



VON OLIVER JUDEX, PIA JUNGBAUER (PJ),
BARBARA STEININGER (BST) UND SELINA TEICHMANN (SMT)

Das exklusive Ranking der 250 wachstumsstärksten Unternehmen Österreichs ist das Ergebnis einer aufwendigen Untersuchung von trend in Kooperation mit ÖGVS – Gesellschaft für Verbraucherstudien.

Es ist wie ein roter Faden, der praktisch alle Unternehmen, die in den vergangenen Jahren ein besonders starkes Wachstum aufweisen konnten, miteinander verbindet: „Die wichtigste Grundlage unseres Wachstums sind unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“, sagt etwa Harald Bauer, Geschäftsführer von Teampool Engineering.

Das Salzburger Unternehmen gehört zu Österreichs führenden Personalienstleistern. Neben dem Einsatz der Mitarbeitenden zählt vor allem die Automatisierung zu den Wachstumstreibern für Teampool. „Wir haben sehr früh erkannt, dass sich die Anforderungen unserer Kund:innen verändern“, resümiert Bauer, „und mit dem Aufbau entsprechender Expertise war es möglich, sehr schnell neue Projekte zu gewinnen.“

Teampool ist eines von 250 Unternehmen, die zu Österreichs wachstums-

stärksten Unternehmen zählen. Ob Qualität und Einsatz des Teams, Erkennen von umsatzstarken Entwicklungen, künstliche Intelligenz als Wachstumsbeschleuniger oder Ausrollen eines selbst entwickelten Produkts – viele verschiedene Faktoren sind dafür verantwortlich, ein höheres Umsatzwachstum zu erzielen als die Konkurrenz.

Um jene Unternehmen auszeichnen zu können, die in den vergangenen Jahren ein besonders hohes Umsatzwachstum



OLIVER HAUF, ÖGVS-Geschäftsführer: „Die 250 ausgezeichneten Unternehmen der verschiedensten Wirtschaftszweige zeigen, dass sich dynamischer Erfolg in jedem Umfeld realisieren lässt.“

erzielen konnten, hat trend gemeinsam mit ÖGVS – Gesellschaft für Verbraucherstudien eine Untersuchung durchgeführt, die nach bestimmten Kriterien und einer anerkannten Formel (siehe Methodik rechts) die sogenannten Wachstumschampions identifizierte: die 250 wachstumsstärksten Unternehmen Österreichs, unterteilt in neun Kategorien (siehe Folgeseiten), wobei ÖGVS-Chef Oliver Hauf betont: „Wachstum ist keine Frage der Branche, sondern der unternehmerischen Qualität. Die 250 im Rahmen der Studie ausgezeichneten Unternehmen verteilen sich über verschiedenste Wirtschaftszweige vom klassischen Handel über das produzierende Gewerbe bis hin zu IT und digitalen Lösungen und zeigen, dass sich dynamischer Erfolg in jedem Umfeld realisieren lässt.“

CORONA-EFFEKT. Es sind die Jahre 2021 und 2024, die für die Studie miteinander verglichen wurden. Ziel war es, ein möglichst valides und umfassendes Datenmaterial zur Verfügung zu haben – jüngere Zahlen waren zum Zeitpunkt der Erhebung noch nicht vollständig zugänglich. Für die Erstellung des ersten trend-Rankings dieser Art war dies eine zusätzliche Herausforderung, schließlich lag 2021

noch mitten in der Zeit der Pandemie, „was branchenspezifische Verzerrungen wie den Corona-Rebound-Effekt mit sich bringt“, räumt der Studienleiter ein. Die Validität der Studie beruhe daher auf der Segmentierung der Branchen: „Wir vergleichen Unternehmen, die mit denselben Herausforderungen konfrontiert waren. Gepaart mit der Glättung durch die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate zeigt sich so ein klares Bild, wem es nach den anfänglichen Widrigkeiten gelungen ist, auf einen nachhaltigen Wachstumskurs umzuschalten.“

Am erfolgreichsten ist das dem Tiroler Unternehmen Lambda Wärmepumpen mit einer jährlichen durchschnittlichen Wachstumsrate von 195 Prozent gelungen (siehe auch nächste Seite). Während Ende 2020 gerade mal 30 Wärmepumpen verkauft werden konnten, sollen es heuer bereits 13.000 werden – und das nicht nur in Österreich: 70 Prozent der Geräte gehen nach Deutschland. Das Geheimnis des raschen Wachstums ist die Energieeffizienz der aus einem Forschungsprojekt entstandenen Wärmelieferanten.

Auch das kann also verantwortlich dafür sein, sich als eines von 250 Unternehmen Wachstumschampion nennen zu dürfen: eine Idee, die durch die Decke geht.

ILLUSTRATION: KI-GENERIERT MIT CHATGPT UND ADOBE FIREFLY; FOTO: BEI GESTELLT

Wachstum, das zählt

Die Methodik der umfassenden Studie, die die ÖGVS – Gesellschaft für Verbraucherstudien gemeinsam mit dem trend erstellt hat.

DIE STUDIE. Für die Studie „Wachstums-Champions Österreich“, die die ÖGVS – Gesellschaft für Verbraucherstudien gemeinsam mit dem trend erstellte, wurde bereits im Frühjahr zur Teilnahme aufgerufen. Zusätzlich kontaktierte die ÖGVS Unternehmen aus einem Pool von über 30.000 Unternehmen, die als potenziell relevant identifiziert worden waren. Ergänzt wurde der Kandidatenpool durch weitere wachstumsstarke Unternehmen mit Sitz in Österreich, deren Umsatzzahlen aus dem Datenpool der trend Top 500 stammen oder aus öffentlich zugänglichen Quellen recherchiert werden konnten.

Für die Aufnahme in die Untersuchung musste der Umsatz im Geschäftsjahr 2021 mindestens 100.000 Euro und im Geschäftsjahr 2024 mindestens eine Million Euro betragen. Zudem musste die Umsatzentwicklung überwiegend auf organischem Wachstum beruhen, also im Wesentlichen auf der eigenen Geschäftstätigkeit. Wachstum, das maßgeblich auf Akquisitionen, Fusionen, Konsolidierungseffekten oder anderen strukturellen Sondereinflüssen beruhte, wurde nicht als ausreichend vergleichbar gewertet.

