

UNTERNEHMERINNEN-AWARD 2023

UNTERNEHMERINNEN-AWARD 2023

AUF DEN PUNKT



„Unternehmerinnen verändern mit ihren Geschäftsideen unsere Wirtschaft maßgeblich. Der Unternehmerinnen AWARD beleuchtet die Rolle und Leistungen der Frauen in der Wirtschaft, zeigt anhand von Best Practice auf, dass Familie und Beruf erfolgreich vereinbart werden können, und bestärkt andere Frauen, diesem Beispiel zu folgen.“

Petra Schumich, Landesvorsitzende FiW Burgenland



„In Niederösterreich ist bereits jedes zweite Unternehmen in weiblicher Hand und somit essenzieller Faktor für den Wirtschaftsstandort. Der Unternehmerinnen AWARD bietet diesen Unternehmerinnen Sichtbarkeit und Anerkennung für die hervorragende unternehmerische Leistung.“

Vera Sares, Landesvorsitzende FiW Niederösterreich



„Frauen sind der Motor der heimischen Wirtschaft. Der Schlüssel zu mehr Frauen in der Wirtschaft liegt unter anderem in der bestmöglichen Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Der Unternehmerinnen AWARD hilft dabei, dieses Potenzial sichtbar zu machen und gleichzeitig das Bewusstsein für notwendige Verbesserungen zu schärfen.“

Martina Entner, WK-Tirol-Vizepräsidentin und Landesvorsitzende FiW Tirol



Für Felicitas Kohler, Geschäftsführerin der Planfactory GmbH, hat die nachhaltige Produktion höchste Priorität

[Bernhard Wieland]

Die ganze Palette der Blechverarbeitung

Kategorie Gründung & Start-up. Felicitas Kohler, Geschäftsführerin der Planfactory GmbH.

VON CHRISTIAN SCHERL

Alles begann mit der Planlicht GmbH in Vomp in Tirol. 1986 gründete Johann Findl den Produzenten hochwertiger Leuchten für den öffentlichen Bereich. 2013 übernahm seine Tochter Felicitas Kohler die Geschäftsführung des Technologieexperten. 2021 wurde die Planfactory GmbH als 100-prozentiges Tochterunternehmen gegründet. Es deckt die gesamte Palette der Blechverarbeitung ab und rückt Klein- oder Großserien über den gesamten Dünneblechbereich, Pulverbeschichtung sowie Kabelkonfektion in den Fokus. Planfactory bietet sich auch als Partner für komplexe Beschaffungs-, Fertigungs- und Logistikprozesse an. Somit können von der Beschaffung, Konstruktion und Fertigung bis zur Lagerlogistik individuelle Lösungen auf die Kundenwünsche zugeschnitten werden. Seit Anfang dieses Jahres läuft das operative Geschäft.

Gegründet wurde das Unternehmen in erster Linie, weil man sich im Lichtbereich selbst beliefern wollte. „Durch unsere langjährigen Erfahrungen im Bereich Leuchtenfertigung wissen wir, wie wichtig es ist, qualitativ hochwertig verarbeitete Vormaterialien zu erhalten. Deshalb haben wir uns auch dafür entschieden, die Blechverarbeitung in unsere Gruppe zu integrieren, um

dadurch die Qualität und auch die Lieferzeiten zu verbessern.“ Da die benötigte Fläche in Vomp nicht gegeben war, setzte man die Produktionshalle von Planfactory in steirische Murau.

CO₂-neutral

Die zur Fertigung benötigte Energie wird autark mithilfe einer Fotovoltaikanlage mit einer Leistung von rund 200 Kilowatt gewonnen. Reicht die Sonnenenergie nicht aus, wird auf Ökostrom aus regionaler Wasserkraft zugegriffen. „Mit einer Biomasseheizung, die sowohl die Pulveranlage als auch die Räumlichkeiten über Fußbodenheizung beheizt, sowie eine 140 kWp PV-Anlage, wurde ein - der natürlichen Umgebung gerechtes Konzept - im Sinne der Nachhaltigkeit umgesetzt“, erklärt Kohler. „Mit diesen Maßnahmen ist es uns möglich, rund 400 Tonnen CO₂ pro Jahr einzusparen.“ Nachhaltiges und gesundes Wachstum in einer äußerst volatilen Zeit bleibt für das Unternehmen auch in den kommenden Jahren eines der wichtigsten Ziele.

