägt, sich weiterzuentwickeln. Das macht die rasante Geschwindigkeit der wirtschaftlichen Evolution aus.“

Technologisierte und kapitalstarke Länder einerseits und wachsende Absatzmärkte durch den explosionsartig steigenden Mittelstand sowie vergleichsweise günstige Produktionskosten bieten attraktive Wachstumsmärkte. Eine Rückkehr der Produktion nach Europa sieht Rößler trotz steigender Logistikkosten nicht kommen, da die Wertschöpfungsketten dem Konsum folgen. Künftig werden asiatische Unternehmen jedoch verstärkt in Europa produzieren und hierzulande Arbeitsplätze schaffen.

### **Österreichische Kultur, Werte und Tradition sind Vorteil beim Markteintritt**

„Die Zeit des Kopierens westlicher Technologien ist in China lange vorbei. China ist zum Vorreiter in der digitalen Wirtschaft geworden und zeigt, wohin die Reise geht“, berichtet Nagiller. „Österreich hat neben der touristischen Anziehungskraft weltbekannte Marken wie Riedl oder Augarten, die den guten Ruf des Landes ausmachen.“

„Qualität made in Austria ist in Asien bekannt und begehrt. Das vereinfacht den Markteintritt für rot-weiß-rote Unternehmen“, so Esterhammer. „Alibaba ist kein Allheilmittel, da der Markt sehr fragmentiert ist und das Konsumentenverhalten sich in den jeweiligen Ländern stark unterscheidet.“

„Das strukturierte, perfektionistische europäische Denken steht manchmal im Widerspruch zur asiatischen Geschwindigkeit“, zeigt Wirtschaftsdelegierter Rößler auf. „Österreicherinnen und Österreicher profitieren von ihrer sozialen Kompetenz und Flexibilität, die in Asien für den Geschäftserfolg entscheidend sind.“

## Klimaschutz und Nachhaltigkeit: Mehr Lippenbekenntnis als Umsetzung

Klimaschutz und Nachhaltigkeit sind auch in Asien Trendthemen. Während man Umweltschutz und grüne Technologien in Europa als Wirtschaftstreiber sehen möchte, ist das Bewusstsein in der APAC-Region noch wenig ausgeprägt. Derzeit gibt es wenige politische Bestrebungen, sich für den Klimaschutz einzusetzen. Obwohl sich Singapur als Green City positionieren möchte, ist Recycling beispielsweise kaum ein Thema im Stadtstaat. Ebenso vermisst man E-Autos auf den Straßen, da die Lobby der konventionellen Automobilindustrie wesentlich stärkeren Einfluss nimmt.

„Neun von zehn internationalen Wirtschaftsdelegationen informieren sich in Österreich über Green Tech. Österreichisches Know-how ist in diesem Bereich sehr gefragt“, meint Otter abschließend zu den Potenzialen österreichischer Start-ups in Asien.

## Über Belinda Esterhammer

**Belinda Esterhammer** gründete 2017 ihre eigene Marketing- und Beratungsagentur. Davor managte sie wirkungsvolle Marketingkampagnen und betreute Start-ups, Intra- und Entrepreneurinnen aus der ganzen Welt als Mentorin und Lehrerin. Sie engagiert sich leidenschaftlich für Technologie und weibliches Empowerment und ist Mitbegründerin von Women in Tech APAC, ist im Komitee von TEDxTinHauWomen vertreten und Podcast-Co-Host für #impact. Esterhammer ist Innovationsdirektorin von The DO mit der Mission, Unternehmen und Einzelpersonen zu ermöglichen, in einer

zielgerichteten Wirtschaft zu gedeihen, die nachhaltig und innovativ ist.

## Über Dominik Nagiller

**Dominik Nagiller** berät Start-ups, Venture-Capital-Fonds und Non-Profit-Organisationen in Asien und Europa in den Bereichen Strategic Partnerships und Distributed Community Engagement. Er studierte Politik und Volkswirtschaft an der School of Oriental and African Studies in London und spricht fließend Mandarin. Zuvor leitete er aus Peking internationale Plattformpartnerschaften für die Asia Innovations Group, einem führenden Social-Mobile-Entertainment-Unternehmen und betreute das Start-up-Portfolio in China, Taipei, Vietnam, den Philippinen und Indonesien des VC-Fonds Queen's Road Capital aus Hong Kong.

## Über Michael Otter

Seit September 2017 ist **Michael Otter** Leiter der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA der Wirtschaftskammer Österreich. Otter studierte an der Wirtschaftsuniversität Wien Handelswissenschaften. Er begann seine Karriere in der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA im Jahr 1999 und war als stellvertretender Wirtschaftsdelegierter in Abu Dhabi, Tokio und New York tätig. Von 2008 bis 2010 leitete er das Referat Corporate Communications der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA. Danach folgten zwei Einsätze als österreichischer Wirtschaftsdelegierter in Südkorea und Japan. Von September 2016 bis zur Übernahme der Leitung war Michael Otter als stellvertretender und zuletzt Leiter der Gruppe Strategie tätig.

## Über Franz Rößler

**Franz Rößler** ist seit 2016 der achte österreichische Wirtschaftsdelegierte in Hongkong. Er absolvierte das Studium der Wirtschaftswissenschaften in Graz mit Austauschjahr an der University of Minnesota. Von 2008 bis 2014 war er österreichischer Wirtschaftsdelegierter in Chicago. Anschließend war er von 2016 bis 2018 als Manager für Corporate Communications in der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA der WKÖ in Wien tätig. Unter anderem

führten ihn seine Missionen für die Außenwirtschafts-Center der Wirtschaftskammer Österreich nach Washington DC, Peking und Warschau.

## Über Josef Mantl

**Josef Mantl** ist Kommunikationsunternehmer im Bereich Kampagnen, (Online-) Events und Social Media. Er ist Vizepräsident der Mobile Marketing Association, Supporting Member von AustrianStartups und Lektor an der FHWien für Management und Kommunikation. Mit seiner **Kommunikationsagentur JMC** ist er Gründer und Veranstalter der Trend- und Innovationsplattform „**Moving Forward - Shaping the Future**“.

### **+ + + BILDMATERIAL + + +**

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Verwendung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf [leisure.at](http://leisure.at)

(Schluss)