Nicht berücksichtigt wurden übergeordnete Konzern-, Gruppen-, Holding- oder Dachgesellschaften, deren Umsatzentwicklung sich maßgeblich aus den konsolidierten Umsätzen operativ tätiger Tochter- oder Beteiligungsgesellschaften zusammensetzt. Dies gilt auch dann, wenn für diese übergeordnete Einheit ein konsolidierter Jahresabschluss vorliegt. Ebenfalls nicht berücksichtigt wurden Banken, Versicherungen sowie reine Finanz-, Beteiligungs- oder Investmentgesellschaften. Hintergrund ist, dass die wirtschaftliche Leistung dieser Unternehmen in der Regel nicht über Umsatzerlöse im klassischen Sinne abgebildet wird. Ausgeschlossen wurden zudem Unterneh-



DAS SIEGEL. Alle 250 Unternehmen, die es ins Ranking geschafft haben, zählen zu den Siegern.

men, die zu 100 Prozent im Eigentum des Staats bzw. der öffentlichen Hand stehen. Ebenfalls nicht berücksichtigt wurden gemeinnützige Unternehmen, Organisationen und Einrichtungen. Die Abgrenzung dient dazu, Unternehmen auf einer möglichst einheitlichen und nachvollziehbaren Basis zu vergleichen.

DIE BERECHNUNG. Die Bestimmung der Wachstumsstärke erfolgte über die Be-

rechnung der durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate, der sogenannten Compound Annual Growth Rate (CAGR). Die Berechnung erfolgte nach der Formel: $CAGR = (\text{Umsatz } 2024 / \text{Umsatz } 2021)^{(1/3)} - 1$.

Der Vorteil dieser Kennzahl liegt darin, dass sie die Umsatzentwicklung über den gesamten Untersuchungszeitraum hinweg auf eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate verdichtet. Dadurch werden Unternehmen unterschiedlicher Größenordnungen besser vergleichbar: Nicht die absolute Umsatzsteigerung in Euro steht im Vordergrund, sondern die Dynamik des Wachstums.

DAS RANKING. Ausgezeichnet werden die top 250 Unternehmen mit der höchsten durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate, segmentiert nach Branchen, um die Wachstumsleistungen innerhalb unterschiedlicher wirtschaftlicher Kontexte besser einordnen zu können (siehe Folgeseiten).

Trotz des mehrstufigen Verfahrens erhebt die Untersuchung keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Berücksichtigt werden konnten ausschließlich Unternehmen, deren Umsatzzahlen entweder im Rahmen der Datenerhebung zur Verfügung gestellt wurden oder aus öffentlich zugänglichen Quellen belastbar recherchierbar waren und zugleich die definierten Einschlusskriterien erfüllten. Das Ranking ist ab sofort abrufbar unter trend.at/ranking/wachstumschampions

Auftrieb durch die Energiewende

Die Industrie, in Teilen eine große Baustelle, heißt es oft. Wachstum gibt es aber nach wie vor, auffallend stark ist es dann, wenn sich Energiewende und Innovationsgeist treffen.



BATTERIE STATT DIESEL. Michael Brandstötter hat mit Dynell einen gefragten Spezialisten für die Bodenstromversorgung für Flugzeuge mitgegründet.

Am globalen Megatrend Energiewende mitzuarbeiten, zahlt sich aus. Die Nachfrage nach innovativen Lösungen ist auf Jahre hinaus absehbar, und so erstaunt es nicht, dass die beiden Outperformer – mit 100 bzw. fast 200 Prozent Wachstum – weit über allen

anderen liegen. Die Firma Lambda Wärmepumpen aus dem Tiroler Kirchbichl wurde 2019 zuerst als Forschungsprojekt gegründet und produzierte ein Jahr später ihre ersten Wärmepumpen. „Unser USP ist hohe Energieeffizienz, also sehr wenig Stromverbrauch. Wir haben ein

eigenes Verfahren dafür entwickelt“, sagt Geschäftsführer Florian Entleitner. Ende 2020 wurden 30 Wärmepumpen ausgeliefert, heuer sollen es 13.000 sein.

Stärkster Wachstumstreiber war die Energiekrise als Folge des Ukrainekriegs. „Die gesamte Branche hat extrem stark geboomt in dieser Zeit“, bilanziert Entleitner. Dass Lambda stärker als so manche Mitbewerber zulegen konnte, liegt für Entleitner in einer starken Exportorientierung: 70 Prozent der Geräte gehen nach Deutschland, wo Lambda 2025 ein hessisches Unternehmen übernommen hat, das Vertrieb, Logistik und Service für Deutschland organisiert. Im laufenden Jahr wurde in der Schweiz ein Vertriebspartner zugekauft, und Lambda ist auch schon in Italien präsent und bereitet sich auf Markteintritte in Schweden und Frankreich vor.

Dass die staatlichen Förderungen für Wärmepumpen nicht nur in Österreich gekappt werden und das zu Umsatzbrüchen in der Branche führt, ist für das Lambda-Team kein Risiko. „Wir werden heuer in Österreich nur ein kleines Wachstum schaffen, liegen damit aber auch über dem Markt“, schätzt der Unternehmer. „Aufgrund unserer Stärke in anderen Märkten werden wir aber insgesamt wieder um rund 40 Prozent wachsen“. Mit neuen Softwarefunktio-



WÄRMEPUMPEN AUS TIROL. Die Lambda EU13 wird von Kund:innen als extrem effizient geschätzt, 70 Prozent der Lambda-Geräte gehen nach Deutschland.

nen und kaskadierenden Geräten für Industriegebäude und große Wohnanlagen sieht er sein Unternehmen bestens gerüstet.

Der zweite Wachstumschampion in dieser Kategorie wurde ebenfalls 2019 gegründet, als Spin-off eines damals in Schwierigkeiten geratenen Unternehmens für die Bodenstromversorgung auf Flughäfen. Gunnar Korb und Michael Brandstötter wagten als Gründer mit 22 Mitarbeitenden einen Neustart unter anderen Vorzeichen. „Wir haben uns auf grüne Lösungen spezialisiert, wurden aber bei unseren ersten Messeauftritten im Herbst 2019 noch belächelt“, erinnert sich Brandstötter.