Erwähnenswert ist aber auch auf die Komponente „Soziale Verantwortung“. „Wir produzieren ausschließlich in Österreich und darauf sind wir sehr stolz“, sagt Felicitas Kohler. „Was uns einzigartig macht, sind die Menschen, die mit uns gemeinsam dieses tolle Projekt umgesetzt haben.“ www.planfactory.at

Menschen verhalten sich irrational

Kategorie Innovation. Mit der Limbio Business OG revolutioniert Sandra Preiß das Marketing. Mit Hirnscan-Marketing lassen sich Verkäufe verbessern.



Sandra Preiß gründete die Limbio Group, die neben Hirnscan Marketing auch Coaching und Social Recruiting bietet.

VON CHRISTIAN SCHERL

Während sich ihre Schulkolleginnen als Teenager durch „Bravo“ und „Rennbahnexpress“ blättern, fragte sich Sandra Preiß, was Serienmörder zu deren Taten bewegt, und vertiefte sich in Psychologiebücher. Ihre Faszination für Hirnforschung bekam einen zusätzlichen Antrieb, als ihr Vater an Parkinson erkrankte. Beruflich startete sie zunächst mit klassischem Marketing, bemerkte aber rasch, dass sich auch hier viele Antworten auf Fragen über die Hirnforschung finden lassen. 2009 machte sie sich selbstständig und gründete „Limbio“, ein Unternehmen, das die Hirnforschung ins Marketing integriert. Für Hirnscan-Marketing bedarf es eines speziellen Gerätes, von dem es österreichweit gerade einmal drei Standorte gibt. In dieser Röhre werden die Gehirntätigkeiten des Werbekonsumenten aufgezeichnet. Ein Neuropsychologe liest die Daten aus und interpretiert sie. „Anfangs wussten wir nicht, was dabei herauskommt“, erinnert sich Preiß zurück. Ein renommiertes Unternehmen aus der Obersteiermark stellte sich als erster großer Kunde zur Verfügung. „Wir verglichen die ersten Zahlen und Daten mit echten Marktdaten und waren von den Ergebnissen überwältigt.“ Schritt für Schritt wurde Limbio kompetenter.

Mittlerweile hat man 14 Jahre Erfahrung

und eine neuronale Hierarchie von Informationen aufgebaut. Zur Replizierbarkeit werden pro Auftrag stets 24 Probanden gescannt. Gemessen werden alle Aktivitäten im Gehirn - immerhin rund 30.000 Bildpunkte pro Sekunde, die aufgezeichnet werden. Ausgewertet werden die unterschiedlichsten Bereiche. Besonders spannend ist für Preiß die Irritation. „Der frontale Cortex fährt die Kognition hoch, wenn ihn etwas irritiert. In der Kommunikation in der Werbung wird oft unterschätzt, dass kleinste Reize genügen, die zur Irritation führen und das Gehirn für den restlichen Werbeinhalt blockiert ist.“ Weitere Bereiche, auf die Limbio fokussiert, sind u. a. unbewusste Aufmerksamkeit, Bedeutung, Wertigkeit und das Belohnungszentrum.

Noch lang nicht Schluss

Es zeigt sich, dass der Hirnscan für immer mehr Branchen einsetzbar ist. „Wir haben mit Werbung begonnen, entdecken aber auch den Bereich Arbeitssicherheit“, sagt Preiß. So ist eines ihrer Ziele, Sicherheitsunterweisungen hingegen gerecht zu machen, um Arbeitsunfällen besser vorzubeugen.

Die Limbio Group umfasst drei Bereiche: Hirnscan-Marketing, Coaching und Neuro-Recruiting. In allen ist Preiß Eigentümerin und Geschäftsführerin, gibt jedoch im Sommer Neuro-Recruiting an ein junges Team ab, bleibt aber Shareholder. limbio.at

Manuela Viana Rivas-Dreer freut sich über den Export nach Chile.

[Bernhard Wieland]



Nachhaltig heran an Stein und Beton

Kategorie Export. Manuela Viana Rivas-Dreer legt bei Utech größten Wert auf nachhaltige Produkte.

