

Die Schultzgruppe - Im Überblick

Geht's der Wirtschaft gut, geht's uns allen gut.

Die Schultzgruppe - Im Überblick

- Familienunternehmen in der 4. Generation
- Skiregionen:
 - Ski-Optimal/ Hochzillertal
 - Großglockner Resort Kals-Matrei
 - Skizentrum Hochpustertal-Sillian
 - St.Jakob im Defereggental
 - Mölltaler Gletscher & Ankogel
- Fokus: Ski Spass mit moderner Infrastruktur, höchste Qualität im Bereich Beschneigung und vor allem in der Gastronomie
- Incoming - Reisebüro für nachhaltigen Qualitätstourismus Sommer wie Winter in Tirol und Kärnten
- Wohnbau und Versicherung
- Neuestes Projekt ist „green“, Golfplatz Zillertal
-Die Tradition unsere Landwirtschaft mit Käseerei



Geschwister Martha und Heinz Schultz

Geht's der Wirtschaft gut, geht's uns allen gut.

Die Highlights der Schultz Gruppe

Ski-optimal/ Hochzillertal

Kristalhütte - 5 x Award „beste Skihütte“, Alpine Lodge Suiten mit Private Spa

Wedelhütte - *****Luxus, höchstgelegener Weinkeller, Gourmetküche, 11 luxuriöse Suiten
Firnhütte, Marendalm, Bergrestaurant mit Jugendherberge

NEU im Zillertal

GC Zillertal mit 18-Loch-Meisterschaftsgolfplatz, Driving Range, PGA Golfschule, Clubhaus
Sport Residenz Zillertal*****s (Eröffnung 6.12.2014) - Boutiquehotel mit Restaurant
„Genusswerkstatt“ auf Hauben-Niveau und 22 luxuriösen Suiten

Großglockner Resort Kals-Matrei

Gradonna*****S Mountain Resort Châlets & Hotel (seit 2012), Green Luxury Award 2014 für
Umweltschutz & Nachhaltigkeit, Ski in - Ski out. Nominiert für den Staatspreis Architektur
Adler Lounge, höchstgelegene Gourmetrestaurant Osttirols (2.621m), Gault-Millau-Haube
für Walter Hartweg (Hüttenwirt und Gourmetkoch)

Skizentrum Hochpustertal-Sillian

Dolomiten Residenz**** Sporthotel Sillian, Osttirols 1. Familien-Wellnesshotel, Ski in - Ski out

Mölltaler Gletscher

Jugendhotel Eissee



Geht's der Wirtschaft gut, geht's uns allen gut.

3



Agraraußenhandel Österreichs

- Exporte: 9,52 Mrd. € (+ 4,2%)
- Importe: 10,47 Mrd. € (+3,1%) - Defizit: 0,96 Mrd.€

▪ Wichtigster Partner



75,1% der Exporte, 84,2% der Importe, davon



3,16 Mrd. € Export bzw. 3,92 Mrd. € Import



1,26 Mrd. € Export bzw. 1,13 Mrd. € Import



409 Mio. € Export bzw. 602 Mio. € Import

Geht's der Wirtschaft gut, geht's uns allen gut.

4



Handelspartner Drittstaaten



Exporte 381 Mio. €, Importe 361 Mio. €



Exporte 445 Mio. €, Importe 87 Mio. €



Exporte 39 Mio. €, Importe 132 Mio. €



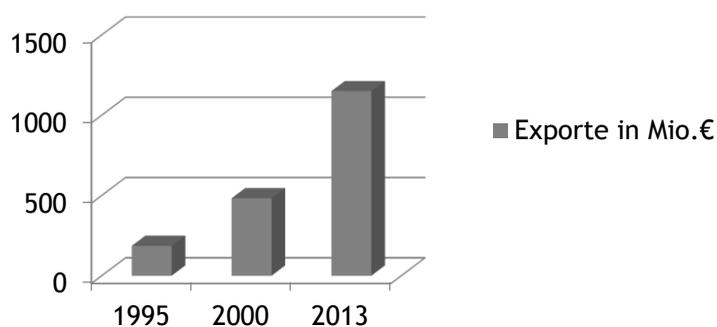
Exporte 49 Mio. €, Importe 152 Mio. €



Exporte 237 Mio. €, Importe 11 Mio. € - für den russ. Markt muss Ersatz gefunden werden!

Die Milchwirtschaft

- Exportquote (2013) 48,3%, insb. Käse
- Milch/Molkereiexport-Entwicklung



Landwirtschaft Österreichs

- fast durchweg Selbstversorgung über 100%
- sehr gute Entwicklung nach dem EU-Beitritt durch
 - Absicherung Marktanteile Inland
 - starke Exportentwicklung - 2013 mit 9,5 Mrd. € „Allzeithoch“
 - Milchexporte wachsen überdurchschnittlich - seit EU-Beitritt um das 6-fache gestiegen
 - starke wettbewerbsfähige Strukturen in der Verarbeitung
- Herausforderungen
 - Wegfall der Milchquote
 - Marktverschiebungen durch Russlandkrise
 - Kleinstrukturierung, strenge Tierschutz- und Umweltauflagen - sichern hohe Qualität

Krise als Chance

- WKÖ + BMFWF „Fünfpunkte-Programm“ für neue Märkte, ein Schwerpunkt „Nahrungsmittel“ im Rahmen der Internationalisierungsoffensive „Go international“ - Erhöhung der Mittel um 2,5 Mio. € - Exportinitiative mit BM Rupprechter (Oktober Südkorea und China)



- 75% Kofinanzierung der Kosten für Beratung, Reise, Veranstaltungen, Marketing etc. - max. 10.000,- €
- Teilnahme an Messen, Kompetenz- und Imageauftritten
- Inlandsveranstaltungen (z.B. Einkäufertreffen)
- Auslandveranstaltungen - Märkte mit hoher Kaufkraft, Schwerpunkt u.a. Lebensmittel

Tourismus und Gastronomie

- Tourismus - eng mit Themen Kulinarik verbunden.

Umfrage der Ö-Werbung: wesentliche Eigenschaft einer Urlaubsregion: 60% „Gastlichkeit und Gemütlichkeit“.

- Regionalität, Genuss



Geht's der Wirtschaft gut, geht's uns allen gut.

9



Chancen nützen!

- Österreichische Konsumenten greifen gerne zu heimischer Qualität!
- Trend zu Produkten aus der Region
- gentechnikfrei/biologisch
- Touristik/Gastronomie
- Aus- und Aufbau von Absatzwegen für Qualitätsprodukte
- Effizienz entlang der Lebensmittelkette
- wettbewerbsfähige Verarbeitungsstrukturen
- neue Märkte!



Geht's der Wirtschaft gut, geht's uns allen gut.

10