2020 brachte die Pandemie einen herben Rückschlag für das junge Unternehmen und die globale Luftfahrt. Das Grounding brachte in der Branche allerdings auch ein Umdenken in Gang, den Anteil der Airlineindustrie an der globalen CO₂-Bilanz zu verringern. „Nach der Pandemie ist die Branche dann völlig explodiert und wächst nach wie vor auf hohem Niveau, bis 2045 soll sie sich fast verdoppeln“, weiß Brandstötter. Mit rein elektrischen Bodenstromaggregaten und E-Ladestationen für E-Fahrzeuge am Flughafengelände hat sich Dynell ein sehr gutes Standing und einen Ruf als Innovator erarbeitet: „Wir waren die Ersten, die ein funktionierendes Wasserstoff-Bodenstromaggregat hatten.“

Das 120-köpfige Unternehmen produziert nach wie vor in Mistelbach unter Verwendung modernster Halbleitertechnologien und mit vielen lokalen Zulieferern. „Wir wachsen organisch mit dem Flughafengeschäft mit, und nachdem auch der Defense-Sektor wächst, erwarten wir auch von dort weiteres Wachstum.“

BST

Spezialisten für Spezialfälle

Seit die künstliche Intelligenz die IT-Welt auf den Kopf stellt, sind hohe Digitalisierungsexpertise und tiefes Branchenwissen besonders gefragt – und Erfolg versprechend.



HIGHSPEEDZÜGE FÜR ÄGYPTEN. Florian Altmann, Geschäftsführer der Insite IT, unterstützt Siemens Mobility mit seiner Softwareplattform, über die Material- und Logistik in Echtzeit – transparent für alle – gemanagt werden.

Als Werkstudent schrieb Florian Altmann vor Jahren ein kleines Programm für einen Industrieanlagenbauer, das sehr gut ankam. 2012 gründete er mit Andreas Simader die Insite IT, ein IT-Service für Baustellen im Anlagenbau. „Aus der Nische ist eine große Nische geworden“, freut sich Altmann. An die 100 Kunden – darunter Anlagenbauer wie Andritz, Siemens, Primetals – managen weltweit Projekte damit. Das 18-köpfige Team baut die Plattform nach den Kundenbedürfnissen immer weiter aus. „Früher ging es weg von Papier und individuellen Mails, heute sind KI und Single Source of Truth das Thema“, erzählt Altmann.

Ein weiterer Hidden Champion, der in der IT-Branche längst keiner mehr ist, ist Proxmox aus Wien. Seit Proxmox Virtual Environment 2008 auf den Markt kam, hat sich die Open-Source-Software für die Verwaltung virtueller Server eine große Anhängerschaft erarbeitet, ist bei Privatanwender:innen ebenso beliebt wie bei großen Unternehmen und überzeugt mit „Wachstum auf sehr hohem Niveau“, wie CEO Martin Maurer sagt.

Es geht aber noch mehr: „Die Entwicklungen und die Marktdynamik rund um Broadcom haben diesen Trend schlussendlich noch einmal deutlich verstärkt.“ Die US-Firma Broadcom hatte 2023 die Firma VMware – de facto Marktführer – übernommen und mit exzessiv erhöhten Lizenzgebühren eine Abwanderungswelle provoziert. Heute treiben das Bedürf-

nis nach digitaler Souveränität und starke Partner die Nachfrage bei Proxmox weiter an. Proxmox läuft mittlerweile auf zwei Millionen Servern in 142 Ländern. „Besonders stark punkten wir in hoch regulierten Umgebungen wie dem Finanzsektor, dem Gesundheitswesen, bei Regierungsbehörden, EU-Institutionen oder in der Luft- und Raumfahrt“, so Maurer, „hier ist es ein enormer Vorteil, dass unsere Software vollständig autark und ohne ständigen Kontakt nach außen betrieben werden kann.“

BST

Industrie & produzierendes Gewerbe

Rang	Unternehmensname	CAGR
1	Lambda Wärmepumpen GmbH	195,92 %
2	Dynell GmbH	106,74 %
3	Fill Ried GmbH	47,45 %
4	Haslinger Stahlbau GmbH	43,79 %
5	Briganto GmbH	35,75 %
6	Windkraft Simonsfeld AG	34,43 %
7	OMV Abu Dhabi Production GmbH	28,47 %
8	KELAG-Kärntner Elektrizitäts-AG	26,75 %
9	Infranorm Technologie GmbH	23,51 %
10	PIK-AS Austria GmbH	22,95 %
11	FACC Operations GmbH	21,36 %
12	Ögussa Österreichische Gold- und Silber-Scheideanstalt GmbH	20,59 %
13	F&T Dichtungstechnik GmbH	17,51 %
14	NÖM AG	16,57 %
15	Donau Chemie AG	15,92 %

Rang	Unternehmensname	CAGR
16	Rauch Fruchtsäfte GmbH & Co. OG	15,47 %
17	APCS Power Clearing and Settlement AG	13,89 %
18	Tupack Verpackungen GmbH	13,79 %
19	Isovolta AG	13,59 %
20	Salzburgmilch GmbH	12,65 %
21	Head Sport GmbH	12,64 %
22	Mars Austria OG	12,61 %
23	Hubers Landhendl GmbH	11,90 %
24	Coca-Cola HBC Austria GmbH	11,35 %
25	Gebrüder Woerle Gesellschaft m.b.H.	11,34 %
26	GF Casting Solutions Altenmarkt GmbH & Co. KG	11,26 %
27	Hochreiter Fleischwaren GmbH	11,20 %
28	Stieglbrauerei zu Salzburg GmbH	11,09 %
29	Zellstoff Pöls Aktiengesellschaft	10,87 %
30	Schunk Transit Systems GmbH	10,80 %

Rang	Unternehmensname	CAGR
31	Habich GmbH	10,70 %
32	Anton Paar ShapeTec GmbH	10,29 %
33	Holcim (Österreich) GmbH	10,13 %
34	Lesaffre Austria AG	10,04 %
35	Berglandmilch eGen	9,46 %
36	Kotanyi GmbH	9,03 %
37	Backaldrin International The Kornspitz Company GmbH	8,96 %
38	ebets GmbH	8,56 %
39	Rico – Elastomere Projecting GmbH	8,49 %
40	Brau Union Österreich AG	8,22 %
41	Brantner Österreich GmbH	8,19 %
42	Borbet Austria GmbH	8,18 %
43	Sappi Austria Produktions-GmbH & Co. KG	8,02 %

FOTOS: DYNELL/ DORIS KOBLMUELLER(2) , LAMBDA, INSITE IT

Nachhaltiges Wachstum

Handel im Wandel: Neue Geschäftsmodelle und ein gutes Gespür für veränderte Bedürfnisse waren in den von Corona geprägten Jahren entscheidend, um sich am Markt zu behaupten.



