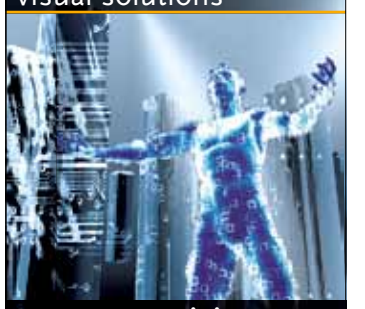
INSIDE YOUR BUSINESS. TODAY. 15. JG. NO. 1992 € 4,– FREITAG/SAMSTAG/SONNTAG, 26.–28. JUNI 2015

medianet

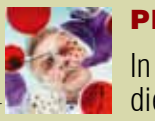
TREVISION
visual solutions

www.trevision.at


© Jonathan Sprague

WEM GEHÖRT DIE ZUKUNFT?
Der konvertierte Digital Supernative Jaron Lanier und seine dystopische Vision **Seite 4/5**


© leadersnet/D.Mikkelsen

NEUE AGENTUR AM START
Im Talk: die fünf kreativen Schwergewichte von „Merlicek & Grossebner“ **Seite 8**


© panthermedia.net

PHARMA: THE NEXT MEGADEALS
In der Pharmaindustrie baut sich schon die nächste Übernahmewelle auf **Seite 38**

www.plakativ-werbetechnik.at
Plakativ Werbetechnik

www.bellutti.at
bp bellutti planen
Printed Solutions

INHALT

prime news & market watch
> Sich mit Service klar vom Mitbewerb differenzieren *3*
> Michael Mayer, BNI, über den Nutzen von Netzwerken *6*

marketing & media


© fotozwetti.at

> Spotteron: eine App – der Umwelt zuliebe *9*
> Green Brands: Expansion steht auf der Agenda *11*

retail


© Lisi Specht

> Gabriele Zgubic, AK: Keiner will Wegwerfprodukte *14*
> Unibail-Rodamco/SCS: neues 4-Sterne-Zertifikat *15*

business weekend
> Österreichs Factoring wächst auf 20 Milliarden *20*
> Europas Autoindustrie steht vor einer Zeitenwende *56*
> Nirgendwo anders steht die Hotellerie so unter Druck *62*

medianet xpert.network
Das erste B2B-Branchenportal für Werbe- und PR-Agenturen!
(xpert.medianet.at/pr)

P.b.b.
02Z030468 T
„medianet“ Verlag AG, Brehmstraße 10/4, 1110 Wien
Retouren an Postfach 100, 1350 Wien

Interview Michael Kleiter-Bingel, CEO Aon Risk Solutions Austria, über neue Ansätze und Lösungen

„Wir richten uns *jetzt* auf unsere Zukunft aus“


© Foto Wilke

Der Innovator „Wir verändern die Arbeitskultur im Umgang miteinander und mit unseren Kunden“ – den Anfang macht natürlich die Managementebene, sagt Michael Kleiter-Bingel, Geschäftsführer von Aon Österreich, der heimischen Dependance des weltweit größten Versicherungsmaklers. **Seite 2**

Erfolgreich mit Compliance
NEU!
Das Praxishandbuch zur ISO 19600
- für Compliance Officer, Risikomanager, interne und externe Prüfer sowie Führungskräfte
- Unterstützung in der praktischen Umsetzung eines Compliance-Management-Systems (CMS)
- zahlreiche Praxistipps und anschauliche Beispiele



Bestellen Sie gleich unter:
www.austrian-standards.at/webshop
AUSTRIAN STANDARDS

Das größte Außenwerbenetz Österreichs:
27.190 Werbeflächen im besten Qualitätsnetz.
Quelle: EPAMEDIA, 27.190 OSA Medien Q4/2014
TEL: +43/1/534 07-0
www.epamedia.at
EPAMEDIA

Interview Aon Österreich-CEO Michael Kleiter-Bingel über den richtigen Zeitpunkt, über Change-Prozesse und den eigenen Stil

„Wir verkaufen dem Kunden nichts, außer Entscheidungshilfe“

Kleiter-Bingel: „Die Veränderung der Arbeitskultur ist eine radikale – im Umgang miteinander *und* mit unseren Kunden.“

SABINE BRETSCHNEIDER

Wien. Der Kollaps klassischer Geschäftsmodelle ist in aller Mund – allerdings nicht in Schumpeters positiver Interpretation der „schöpferischen Zerstörung“, die Innovationen auslöst, sondern im Sinne des Versagens tradierter Strategien und des Fehlens adäquater Alternativkonzepte. Das gilt auch für die ganz „Großen“, für global fest verankerte Konzerne mit jahrzehntelanger Geschäftserfahrung: „Auch unser Business hat in den letzten Jahren an Dynamik eingebüßt“, beschreibt Michael Kleiter-Bingel, Geschäftsführer von Aon Österreich, der heimischen Dependance des weltweit größten Versicherungsmaklers, die Problematik dieser Branche. „Die wirklich große Innovation, der große Wurf, die Zusammenführung bestehender Lösungen hin zu einem neuen Produkt, das hat im Prinzip nicht stattgefunden.“

Eine neue Arbeitskultur

Die Probleme der Kunden hätten sich gewandelt. Heute stünden insbesondere für die Aon-Klienten im Industriesegment Themen wie Cyberrisiken, Lieferkettenrisiken, Risiken aus Betriebsunterbrechungen ohne vorhergehende Sachschäden – „wenn etwa, Stichwort Fukushima, ein Produzent von Teilen in Japan ausfällt und hierzulande die Produktion beeinträchtigt wird“, wie Kleiter-Bingel erklärt – im Vordergrund, oder auch spezielle Absicherungskonzepte für Investitionen.

> „Es geht um eine ganz klare Ausrichtung auf den Nutzen für den Kunden.“
>
> **MICHAEL KLEITER-BINGEL, AON**



© Aon

NEUAUSRICHTUNG

„Wir richten uns jetzt auf unsere Zukunft aus“, sagt Aon Risk Solutions Austria-CEO Michael Kleiter-Bingel. „Wir haben erkannt, dass die Welt sich verändert, zunehmende Komplexität, Globalisierung … Darauf müssen wir antworten.“

Kleiter-Bingel ist seit April 2014 als Leiter der Österreich-Niederlassung im Amt. Sein „Startvorteil“: Er wusste, dass keine Zeit zu verlieren war. „Wir haben letztes Jahr unsere gesamte Organisation reengineered“, erzählt er. „Einen Monat, nachdem ich gekommen bin, haben wir angefangen. Bis Jahresende waren Konzept und Struktur fertig. Seit heuer sind wir in der Umsetzung, zu 70 bis 80 Prozent werden wir auch das bis Jahresende erledigt haben.“ Das Ziel: eine Veränderung der Arbeitskultur – „eine ganz klare Ausrichtung auf den Nutzen für den Kunden“, sagt Kleiter-Bingel. „If you don‘t have customers, you don‘t have a business. You have a hobby“, wie es die CRM-Expertin und Bestsellerautorin Martha Rogers schon in den Neunzigern beschrieb.

„Warum machen wir das *jetzt?*“ nimmt der Aon Österreich-Chef die Frage vorweg. „Schlechte Umsätze, schlechter Ertrag, gibt es einen Anlass? Nein,es ist ganz einfach. Weil wir es uns *jetzt* leisten können. Ganz banal. Denn, wenn wir es uns *nicht* mehr leisten können, wenn wir unter Druck geraten – das haben wir in der Vergangenheit bei vielen Unternehmen gesehen –, dann wird’s blutig und dann bekommen wir auch den kulturellen Change nicht mehr hin.“ – „Wir nehmen ein Risiko auf uns, wo wir es eigentlich nicht müssten, um das Risiko in der Zukunft zu minimieren.“

Radikale Schritte

Aon ist für die größten heimischen Unternehmen im Industriebereich tätig, entwickelt auch spezielle Konzepte und Sonderlösungen für Berufsgruppen wie Anwälte, Architekten, Ingenieure und Wirtschaftsberater. „Aber auch im Industriebereich ist jede Polizze ein handgeschriebenes Werk“, ergänzt Kleiter-Bingel den Zugang des Unternehmens in der Kundenbetreuung. „Wir bringen die Volatilität in den Ergebnissen unserer Kunden in Balance. Das versuchen wir in den von uns entwickelten Lösungen auszudrücken. Die Versicherung ist letztendlich nur das Endprodukt der Risikoberatung.“ Aus diesem Bedarf nach maßgeschneiderten Lösungen heraus arbeitet Aon Österreich mit über 100 Versicherungsgesellschaften zusammen. „Wir müssen in der Lage sein, zu jedem Thema den entsprechenden Spezialisten beizubringen. Wir machen das Wording, der Versicherer übernimmt das Risiko.“

Das Betätigungsfeld ist breit gefächert, die Herausforderung groß: Aon, als Berater spezialisiert auf Risikomanagement und Versicherungslösungen, beschäftigt in Österreich rund 240 Mitarbeiter an sechs Standorten. Das Unternehmen platziert für seine Kunden hierzulande Versicherungsprämien im Wert von 400 bis 450 Mio. € pro Jahr, das ist ein Marktanteil von rund sieben Prozent am etwa sechs Mrd. € schweren Nichtleben-Prämienvolumen in Österreichs Versicherungslandschaft.

„Wir sind im Moment das einzige Unternehmen in diesem Segment Versicherungsmakler, das diesen radikalen Schritt macht“, sagt Kleiter-Bingel. „Wir richten uns *jetzt* auf unsere Zukunft aus. Wir haben erkannt, dass die Welt sich verändert, zunehmende Komplexität, Globalisierung … Darauf müssen wir antworten. Früher haben wir zwischen Kunde und Versicherung eine Verbindung hergestellt, die dann zu einem Ergebnis geführt hat. Heute geht es vielmehr darum, dass wir nicht nur eine Verbindung herstellen, sondern dass wir ganz gezielt vom Kunden heraus erfragen: Was ist die Lösung, die du *brauchst*? Dass wir den Versicherer dorthin bringen, diese Lösung zu *liefern*, die Märkte dorthin bringen, diese Lösungen zu *akzeptieren*. Weg von einer verwaltungs- und vermittlungsorientierten Aktivität hin zu einer Beratungsaktivität, die dem Kunden hilft, ihn nachhaltig und robust in die Zukunft zu tragen. Der Kunde trifft die Entscheidung. Wir verkaufen ihm nichts – außer der Entscheidungshilfe.“

Aon Österreich wurde in drei Segmente unterteilt – „Broking“, der Einkauf, „Operations“, das Prozesse und Abwicklung beinhaltet, und schließlich „Sales“, der Vertrieb. Kleiter-Bingel schmunzelnd: „Am Ende des Jahres haben wir festgestellt: Jetzt sind wir im Grunde genauso strukturiert wie die meisten unserer Kunden. Das war eigentlich auch die Bestätigung, dass wir es wohl richtig gemacht haben.“

Kultureller Wandel

Diese Veränderung der Arbeitskultur sei jedoch „eine radikale“: „Wir verändern die Arbeitskultur im Umgang miteinander *und* mit unseren Kunden.“ Den Anfang macht die Managementebene, die die neue Kultur nach unten trägt. „Ich bin außerdem der Meinung, wenn ich es nicht *vorlebe*, dann kann es keiner nachmachen.“ Dazu holt Aon Österreich auch regelmäßig Kundenfeedback ein. „Wir können auf Grundlage dieser Befragungen auch unsere Honorierung abhängig machen“, erklärt Kleiter-Bingel. „Ich bin in der Lage, dem Kunden am Anfang des Jahres zu sagen: Wenn du am Ende des Jahres mit meiner Leistung nicht zufrieden bist, musst du weniger bezahlen. Wir machen das schon seit drei Jahren und wir haben noch nie weniger bekommen.“ „Zusätzlich gehen wir jetzt mit Triple-A und der Triple-A-Methode völlig neue Wege in der Marktbearbeitung. Das heißt: Unsere Projekte *für* Kunden und *mit* Kunden sind messbar, berechenbar und bilanzwirksam. So gehen wir als Themenführer mit neuen Geschäftsmodellen auf unsere Kunden zu.“

„Und wenn andere denken ‚Wenns mir gut geht, dann geht’s dem Unternehmen gut‘, dann bin ich davon überzeugt: Wenn’s dem Unternehmen gut geht, geht’s auch mir gut“, sagt Kleiter-Bingel abschließend. Die Ergebnisse, davon ist er überzeugt, werden für sich sprechen.

AON

Die Aon-Gruppe mit Hauptsitz in London ist der weltweit führende Anbieter im Bereich Risikomanagement, Versicherungen und Rückversicherungen sowie der betrieblichen Altersvorsorge (Human Capital Consulting).
Aon Austria wurde 1927 als „Jauch und Hübener“ in Österreich gegründet. 1997 erfolgte der Zusammenschluss mit dem weltweit größten Versicherungsmakler Aon. Aon beschäftigt rund 69.000 Mitarbeiter in 120 Ländern, der Jahresumsatz 2014 betrug 12 Mrd. USD. In Österreich sind rund 240 Mitarbeiter für Aon tätig, der Jahresumsatz 2014 lag bei 35 Mio. €.
Michael Kleiter-Bingel leitet seit April 2014 die Geschäfte von Aon in Österreich.
www.aon-austria.at

Serviceinitiative Leitbetrieb Die Spielregeln in der Wirtschaft verändern sich; Markenbewusstsein wird wichtiger

Sich mit Service klar vom Mitbewerb differenzieren

Erich Stadler: Beschäftigung mit dem Servicegedanken bietet „handfeste wirtschaftliche Vorteile".

Wien/Neuhofen. Markenpersönlichkeit sowie die Darstellung der Kompetenz eines Unternehmens sind von zentraler Bedeutung, betont Erich Stadler, Initiator der Serviceinitiative „Leitbetrieb" und Inhaber der Akzepta Holding, die mittlerweile zu Österreichs führenden Inkassounternehmen zählt.

> „Marken führt man nicht passiv, sondern aktiv."
>
> **ERICH STADLER, INITIATOR DER SERVICEINITIATIVE LEITBETRIEB**



© Akzepta
Das Leitbetrieb-Team der Akzepta-Holding in Ried-Neuhofen (rechts: Erich Stadler).