VON CHRISTIAN SCHERL

Kanal, Wasser und Co. sind das Metier der Utech Systems GmbH. Das Unternehmen aus Baden bei Wien ist seit vielen Jahren im Bereich Abwasser und Kanalsysteme tätig. Angeboten werden unter anderem Schachtaufbauten, Schachtdeckungen, Hanit-Kunststoffe, Kunststoffrohrleitungen aus Polypropylen und Tiefenimprägnierung. „Utech Systems steht für Innovation“, sagt Manuela Viana Rivas-Dreer, Tochter und Nachfolgerin von Geschäftsführerin Elisabeth Dreer. Sie lebte einige Zeit in Houston/Texas und war dort im Logistik- und Energiesektor tätig, ehe sie dem Ruf der Heimat folgte.

Innovativ und nachhaltig

Eine der Innovationen des Unternehmens ist z. B. der Stabiflex Schachtaufsatz. Ein mehrteiliger System-Schachtaufsatz, der Setzungen und herauswachsende Schachtdeckel vermeidet und dadurch den Sanierungsaufwand für Gemeinden deutlich minimiert.

Nachhaltigkeit wird auch großgeschrieben. „Wir verwenden nur ökologische Produkte.“ Bei den Imprägnierungen sind die Schlagworte CPS-Beton (Concrete Penetration System) und SPS-Naturstein (Stone Penetration System). CPS ist die nachhaltige und umweltfreundliche Wasserglas-Tiefenimprä-

gnierung zum Schutz von Beton. Angewandt wird CPS-Beton bei Kläranlagen, Trinkwasserspeicher, Tiefgaragen, Parkhäuser, Tankstellen usw. „Die Tiefenimprägnierung ist kostengünstiger als Beschichtungen“, sagt Viana Rivas-Dreer. „CPS-Beton wird aufgesprüht, eine Tiefenimprägnierung aus Wasserglas-Natriumsilikat mit einem speziellen organischen Katalysator der bis zu vier Zentimeter in den Stahlbeton eindringt, sich kristallisiert und somit können keine externen Stoffe mehr eindringen wie zum Beispiel Öl. Zudem ist es salz- und staubbeständig und der Beton bleibt atmungsaktiv.“

SPS-Naturstein ist ein Kalium-Wasserglas mit einem speziellen Katalysator, entwickelt und hergestellt in Österreich. Verwendet wird es unter anderem bei Marmor, Sandstein, Ziegel usw. Ein Einsatzgebiet sind zum Beispiel Monumente. Sowohl CPS-Beton als auch SPS-Stein werden auch im Ausland wohlwollend wahrgenommen und der Export kommt immer besser in Schwung. Anfangs war es noch der unmittelbare Nachbar Deutschland, dann kam Luxemburg hinzu und aktuell wird auch Chile zum Adressat von Utech, nachdem die Unternehmerin vor Ort in Südamerika das Produkt vorgestellt hat. Jetzt hat Manuela Viana Rivas-Dreer Lunte gerochen und möchte verstärkt lateinamerikanische Länder als Abnehmer gewinnen. www.utech.at

AUF DEN PUNKT



„Unternehmerinnen tragen einen wesentlichen Teil zu einem hochentwickelten und innovativen Wirtschaftsstandort bei. Der Unternehmerinnen AWARD vereint Frauen, die sich gegenseitig stärken, und ermutigt andere Frauen, ihre unternehmerischen Fähigkeiten zu entwickeln.“

Andrea Stifter, WK-Salzburg-Vizepräsidentin und Landesvorsitzende FiW Salzburg



„Der Unternehmerinnen AWARD bietet Unternehmerinnen eine Plattform, um ihr Netzwerk zu erweitern und neue Geschäftsmöglichkeiten zu entdecken. Er fördert die Zusammenarbeit und den Austausch zwischen Frauen und unterstreicht die zunehmende Bedeutung von Frauen in der Wirtschaft.“

Carina Pollhammer, Landesvorsitzende FiW Vorarlberg



„Unternehmerinnen schaffen Arbeitsplätze und Vielfalt und sind mit ihrer Führungsqualitäten und ihrer Expertise zu unentbehrlichen Playern in der Wirtschaft geworden. Der Unternehmerinnen AWARD bietet die perfekte Bühne, um diese Stärken bewusst zu machen, und würdigt unternehmerisches Engagement und Mut.“

Margarete Kriz-Zwittkowitz, WK-Wien-Vizepräsidentin und Landesvorsitzende FiW Wien

Die Finalistinnen. Gründung & Start-up

Up- statt Recycling



Schon der Vater von Christina Pacher-Wilfinger: war Glasbläser. Somit hatte die Steirerin schon als Kind die Möglichkeit, ihrem Vater beim Handwerk über die Schulter zu schauen.