VÄTERLICHES ENGAGEMENT zeigen Christian Eibl (l.) und Reinhold Hinterplattner bei der Entwicklung gesunder Kindersnacks. Das Pure&Fun-Sortiment ihrer Healthy Kids GmbH ist mittlerweile in elf Ländern erhältlich.

Inflation, stockende Lieferketten und ein verändertes Kaufverhalten: Mit ineinander verschränkten Herausforderungen kämpfte in den vergangenen Jahren der österreichische Handel. Nicht zuletzt wegen der Pandemie wurden die Karten neu gemischt: Während der stationäre Handel 2020/2021 unter Lockdowns litt, boomte das Onlinegeschäft.

Den Shift in Richtung digitaler Warenkorb machten sich innovative Unternehmen wie Vresh, ein 2012 gegründetes Modelabel, zunutze. Die Linzer Bekleidungsmarke – mit 98 Prozent durchschnittlichem Umsatzwachstum auf Platz eins im B2C-Handel – setzt auf faire Produktion und Unabhängigkeit von externen Dienstleistern. „Viele Menschen wollen heute genauer wissen, wo ihre Kleidung herkommt, wer sie produziert und welche Materialien sie direkt auf der Haut tragen“, so CEO Michaela Geiseder: „Wir entwickeln zeitlose Kleidung für den Alltag und produzieren fair und möglichst ressourcenschonend in Europa. Vom Produkt über die Verpackung bis zum Versand haben wir den Prozess selbst in der Hand.“ Der Versand direkt aus dem Linzer Shop schaffe Nähe zur Community, die dank verstärkter Onlinepräsenz und gezielter Werbung auf Social Media mittlerweile auch in Deutschland wächst. Als wichtigen Faktor für die Gewinnung von Neukund:innen

Pure&Fun – darunter Getränke, Riegel und Quetschies – gerne zu. Das Erfolgsrezept: „Kinder entscheiden nach der Verpackung, Eltern nach Nährwerten und Zutaten – genau diese beiden Welten bringen wir zusammen“, so Co-Gründer Reinhold Hinterplattner. „Unser Wachstum basiert nicht auf einem einzelnen Produkt, sondern auf einem skalierbaren Geschäftsmodell“, erklärt Mitgründer Christian Eibl. Dass die Verbindung von Bio-Lebensmitteln mit beliebten Lizenzmotiven in elf europäischen Ländern – darunter neben Österreich die Schweiz, Ungarn und Polen – funktioniert, sehen

BEWUSSTEN KONSUM treibt Vresh-CEO Michaela Geiseder mit ihrem nachhaltigen Modelabel voran. Faire Produktion, zeitlose Designs und Versand direkt aus dem Linzer Shop überzeugen die Kund:innen.



nennt Geiseder die Umorientierung des Modelabels von Skater- und Streetwear hin zu schlichteren Basics.

Alles andere als schlicht sind hingegen die Designs der Marke Pure&Fun von Healthy Kids, Wachstumschampion im B2B-Handel: Wer im Supermarktregal nach einem gesunden Snack für Kinder sucht, wird seit einigen Jahren von bekannten Filmfiguren wie den Disney-Prinzessinnen und den Vierbeinern aus „Paw Patrol“ angelacht. Freilich leuchten da die Kinderaugen, und auch Eltern greifen beim Bio-Sortiment von

Handel

Rang	Unternehmensname	CAGR
1	Healthy Kids GmbH	128,73 %
2	Vresh GmbH	98,45 %
3	Inmodo-Aurum Austria GmbH	56,36 %
4	D. Swarovski Tourism Services GmbH	55,24 %
5	Heinemann Austria GmbH	52,61 %
6	SKE Engineering GmbH	50,27 %
7	Hogast Einkaufsgenossenschaft für das Hotel- und Gastgewerbe regGmbH	45,73 %
8	Gottardi & Partner GmbH	42,71 %
9	Alpin Locker GmbH	40,44 %
10	F. Leitner Mineralöle GmbH	38,03 %
11	Sport Pangratz GmbH	36,64 %
12	Boehringer Ingelheim Pharma GmbH	33,00 %
13	Action Retail Austria GmbH	30,09 %
14	Moosmayr Ges.m.b.H.	28,42 %
15	Zotter Fleisch GmbH	28,10 %
16	Vorwerk Austria GmbH & Co. KG	27,21 %
17	Edler Systems Kabeltechnik HandelsgmbH	25,67 %

die beiden Väter als gute Basis für langfristiges Wachstum. Ihr Engagement hat ihnen bereits mehrere Auszeichnungen eingebracht: Bei den Licensing International Germany Awards 2022 war Healthy Kids „Newcomer des Jahres“, beim Salzburger Wirtschaftspreis Wikarus 2025 Drittplatzierter der Kategorie „Unternehmensgründung“.

Wenngleich der Lebensmittelsektor weniger stark von der Pandemie betroffen war, erschwerten Lockdowns, Home-schooling und ausbleibende Treffen den Aufbau des Start-ups, erzählt Eibl. Bis 2030 soll Pure&Fun als Bio-Lebensmittelmarke für Kinder in Europa weiterwachsen und den Umsatz dank Sortimentserweiterungen verdoppeln. Die Konkurrenz im Handel bleibt jedoch groß, betont Hinterplattner: „Regalplätze im Handel sind sehr begrenzt, bessere Kinderlebensmittel müssen sich oft gegen jahrzehntelang etablierte Produkte behaupten.“

Auch Geiseder berichtet von Herausforderungen in der Aufbauphase: Besonders zu Beginn seien die Produktionskapazitäten schwer einzuschätzen gewesen. Für die Zukunft zeigt sie sich dennoch zuversichtlich und hofft, dass immer mehr Menschen die Auswirkungen ihres Konsumverhaltens hinterfragen und sich für nachhaltige Kleidung entscheiden. SMT

FOTOS: HEALTHY KIDS GMBH/FRANZ NEUMAYR, VRESH CLOTHING

Rang	Unternehmensname	CAGR
18	Austria Puma Dassler GmbH	25,52 %
19	Gucci Austria GmbH	25,06 %
20	NTS Netzwerk Telekom Service AG	23,79 %
21	Sport Bründl Gesellschaft m.b.H.	23,41 %
22	Leikermoser Energiehandel GmbH	23,30 %
23	DCC Energy Austria GmbH	22,22 %
24	H & M Hennes & Mauritz GesmbH	21,99 %
25	Chanel GmbH	20,74 %
26	Kröswang Gesellschaft m.b.H.	20,44 %
27	Plaion GmbH	19,58 %
28	Astrazeneca Österreich GmbH	19,31 %
29	Anton Haban GmbH	17,95 %
30	Parfümerie Douglas GmbH	17,85 %
31	BMW Vertriebs GmbH	17,72 %
32	Jet Tankstellen Austria GmbH	17,56 %
33	Klötzl Vertriebs GmbH	17,20 %
34	ZF CV Distribution Austria GmbH	17,08 %
35	Havi Logistics GmbH	16,77 %