Die meisten Kunden legen Wert auf Qualität und Service – im Internet-Zeitalter ist es aber für viele Unternehmen nicht leicht, ihre Stärken in den Mittelpunkt zu rücken und im Vorfeld der Geschäftsanbahnung sichtbar zu machen. „Für Wachstum und Geschäftserfolg gelten längst neue Regeln. Über den Preis lässt sich kaum mehr ein Wettbewerbsvorteil erzielen", erklärt Stadler. „Wer im Internet ein Produkt oder eine Dienstleistung sucht, erhält Hunderte, wenn nicht Tausende von Anbietern. Also benötigt man ein Symbol, welches Wertigkeit bereits bei diesen Treffern übermittelt."

Nur Marken haben Zukunft

Die Markenpersönlichkeit eines Unternehmens mit all ihren Eigenschaften wird zum wichtigsten Marketingtool. Wer nicht auffällt, hat verloren, schwache Marken haben keine Zukunft. „Das ist einer der Gründe, warum die vor zwei Jahren ins Leben gerufene, starke Servicemarke Leitbetrieb auf so reges Interesse stößt", betont Stadler. „Marken müssen *Emotionen* wecken und zu *Aktionen* motivieren, daher muss man diese gemäß der Inhaltsvermittlung aktiv führen können. Das ist auch der Grund dafür, dass die Teilnehmer der Initiative die auf unserem Portal dargestellten Möglichkeiten gezielt und vermehrt einsetzen."

Commitment zeigen

Die Serviceinitiative unterstützt diese Unternehmen im Marketing, indem sie das Bekenntnis der Firmen mit dem „Servicesiegel" nach außen sichtbar macht. Deutlich ist erkennbar, dass besonders von Inhabern mit Herzblut geführte Unternehmen Wert darauf legen, den Servicegedanken nicht nur zu *leben*, sondern auch nach außen hin zu *zeigen*. Stadler: „Die potenziellen Kunden sehen sich eher den Service-Leitbetrieb an, bevor sie sich anderen Anbietern zuwenden." Sich klar vom Wettbewerb zu differenzieren, mache es leichter, kritische und gut informierte Kunden zu überzeugen.

Die Servicemarke Leitbetrieb sei damit „nicht nur eine Botschaft an die Konsumenten, sondern als Symbol einer starken Arbeitgebermarke auch ein Signal für qualifizierte Jobsuchende".

Stadler kann auf seine starke Mannschaft zählen: Jährlich werden über 50.000 Geschäftsfälle mit einer sehr hohen Trefferquote in den insgesamt vier Geschäftsstellen – Salzburg, Traunstein, München und Berlin – bearbeitet. „Kein Wunder", meint Stadler, „dass Akzepta der Inkasso-Dienstleister ist, der sowohl von über 95 Prozent der Kunden als auch von führenden Serviceexperten am häufigsten weiterempfohlen wird; nicht zuletzt liegt das an der außergewöhnlich hohen Servicequalität."

Arbeitgeber-Servicemarke

Serviceorientierung sagt viel über ein Unternehmen und seine Kultur aus. Auch wenn Großkonzerne heute zunehmend auf Kundenservice setzen, so ist dieses Thema doch weiterhin eine klassische Domäne von KMU, Familienbetrieben und Nischenspezialisten. „Mit der Servicemarke Leitbetrieb", sagt Erich Stadler, „können sie dies wirkungsvoll zeigen und sich damit nicht nur bei Kunden, sondern auch bei gefragten Fachkräften profilieren."

Servicequalität entscheidet in Zeiten zunehmend austauschbarer Produkte und Dienstleistungen mehr denn je über wirtschaftlichen Erfolg und Zukunftsfähigkeit.

Stadler: „Leitbetriebe wissen, dass nur mitdenkende, motivierte ‚Mit-Arbeiter' den Kunden besten Service bieten können." Eine gute Unternehmenskultur und ein gutes Arbeitgeberimage bedeuteten auch „weniger Fluktuation und weniger Kosten für die Gewinnung neuer Mitarbeiter". *(red)*

www.leitbetrieb.com
www.akzepta.com

Neuauflage Seit 2000 an der Spitze der Wirtschaftskammer

Leitl als WKO-Präsident verlängert

Wien. Der Oberösterreicher Christoph Leitl (66) ist zum dritten Mal als Präsident der Wirtschaftskammer Österreich (WKO) bestätigt worden. Leitl übt diese Funktion nunmehr bereits seit dem Jahr 2000 aus. Er folgte damals Leopold Maderthaner nach. Die neue Funktionsperiode dauert erneut fünf Jahre, von 2015 bis 2020.

Die Funktion des WKO-Vizepräsidenten nehmen in der neuen Periode Richard Schenz und Martha Schultz ein. Matthias Krenn (RFW), Christoph Matznetter (SWV) sowie Ulrike Rabmer-Koller und Jürgen Roth (beide Wirtschaftsbund) wurden in das WKO-Präsidium hinzugewählt. Als Generalsekretärin der WKO fungiert in der neuen Funktionsperiode unverändert Anna Maria Hochhauser, stellvertretender Generalsekretär bleibt Herwig Höllinger, teilte die WKO am Donnerstag in einer Aussendung mit.


© APA/Herbert Pfarrhofer
Wichtigste Aufgabe, so Leitl, sei ein Mehr an Wachstum und Beschäftigung.

„Viel Verunsicherung"

In seiner Erklärung als neu bestellter WKO-Präsident wies Christoph Leitl klar auf die aktuelle Verunsicherung in vielen Bereichen hin; was die Unterbringung der Migranten betrifft, gebe es noch keine endgültige Lösung. Sorge mache nach wie vor die Finanzlage von Griechenland. Und in der Ukraine und im Nahen Osten tobten unvermindert militärische Konflikte. Dazu komme in Österreich und Europa auch eine große wirtschaftliche Verunsicherung. Ein Mehr an Wachstum und Beschäftigung sei derzeit die wichtigste Aufgabe für Österreich. *(APA/red)*

Respekt.net Datenauswertung von steuernzahlen.at

Belastung des Mittelstands

Wien. Der Verein respekt.net hat eine bundesweite Hochrechnung der Gesamtsteuer- und Abgabenlast der Österreicher inkl. Konsumsteuern erstellt. Das am Donnerstag vorgestellte Ergebnis: Von einer progressiven Steuerkurve ist Österreich weit entfernt, und Ärmere leisten deutlich mehr, als Lohn- und Einkommenssteuerstatistik zeigen.

„Haben eher eine Flat Tax"

„Wir haben eher eine Flat Tax als eine progressive Steuerquote", so Vereinspräsident Martin Winkler. „Die Vorteile unseres Steuersystems sammeln sich fast ausschließlich im obersten Dezil." Basis dafür sind Daten, die der Verein über www.steuernzahlen.at gesammelt hat. Rund 2.000 Datensätze von Bürgern, die ihre eigene Steuerleistung ermitteln wollten, wurden ausgewertet. Im Gegensatz zur Lohn- und Einkommenssteuerstatistik der Statistik Austria, die laut Winkler nur 33,7% des Steueraufkommens der natürlichen Personen Österreichs abdecke, seien auch Konsumsteuern, vermögensbezogene Steuern und Sozialversicherungsbeiträge eingerechnet worden. Auf dieser Basis leistet das oberste Dezil nicht 54% des Steueraufkommens, sondern 37%. Der Mittelstand werde am stärksten belastet, und die Ärmeren zahlen proportional mehr an Konsumsteuern als die Reicheren.

Man habe dem Finanzministerium die Daten zur Verfügung gestellt und als Antwort einen Beamten-Brief „unter dem Motto auf gut wienerisch ‚geht's scheißen'" bekommen, so Winkler wörtlich. *(APA)*


© Verein Respekt.net/APA-Fotoservice/Hörmandinger
Martin Winkler: „Antwort aus dem Finanzministerium à la ‚geht's scheißen!'"

SHORT

Insolvente PaperNet: Forderungen anerkannt

Wr. Neudorf. Im Zusammenhang mit der Insolvenz der PaperNet GmbH aus Wiener Neudorf haben 173 Gläubiger Forderungen von 11.631.645,97 € angemeldet, von denen laut AKV 9.338.218,82 € als zu Recht bestehend anerkannt wurden. Am Donnerstag wurde die Fortführung des Unternehmens konkursgerichtlich bewilligt. PaperNet ist die Österreich-Tochter des PaperlinX-Konzerns und beschäftigt sich mit dem Handel von Papier und Druck. *(red)*

IT-Umsatz in Wien viel höher als im Tourismus


© Daniel Schaler
Martin Puaschitz, Obmann der Fachgruppe UBIT Wien: „Umsatzplus".

Wien. Die Zahl der Wiener Unternehmensberater, Buchhalter und IT-Dienstleister hat mit 19.381 ein neues Rekordhoch erreicht. Mit einem Umsatzwachstum von 3,4% steigt auch die Bedeutung der wissensbasierten Dienstleister. So erwirtschafteten sie 2014 einen Umsatz von 14,11 Mrd. €. Allein der IT-Umsatz ist in Wien bereits um das Dreifache höher als jener des Tourismus. *(red)*

Weniger Pleiten wegen der Wirtschaftsflaute

Wien. In Österreich gab es im ersten Halbjahr um zehn Prozent weniger Firmeninsolvenzen. Die historisch niedrige Zinslage aufgrund der Wirtschaftsflaute wirke auf viele Unternehmen wie ein „Sauerstoffzelt", warnt der Kreditschutzverband KSV1870. In den ersten sechs Monaten 2015 haben insgesamt 2.537 Unternehmen Insolvenz angemeldet, ein Minus von 10,3%. *(APA)*

Creditreform: Ergebnis der KMU-Umfrage


© APA/dpa/Sebastian Kahnert
Trübe Stimmung in Österreichs Klein- und Mittelbetrieben.

Wien. Creditreform hat im Frühjahr 2015 rd. 1.500 österreichische KMU nach dem aktuellen Geschäftsklima befragt. Die Ergebnisse: Das Klimabarometer als Stimmungsindikator ist auf dem tiefsten Stand seit 2009. Der Bau ist am skeptischsten, die Industrie am zuversichtlichsten. Auftragseingänge und -erwartungen sind unter dem Krisenniveau 2008/2009. EZB-Geldschwemme, günstiger Eurokurs und billiges Öl kommen im Mittelstand nicht an. Und: Nur 38,7% wollen in Zukunft Investitionen tätigen. *(red)*

Wem gehört

Rezension Der konvertierte Digital Supernative Jaron Lanier hat eine bekannte Botschaft: Den Menschen geht die Arbeit aus. Seine Argumente und seine dystopische Zukunftsvision aber sind neu.

BETTY SIEGEL

Digest-Autorin
http://sturmunddrang.de/digest



© Sturm und Drang

BETTY SIEGEL

Spätestens seit der Verleihung des Friedenspreis des deutschen Buchhandels kommt an der dystopischen Zukunftsversion, die der konvertierte Digital Supernative Jaron Lanier in „Wem gehört die Zukunft?“ zeichnet, keiner mehr vorbei. Die Botschaft ist bekannt: den Menschen geht die Arbeit aus (Jeremy Rifkin: The end of work, 1993) – allerdings sind die Argumente neu.

Lanier beobachtet schon lange, wie durch die Digitalisierung Branche um Branche mit fest zugekniffenen Augen in ihren Untergang marschiert – allen voran die Musikindustrie, gefolgt vom Journalismus, der gerade in Europa den Warnschuss immer noch nicht gehört hat. Nun ist das Papierbuch fällig und im Gefolge auch alle seit Gutenberg anhängigen Gewerke wie Druckereien, Buchhandlungen, Papierhersteller, Lieferanten, etc. Der Sektor wird ersetzt durch jede Menge Jobs für einen Haufen Programmierer im Silicon Valley. Der Ausgangspunkt und Systemfehler besteht für Lanier darin, dass Internetuser einer *Gratismentalität* im Internet frönen. Für den einzelnen erscheine diese zunächst günstig: zum Beispiel in Form von Filesharing für Musik und Film, freier Bildung (Wikipedia, Online Tutorials) und Unterhaltung per Social oder Gaming Software. Doch auf den zweiten Blick: Zuerst werde der Produzent (Musiker, Universitäten, Vereine) enteignet und werde der genossene Mehrwert seiner Konsumenten durch die Vernichtung von Arbeitsplätzen hundertfach entwertet. Der allzu menschliche Makel, der dieser Logik zugrunde läge, bestünde dabei darin, dass der individuelle Mensch egozentrisch verbrämt meine, er sei der Kunde der Internetkonzerne. Tatsächlich sind wir aus der Perspektive des Informatikers Lanier aber nur ihr *Produkt* – und zwar das ihrer Algorithmen und Superserver.

Der Beutezug der Sirenen

Das Buch beschwört fast zwangsläufige Erinnerungen an Goethes „Zauberlehrling“. Seite um Seite nimmt die Ahnung Gestalt an, dass die Zauberlehrlinge Geister gerufen haben, die schon lange nicht mehr ihrem Willen gehorchen. Aber wessen Willen? Das ist die Frage, über die jetzt gesprochen werden muss. Um zu gestalten, wem die Zukunft gehört. Auf 473 Seiten versucht Lanier mit Leidenschaft und Eindringlichkeit, dem geneigten Laien das Unwesen dieser „Sirenenserver“ zu erklären. In Anlehnung an die Verlockungen der Sirenen in der griechischen Mythologie, die die Seefahrer in das Unglück schippern ließen, nennt er so die Megaserver von Amazon, Facebook, Google und Co.

Die Verlockung der Sirenenserver liegt darin, dass Internetriesen ihre Services zwar „umsonst“ anbieten, User sie aber am Ende doch teuer bezahlen. Es versetze die Internetkonzerne durch ihren schieren Hardwarevorteil in die Lage, in ungekanntem Ausmaß User-Daten zu sammeln und mit diesen Daten Geld zu verdienen. Wir, die Menschen, bekämen dafür vermeintlich günstigere Urlaubsreisen, „kauften auch”-Empfehlungen, virtuelle Freundeskreise und manchmal sogar für kleines Geld einen neuen Partner. Dies alles ändere jedoch nichts daran, dass das *große* Geld woanders und *ohne* uns verdient wird. Der schnelle Vorteil demaskiere sich langfristig als Nachteil, als Bedrohung für große Teile der Berufstätigen, und, nach Lanier, schließlich als Untergang der Mittelschicht, deren Wertschöpfung ebenfalls wegrationalisiert würde.