„Der Berufswunsch kam erst nach der Matura.“ Sie wollte in dem Unternehmen starten, in dem ihr Vater angestellt war, aber der Betrieb stellte sich dagegen. Da machte sich ihr Vater kurzerhand selbstständig und nahm die Tochter als Lehrling in der Glasbläserei Wilfinger auf. Im Betrieb des Vaters dominierte die technische Glasbläserei. Christina wollte breiter aufgestellt sein und gründete mit ihrem Mann die „Marchri GmbH“ (Markus und Christina). „Unser Ziel ist, den Nachhaltigkeitsgedanken nach außen zu tragen.“ Glasrecycling bedarf eines großen Energieaufwands. „Um dem entgegenzutreten, haben wir ein Upcycling-Konzept entwickelt, bei dem aus alten Glasflaschen mit weniger Energieaufwand Neues gestaltet wird.“ Gerade von den Aufträgen für Hochzeitsgläser wird der Nachhaltigkeitsgedanke getragen. Green Wedding steht extrem hoch im Kurs. Durch einen speziellen Laser lassen sich die unterschiedlichsten Personalisierungswünsche umsetzen. www.marchri.at

Power Schwestern-Duo



„Die Liebe zum Reisen haben wir in die Wiege gelegt bekommen“, sagen die Gründerinnen der sister*hood concept OG. Veronika und Magdalena Kupfersberger: „Als Schwestern-Duo waren

wir in rund 80 Ländern und haben unzählige Kulturen und lokale Handwerkskünste erleben dürfen. Egal ob in Peru, Südafrika oder Kambodscha - das Erschaffen von wunderschönen Gegenständen findet man überall und mit wenigen Ausnahmen sind es Frauen, die diese Stücke herstellen. Teppichknüpfen, Korbflechten, Textilweben, Frauen auf jedem Kontinent halten jahrhundertalte Techniken am Leben, die sie von ihren Müttern und Großmüttern erlernt haben. Gleichzeitig ist es diesen Frauen aber selten möglich, ein vollständiges Einkommen mit ihrer Handwerkskunst aufzubauen - das wollen wir ändern.“ Die Mission der Schwestern ist, weiblichen Handwerkerinnen aus dem „globalen Süden“ einen Zugang zu internationaler Kundschaft und Designwelt zu erschließen, um so Economic Opportunities und Job Creation in Entwicklungsländern zu fördern. In ihrem Shop in Wien können die Handwerkskunstwerke erworben werden. www.sisterhood-vienna.com

Die Finalistinnen. Innovation

Ein Herzensprojekt



Als Carmen Trapic in ihrem familiären Umfeld vermehrt mit dem Thema Krebs und Chemotherapie konfrontiert wurde, kam der Friseurmeisterin aus Klagenfurt in Kärnten die Idee zu „Haar la carte“.

Das Unternehmen bietet kreberkrankten Personen jeglichen Alters die Möglichkeit, die Zeit der Haarlosigkeit aufgrund der Chemotherapie, mit hochwertigen aber leistbaren Perücken zu überbrücken. Eine Glätze im Zuge einer Krebserkrankung stigmatisiert die Patientinnen und Patienten und bedeutet eine große soziale als auch psychische Belastung. Trapic hat viele Jahre Erfahrung als Zweit-Haarspezialistin. Ihre Qualitätsperücken sind kaum von Echthaar zu unterscheiden und ermöglichen es Betroffenen, einen einzigen Tag mit Glätze unter die Leute zu gehen. Anfangs arbeitete Trapic neben ihrem Herzensprojekt noch nebenbei Vollzeit. „Ich bekam aber rasch Verträge mit den Krankenkassen und die Nachfrage wuchs so rasant, dass ich mich voll auf mein Unternehmen konzentrieren konnte.“ Das zeigt, wie hoch der Bedarf an dieser Dienstleistung ist. Um den Aufträgen nachzukommen, hat die Kärntnerin bereits eine Mitarbeiterin eingestellt. haarlacarte.at

Echte Käsealternative



Gesundheit steht bei Julia Zeithuber an erster Stelle. Als Ernährungswissenschaftlerin weiß sie, dass eine ausgewogene pflanzliche Ernährung positiv auf das Wohlbefinden wirken kann. Gemeinsam mit ihrer Freundin Violetta gründete sie in Herzogenburg die Käsemanufaktur cultured 1991 OG. Hier entstehen vegane Käsealternativen.