Rang	Unternehmensname	CAGR
36	Bijou Brigitte modische Accessoires GmbH	16,35 %
37	Toyota Austria GmbH	16,17 %
38	Neumed AG	15,97 %
39	R+B Hygiene Wondrak GmbH & Co KG	15,51 %
40	Volvo Car Austria GmbH	15,41 %
41	BVS-Wassertechnik GmbH	15,32 %
42	Mazda Austria GmbH	14,28 %
43	Hagleitner Hygiene International GmbH	14,26 %
44	Vimpex Handelsgesellschaft m.b.H.	14,25 %
45	Genol GmbH	13,59 %
46	Hisense Gorenje Austria GmbH	13,59 %
47	Anker Snack & Coffee GmbH	13,58 %
48	Arrow ECS GmbH	13,48 %
49	Pharma Logistik Austria GmbH	13,19 %
50	Haus & Brunner GmbH	12,81 %
51	Ultimate Europe Transportation Equipment GmbH	12,73 %
52	Deichmann GmbH	12,45 %

Rang	Unternehmensname	CAGR
53	dm drogerie markt GmbH	12,42 %
54	„Sigron“ Handels- und Schulungs-GmbH	12,14 %
55	Kreuzmayr GmbH	11,66 %
56	Daikin Airconditioning Central Europe HandelsgmbH	11,19 %
57	Chiesi Pharmaceuticals GmbH	10,52 %
58	Coca-Cola GmbH	10,36 %
59	Kaeser Kompressoren GmbH	10,17 %
60	Fussli Modestraße Mayr GmbH	10,11 %
61	BMW Austria GmbH	9,57 %
62	Mercedes-Benz Österreich GmbH	9,13 %
63	AWService GmbH	9,00 %
64	C & A Mode GmbH & Co. KG	8,38 %
65	Anita Dr. Helbig GmbH	8,28 %
66	Snipes GmbH	8,14 %
67	Erzeugergemeinschaft Gut Streitdorf eGen	7,88 %
68	Frutur Obst & Gemüse Kompetenz-zentrum GmbH	7,76 %

Bundesministerium
Wirtschaft, Energie
und Tourismus

Gemeinsam am
Aufschwung arbeiten.
Für Österreich.

Industriestrategie 2035:
Österreich in die Top 10 der
Weltwirtschaft bringen und
Arbeitsplätze sichern!

NEU
ab September:
Leading Companies
FFG-Förderung

Österreichs Industrie steht für hohe Wertschöpfung, qualifizierte Arbeitsplätze und technologische Spitzenleistungen. Die Industriestrategie Österreich 2035 schafft einen klaren, langfristigen Rahmen mit einer Schlüsseltechnologie-Offensive und 2,6 Milliarden Euro für Forschung, Technologie und Innovation bis 2029. Die Bundesregierung arbeitet am Aufschwung und stärkt dadurch die Wettbewerbsfähigkeit, sichert Jobs und schafft Wohlstand.

Infos zur Industriestrategie und Förderprogrammen: www.industriestrategie.at

Mit Ultraschall auf Wachstumskurs

Fachkräftemangel und Digitalisierung bedeuten für die Gesundheitsbranche neue Herausforderungen, aber auch Wachstumschancen.

Es ist schwierig, gute Mitarbeiter zu finden“, sagt Lysis-Geschäftsführer Sebastian Tautscher. Damit beschreibt er eine der zentralen Herausforderungen der Gesundheitsbranche: den zunehmenden Fachkräftemangel. Die Digitalisierung und der technologische Fortschritt eröffnen jedoch auch neue Möglichkeiten, insbesondere in der Diagnostik und in der Medizintechnik.

In diesem Umfeld hat sich Lysis, einer der Wachstumschampions der Branche, auf diagnostische Ultraschallsysteme spezialisiert. Tautscher: „Wir haben einen Nischenbereich, sind aber dort sehr breit aufgestellt.“ Lysis arbeitet mit unterschiedlichen Herstellern und bietet neue und gebrauchte Systeme sowie Sicherheitsprüfungen und Reparaturen an. Ein weiterer wesentlicher Grund für das Wachstum von Lysis ist die Einführung eines ERP-Systems. Das hilft, Geschäftsprozesse zu zentralisieren und miteinander zu verknüpfen.

PJ



ULTRASCHALLGERÄTE. In diesem Nischenbereich ist Lysis breit aufgestellt und wächst kontinuierlich.

Gesundheit & Life Sciences

Rang	Unternehmensname	CAGR
1	Vivea Bad Bleiberg GmbH & Co. KG	47,11 %
2	VelaLabs GmbH	35,72 %
3	Österreichische Bautechnik Veranstaltungs GmbH	28,65 %
4	Lysis Healthcare GmbH	19,64 %
5	Fareva Unterach GmbH	16,15 %
6	Fresenius Kabi Austria GmbH	15,11 %
7	Octapharma Pharmazeutika Produktionsgesellschaft m.b.H.	13,54 %
8	Radkersburger Hof GmbH & Co. KG	10,79 %
9	Hermes Pharma GmbH	8,17 %
10	Sanova Pharma GmbH	8,04 %

Defence und Digitalisierung der Industrie

Mobilmachung im Verteidigungssektor und Digitalisierung in der Industrie lassen die Umsätze kräftig steigen – bei den großen Produzenten und auch bei ihren Zulieferern.

Die Verschiebung globaler Machtverhältnisse durch kriegerische Auseinandersetzungen hat Europas Verteidigungsfähigkeit hoch auf die politische Agenda gebracht, auch in Österreich, wo gleich zwei Anbieter stark gewachsen sind. GDELS in Steyr hat nicht nur Bundesheeraufträge (u. a. für den Radpanzer Pandur und Kettenpanzer Ulan) in den Büchern, sondern liefert weltweit aus: „Unser Wachstum wird von mehreren Märkten getragen. Besonders relevant sind Kundenprogramme, in denen geschützte Mobilität modernisiert, erweitert oder langfristig erneuert wird“, heißt es in einer Stellungnahme. Von ähnlichen Effekten profitiert auch die Militärfahrzeugproduktion Rheinmetall MAN Military Vehicles in Wien, strategischer Logistikfahrzeuglieferant für Bundesheer und Bundeswehr.