Künstliche Intelligenz

Die Ursache hierfür läge in der *Macht der Algorithmen*, die eine unendliche Vielfalt von Pfaden und Sortiervorgängen vornähmen, Korrelationen in Verhaltensfragmenten von Usern aufspürten – und mithin ein System von künstlicher Intelligenz darstellten, eine die unter uns weilt. Hier werden Zusammenhänge quantifiziert, die dem menschlichen Auge und Geist verborgen bleiben und dank der Zahlengläubigkeit der Marktwirtschaft unser System beherrschen. Der größte und beste Server gewinne, was Lanier zufolge unweigerlich zu monopolartigen „Starsystemen“ führe. Die Regel in einem Starsystem lautet, dass die „Besten extrem belohnt, während fast alle anderen – und das ist eine stets wachsende Anzahl von Konkurrenten – in die Armut gedrängt werden”. Die rasende Konzentration der Internetkonzerne, die das Starsystem nur noch weiter befeuert, könne man an den ständigen Auf- und Zukäufen beobachten – nachzulesen in den wenigen noch verbleibenden Zeitungen.

Digitale Automatisierung

Zwar schaffe diese Konzentration neue Arbeitsplätze, aber zahlenmäßig fingen sie nicht auf, was sie zersetzten. Die von Lanier oft genutzte Gegenüberstellung von industriellen und digitalen Arbeitsplätzen – General Motors vs. Instagram – sind zwar bekannt, aber das macht sie nicht weniger eindrücklich.

Das Unbehagen gegenüber dem amerikanischen Versicherungswesen, das nun deshalb nicht mehr Geld verdiene, weil es möglichst viele, sondern nur die per Algorithmus richtigen Personen versichere, ist gut benannt.

> „Bedrückend malt Lanier aus, welche Delle Chinas Wirtschaftswachstum erfahren wird, wenn wir aufgrund der (super-)exponentiell wachsenden Prozessorleistung künftig Handys als Designs zu Hause herunterladen und per 3D-Drucker ausdrucken.“

Aber besonders bedrückend und von stechender Klarheit malt Lanier aus, welche Delle wohl Chinas Wirtschaftswachstum erfahren wird, wenn wir aufgrund der (super-)exponentiell wachsenden Prozessorleistung zukünftig Handys als Designs zu Hause herunterladen und uns dann per 3D-Drucker ausdrucken. Die chinesische Regierung werde zunächst versuchen, diese Programme zu blockieren, daran aber scheitern und zuletzt als globaler Mobiltelefon-Lieferant völlig aus dem Spiel sein.

Die manuelle Arbeit tot und die Folgen für die Bevölkerung desaströs. Was geschieht mit Taxi- und Fernfahrern und uns selbst, wenn die Silicon Valley-Träume von Sirenenserver-gesteuerten Autos und Drohnen uns und alle Waren unfall- und staufrei zu ihren Bestimmungsorten bringen? Laniers These, in Goethes Bild gegossen: Die Geister, die wir riefen, hören nicht auf, das Wasser zu schleppen, und es steht uns dann plötzlich bis zum Hals ...

Humane Digitalisierung

Wie kann sich die Mittelschicht retten? Lanier dreht den Spieß um, stellt sozusagen wie vormals Marx den Hegel die Sirenenserver-Logik vom Kopf auf die Füße. Internetkonzerne sollten Menschen dafür bezahlen, dass sie ihre Daten *nutzen*. Analog zu dem anschaulichen und von ihm mitbearbeiteten Siegeszug von Walmart können Unternehmen diese Daten dann kontinuierlich zur Produktleistung und -empfehlung, aber auch zur Supply Chain-Optimierung nutzen. So wird aus jedem unserer digitalen Akte bares Geld für uns und wir können nach Herzen klicken und liken, was Maus und Tastatur hergeben – eine Win-Win-Situation. Das, was hier als humane Alternative beschrieben wird, ist das konsequente Zuendedenken einer Welt, in der alles automatisiert produziert wird. Die Menschen konsumieren hier nur noch und werden dafür bezahlt, dass sie das tun. Selbst die Altenpflege übernehmen Bettpfannenroboter. Ob das der europäischen Auffassung von Humanismus genügt, kann jeder selbst beantworten.

Belegfrei Marke Eigenbau

Beim Lesen des Buches fällt seine extrem eklektizistische Zusammendrängung von Inselwissensgebieten auf. Ein Argument, das überzeugen könnte, entpuppt sich schnell als Pappkamerad, wenn es keine weiteren Belege gibt. Lanier belegt sich am liebsten mit Lanier. Die Rezeption des Buches könnte entsprechend radikal zweigeteilter nicht sein: Die gängigen Feuilletons applaudieren gehorsam dem uns meilenweit in Denken und Erahnen vorausseiendem Amerikaner.

Nachdenklicher klingt man im Schauplatz der Hyperintellektuellen, dem *merkur-blog*. Florian Cramer demontiert Laniers Glaubwürdigkeit und stellt ihn als einen dar, der alles sei, nur kein Internetpionier, der den Begriff der „virtuellen Realität“ bestenfalls geklaut und aufgeblasen habe, und weist schließlich zu Recht auf die Ironie bei der Verleihung des Buchpreises hin, dass gerade Lanier ein Computerenwickler sei, der „Zeit seines Lebens versucht hat, Computer und digitale Medien von der Dominanz der geschriebenen Sprache zu befreien”. Nun gut, einer der „wichtigsten Konstrukteure der digitalen Welt” ist Lanier wohl nicht, wie es in der schriftlichen Begründung des Preises heißt. Und in der Tat drängt sich der Eindruck auf, dass dieser Preis nur in Europa und auch nur in dem digital rückständigen Deutschland verliehen werden konnte, wofür Lanier aber ja nichts kann. Solche Szenarien rezipieren hierzulande mit wohligem Schauer bei Tee und Keks technologiefeindliche Bildungsbürger ohne Facebook- und Twitter-Account in den Tiefen ihrer Ohrensessel.

Retter der digitalen Zukunft

Doch insgesamt lässt sich sagen, dass dieses Buch gerade aufgrund seiner Unzulänglichkeiten, der Phantastereien, der Halb- und manchmal eben doch Ganzwahrheiten niemanden kalt lassen dürfte. Die Erkenntnis, dass der Einzelne Google und Co nichts schuldet, sondern im Gegenteil, jene etwas ihren Nutzern, ist eine Überlegung wert. Eine praktikable Antwort auf die Lösung der Probleme der neuen Welt gibt das Buch nicht, aber es stellt durchaus die richtigen Fragen aus dem Blickwinkel eines eher besessenen denn selbstverliebten Praktikers mit einer Mission – der Rettung der digitalen Zukunft und Erschaffung einer humanistischen Informationsökonomie. Das allein schon macht das Buch und auch den Autor durchaus sympathisch.

Er behauptet an keiner Stelle, etwas anderes zu sein, als ein Nerd unter Nerds, der versucht, für uns ein Türchen in die Köpfe der Architekten der Zukunft zu öffnen. Kein Hexenmeister, aber einer, der die Gefahr von algorithmisierter Macht in wenigen falschen Händen erkennt und uns mitteilt. Keiner kann mehr sagen, man hätte es nicht wissen können.

Weitere Denkanstöße dieser Art finden Sie im Sturm und Drang-Studienmagazin aus der kommenden Konsumkultur: Digest. http://sturmunddrang.de/digest/



© Hoffmann und Campe

medianet verlost drei Exemplare von „Wem gehört die Zukunft?“ (Hoffmann und Campe 2014): feature@medianet.at



Jaron Lanier, 1960 in New York geboren, ist Computerwissenschaftler, Unternehmer, Schriftsteller und Musiker. Er hat den Begriff der „Virtuellen Realität“ erfunden, lehrt an der University of California und arbeitet für Microsoft. Die Encyclopaedia Britannica nennt ihn als einen der 300 wichtigsten Erfinder der Geschichte. „Wem gehört die Zukunft?“ (Hoffmann und Campe) wurde zu einem der meistdiskutierten Sachbücher im Jahr 2014.

die Zukunft?

© Jonathan Sprague

medianet
LEITARTIKEL

Erschütternde Erkenntnisse

Laut einer aktuellen Studie ist die Frage, ob Geld den Charakter verdirbt, keine akademische mehr, sondern nun auch experimentell nachweisbar.

SABINE BRETSCHNEIDER

Geldwert Die Nachrichtenagentur pressetext ist ein wahrer Quell der Inspiration: „In Versuchen belegt: Geld verdirbt den Charakter" lautet der Titel einer aktuellen Aussendung. Pecunia non olet könnte man dem entgegenhalten; wobei *dieser* Ausspruch auf einer Urin-Steuer im Alten Rom basiert – im Grunde eine Idee, die so uninteressant nicht ist. Aber das führt zu weit.

Also: „Menschen, die an Geld denken oder auf geldbezogene Gedanken gebracht werden, nehmen seltsame – genauer gesagt *nutzenmaximierende* – Charakterzüge an", zitiert pte den Ökonomen Jörg Kraigher-Krainer von der FH Oberösterreich. Bei vielen Menschen, heißt es weiter, reichten schon unauffällig platzierte Geldsymbole aus, um die Bereitschaft, zu helfen, zu spenden oder zu kooperieren, deutlich zu senken.

Trauriges Pleitenminus

Die Frage, ob Geld den Charakter verderbe, sei also längst keine akademische mehr, resümiert Kraigher-Krainer, sondern vielmehr nun auch experimentell nachweisbar. Schockiert? Nein? Tja, manchmal bestätigt das Forscherhirn, was das Bauchgefühl längst weiß.

Auf den ersten Blick weniger flott zu erfassen ist im Gegensatz dazu die Schlussfolgerung, die der Kreditschutzverein KSV1870 am Donnerstag zog: Das erfreuliche Minus in der Pleitenstatistik heimischer Unternehmen sei nicht etwa sorgfältigerer Unternehmensführung, besserer Auftragslage oder auch dem aktuellen Ökonomie-Triumvirat „billiges Öl, günstiger Euro, Geldflut der EZB" geschuldet, sondern ganz im Gegenteil: Die historisch niedrige Zinslage aufgrund der Wirtschaftsflaute wirke auf viele Unternehmen wie ein – temporäres – „Sauerstoffzelt". So niedrige Zinsen gestatteten nämlich auch hoch verschuldeten Unternehmen ein Weiterwirtschaften, da die *Zinslast* so erträglich ist.

Bei anziehender Wirtschaftslage und *steigenden* Zinsen seien allerdings diese Schuldenkaiser die ersten, die dann in die Insolvenz schlittern. „Wenn das Wirtschaftsgeschehen dynamisch ist, dann gibt es auch viele Insolvenzen", schreibt der KSV. Daher sei die gegenwärtige Flaute bei Insolvenzen nur bedingt erfreulich. Vielmehr reflektiere sie „die allgemeine Bewegungslosigkeit". Wenn das kein Pradigmenwechsel ist. Inwiefern ein Minus bei den Privatinsolvenzen negativ interpretiert werden sollte, ist noch offen.



mail to s.bretschneider @medianet.at

ZITAT DES TAGES

Karl Kraus, österreichischer Schriftsteller und Publizist

Es gibt nur eine Möglichkeit, sich vor der Maschine zu retten. Das ist, sie zu benützen.

Gastkommentar Michael Mayer, BNI

„Ich kenne da jemanden …"

Back to the roots Ein lokales und zugleich internationales Netzwerk ist kein Widerspruch. Das zeigt BNI in Österreich nun seit nunmehr zehn Jahren. In einzelnen Unternehmerteams treffen sich Vertreter jeder Branche im Morgengrauen, um effizient zu netzwerken; im Vordergrund steht dabei die persönliche Komponente.

Die Back-to-the-Roots-Mentalität und die kleinteilig strukturierte Unternehmerlandschaft in Österreich bestätigen, dass hyperlokale Netzwerke, wo sich Friseur, Installateur, Rechtsanwalt, PR-Berater und Werber aus dem gleichen Grätzel treffen, im Trend liegen. Das nicht umsonst. Eine Studie von AC Nielsen zeigt: Wir leben in einer *Empfehlungsökonomie*; 96 Prozent der Konsumenten treffen ihre Kaufentscheidungen aufgrund persönlicher Weiterempfehlungen. Das heißt: Umsätze steigen durch Mundpropaganda. Umso wichtiger ist es für Unternehmen, ihr Netzwerk, ihre Markenbotschafter von sich zu überzeugen.

„Hyperlokale Netzwerke, wo sich Friseur, Installateur, Rechtsanwalt, PR-Berater und Werber aus dem gleichen Grätzel treffen, liegen im Trend."

MICHAEL MAYER

In Zeiten, wo das Social Web und Massen an Information in Form von Werbeplakaten, Fernsehspots oder Zeitungsinseraten um die Aufmerksamkeit jedes Individuums kämpfen, steigt die Relevanz *persönlichen* Empfehlungsmarketings ins Unermessliche. Und trotzdem investieren viele Unternehmer zeitliche und vor allem finanzielle Ressourcen in die Gestaltung von Anzeigen und Inseraten. Dabei wäre es so einfach: Ein Netzwerk, das *lokal* tätig ist und trotzdem internationale Synergien bilden kann, könnte hier eine Lösung sein.

Stellen Sie sich vor, Sie wären ein Unternehmensberater, der in Wien tätig ist; einer Ihrer Kunden sitzt in San Francicso – dort braucht der Kunde dringend ein Konzil eines Steuerberaters. Statt Hunderte LinkedIn-Profile oder Google zu durchforsten, ruft der Steuerberater jemanden aus seinem Netzwerk an und fragt: „Kennst du da wen?" und Sie wissen schon, irgendjemand kennt jemand anders, der wieder jemanden kennt, der zufällig renommierter Steuerberater in San Francisco ist.



© Peter Berger

Visitenkarten sammeln ist die falsche Taktik

Ein Netzwerk ist nur dann stabil, wenn man seine Netzwerkknotenpunkte genau kennt und sie im Idealfall auch persönlich trifft. Es hat wenig Sinn, als Branchenveranstaltungs-Tourist von einem Event zum nächsten zu eilen und einige Visitenkarten zu sammeln und zu verteilen. Es wäre eine Illusion, zu glauben, so erhalte man ein effizientes Netzwerk.