„Die Idee kam mir in Kanada. Ich war Kundin einer guten veganen Käseerei und fragte mich, warum es so etwas in Österreich noch nicht gibt. Activism through deliciousness, sozusagen.“ Zudem will sie mit ihren Produkten, die komplett ohne Cholesterin auskommen, auch Menschen Gutes tun, die an kardiovaskulären Erkrankungen leiden. Als Zwei-Frauen-Team machen die beiden Unternehmerinnen alles selbst - von Produktion, Marketing, Research and Development bis hin zu Verkauf, Vertrieb und Versand. „Daher streben wir eine Erweiterung des Teams an. Auch die Auslagerung der Produktion steht auf der To-do-Liste. Wir suchen gerade einen geeigneten Co-Produzent:in.“ Damit sich Zeithuber wieder mehr auf die Forschung konzentrieren kann, denn die Potentiale von gutem veganen „Käse“ sind laut ihr noch lange nicht erreicht. cultured.com

Die Finalistinnen. Export

Faltrad für jede Meile



Valerie Wolff entwickelt mit ihrem Unternehmen Vello Bike das modernste Klapprad und führt es weg von einem Nischenprodukt für die letzte Meile hin zu einem Trendbike für den Alltag.

„Das Faltrad ist das perfekte Verkehrsmittel für die urbane Fortbewegung“, sagt Wolff. „Es lässt sich etwa bequem in den Öffis mitnehmen oder diebstahlsicher im Büro verstauen. Das war der Reiz, das Faltrad ‚salontauglich‘ zu machen.“ Vello Bikes sind echte Designobjekte, die sich wie Hochleistungsräder fahren. Als die Entwicklung vom Vello startete, erkannte Wolff auch das Potenzial für E-Falträder. „E-Technologien am Faltrad bieten die Flexibilität, sich hybrid zu bewegen. Mit der Einführung des ersten selbstfahrenden E-Faltrads in 2016 trafen wir den Nerv der Zeit: das leichteste E-Faltrad am Markt, zusätzlich ausgestattet mit den neuesten Technologien und der Idee, ein E-Bike nie wieder laden zu müssen.“ Vello Bike hat sich als eines der sieben internationalen Faltradmarken weltweit einen Namen gemacht. „Mit der Einführung des Lastenrades Vello Sub entwickelten wir uns zum Urban-Bike-Hersteller, mit einer Produkt-Bandbreite, die alle Einsatzzwecke in der Stadt erfüllt.“ vello.bike

Handverlesene Müslis



Mit Unterstützung von Eltern, Familie und Freunden hat Martina Pletzenauer gemeinsam mit ihrem Bruder in Hochfilzen das Projekt „biologon“ 2010 gestartet und mit handgemachten

Müslis und im Stikkenofen gebackenen Crunchies begonnen. „Mit der Zeit konnten wir die Range auf Granolas, Porridge, Snacks und Riegel ausbauen - alles zu 100 Prozent aus kontrolliert biologischem Anbau“, sagt die Tirolerin. „Die Kundenwünsche sind vielschichtig. Ernährungstrends, Herkunftsoptionen, Qualität der Rohwaren, Faktoren der Nachhaltigkeit und die Rezepturzusammensetzung können stark variieren. Wir als mittleres Familienunternehmen können durch kurze Entscheidungswege und schnelle Reaktionszeiten flexibel darauf reagieren und auf ein Netzwerk von verlässlichen, langjährigen Lieferpartnern im Biobereich zurückgreifen.“ Die Exportquote ist hoch. „Hauptexportmärkte sind Deutschland, Italien, Frankreich und Polen. Wir liefern aber auch nach Korea und in die VAE.“ Aktuell wurde die neue Marke „PeastPerformance“ gelauncht - modern interpretierte Bio-Sportnahrung mit Zusatznutzen und voller Transparenz in feinst abgestimmten Sorten. www.biologon.at

IMPRESSUM

Eine Medienkooperation von „Die Presse“ Verlags-GmbH&Co. KG und Frau in der Wirtschaft (FiW), mit finanzieller Unterstützung von Wiener Städtische Versicherung.