VERTEIDIGUNG. GDELS in Steyr wächst u. a. mit Pandur-Aufträgen (l.), Rheinmetall MAN baut in Wien Militärlaster, wie CEO Armin Papperger dem deutschen Bundespräsidenten Frank-Walter Steinmeier 2025 zeigte.

Nachgefragt ist aber auch das hochspezialisierte Know-how österreichischer Maschinenbauer, und das weltweit, bestätigt Robert Koppensteiner, einer der beiden Geschäftsführer der Firma GFM aus Steyr. „Wir bauen Sondermaschinen für die Schwerindustrie, aber auch Ultraschallschneidemaschinen für die Luftfahrt. Zum einen profitieren wir vom immer weiteren Ausbau der Stahlindustrie in China, zum anderen auch von innovativen Einsatzgebieten in der Energietechnik oder der Luftfahrt.“

Die richtigen Personen für Projekte zu finden, ist seit vielen Jahren Kerngeschafft der Teampool Engineering in Seekirchen am Wallersee. „Unser Wachstum lässt sich nicht auf einen einzelnen Bereich reduzieren. Aber wir haben sehr früh erkannt, dass sich die Anforderungen unserer Kund:innen verändern, insbesondere in Richtung Automatisierung, Digitalisierung und vernetzter Produktionsprozesse“, erzählt Geschäftsführer

Harald Bauer. „Gerade die Automatisierung war ein sehr wichtiger Wachstumstreiber. Mit dem Aufbau entsprechender Expertise war es möglich, sehr schnell neue Projekte zu gewinnen.“

BST

Technologie & Engineering

Rang	Unternehmensname	CAGR
1	GD European Land Systems - Steyr GmbH	53,97 %
2	GFM GmbH	50,32 %
3	teampool engineering gmbh	41,14 %
4	Rheinmetall MAN Military Vehicles Österreich GesmbH	28,03 %
5	Das Leitwerk Ingenieurbüro GmbH	24,16 %
6	Schoeller-Bleckmann Precision Technology GmbH	22,86 %
7	Ams-Osram AG	22,30 %
8	Magirus Lohr GmbH	22,28 %

Urlaub mit Weitblick

Die Corona-Krise setzte den heimischen Tourismus unter Druck – und gab zugleich Impulse für neue Angebote, mehr Qualität und individuell gestaltbare Urlaubserlebnisse.

Auf das Niveau der frühen 1970er-Jahre fiel die Zahl der Nächtigungen in österreichischen Beherbergungsbetrieben im Pandemie-Jahr 2020. Lediglich 5,56 Millionen Übernachtungen registrierte Statistik Austria in der Wintersaison 2020/21 nach 72,92 Millionen Übernachtungen in der letzten vollen Vor-Corona-Wintersaison 2018/19.

Während die Einschränkungen die Tourismusbetriebe belasteten, verzerren sie zugleich das ausgewiesene Umsatzwachstum der Champions im Erhebungszeitraum 2021 bis 2024. Denn die schrittweise Rückkehr zum Regelbetrieb präsentiert sich in vielen Fällen als scheinbar außergewöhnliche Wachstumsrate von über 130 Prozent. Als „nur eingeschränkt aussagekräftig“ betrachtet daher beispiels-

weise Bernhard Zangerl, Prokurist der Silvretta 1930 GmbH, den Zeitraum der Studie für seine Branche. Dennoch ist er stolz auf den Fortschritt des Sport- und Genusshotels Silvretta und der zahlreichen Gastronomiebetriebe. Ihr Umsatzwachstum – aussagekräftig ab 2023 – sei auf Betriebsoptimierungen, Übernahmen und nicht zuletzt die Weitergabe der massiv gestiegenen Gesamtkosten zurückzuführen.

Dass Winterurlaub immer kostenintensiver werde, kleinere zwar die potenzielle Zielgruppe, doch profitiere man davon, „dass nur wenige Skigebiete eine vergleichbare Qualität und ein ähnlich umfassendes Angebot bieten“, so Zangerl. Rund 91 Prozent des Geschäfts entfallen derzeit auf die Wintersaison, die damit das Wachstum maßgeblich be-



WINTERTOURISMUS bestimmt zu 91 Prozent den Umsatz und das Wachstum der Silvretta 1930 GmbH.

stimmt. „Unser Ziel ist es jedoch, den Sommertourismus konsequent weiterzuentwickeln.“

„Eine klare Ganzjahresperspektive“ betrachtet auch Thomas Payr, Geschäftsführer der Alps Resorts, als essenzielle Voraussetzung für langfristiges Wachstum. 2025 und 2026 als Financial Times Europe's Long Term Growth Champion ausgezeichnet, verspricht der Beherbergungs-

Tourismus, Freizeit & Gastronomie

betrieb mit seinen 46 Ferienwohnungen, Glamping-Resorts und Hotels individuelle Urlaubsgestaltung von den Kategorien „Freunde“ und „Wellness“ bis hin zu „Hund“ und „Bike“. Während der Corona-Jahre habe sich dieses Geschäftsmodell als resilient erwiesen. „Die Pandemie wirkt in unserem Geschäft nicht wirklich nach. Einzig die Bedürfnisse der Gäste haben sich noch mehr in Richtung unseres Markenversprechens ‚My way of holiday‘ verschoben“, so Payr, der sich besonders stolz über die eigenen Buchungsplattformen zeigt. Mit ihnen habe man Unabhängigkeit von externen Vertriebspartnern geschaffen. Auch effiziente Strukturen und automatisierte Prozesse zählt er zu den Wachstumsfaktoren der letzten Jahre. „Parallel dazu hat sich die Nachfrage nach unserem Produkt deutlich gesteigert – und diese Entwicklung reißt nicht ab.“