Unser Netzwerk macht den Mehrumsatz für Unternehmen messbar. Allein im letzten Jahr konnten 516 Millionen Euro an Umsatz nur durch Empfehlungen der Netzwerk-Mitglieder in der D-A-CH-Region generiert werden, 74 Millionen Euro davon allein in Österreich. Die Philosophie „Wer gibt, gewinnt" treibt die Unternehmer an, Kollegen aus ihrem Team ihren Freunden, Bekannten, Geschäftspartnern und Kunden weiterzuempfehlen. Somit wurde die Phrase „Kennst du da nicht jemanden" vor allem für KMU und EPU und deren Business professionalisiert. Mundpropaganda entscheidet, ob ein Unternehmen reüssiert oder auch nicht.

Michael Mayer ist Nationaldirektor von BNI Österreich und Deutschland; http://www.bni.de/

Die abgedruckten Gastkommentare geben ausschließlich die Meinung des Verfassers wieder. Wir behalten uns das Recht auf Kürzung vor.

HEUTE IM BUSINESS WEEKEND



© Ismail Goekmen/PID

„Insgesamt sind derzeit (in Wien, Anm.) 20.000 Wohnungen in Bau oder in Bauvorbereitung."

WIENS WOHNBAUSTADTRAT MICHAEL LUDWIG , S. 26



© J. Hornig

„Schluss mit: ‚Das haben wir immer so gemacht!'"

J. HORNIG-CHEF JOHANNES HORNIG ÜBER SEIN CREDO, S. 68

IMPRESSUM

Medieninhaber:
„medianet" Verlag AG
1110 Wien, Brehmstraße 10/4. OG
http://www.medianet.at

Gründungsherausgeber: Chris Radda
Herausgeber: Germanos Athanasiadis, Mag. Oliver Jonke
Vorstand: Markus Bauer
Verlagsleiter: Bernhard Gily

Chefredakteurin/Leiterin des Redaktionsteams:
Mag. Sabine Bretschneider, Stv.: Dinko Fejzuli

Kontakt:
Tel.: +43-1/919 20-0
office@medianet.at | Fax: +43-1/298 20 2231
Fotoredaktion: fotored@medianet.at

Abo, Zustellungs- und Adressänderungswünsche:
ABO@MEDIANET.AT oder TEL. 01/919 20-2100

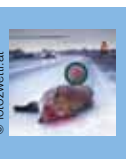
medianet prime news (primenews@medianet.at)
Chefredakteurin: Mag. Sabine Bretschneider (sb – DW 2173)
Chef vom Dienst: Rudolf Grüner (rg – DW 2176)
medianet marketing & media (medien@medianet.at)
Chefredakteur: Dinko Fejzuli (fej – DW 2175/ Medien)
Redaktion: Mag. (FH) Jürgen Hofer (hof – DW 2171)
medianet retail (retail@medianet.at)
Stv. Chefredakteur: Christian Novacek (nov – DW 2161)
Redaktion: Nataša Nikolić (nn – DW 2174), Daniela Prugger (dp – DW 2228)
medianet specials (specials@medianet.at)
Redaktionelle Leitung: Britta Biron (bb – DW 2226)
medianet financenet & real:estate (financenet@medianet.at)
Chefredakteurin: Mag. Linda Kappel (lk)
medianet advisory (advisory@medianet.at)
Chefredakteur: Paul Christian Jezek (pj)
medianet technology & industrial technology (technology@medianet.at)
Chefredakteur: Peter Mosser (pm)
Leitender Redakteur: Chris Haderer (hc)
medianet destination (destination@medianet.at)
Chefredakteur: Peter Mosser (pm)
medianet automotive business (automotive@medianet.at)
Chefredakteur: Peter Mosser (pm)
medianet health economy (healtheconomy@medianet.at)
Chefredakteur: Martin Rümmele (rm)
medianet careernetwork (careernet@medianet.at)
Chefredakteur: Paul Christian Jezek (pj)

Lektorat: Mag. Christoph Strolz ***Grafik/Produktion:*** Raimund Appl, Peter Farkas ***Lithografie:*** Beate Schmid, Berat Qelaj ***Anzeigenproduktion:*** Aleksandar Milenkovic ***Druck:*** Mediaprint Zeitungsdruckerei Ges.m.b.H. & Co. KG, Wien ***Vertrieb:*** Post.at & „>redmail Logistik & Zustellservice GMBH, Service-Hotline: 795 00-60, servicecenter-wien@redmail.at" ***Erscheinungsweise:*** 2x pro Woche (Di & Fr) ***Erscheinungsort:*** Wien ***Einzelpreis:*** 3,– € (Di); 4,– € (Fr) ***Abo:*** 279,– € (Di & Fr); 179,– € (Fr) (Jahr) (inkl. Porto & 10% MwSt.) ***Auslands-Abo:*** 429,– € (Di & Fr); 229,– € (Fr) (Jahr). Bezugsabmeldung nur zum Ende des vereinbarten Belieferungszeitraums bei 6-wöchiger Kündigungsfrist; es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen; Gerichtsstand ist Wien. Gastbeiträge müssen sich nicht mit der Meinung der Redaktion decken.

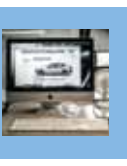
Offenlegung gem. § 25 MedienG:
http://cms.medianet.at/offenlegung/

marketing & medi


© Infoscreen/C. Breneis


© fotozweti.at

APPLIKATION
Spotteron ermöglicht die einfache Beteiligung und Mithilfe von Bürgern **Seite 9**


© Helge Kirchberger

KAMPAGNE
Agentur Adwerba bestätigt den aktuellen BMW & Mini Aftersales-Etat **Seite 10**

EVENT
Infoscreen lud zum Dinner nach Schönbrunn **Seite 12**

SHORT


© IAB UK/CC BY-NC-ND 2.0

John Hegarty, Gründer der Londoner Kreativagentur Bartle Bogle Hegart BBH, unterstützt Filmproduzent Richard Curtis bei seinem Projekt „ Project Everyone“. Hintergrund ist ein für September geplanter Gipfel von 193 Staatschefs, wo man Botschaften in nur sieben Tagen an sieben Milliarden Menschen bringen möchte; die Kampagne dazu wurde nun im Rahmen der Cannes Lions vorgestellt. *Seite 10*


© WKO

Angelika Sery-Froschauer, Geschäftsführerin der gleichnamigen Agentur Sery* Creative Communications, ist von der ersten Stunde an in den neuen Portalen der „medianet“ Verlag AG vertreten, welche sowohl die Szene der Werbeagenturen als auch jene der PR-Agenturen abbilden. Sie erwartet sich dadurch unter anderem eine gute Vernetzung zu neuen Auftraggebern und neuen Märkten. *Seite 10*

© Green Brands

Norbert Lux, Brandmarketing-Experte, erläutert im Interview mit **media**net die Hintergründe und Anforderungen zum Green Brands-Gütesiegel. Die Auszeichnung prämiert Verdienste rund um die Themen Bewusstsein für Nachhaltigkeit, Umweltschutz und gesunden Lebensstil. Aktuell startet die dritte Verfahrensrunde, künftig wolle man mit dem Siegel weiter expandieren. *Seite 11*

Der medianet Sonderthemenplan 2015 ist hier abrufbar! (www.medianet.at)

Von der Tea Time hin zur Agenturgründung


© leadersnet.at/Daniel Mikkelsen

Peter Mayer, Franz Merlicek, Rosa Haider-Merlicek, Johannes Newrkla und Lukas Grossebner (von links nach rechts) baten zur Agenturpräsentation.

Fünfergespann Was Anfang des Jahres mit der Tradition des Salons samt Tea Time begann, mündete nun in einer Agenturgründung: Die fünf kreativen Schwergewichte von „Merlicek & Grossebner“ sprachen mit **media**net über ihre Ansprüche und Pläne mit der neuen Agentur. **Seite 8**

Rechte Paket – wohl mit Österreichbeteiligung – bestätigt

Fußball-Euro 2016 spielt im ORF


© APA/Herbert Neubauer

Schon im März hat Alexander Wrabetz den Erwerb dem Stiftungsrat verkündet.

Wien. Der ORF hat die Sicherung der TV-, Radio- und Internet-Rechte für die Fußball-EM 2016 in Frankreich offiziell bestätigt. Das Kontinentalturnier findet von 10. Juni bis 10. Juli 2016 statt, das ÖFB-Team steht kurz vor der Qualifikation.

Für ORF-Generaldirektor Alexander Wrabetz „könnte die Euro 2016 mit – hoffentlich – Österreich unter den Teilnehmern, zu einem der ORF-Programm-Assets seit der Heim-EM 2008 werden“. Den Preis für die Rechte bezeichnete Wrabetz als „im Rahmen unserer Möglichkeiten und wirtschaftlich vertretbar“. *(APA)*

Jetzt Ihren kostenlosen Grundeintrag prüfen!

xpert.network
by medianet

Das erste B2B-Branchenportal für Werbeagenturen und Marketingberater ist jetzt online!

„medianet“ Verlag AG
1110 Wien, Brehmstraße 10/4
Tel.: +43 1 919 20 - 2247
xpert@medianet.at | xpert.medianet.at

Hier geht´s zu xpert.medianet.at:

Neugründung Im Gespräch von der Gründungsidee im Salon zur Tea Time bis hin zum Kampf gegen den Verruf der heimischen Werbebranche

„Habe mich immer geärgert, dass unser Beruf in Verruf geraten ist“

„Merlicek & Grossebner“: Gemeinsam mit Jani Newrkla, Peter Mayer & Lukas Grossebner gründen die Merliceks eine neue Agentur.



© leadersnet.at/Daniel Mikkelsen

medianet traf die Spitze der neuen Agentur: Franz Merlicek, Rosa Haider-Merlicek, Lukas Grossebner und Johannes Newrkla (von links nach rechts) in den neuen Agenturräumlichkeiten in Wien-Mariahilf.

DINKO FEJZULI
JÜRGEN HOFER

Wien. „Es hat noch nie eine so junge Agentur mit gleichzeitig so viel Erfahrung gegeben“, werden wir zum Interview mit der derzeit wohl meist beäugten Neugründung in der Kreativbranche Österreichs am Standort Kirchengasse 3 begrüßt, wo seit Kurzem „Merlicek & Grossebner“ ihre Büroräumlichkeiten bezogen haben.

Dahinter stehen – wie der Name der neuen Agentur unweigerlich verrät – Franz Merlicek, Rosa Haider-Merlicek, Lukas Grossebner, Peter Mayer und Johannes Newrkla – mit Ausnahme von Mayer allesamt Werber mit Demner, Merlicek & Bergmann-Vergangenheit. Eben diese – mit der fristlosen Entlassung von Haider-Merlicek und dem folgenden Ausscheiden ihres Mannes Anfang des Jahres – ermöglichte erst die Agenturgründung in dieser Besetzung.

„Rosa hat zu Beginn des Jahres die Tradition des Salons und der Tea Time aufleben lassen“, erläutert Merlicek. So habe man Freunde, Bekannte bis hin zu Agenturverantwortlichen zu sich eingeladen, um über die (gemeinsame) Zukunft nachzudenken.

„Dieser Austausch hat uns enorm geholfen, wieder Fuß zu fassen und das Spielfeld neu zu definieren, auf dem man mir zuletzt die Mitspieler und das Publikum wegnahm und zu guter Letzt auch das Flutlicht abdrehte“, ergänzt Haider-Merlicek. Von Überlegungen eines Home Offices mit Freelancern bis hin zu einer Agenturgründung kreisten die Gedanken, bis Lukas Grossebner ins Spiel kam. „Eine Zeit lang war völlig offen, was wir tun werden. Aber es war schon klar, nicht nur als ‚Merlicek‘ oder ‚Merliceks‘ etwas tun zu wollen, sondern gemeinsam mit jungen Leuten durchzustarten. Und der Lukas hat ja eine Zeit lang so ziemlich alles gewonnen“, so Merlicek.

> „Irgendwann haben Werber damit begonnen, untertags ihre normale Routinearbeit zu tun und erst abends Gold-Ideen zu kreieren.“
>
> **ROSA HAIDER-MERLICEK ...**

Dann kam Peter Mayer – gemeinsam mit Grossebner im Vorjahr zu Heimat, Berlin nach Deutschland gegangen – an Bord. Er hatte sich bei Merlicek noch zu dessen D,M&B-Zeiten im Frühsommer 2014 vorgestellt und ihn „sofort begeistert“. Damals konnte er ihn aber, so Merlicek, „Gott sei Dank“ nicht überzeugen, womit er jetzt vermutlich nicht verfügbar gewesen wäre.

Und mit Johannes „Jani“ Newrkla fand man einen kreativen Strategen, der neben vier anderen Kreativen auch die wirtschaftliche Seite verantworten soll und der in seiner Agentur Bluetango auch räumliche Kapazitäten zur Verfügung hatte, da er viel mit freien Mitarbeitern werkte. Bluetango selbst werde in den nächsten 1-2 Jahren in der neuen Agentur Merlicek & Grossebner aufgehen, an der Franz Merlicek, Lukas Grossebner und Johannes Newrkla jeweils gleich große Anteile halten, Peter Mayer besitze „etwas weniger“, so die anderen. Haider-Merlicek wird ihre Anteile mit Anfang 2016 übernehmen, da sie sich aktuell noch in einem Rechtsstreit mit D,M&B befindet.

Mit der Gründung von Merlicek & Grossebner haben sich die fünf Verantwortlichen auch vorgenommen, etwas anders zu agieren, als sie das bei großen Agenturen wie D,M&B, Heimat, Berlin oder DDB zuletzt gewohnt waren.

„Unsere Branche kann junge Talente nicht mehr anziehen, weil es kein Modell gibt, das junge Leute in die Werbung holt und ihnen gute Rahmenbedingungen liefert“, kritisiert Grossebner, der auf 16-Stunden-Tage bei „lausiger“ Bezahlung verweist. „Wir wollen Dinge bewusst anders darstellen, und diese Freude an neuen Ideen bieten.“ Dabei wolle man auch, losgelöst von den „oft starren Strukturen“ großer Agenturen, agieren und eben der Kreativität ihren Freiraum bieten.