SMT

Rang	Unternehmensname	CAGR
1	Skiliftgesellschaft Sölden – Hochsölden GmbH	140,81 %
2	Arlberger Bergbahnen AG	137,68 %
3	Ski-Zürs-AG	132,76 %
4	Silvretta 1930 GmbH	131,62 %
5	Gurglhof GmbH	98,00 %
6	Wintersport Tirol AG & Co. Stubai Bergbahnen KG	96,29 %
7	Bergbahnen Kappl AG	95,18 %
8	Schatzbergbahn GmbH & Co. KG	92,40 %
9	Gletscherbahnen Kaprun AG	83,99 %
10	Gasteiner Bergbahnen AG	81,77 %
11	Gasthof Post GmbH & Co. KG	73,28 %
12	Leoganger Bergbahnen GmbH	69,84 %
13	Zillertaler Gletscherbahn GmbH & Co. KG	67,94 %
14	Alps Resorts GmbH	67,57 %
15	Motto Catering GmbH	67,05 %
16	Leonardo Hotels Austria Opco GmbH	63,59 %

Rang	Unternehmensname	CAGR
17	Bad Kleinkirchheimer Bergbahnen AG	61,91 %
18	Erzherzogtum Naschmarkt by C.C.S. GmbH	61,67 %
19	TUI Österreich GmbH	54,80 %
20	NH Hoteles Austria GmbH	50,70 %
21	Berger GmbH	49,94 %
22	Sacher Hotels BetriebsgmbH	45,18 %
23	Stanglwirt GmbH	44,54 %
24	Edwin Gruber GmbH	44,37 %
25	Dornbirner Seilbahn AG	43,88 %
26	Schuberting 5-7 Hotelerrichtungs und Hotelbetriebs GmbH	43,09 %
27	Hotel Löwen Schruns GmbH	39,21 %
28	Pfänderbahn AG	28,81 %
29	Haidinger Gastro GmbH	26,11 %
30	Fruhmann GmbH	17,78 %
31	FC Red Bull Salzburg GmbH	15,64 %

Regionale Stärke

Trotz Krisen in der Baubranche wächst die Zimmerei Schwaighofer. Dank regionaler Verbundenheit und Mundpropaganda zählt das Unternehmen zu den Wachstumschampions 2026.



REGIONALITÄT macht die Zimmerei Schwaighofer zu einem Wachstumschampion.

Bau, Immobilien & Infrastruktur

Rang	Unternehmensname	CAGR
1	Woma Real GmbH	99,33 %
2	Wien 3420 Aspern Development AG	89,78 %
3	Brisen Development GmbH	49,97 %
4	G&S HandelsgmbH.	26,04 %
5	Ing. Georg Wieselthaler GmbH	22,36 %
6	Zimmerei Schwaighofer GmbH	21,64 %
7	Schmied & Fellmann GmbH	18,34 %

Rang	Unternehmensname	CAGR
8	Eqos Energie Österreich GmbH	17,80 %
9	WBG Wohnen und Bauen GmbH Wien	15,25 %
10	Maxtrade Handels GmbH	14,91 %
11	G. Klampfer Elektroanlagen GmbH	13,12 %
12	GEG Elektro und Gebäudetechnik GmbH	11,75 %
13	RHZ Bau GmbH	10,93 %
14	Leyrer + Graf Baugesellschaft m.b.H.	9,72 %

Die Baubranche steckt in den vergangenen Jahren in der Krise. Steigende Zinsen, hohe Material- und Baukosten stellten viele Unternehmen vor große Herausforderungen. Die Zimmerei Schwaighofer in Erl im Bezirk Kufstein ließ sich davon jedoch nicht bremsen und zählt heute zu den Wachstumschampions im Bereich „Bau, Immobilien & Infrastruktur“.

Das Unternehmen ist auf klassische Zimmererarbeiten, Holzkonstruktionen, Bau von Holzhäusern und Sanierungen spezialisiert. Ein wesentlicher Erfolgsfaktor für das starke Wachstum ist die regionale Ausrichtung des Unternehmens. Isabella Schwaighofer, Assistentin des Managements, sagt: „Wir arbeiten sehr regional und schauen, dass wir die Baustellen bei uns in der Umgebung bekommen. Die Mundpropaganda macht bei uns viel aus.“ Das führe dazu, dass neue Aufträge entstehen und das Bauunternehmen seinen Wachstumskurs fortsetzen kann.

Ergänzend setzt die Zimmerei auf Präsenz in der Region, etwa durch das Sponsoring kleiner Veranstaltungen, und auf Werbung über Instagram. So verbindet das Unternehmen handwerkliche Qualität, persönliche Kundenbeziehungen und moderne Kommunikation. PJ

Strategie zum Erfolg

Die vergangenen Jahre haben viele Dienstleistungsunternehmen vor neue Herausforderungen, aber auch Chancen gestellt.

Die Dienstleistungsbranche steht vor der Herausforderung, sich an ein dynamisches Marktumfeld, an steigende Anforderungen und an neue technologische Entwicklungen anzupassen. Besonders der Einsatz von künstlicher Intelligenz hat in den vergangenen Jahren einen tiefgreifenden Wandel angestoßen, der neue Herausforderungen, aber auch Wachstumschancen bringt.

Diesen Wandel hat auch die 2015 gegründete Unternehmensberatung Sekoerber früh aufgegriffen, was mit zu einem soliden Wachstum führt. Das Unternehmen unterstützt seine Kunden dabei, ihre Kultur und Führungsstrukturen weiterzuentwickeln und Veränderungsprozesse erfolgreich zu gestalten. Mit dem zunehmenden Einsatz von KI ist dabei auch die Nachfrage nach den Leistungen von Sekoerber deutlich gestiegen. Denn damit künstliche Intelligenz produktiv eingesetzt werden kann, braucht es vor allem die Bereitschaft der Mitarbeitenden



AI-MINDSET. Sebastian Körber, Gründer und CEO der Unternehmensberatung Sekoerber, hilft Unternehmen, KI in ihrer Unternehmenskultur zu verankern.

und Führungskräfte. Hier kommt Sekoerber ins Spiel. Sebastian Körber, Gründer von Sekoerber, sagt: „Ein Ansatz, der im Moment gut funktioniert, ist, dass wir die Unternehmen auf ein AI-Mindset trainieren.“ Das Unternehmen schafft damit die kulturellen Voraussetzungen, dass KI nicht nur ausprobiert, sondern tatsächlich wertschöpfend eingesetzt wird. Viele Unternehmen würden KI derzeit noch eher spielerisch einsetzen. Der entscheidende Schritt sei, künstliche Intelligenz in der Unternehmenskultur zu verankern. Körber: „Es bringt nichts, sich im Widerstand gegen Veränderung zu befinden. Vielmehr muss man die Skills trainieren, wie man mit ständig veränderten Umständen umgeht.“ PJ