Kurz nach Bekanntwerden der Agenturgründung hätten sich bereits Dutzende Kreative per Initiativbewerbung gemeldet. Aktuell halte man bei rund 50 Bewerbungen von Menschen, die bei neuen Aufgaben mitmachen wollen.

„Wir haben alle untereinander das Gefühl, dass wir jeweils den anderen bereichern können und uns im Gegenzug auch selbst bereichern lassen wollen“, führt Grossebner weiter aus und verweist auf das breite Spektrum, das die Kreativen mit sich bringen. „Sei es Franz mit jahrzehntelanger Erfahrung in Markenführung beispielsweise für Darbo, oder Rosa für Ja! Natürlich, dazu eben die kreative und wirtschaftliche Expertise von Jani (Johannes Newrkla) und dann meine Erfahrungen aus Netzwerkagenturen mit Einblicken in internationale Kundenstrukturen“, so Grossebner.

> „Jede Arbeit verdient die beste Idee, das wollen wir für unsere Kunden auch so halten. Wir sehen die Kür als Pflicht.“
>
> **... ZUR BRANCHE**

Dieser breite Mix, eingangs angesprochen mit „junge Agentur mit so viel Erfahrung“, sei auch der Reiz: „Agenturen, die sich neu gründen, sind normalerweise so aufgestellt, dass sich gleichaltrige Menschen treffen, um etwas Neues zu wagen“, umreißt Newrkla. „Wir vereinen hier nun gleich drei Generationen mit geballter Erfahrung und jungem Spirit.“

Den Grundgedanken zu neuen Ansätzen beschreibt Merlicek folgend: „Ich habe mich schon immer darüber geärgert, dass unser Beruf so in Verruf geraten ist, nur weil die meiste Werbung selbst in Verruf geraten ist. Das zu verändern, war und ist unser Anspruch.“

„Irgendwann haben Werber damit begonnen, untertags ihre normale Routinearbeit zu tun und erst abends Gold-Ideen zu kreieren“, kritisiert Haider-Merlicek die Award-Sucht der Branche. „Jede Arbeit verdient die beste Idee, das wollen wir für unsere Kunden auch so halten. Wir sehen nämlich die Kür als Pflicht.“

Derzeit arbeitet das Fünfer-Gespann mit drei Beratern, einem Designer und einem Grafiker für etwa zehn Kunden. Großkunden von D,M&B, wo man immerhin mit dem eigenen Namen für Etats stand, habe man aber keine mitgenommen. „Es ist nicht unser Ziel, ‚alte‘ Kunden abzuwerben; vielmehr möchten wir neue gewinnen“, so Haider-Merlicek. „Wenngleich ich so einen großen Kaufmannsladen schon vermisse“, wie sie ihre Handelskunden nennt.

Wohin man sich künftig entwickelt? Natürlich wolle man auch für große Etats arbeiten, so die fünf Partner unisono, „aber kein Wachsen um jeden Preis – auch um kleine, flexible Strukturen aufrechterhalten zu können“, schließt Newrkla.





© Rosa Haider-Merlicek

Neue Agentur, neue Adresse, neues Schild: Franz Merlicek (links) und Kollegen montieren das Türschild in der Kirchengasse in Wien-Mariahilf; Rosa Haider-Merlicek dokumentiert das Treiben vor den neuen Büro-Räumlichkeiten.

PERSONEN

Franz Merlicek gründete 1969 gemeinsam mit Mariusz Jan Demner die heute größte Agentur Österreichs D,M&B; Ende der 80er-Jahre verkaufte er seine Anteile und war danach als Kreativer für die Agentur tätig.

Rosa Haider-Merlicek war seit 1998 Kreativdirektorin bei D,M&B, davor bei Y&R, Haslinger, Keck und Sigi Mayer.

Johannes Newrkla war 20 Jahre lang Partner und Geschäftsführer bei Demner, Merlicek & Bergmann, Anfang der 2000er gründete er seine eigene Agentur Bluetango. Newrkla wurde 2003 zum Präsident des Art Directors Club of Europe gewählt, aktuell ist er Mitglied im Board der Interessensvereinigung.

Lukas Grossebner war nach seiner Zeit bei D,M&B bei Jung von Matt/Donau, danach in führenden Postitionen bei DDB Tribal Wien und Heimat, Berlin.

Peter Mayer agierte als Art Director bei DDB und war zuletzt gemeinsam mit Grossebner bei Heimat, Berlin in Deutschland.

App Mit der Beteiligung und Mithilfe von Bürgern an Forschungsprojekten können breitgefächerte Daten zu bestimmten Themen erhoben werden

Eine App, der Umwelt zuliebe

Mit der neuen App „Spotteron“ bekommt das Thema „Citizen Science“ einen regelrechten Boost.

Wien. Das Thema „Citizen Science“ ist in aller Munde. Mit der Beteiligung und Mithilfe von Bürgern an Forschungsprojekten können nicht nur breitgefächerte Daten zu bestimmten Themen erhoben werden, sondern auch Wissenschaft an die Beteiligten vermittelt werden. Wichtig dabei – und bisher eher eine Hürde – ist, dass die Eingabemöglichkeiten zu einzelnen Projekten via App oder Website technisch möglichst einfach gehalten werden sollten.

Diese Hürde nimmt das neu veröffentlichte System Spotteron.

„Die Idee zu Spotteron wurde während einer Wanderung im Sommer 2013 geboren. Inmitten eines Waldstücks im Süden Wiens fanden sich Bauschutt, Reifen und anderer Müll, der langsam vor sich hin rottete und die Natur vergiftete. Diese Sichtung führte zu der Überlegung, dass es doch mittels Smartphone und dessen verfügbaren GEO-Koordinaten möglich sein müsste, solche wilden Müllkippen in eine Datenbank einzutragen und diese Spots an die zuständigen Stellen weiterzuleiten“, so CEO Philipp Hummer über die Geburtsstunde von Spotteron.

Damit ist Spotteron selbst ein universell einsetzbares System für Smartphone Apps im Bereich Citizen Science, Naturbeobachtung, Smart Cities und Umweltschutz, welches Usern ermöglicht, Einträge zu definierten Themenkreisen zu dokumentieren und einzusenden.

Die Anwendungsbereiche sind weit gefächert: Neben dem Schulprojekt „NaturVerrückt“, bei dem Schüler landwirtschaftlicher Schulen in Österreich gemeinsam mit den Spotteron-Usern für die Klimaforschung der ZAMG (Zentralanstalt für Meteorologie und Geodynamik) die phänologischen Phasen von ausgewählten Pflanzen beobachten, steht mit dem „Projekt Roadkill“ der Boku Wien bereits ein weiterer öffentlicher Release eines Spotteron-Projekts als Smartphone App bereit.

Dabei können User mittels Spotteron-App alle auf den Straßen zu Tode gekommenen Wirbeltiere in die Datenbank des Projektteams der Universität für Bodenkultur Wien eintragen, um hier gemeinsam unter dem Aspekt Citizen Science zur Forschung beizutragen.

„Neben dem Wissenschaftsbereich und der Umweltschutzthematik sind in dieser Weise noch eine Vielzahl von Anwendungen denkbar, von aktiver Bürgerbeteiligung in städtischen Gebieten bis hin zu Smartphone Apps zu überregionalen Themen. Always-on, hat das Smartphone in Rekordzeit die Form unserer Kommunikation verändert; lassen wir es nun also auch die Welt verändern“, zeigt sich Philipp Hummer überzeugt.

(red)

www.spotteron.com



© fotozwetti.at

Via App kann man künftig u.a. Umweltsünden oder verendete Tiere melden.

HarCon Media 600.000 €

„Starterhilfe“

Wien. HarCon Media & Consulting legt ein Förderprogramm auf, bei dem Dienstleistungen aus den Bereichen Marketing, PR und Unternehmensberatung im Wert von 600.000 Euro pro Start-up vergeben werden. Die Förderung ist in den nächsten zwei Jahren auf 10 Start-ups aus Österreich und Deutschland limitiert. Die Bewerbungen können nun abgegeben werden.

„Gute Kommunikation“

Start-ups brauchen gute interne und externe Kommunikation, um wahrgenommen zu werden. Das gilt für Bewerbungen um Investorengelder genauso wie für den aktiven Verkauf ihrer Produkte und Dienstleistungen. Der Gesamtwert der Leistungen pro Start-up beträgt 600.000 Euro. HarCon Media & Consulting begleitet die Start-ups zwei Jahre lang operativ. Vom ersten Marketingkonzept über laufendes Coaching, aktive PR-Arbeit und Medien-/Werbepakete gibt es auch Unterstützung und Coaching in den Bereichen Sales, Stakeholder-Management und Organisationsentwicklung. Das Start-up bezahlt für diese Leistungen keinen Cent. Im Gegenzug erhält HarCon Media & Consulting Geschäftsanteile am Start-up.

HarCon Media & Consulting-Geschäftsführer Constantin Wollenhaupt über die Notwendigkeit solcher Förderpartnerschaften: „Start-ups haben viele Ideen und sie gelten als Zukunftsträger der Wirtschaft. Neben Kapital brauchen Start-ups vor allem einen Partner auf Augenhöhe.“ *(red)*



© harcon.at

Constantin Wollenhaupt, Geschäftsführer von HarCon Media & Consulting.



Etat Kampagne

BMW weiterhin mit Adwerba



© Helge Kirchberger Photography (2)

Agiert für den Kunden BMW: das Team der Agentur Adwerba.

Salzburg/Wien. Im Frühjahr hat die BMW Vertriebs GmbH den BMW & Mini Aftersales-Etat für die Konzeption und Durchführung der Saisonkampagne in der Region CSEU neu ausgeschrieben und zu einem Präsentationspitch geladen.

Etathalter Adwerba konnte sich gegen namhafte internationale Agenturen durchsetzen und betreut weiterhin diese bedeutenden Geschäftsbereiche.

Claudia Heuberger, Manager Aftersales Communication: „Die betreuende Agentur Adwerba hat uns mit ihren neuen Ideen für eine zielgruppenorientierte Kommunikation und umfassender Abwicklungskompetenz überzeugt."

Weitere Etats verlängert

Ebenfalls verlängern konnte Adwerba die Betreuung der österreichischen BMW-Partner im wichtigen Geschäftsfeld BMW Premium Selection und Gebrauchte Automobile und freut sich über ein erfolgreiches Neukunden-Geschäft mit Bernecker+Rainer, Skidata und Günther Tore.

Die Adwerba Kommunikationsagentur mit Sitz in Salzburg und Wien beschäftigt 18 Mitarbeiter und betreut u.a. BMW Financial Services, American Express, Shopping Center Nord oder Brunex. Think. Act. *(red)*

Cannes Lions Größte weltweite Marketing-Kampagne des Jahrzehnts soll im September 2015 starten

7 Milliarden Menschen in nur 7 Tagen erreichen

Jung von Matt/Donau und Reichl und Partner sorgen für Bronzene Cannes-Löwen für Österreich.

PETRA STEINKE

Cannes. Das wichtigste Festival für kreative und innovative Kommunikation ist nicht nur bekannt für seine Löwenjagd. Im Mittelpunkt stehen auch 250 Vortragende, Werbegrößen aus aller Welt, Top-Kreative und diesmal sehr viele Musikstars wie Pharrell Williams, der mit iHeartMedia,Inc über die Kooperation unterschiedlicher Kreativbereiche sprach, oder DJ-Star David Guetta, der auf Publicis Groupe Chairman und CEO Maurice Lévy traf. Der US-Rockstar Marilyn Manson, der 2006 schon einmal die Cannes Lions besuchte, zeigte sich heuer ohne Make-up und hielt gemeinsam mit Tor Myhren, Worldwide Chief Creative Officer bei Grey, das Annual Grey Music-Seminar.



© Newsbroker (2)

Zu Gast bei den Cannes Lions in Südfrankreich: Kim Kardashian, Richard Curtis und John Hegarty (von links nach rechts).

„First ever global cinema ad"

Die Fülle von Seminaren und Workshops ist kaum zu bewältigen und die große Auswahl macht es schwierig, immer rechtzeitig am richtigen Ort zu sein. In Cannes überhaupt wahrgenommen zu werden, ist für viele Agenturen und Stars eine große Herausforderung. Eine von denen, die es geschafft hat, ist sicherlich das IT-Girl Kim Kardashian mit ihrem Gespräch über erfolgreiche Social-Media-Strategien. Auch der Filmproduzent und Drehbuchautor Richard Curtis erregte mit der Präsentation seines neuen und ehrgeizigen Projekts viel Aufsehen. Der in Neuseeland geborene Drehbuchautor ist bekannt geworden mit zahlreichen britischen Comedyserien wie z.B. „Mr. Bean". Zu den bekanntesten Filmen zählen die Bridget-Jones-Filme, außerdem „Notting Hill" und „Vier Hochzeiten und ein Todesfall". Unter dem Motto „Tue Gutes und rede darüber" hat Curtis das Projekt Project Everyone ins Leben gerufen. Hintergrund ist der im September 2015 geplante Gipfel der 193 Staats- und Regierungschefs bei den Vereinten Nationen in New York, auf dem die Post 2015-Agenda für Nachhaltige Entwicklung beschlossen wird; sie wird weltweit geltende Ziele für Nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) zur Bekämpfung der Armut und des Klimawandels enthalten.

Das mächtige Bestreben von Project Everyone ist es, diese globalen Ziele mit 7 Milliarden Menschen (Weltbevölkerung) in nur 7 Tagen zu teilen („7 billion people in 7 days"). Kein anderer als die 71-jährige britische Werbelegende Sir John Hegarty, Gründer der Londoner Kreativagentur Bartle Bogle Hegarty (BBH), unterstützt Curtis mit der Kino-Kampagne „#WEHAVEAPLAN" und stellte sie am Mittwoch mit SAWA (Screen Advertising World Association), dem Gründungspartner der Initiative, vor.

Die Kino-Werbekampagne soll dann auf der ganzen Welt zur selben Zeit ausgestrahlt werden. Ein ähnliches Projekt dieser Größe gab es noch nie.

Sir John Hegarty erscheint das Kino als das beste Medium, um vor allem junge Generationen anzusprechen: „Um so eine wichtige Mitteilung auf der ganzen Welt zu streuen, ist globales Kino das perfekte Medium. Ich habe eine lebenslange Liebe zum Kino und ich habe immer geglaubt, dass eine große Idee einen großen Bildschirm braucht." Curtis betonte gegenüber der Presse, dass man auch noch Social Media-Plattformen wie z.B. Facebook dafür ins Boot holen wolle.

Vier Löwen für Österreich

Nach einem Bronze-Löwen bei den Press-Lions punktet Jung von Matt/Donau für smart auch bei den Outdoor-Lions, wo man zwei weitere Löwen in Bronze ergattern konnte. Ebenso einen Bronze-Löwen holte am Montag auch Reichl und Partner für den Kunden List General Contractor.

xpert.network Portale bieten Überblick über Werbebranche sowie PR-Szene

Darstellung und Vernetzung

Wien. Im Rahmen ihrer Digitaloffensive launchte die „medianet" Verlag AG ein Portal für Werbeagenturen und Marketingberater sowie ein eigenes Portal für PR-Agenturen. Unter xpert.medianet.at/ findet sich ein umfassender Überblick aller am Markt teilnehmenden, relevanten Werbeagenturen und Marketingberater sowie PR-Agenturen und PR-Berater des Landes.

Vom Start an im Portal mit einer umfassenden Leistungsschau vertreten ist auch die Agentur Sery* Creative Communications.

„Sery* Creative Communications ist eine Full Service-Agentur und bietet auf verschiedenen Fachgebieten der Werbung professionelle Betreuung durch Experten. „Das neue **media**net-Portal xpert.network ist für uns eine ideale Branchenplattform, auf der wir uns und unsere Leistungen transparent darstellen können. Der User profitiert von den raschen Screeningmöglichkeiten und erhält einen guten Überblick über das Angebot", erläutert Geschäftsführerin Angelika Sery-Froschauer die Vorteile aus ihrer Sicht.



© WKO



© medianet

Angelika Sery-Froschauer ist mit ihrer Agentur am neuen Portal vertreten.

Auftraggeber und Märkte

„Unsere Geschäftsprozesse entwickeln sich immer mehr in Richtung online. Mit dem Agenturportal von **media**net werden wir dies vom ersten Kontakt an nützen und dadurch zusätzlich durch Cross Selling profitieren. Wir sind als Agentur gern bei den Ersten dabei und häufig Vorreiter auf einem Gebiet. Wir erwarten uns von unserer Kooperation mit dem xpert.network eine zeitgemäße Präsentationsplattform und in weiterer Folge eine gute Vernetzung zu neuen Auftraggebern und neuen Märkten", führt die Agenurchefin weiter aus.

Die neue xpert-Portalwelt der „medianet" Verlag AG findet sich online unter:

http://xpert.medianet.at/

DB Schenker Logistiker stellt Mitarbeiter in den Vordergrund

„Partner gesucht"



© DB Schenker

Die Kampagne „Partner gesucht" von DB Schenker Logistics.

Wien. Im Mittelpunkt der neuen Kampagne „Partner gesucht" von DBSchenker Logistics stehen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich mittels Steckbrief auf „Partnersuche" begeben.

Die Kampagne stellt beispielhaft 35 Mitarbeiter von österreichischen Standorten in den Vordergrund und ermöglicht den Blick auf die Menschen hinter dem international agierenden Logistikdienstleister mit weltweit über 95.000 Mitarbeitern.

„Die neue Kampagne holt unsere Mitarbeiter vor den Vorhang, weil sie am besten die Stärken von DB Schenker darstellen: In allen Situationen ein verlässlicher Partner zu sein, der seinen Kunden lokal, national und international mit großer Expertise und persönlicher Einsatzbereitschaft beiseitesteht", freut sich Kurt Leidinger, CEO von DB Schenker in Österreich und Südosteuropa, über die Initiative.

Die aktuelle Kampagne startete kürzlich österreichweit mit Inseraten in Print und Online-Medien, Großflächenplakaten, Online-Bannern und Social-Media-Aktivitäten; die Ausgaben für Print und Online werden dabei übrigens gleich hoch sein. *(red)*

Green Brands Die dritte Verfahrensrunde für das Gütesiegel in Österreich steht unmittelbar bevor – Deutschland folgt in wenigen Monaten

Expansion steht auf der Agenda

Ein umfangreicher Prozess mit mehreren Verfahrensstufen garantiert die Qualität – auch die „Kleinen" kommen so zum Zuge.

REINHARD KRÉMER

Wien/Hamburg. Der Brandmarketing-Experte Norbert Lux hat 2007 die „Initialzündung" für die Green Brands gesetzt, wo man jährlich ein Gütesiegel an „grüne" Marken verleiht (siehe Kasten). **medianet** sprach mit dem Initiator über aktuelle Entwicklungen und zukünftige Erwartungen.

medianet: *Wie geht es der Green Brands-Idee seit ihrer Gründung?*
Norbert Lux: Sehr gut! Es war eine sehr lange Entwicklungszeit – von 2007 bis 2011 –, aber dank der Partnerschaft mit österreichischen Institutionen wie SERI und auch dem österreichischen Gewerbeverein sowie den Jurymitgliedern haben wir 2011 die Realisierung geschafft. Wir stehen jetzt vor dem Start des dritten Verfahrens in Österreich, und in Deutschland beenden wir in wenigen Monaten das zweite Verfahren.


© Green Brands
Norbert Lux, Green Brands: Anfragen auch von der Universität Singapur.

medianet: *Werden Sie mit Green Brands expandieren?*
Lux: Zurzeit verhandeln wir mit drei weiteren Partnern, die das Verfahren in Schweden, Dänemark und Norwegen realisieren sollen. Unser Verfahren ist bislang in 30 Ländern geschützt; das Green Brands-Verfahren kann in anderen Ländern durch Franchise umgesetzt werden. Es ist schwierig, Partner zu finden, die das Verständnis für Nachhaltigkeit haben, und auch das Netzwerk, um es ins Leben zu rufen. Denn man muss ja eine Jury gründen, man benötigt Medienpartner, etc. Wir sind aber recht optimistisch für die Zukunft!

medianet: *Was erwarten Sie für die nächsten fünf Jahre?*
Lux: In den nächsten fünf Jahren hoffen wir, dass wir in mindestens fünf weiteren Ländern etabliert sind. Wir haben auch schon Anfragen aus Asien erhalten. Einige mit Green Brands ausgezeichnete Unternehmen verwenden das Gütesiegel auch dort, und so kamen Anfragen von der Universität Singapur, Hongkong und Jakarta. Wir haben in Asien auch schon Gespräche geführt, doch als wir tiefer gingen, haben wir festgestellt: Die wollen die Kriterien aufweichen und andere Maßstäbe setzen. Dann haben wir die Reißleine gezogen, denn es kann nicht sein, dass das strenge Verfahren verwässert wird und es dann quasi eine ‚Light'-Auszeichnung gibt und uns das Ganze dann um die Ohren fliegt. Wir legen den Fokus daher auf Europa.

medianet: *Gibt es eine Branche, in der sich besonders viele Green Brands herauskristallisieren?*
Lux: Ja, interessanterweise die Naturkosmetik sowohl in Österreich als auch in Deutschland, Hotels und Druckereien. Wir zeichnen ja Unternehmen, Dienstleistungen und Lebensmittel aus – also die ganze Bandbreite in vier verschiedenen Validierungsverfahren.

medianet: *Wie kann man denn das Gütesiegel erhalten?*
Lux: Man muss nominiert werden, man kann sich nicht selbst bewerben. Die Nominierung erfolgt durch Marktforschung, die wir in zweijährigem Rhythmus mit über 70 Kriterien in der Bevölkerung organisieren. Da werden die Top-Fünf nominiert. Dazu gibt es die Nominierung durch die Medienpartner und die Jury-Mitglieder. Diese sind aktuell Stephan Blahut vom Österreichischen Gewerbeverein, Susanne Hasenhüttl, ÖGUT, Friedrich Hinterberger, SERI Nachhaltigkeitsforschungs- und -kommunikations GmbH, Ruth Hofmann, oliv, Doris Holler-Bruckner, oekonews, Bernhard Holzbauer, Klimabündnis, Sandra Majewski, no sugar Marketing, Christian Plas, denkstatt GmbH, Alfred Strigl, plenum, Thomas Weber, Biorama und Constantin Wollenhaupt, nachhaltigkeit.pur.

medianet: *Ein umfangreicher Prozess …*
Lux: Ja, und mit dem Auswahlverfahren haben wir gewährleistet, dass nicht nur die großen Marken und Unternehmen nominiert werden, sondern auch die Kleinsten, wie zum Beispiel das Biolandhaus Arche in Kärnten, das ein echter Familienbetrieb ist. Die Bandbreite reicht dann bis zu den ganz Großen wie zum Beispiel in Österreich beim ersten Verfahren Spar. Eine Abschlussveranstaltung findet übrigens alle zwei Jahre zusammen mit dem Schirmherrn – das ist der Präsident des Österreichischen Gewerbevereins – im Wiener Palais Eschenbach statt, wo die Marken noch einmal geehrt werden.

GÜTESIEGEL

Green Brands verleiht – in Zusammenarbeit mit ebenfalls unabhängigen Institutionen und Gesellschaften im Umweltschutz-/Klimaschutz- und Nachhaltigkeits-Bereich sowie mit Markt- und Meinungsforschungsinstituten – das Green Brands-Gütesiegel. Mit der Auszeichnung werden „grüne" Marken geehrt, die auf das zunehmende Bewusstsein der Bevölkerung für mehr Nachhaltigkeit, Umweltschutz und gesunden Lebensstil reagieren bzw. so ausgerichtet sind.



INFOSCREEN MEETS TIERGARTEN SCHÖNBRUNN



1

2

3

4

© Infoscreen/Christoph H. Breneis (5)

1. Hans-Jörg Steiner (Infoscreen), Claudia Anders und Dragica Androsevic (beide media.at), Nina Kettl (Infoscreen); 2. Edith Frauscher (Infoscreen) mit Claudia Schmidberger-Slond (Tiergarten); 3. Nina Kettl (Infoscreen), Petra Hofstätter (media.at); 4. Gunther Hietler (Infoscreen) und Gabriele Halama (Bluetango Werbegesellschaft).

Infoscreen lud zu einem spannenden Abend in den Zoo

Tierisch gut

Informationsreich Infoscreen lud in den Tiergarten Schönbrunn, und rund 220 Gäste ließen sich diese originelle Einladung nicht entgehen. Bei der Begrüßung der vielen Gäste scherzte der gut gelaunte Gastgeber **Franz Solta**: „Weil Zoo-Direktorin Dagmar Schratter heute nicht hier sein kann, habe ich doppelte Redezeit." Der Infoscreen-Geschäftsführer nutzte seine Rede spontan für eine kleine Abstimmung unter den Gästen des Fahrgast TV-Senders und stellte die Frage, wer 2017 bei der Eröffnung des neuen Giraffenhauses nicht dabei sein wolle. Es erhob sich tatsächlich keine Hand. Wie in den Vorjahren war auch die heurige Tiergarten-Rundreise durch sechs Kontinente binnen kürzester Zeit ausgebucht; bestimmendes Thema waren diesmal die Fressgewohnheiten rund um den Globus. Weltumspannend war anschließend auch die kulinarische Reise beim Dinner in der Orangerie des Tiergartens. An der Expedition nahmen unter anderem **Alexander Gänsdorfer** (T-Mobile Austria), **Prisca Olbrich** (Volksoper Wien GmbH), **Hans-Peter Petutschnig** (Ärztekammer Wien), Is**abella Sage** (Zipcar), **Niklas Jelinek** (Waff) sowie **Heimo-Ralph Fuchs** (OMD Mediaagentur) teil. *(red)*



Franz Solta freute sich über den regen Besuch.

NÖ WERBEPREIS 2015



© leadersnet.at/Christian Mikes

agentur werbereich freute sich über den Sieg in der Kategorie „Kampagne" für ihre Kampagne für den Kunden Jedlersdorfer Alm – Die Großstadtalm.

Die WKNÖ vergab zum 38. Mal den NÖ Werbepreis

Alle wollen den Goldenen Hahn

Galaveranstaltung Am Mittwochabend lud die Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation zum begehrten Niederösterreichischer Landeswerbepreis Goldener Hahn. Zur mittlerweile 38. Verleihung versammelte sich das gesamte Who-is-Who der niederösterreichischen Werbeszene im Schwechater Multiversum und wartete mit Spannung auf die Siegerehrung.

Der Wichtigkeit der niederösterreichischen Kreativwirtschaft Rechnung tragend, ließen sich sowohl die Präsidentin der Wirtschaftskammer Niederösterreich, **Sonja Zwazl,** als auch Landesrätin **Barbara Schwarz** die Verleihung nicht entgehen, die den Gewinner gratulierten. Neben Niki **Lauda, Toni Polster, Herbert Prohaska** waren auch **Hermann Maier** und weitere Promis beim heurigen NÖ Werbe-Grand Prix anwesend. Für Unterhaltung sorgte der lediglich stimmlich präsente Comedian **Alex Kristan**.

Der NÖ Werbe-Chef **Günther Hofer** zeigte sich zufrieden: „Der niederösterreichische Landeswerbepreis hat sich zu einer attraktiven Plattform in puncto Anbahnung von Neugeschäften entwickelt. Mit einer Einreichung zum Goldenen Hahn und mit dem Besuch der Gala betreibt man Auftragsakquise."