Dienstleistungen

Rang	Unternehmensname	CAGR
1	Cooltex Kältetechnik GmbH	69,53 %
2	Infinity Media GmbH & Co. KG	65,53 %
3	Sekoerber GmbH	61,34 %
4	CTS Eventim Austria GmbH	45,28 %
5	Adverserve GmbH	34,12 %
6	„GetService“-Flughafen-Sicherheits- und Servicedienst GmbH	31,40 %
7	Rocketjobs Personalmanagement GmbH	24,44 %
8	Valtus Management Factory	23,39 %
9	Nipcon Communication GmbH	19,42 %
10	Bold Option GmbH	18,86 %
11	Solve Consulting Management-beratung GmbH	16,12 %
12	„Anlagenplan“-Planungs- und Bauleitungsbüro für elektro- und haustechnische Anlagen GmbH	15,18 %
13	Durchblicker GmbH	14,93 %
14	Bearingpoint GmbH	14,46 %
15	Johannes Weber Ges.m.b.H.	13,71 %
16	Papierholz Austria GmbH	13,69 %
17	Siwacht Bewachungsdienst GmbH	13,01 %
18	Msg Plaut AG	11,40 %
19	Deloitte Services Wirtschaftsprüfungs GmbH	11,39 %
20	Nipcon IT Solution GmbH	8,98 %
21	Publicis Media Austria GmbH	7,79 %

Bewegung am Mobilitätsmarkt

Die Verkehrswende ist in vollem Gange. Für Bahn, Flugverkehr und Auto eröffnen sich dabei gleichermaßen neue Wachstumschancen.

Als „schwierigsten Moment in der Geschichte von Panda Parken“ beschreibt Laura Logié-Weingerl die Coronakrise, die den Flugverkehr und damit auch ihr Geschäft zum Stillstand brachte. Zusätzlich zur Verkehrswende forderten pandemiebedingte Einschränkungen von Mobilitätsbetrieben Resilienz und Innovation. Logié-Weingerl betreibt gemeinsam mit Rene Weingerl in Schwchat einen Parkservice mit Transfer zum Flughafen Wien, der 2020 einen Umsatzrückgang von 61 Prozent verbuchte. „Erst mit Abflachen der Pandemie und Lockerung der Reisebeschränkungen verzeichnete die Reisebranche – und damit auch der Flughafen Wien – wieder Wachstum“, so Flughafen-Sprecher Peter Kleemann: 2024 überschritt der Umsatz erstmals die

Eine-Milliarde-Euro-Marke – eine Entwicklung, die der FPE Parken GmbH (vormals Flughafen Parken GmbH) nach einem harten Überlebenskampf zugutekam. Konsequentes Kostenmanagement habe das Unternehmen durch die schwierigen Jahre getragen, heute freut man sich über einen vervierfachen Umsatz zwischen 2021 und 2024 und einen neuen Standort am Flughafen Zürich. Für eine Expansion werde man zudem weitere Standorte prüfen. „Denn der Flugverkehr wächst – und damit auch die Nachfrage nach Parkraum.“

Dass die Zunahme des Pkw-Bestands und ein Trend zu klimafreundlichem Reisen einander nicht ausschließen, zeigt das Umsatzwachstum der Westbahn. Diese setzt auf Angebotsausweitung und Zuverlässigkeit, denn „die Verkehrswen-



KOMFORT UND QUALITÄT will die Westbahn als Argumente für den Umstieg zur Bahn nutzen.

de gelingt nicht, indem man das Auto schlechtredet. Die Menschen steigen um, wenn die Alternative überzeugt“, so Co-CEO Marco Ramsbacher. Gemeinsam mit Thomas Posch engagiert er sich für ein anbieterübergreifendes Ticketing – im Sinne des einfachen Reisens: „Wenn ich Musik hören will, gehe ich auf eine einzige Plattform, suche mir einen Song aus und höre ihn. Ich muss nicht überle-



PARKRAUM gewinnt bei zunehmendem Pkw-Bestand vor allem in Flughafennähe an Bedeutung, erkennen Laura Logié-Weingerl und Rene Weingerl.

gen, von welchem Anbieter dieser Song ursprünglich kommt. Beim Bahnfahren sollte es genauso sein.“ Entscheidend für Verkehrswende und Umsatzwachstum sei das Klimaticket. Gestärkt wurde dadurch auch der Wettbewerb auf der Schiene: „Wir wollen ein Rennen um die Fahrgäste. Denn am Ende des Tages gewinnt dieses Rennen der Kunde.“

Innovation und Expansionspläne treffen allerdings auf den Fachkräftemangel – eine Herausforderung, die auch die viertplatzierte Lucky-Car Franchise &

Beteiligungs GmbH spürt. Umso stärker setzt das Unternehmen auf eigene Lehrlingsausbildung. Das Umsatzwachstum zwischen 2021 und 2024 sei Ergebnis kontinuierlicher Expansion, Weiterentwicklung des Geschäftsmodells und Übernahme der österreichischen ATU-Standorte gewesen, so Oliver Bogner von

Lucky-Car. Die Verkehrswende sieht er als Chance für seine Branche: Sinkender Pkw-Bestand müsse nicht zwangsläufig das Werkstattgeschäft belasten. „Werden Fahrzeuge länger genutzt, steigt häufig der Wartungs- und Reparatur-Bedarf – eine Entwicklung, die sich bereits beobachten lässt.“ SMT

Mobilität & Logistik

Rang	Unternehmensname	CAGR
1	FPE Parken GmbH (Panda Parken)	58,83 %
2	Westbahn Management GmbH	41,29 %
3	Flughafen Wien Aktiengesellschaft	36,47 %
4	Lucky-Car Franchise & Beteiligungs GmbH	35,33 %
5	Avis Autovermietung GmbH	28,02 %
6	Gollackner GmbH	25,99 %
7	Hödlmayr Logistics GmbH	21,43 %
8	Spedition Lukas GmbH	17,09 %

Rang	Unternehmensname	CAGR
9	Amazon Transport Austria GmbH	15,22 %
10	Rienhoff GmbH	14,09 %
11	Autohaus Frieszl GmbH	13,50 %
12	Easyjet Europe Airline GmbH	12,33 %
13	Dicker Transport & Logistik GmbH	9,68 %
14	Timmelsjoch – Hochalpenstraße – AG	8,27 %
15	Scania Leasing Österreich Ges.m.b.H.	8,03 %
16	Lkw Walter Internationale Transportorganisation AG	7,84 %