Viele glückliche Gewinner

Zu den Gewinner-Agenturen gehören: Cayenne (Kategorie Außenwerbung), Gugler (Kategorie Anzeige und Broschüre/Folder), contemas websolutions (Kategorie Website/Onlinemarketing), Point of View (Kategorie Film/Animation), ghost.company (Kategorie Dialogmarketing), Susanne Mätzler Art Director (Kategorie Public Relations), Putz & Stingl (Kategorie Messe/Event/Promotion), werbeprofi (Kategorie Verpackungsdesign), Marian & Co (Kategorie Grafikdesign/Corporate Design), Werbeagentur Nexus (Kategorie Eigenwerbung) & agentur werbereich (Kategorie Kampagne). *(red)*

medianet termine

FMP Academy #01 Classic Day: 15. Juli 2015 im GroupM (Vordere Zollamtstraße 13, 1030 Wien). Preis: 450 €; für FMP-Mitglieder: 370 €
www.forummediaplanung.at

TIPP DES TAGES



© Blessing Verlag

Wo war ich nochmal?
Mit knapp 30 drehte John Cleese die erste Folge von Monty Python's Flying Circus. Und schon damals stellte er sich einige bedeutsame Fragen: Bombardierten die Deutschen sein englisches Heimatdorf aus ihrem Sinn für Humor? Würde er sich jemals von seinem Trauma eines Kaninchenbisses erholen? Zur Beantwortung dieser Fragen schrieb John Cleese dieses Buch. Blessing, 22,99 €, ISBN: 978-3896675057

KARRIERE & MENSCHEN ÜBER DIE MAN SPRICHT



© Elke Mayr/WB

Brigitte Galley, *Wiener Zeitung*

Neuzugang Ab dem 20. Juli wird Brigitte Galley die Leitung Marketing und Anzeigenverkauf für die *Wiener Zeitung* sowie für alle Print-und Onlineprodukte der Verlagsgruppe übernehmen. Galley ist aus einem mehrstufigen Auswahlverfahren hervorgegangen, das mithilfe des Personalberatungsunternehmens Neumann und Partner durchgeführt wurde. „Wir freuen uns, dass wir nunmehr unsere Wunschkandidatin auch für uns gewinnen konnten", erklärte Wolfgang Riedler, der Geschäftsführer der *Wiener Zeitung*. Galley sei eine profilierte und anerkannte Expertin mit viel professionellem Management-Know-how.



© Himmelhoch

SUZANA MARSIC, HIMMELHOCH

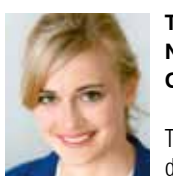
Suzana Marsic startete ihre Karriere bei Himmelhoch als Praktikantin und ist nun als Junior-Beraterin festes Mitglied des Teams. Zuvor war Marsic mehrere Monate als Projekt- und Kommunikationsassistentin an der Universität Salzburg tätig, wo sie Kommunikationswissenschaften studierte.



© OWM/Die Hoffotografen

STEPHANIE BEER, OWM

Seit dem 1. Juni ist Stephanie Beer Leiterin Kommunikation und Pressesprecherin bei der Organisation der Werbungtreibenden im Markenverband (OWM). Sie verantwortet die interne und externe Kommunikation und kümmert sich um den Ausbau der Mitgliederkommunikation.



© Communication Matters

THERESA VONACH, COMMUNICATION MATTERS

Theresa Vonach unterstützt das Team als Public Relations-Assistentin. Die Wienerin studierte Publizistik und Kommunikationswissenschaften an der Universität Wien und absolvierte dieses Jahr den Masterstudiengang Politische Kommunikation an der Universität Amsterdam.

EVENTTIPP



© APA

Forum„Qualität im Wirtschaftsjournalismus"
Rund um die Frage „Analysieren Wirtschaftsjournalisten an der Wahrheit vorbei?" gestaltete sich die Enquete rund um Qualität, wirtschaftliche Abhängigkeit und der Käuflichkeit von Wirtschaftsjournalismus. Neben Vorträgen wird auch eine Podiumsdiskussion stattfinden. Das Forum findet am 9. September 2015 von 18:00 bis 20:30 Uhr in der Austria Presse Agentur (APA) in Wien statt.

retail



© Coty Prestige

MÄNNERHAUT

Lancaster Skin Therapy Perfect Fluid: ein neues Beauty-Produkt für den Mann verspricht makellose Männerhaut **Seite 18**


© Bidgee

AUSSIE DISCOUNT

Aldi Süd hat in Australien 370 Filialen – und will deutlich mehr **Seite 16**


© How Hwee Young

GAMMELFLEISCH

Gammelfleisch in China mit historischer Dimension: 40 Jahre altes Fleisch **Seite 16**


© APA/Techt

HANDELSPROFI

Peter Buchmüller ist neuer oberster Händler in Österreich **Seite 18**

SHORT



© Faruk Pinjo

SCS Drei Mio. € für das Upgrading von 4 von 5 Toilettenanlagen. „Sauberkeit und Hygiene sind uns wichtig“, berichtet Center Manager Anton Cech (Bild). Es gilt, in Sachen Einkaufszentren eine Abgrenzung zu treffen – gegenüber dem Onlinehandel und gemäß der Unterscheidung ‚gutes EKZ vs. nicht so gutes EKZ‘. *Seite 15*


© APA/EPA/Robin Van Lonkhuijsen

Elefantenhochzeit Die Fusion der Benelux-Händler Ahold und Delhaize ist beschlossene Sache. Zustande kommt (per 2016) ein Umsatzkoloss mit 55 Mrd. €, der zu 33 Mrd. von Ahold gestemmt wird. Sinn der Hochzeit ist das stärkere Auftreten in den USA, wo man zur Nummer 5 der Handelsorganisationen avanciert. *Seite 16*

„Konsumenten wollen keine Wegwerfprodukte“


© Lisi Specht

Gabriele Zgubic (AK Wien) stellt fest: Es geht um Ressourcenverbrauch, Abfallerzeugung und den ökonomischen Nachteil für die Konsumenten.

Geplante Obsoleszenz Handys, Kleidung, Möbel – die Produktlebensdauer von Gebrauchsgegenständen wird immer kürzer. Manchmal ist der Verschleiß von Herstellerseite sogar gewollt, kritisieren Konsumentenschützer. **Seite 14**

Handel Arbeiten an größter Systemumstellung im Entgeltbereich, die es in KVs bislang gab

„Zielstruktur“ für KV bis Ende ’15

Wien. Bis Ende 2015 wollen die Sozialpartner des Kollektivvertrags für Handelsangestellte, die Bundessparte Handel der WKO und GPA-djp, eine sogenannte Zielstruktur für die Entwicklung des neuen Gehalts- und Beschäftigungsgruppenschemas fertig haben. Bis Mitte 2016 sollen die Detailausarbeitung und die Gestaltung der Einführungsphase abgeschlossen sein. „Wir arbeiten intensiv an der größten Systemumstellung im Entgeltbereich, die es in Österreichs Kollektivverträgen bislang gegeben hat“, so Peter Buchmüller, Obmann der Bundessparte Handel. „Es geht bei diesem Prozess nicht um kosmetische Änderungen von bestehenden Regelungen“, erklärt Vorsitzender des GPA-djp-Wirtschaftsbereiches Handel, Franz Georg Brantner. Es gehe darum, die Vielzahl der Berufsbilder im Handel, mögliche Karrieren und die Kriterien für deren Bewertung gut abzubilden. Derzeit laufen erste Vorarbeiten für die Gestaltung einer neuen und einheitlichen Gehaltstafel im Handel. Das neue Gehaltsschema soll alle Handelsangestellten einbeziehen und betrifft österreichweit rund 470.000 Angestellte. *(red)*


© APA/Roland Schlager

Franz Georg Brantner ist Vorsitzender des GPA-djp-Breiches Handel.

Mode Gewinn blieb hinter dem Umsatzwachstum zurück

H&M-Umsatz stieg



© Theekoggauhl/Wikimedia/CC BY-SA 3.0

In Österreich gibt es aktuell 72 H&M-Stores und drei COS-Geschäfte.

Stockholm. Bei der Modekette H&M hinkt der Gewinn dem kräftig steigenden Umsatz hinterher. Im 2. Quartal legte der Überschuss zwar um 11 Prozent im Jahresvergleich auf 700 Mio. € zu. Der Umsatz kletterte mit 21 Prozent aber deutlich stärker – und dies ließ die Gewinnspanne schrumpfen. H&M-Chef Karl-Johan Persson nannte unter anderem höhere Materialkosten als Bremse für höhere Gewinnzuwächse. Der Wert fiel im zweiten Quartal im Vergleich zum Vorjahreszeitraum von 60,8 auf 59,4 Prozent. Zu H&M gehören auch andere Marken wie COS oder Monki. *(APA)*

Geplante Obsoleszenz Absichtlich verkürzen manche Unternehmen die Lebensdauer ihrer Erzeugnisse und vermindern deren Reparierbarkeit

Eine kurze Lebensdauer schafft Nachfrage in gesättigten Märkten

Laut AK-Studie machen Österreicher bei digitalen Medien – vor allem dem Handy – schlechte Erfahrungen mit der Produktlebensdauer.

DANIELA PRUGGER

Wien. Die Konsumgewohnheiten haben sich verändert. Auf der einen Seite begeistert sich der moderne Verbraucher für Design, erwartet Vielfalt und interessiert sich für die Philosophie von Marken und Unternehmen. Auf der anderen Seite wird die Lebens- und Nutzungsdauer alltäglicher Gebrauchsgegenstände wie Handys, Laptops, Kleidung, Drucker, Möbel und so weiter immer kürzer. In manchen Fällen verkürzen Erzeuger die Produktlebensdauer sogar künstlich und sorgen damit für Nachfrage – auch in gesättigten Märkten. In diesem Fall spricht man von geplanter Obsoleszenz, also dem geplanten Verschleiß von Produkten. Konsumentenschützer beobachten und kritisieren diese Strategie seit Jahren. Denn die Gebrauchsgüter gehen nicht nur früher ein, auch ihre Reparierbarkeit nimmt ab und begünstigt damit das frühzeitige Wegwerfen von Dingen aller Art.

Problem: soziale Akzeptanz

„Geplante Obsoleszenz gehört eindeutig und ausschließlich in den Verantwortungsraum ‚vom Rohstoff bis zum Regal' (raw to shelf)", erklärt Stefan Schridde, Gründer des Blogs „Murks? Nein Danke!" Der gelernte Betriebswirt ist anerkannter Experte für geplante Obsoleszenz. „Fälschlicherweise wird von manchen Politikern, Ministerien, Behörden und Marktbeobachtern die Verantwortung immer noch den kaufenden Bürgern zugeordnet", erklärt Schridde. Die unternehmerische Seite wiederum werde weitgehend geschont, auch dank aktiver Lobbyarbeit. Aktuell beschäftige ihn die zunehmende Tendenz, LED-Leuchtmittel fest in Lampen einzubauen. Dadurch werde die Produktnutzung „Lampe" auf die Nutzungsdauer des Leuchtmittels begrenzt. „Dabei zeigt sich, dass die Aussagen zur Lebensdauer der LED durch das komplette Leuchtmittel selbst deutlich unterschritten werden." In seinem Blog dokumentiert Schridde seit Jahren Obsoleszenz-Fälle bei Herstellern wie Apple, HP, Epson, Sony uvm. Geplante Obsoleszenz werde heute zwar als Tatbestand anerkannt, so der Deutsche, aber weitere Debatten seien unabdingbar: „Unternehmen erkennen immer noch nicht, die ihnen zukommende Verantwortung im Sinne eines ‚Leadership for durability'". Die Arbeiterkammer (AK) Wien untersuchte in einer empirischen Studie den Umgang und die Nutzung von 21 Gebrauchsgütern in Österreich. Ein zentrales Ergebnis: Konsumenten haben einen hohen Anspruch an Produkte, aber aus diversen Gründen eine geringe Erwartung an deren Lebensdauer. Wird eine vergleichsweise kurze Nutzungsdauer bereits als selbstverständlich, gar „normal" hingenommen? Studienleiter Harald Wieser kommentiert: „Neben der kurzen Lebensdauer und schlechten Reparierbarkeit der Produkte sind vor allem die soziale Akzeptanz einer kurzen Nutzungsdauer und die Verkaufsstrategien der Unternehmen problematisch."

Handy wird 2,7 Jahre genutzt

Laut AK-Studie führt die niedrige Erwartungshaltung von Konsumenten auch zu einer geringeren Bereitschaft einen höheren Preis für Qualitätsprodukte zu zahlen und Gegenstände wenn nötig auch selbst zu reparieren. Dieser Umstand wiederum lässt Konsumenten im Zweifelsfall aber neue Produkte den gebrauchten vorziehen. Was die positiven und negativen Erfahrungen mit der Produktlebensdauer angeht, so machen Konsumenten ihre negativsten Erfahrungen mit der Produktkategorie Digitale Medien (siehe Grafik 2) – allen voran dem Handy oder Smartphone. Am häufigsten positiv überrascht zeigten sich die Studienteilnehmer von der Lebensdauer diverser Haushaltsgroßgeräte, wie der Waschmaschine und dem Fernseher – Gegenstände, deren Lebensdauer allgemein als hoch gilt. Doch die Nutzungsdauer hängt auch stark von soziodemografischen Faktoren ab. Ältere Konsumenten, Konsumenten mit einem höheren Bildungsniveau und einem höheren Einkommen nutzen Gegenstände in der Regel länger.

Unter den 21 Gegenständen, zu denen die Teilnehmer der Studie befragt wurden, sind Sandalen jene mit der allerkürzesten Nutzungsdauer: Im Durchschnitt werden diese in Österreich nach 2,2 Jahren abgelegt, weitergegeben oder entsorgt (siehe Grafik 1). Auf Platz zwei folgt das T-Shirt mit einer Nutzungsdauer von 2,5 Jahren, und auf Platz drei findet sich auch schon das Handy bzw. Smartphone mit einer Nutzungsdauer von 2,7 Jahren. Auch Laptops und Notebooks haben in Österreich lediglich eine Nutzungsdauer von durchschnittlich 4,1 Jahren – und das trotz ihres meist stolzen Preises.

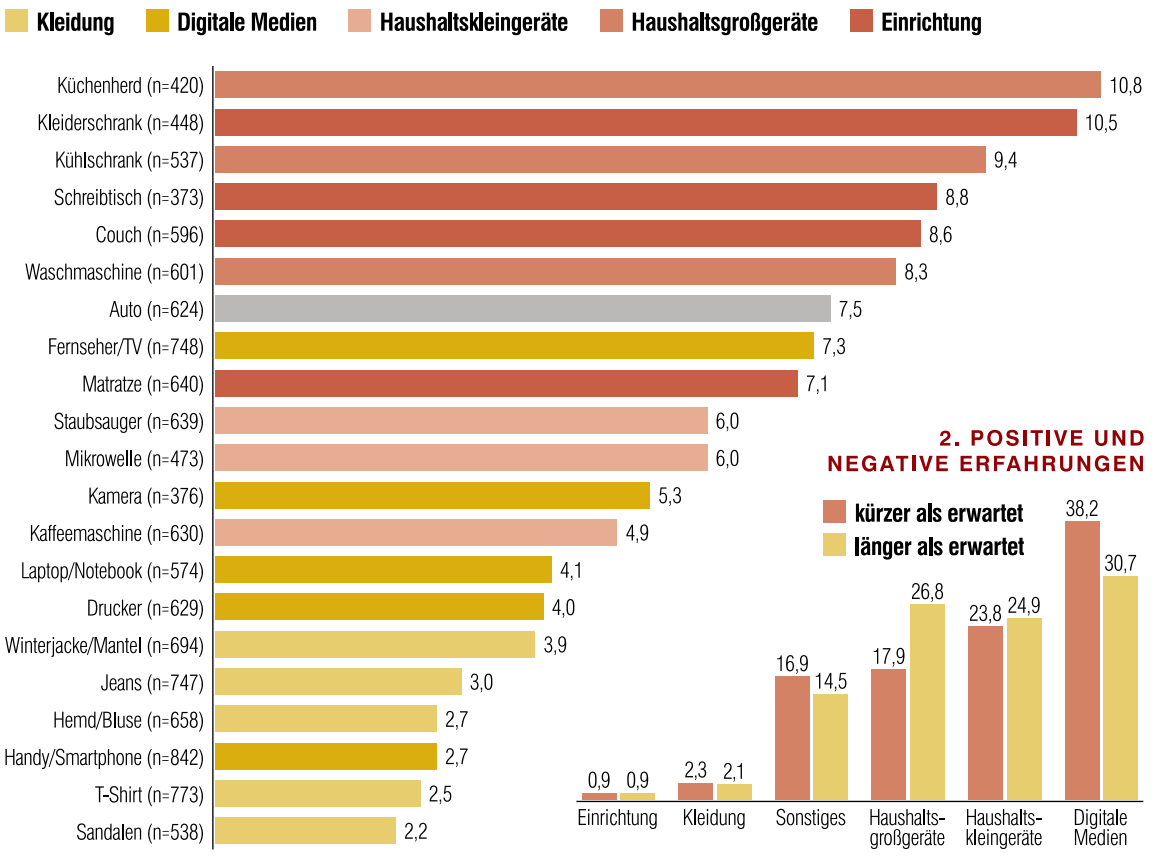
Doch für Wieser ist klar, dass Maßnahmen, die auf eine längere Nutzungsdauer abzielen, „über technische Aspekte hinausgehen müssen". Zwar spricht er von einer geteilten Verantwortung zwischen Konsumenten- und Hersteller-Seite. Jedoch hält er Maßnahmen, „die beim Unternehmen ansetzen, für effektiver". Schließlich hätten diese einen größeren Handlungsspielraum und das notwendige Wissen über ihre Produkte. „Letztlich liegt die Verantwortung für die Konsequenzen des beschleunigten Konsums bei allen Akteuren, denn eine kurze Nutzungsdauer und das frühzeitige Ersetzen von Gebrauchsgegenständen werden von einem auf Wachstum ausgerichteten Wirtschaftssystem begünstigt", ergänzt Wieser. Nachhaltiges Leben gehe nur, „wenn der Westen es schafft, das Konsumniveau beträchtlich zu senken". Dass tatsächlich eine sogenannte Wegwerfmentalität vorherrscht, konnte in der AK-Studie nicht nachgewiesen werden. Stefan Schridde tut den Begriff als Mythos ab. „Wegwerfwirtschaft" treffe es schon eher und beschreibe immerhin, „dass wir es weltweit mit einer prozyklisch kapitalgetriebenen Wirtschaft zu tun haben". Die Themen geplante Obsoleszenz und Haltbarkeit haben für Schridde eine besonders hohe gesellschaftliche und soziale Relevanz: „Haltbarkeit ist der stärkste Hebel, um vielen Anforderungen der Nachhaltigkeit und des Klimawandels gerecht zu werden."

„Handel hat es in der Hand"

Dafür, dass auch die Konsumenten-Seite sich damit auseinandersetzt, wie das Wirtschaftssystem nachhaltig organisierbar ist, plädiert auch Gabriele Zgubic, die Abteilungsleiterin der AK Konsumentenpolitik. Dafür brauche es aber auch adäquate gesetzliche Rahmenbedingungen: „Ein wirksamer Hebel wäre die Anhebung der Gewährleistungsfrist, die ist derzeit zwei Jahre. Auch Mindeststandards hinsichtlich Lebensdauer und Reparierbarkeit von Produkten wären sinnvoll sowie die längere Erhältlichkeit von Ersatzteilen." Für sie geht es um Ressourcenverbrauch, Abfallerzeugung und den klaren ökonomischen Nachteil für die Konsumenten. In erster Linie haben es die Produzenten und der Handel in der Hand, „langlebige und qualitativ gute Produkte" anzubieten, ist Zgubic überzeugt. Denn eines sei sicher: Konsumenten wollen keine „billigen Wegwerfprodukte".

1. DURCHSCHNITTLICHE NUTZUNGSDAUER

Wie lange benutzen Sie die folgenden Produkte normalerweise, bevor Sie diese ablegen/abstellen, weitergeben oder entsorgen? Angabe in Jahren



2. POSITIVE UND NEGATIVE ERFAHRUNGEN

AK-STUDIE

Im Zeitraum von November 2014 bis März 2015 untersuchte die Arbeiterkammer die Nutzungsdauer und Obsoleszenz von Gebrauchsgütern. Dabei wurden 1.009 in Österreich lebende Personen online nach ihren Erfahrungen, Wünschen und Erwartungen befragt. Neben der Erfassung der Nutzungsdauer von 21 Produkten legt die Studie einen Schwerpunkt auf die Beschaffung und Nutzung von Handys.



© Brenda Zoderer

„Eine nachhaltige Lebensweise ist erst möglich, wenn der Westen das Konsumniveau beträchtlich senkt."

HARALD WIESER
OBSOLESZENZ-EXPERTE



© Panthermedia.net/Aleksey Bakaleev

Lediglich 2,7 Jahre lang werden Handys in Österreich im Durchschnitt genutzt.



© Guter Rat / Nina Ruecker

„Unternehmen erkennen immer noch nicht die ihnen zukommende Verantwortung im Sinne eines ‚Leadership for Durability'."

STEFAN SCHRIDDE
MURKS? NEIN DANKE! E.V.

Unibail-Rodamco/SCS Der Einkaufszentrenbetreiber kreiert 4-Sterne-Zertifikat und schraubt die Anforderung an moderne Shoppingtempel hoch

Willkommen im Shoppinghimmel

SCS-Chef Anton Cech: „Mit neuem Standard Konkurrenz zwei Schritte voraus".

CHRISTIAN NOVACEK

Vösendorf. Drei Mio. € für das Upgrading von 4 von 5 Toilettenanlagen – der Optimierungsgedanke der SCS kennt keine Schranken: „Sauberkeit und Hygiene sind uns wichtig", berichtet Center Manager Anton Cech, „und laut einer aktuellen Studie von Marketagent sind sie auch für knapp 75 Prozent der Besucher des Einkaufszentrums wichtig." Weiters gelte es, in Sachen Einkaufszentren eine Abgrenzung zu treffen.

Erstens gegenüber dem boomenden Onlinehandel und zweitens gemäß der Unterscheidung ‚gutes Einkaufszentrum versus nicht so gutes Einkaufszentrum'. Der Betreiber Unibail Rodamco hat demgemäß das 4-Sterne-EKZ erfunden; dieses beruht in seiner Extraklasse auf 684 Kriterien, die es einzuhalten gilt. Die Kriterien werden unabhängig überprüft, einmal im Jahr unangekündigt vom international führenden Prüfungs- und Zertifizierungsinstitut SGS (Société Générale de Surveillance). „Damit ist sichergestellt, dass bei uns nicht nur der Mietermix auf Topniveau ist", konstatiert Unibail-Rodamco Österreich-Chef Thomas Heidenhofer, „sondern auch Service und Dienstleistungen erfüllen die höchsten Standards." Logischerweise folgen die für Österreich hohen Mieten ebenfalls dem 4-Sterne-Prinzip – allerdings, so Heidenhofer, „stehen den Mieten auch entsprechend hohe Umsätze gegenüber".

> „Wir haben für Einkaufszentren einen neuen Standard entwickelt. Den werden sich hier nicht viele Zentren leisten können."
>
> **ANTON CECH, HEAD OF SHOPPING CENTER MANAGEMENT**

Der Kunde wird dank 4-Sterne-Prinzip zum Fan, zum Stammkunden. Die derzeitige Entwicklung in der SCS-Besucherfrequenz scheint dem Upgrading-Willen der SCS-Besitzer recht zu geben: „In der Besucherfrequenz liegen wir im Juni bei einem Plus von acht Prozent gegenüber dem Vorjahr", berichtet Cech, „und auch im Umsatz verzeichnen wir heuer ein Wachstum." Was die Frequenz angeht, werden die Vorgaben, die Sommermonate betreffend, dann allerdings harsch: Der Juli verbuchte 2014 aufgrund des schlechten Wetters ein Plus von 23 Prozent. Entsprechend könnte heuer ein Minus von zehn Prozent ein guter Wert sein – er würde aber als solcher von den Mietern wahrscheinlich nicht wahrgenommen werden.

Zwanzig 4-Stern-Malls

Europaweit sind 20 von insgesamt 73 Shoppingcentern der Unibail-Rodamco Gruppe mit der 4-Sterne-Zertifizierung ausgezeichnet. In Österreich ist die SCS einzigartig auf 4-Sterne-Niveau – das Donauzentrum sollte sich in die nämliche Richtung entwickeln, ist aber, so Heidenhofer, „noch nicht so weit". Das 684 Kriterien-Backup ist übrigens ein Unibail-Exklusivkonstrukt – als solches muss es von den Mietern akzeptiert und gelebt werden, bleibt aber den Einkaufszentren anderer Betreiber vorenthalten, zumal, so Cech, „sonst kopiert uns die Konkurrenz quer durch Europa". Nichtsdestotrotz habe man einen Einkaufszentren-Standard entwickelt, den sich „in Österreich nicht viele Zentren leisten können". Damit sei man zurzeit ungefähr „zwei Schritte voraus".



© Faruk Pinjo

Center Manager Anton Cech (3.v.re.) und sein Team präsentieren die 4-Sterne-Auszeichnung für die Shopping City Süd – derzeit einzigartig in Österreich.





© Unibail-Rodamco Österreich/Marcel Koehler

Thomas Heidenhofer, Country Manager von Unibail-Rodamco Österreich.

SHORT

Gammelfleisch in China wurde beschlagnahmt



© How Hwee Young/EPA/picturedesk.com

Bei landesweiten Razzien wurde tonnenweise Gammelfleisch entdeckt.

Peking. Bei landesweiten Razzien haben chinesische Behörden Medienberichten zufolge tonnenweise gefrorenes Gammelfleisch beschlagnahmt – einige Stücke waren mehr als 40 Jahre alt. Insgesamt seien 100.000 Tonnen Hühnerflügel sowie Schweine- und Rindfleisch im Wert von umgerechnet 435 Mio. € beschlagnahmt worden, berichtete die staatliche Zeitung *China Daily* am Mittwoch.

„Der Gestank war unerträglich; als wir die Tür öffneten, hätte ich mich fast übergeben", berichtete ein Ermittler über den Fund von 800 Tonnen verdorbenen Fleischs in einem Lager der Provinz Hunan. Nach Angaben der Provinzregierung stammte das Fleisch aus schwer zu kontrollierenden Grenzregionen mit Vietnam, angeblich wurde es zu Lebzeiten des Gründers der Volksrepublik, Mao Zedong, abgepackt. Laut *China Daily* kauften die Schmuggler billiges Fleisch aus dem Ausland und brachten es dann via Hongkong und Vietnam auf das chinesische Festland. Aus Kostengründen wurde das Fleisch oft in einfachen statt gekühlten Lastwägen transportiert – und danach wieder eingefroren. *(red)*

In der Schweiz ist Wachstum angesagt

Zürich. Die Erholung des Konsums in der Schweiz hat sich im Mai fortgesetzt. Der UBS-Konsumindikator stieg von 1,67 auf 1,73 Punkte. Steigende Autoverkäufe und eine aufgehellte Stimmung der Händler deuteten auf ein Wachstum des Privatkonsums hin. *(APA)*

Mit bellaflora fliegen die Bienen aufs Smartphone



© bellaflora/APA-Fotoservice/Tanzer

Nach dem Hummelflug zu Wien bringt bellaflora Bienen aufs Handy.

Wien. Den Bienen eine Stimme geben will Blumenhändler bellaflora. Mit dem „Hummelflug zu Wien" stellte bellaflora die große Bedeutung von Wild- und Honigbienen bereits im April 2014 ins Rampenlicht: Rimski-Korsakows Hummelflug, adaptiert für Bläser und Percussion, und 28 zweibeinige Hummeln sorgten für Wirbel in Wien. Die freie Werksinterpretation des Klassikers gibt es nun auf der bellaflora-Webseite zum Download – kostenlos für iOS und Android: bellaflora Hummelflug Klingelton.

Retail International I Benelux-Händler Ahold und Delhaize schließen sich zusammen und avancieren zu Amerikas Nr. 5

Ahold & Delhaize bringen es auf 55 Mrd. € Umsatz

Fusion in 2016: Ein Aktiendeal in Höhe von 9,3 Mrd. € bildet das Rückgrat des Zusammenschlusses.

Amsterdam. Da fährt nun bald die Eisenbahn drüber: Die Supermarkt-Konzerne Ahold und Delhaize fusionieren. Sie stemmen sich damit gegen die stärker werdende Konkurrenz auf dem US-Markt. Der Zusammenschluss soll bis Mitte des kommenden Jahres über die Bühne gehen.

Formal kauft Ahold den belgischen Rivalen für rund 9,3 Mrd. €. Der Preis wird sodann mit eigenen Aktien bezahlt. Die Unternehmen sprechen von einem „Zusammenschluss unter Gleichen". Die Fusion würde sie zur Nummer fünf in den USA und zur Nummer vier in Europa machen.

Gemeinsam stark in USA

Schwerpunktmäßig sind beide Händler stark an der amerikanischen Ostküste sowie in den jeweiligen Heimatmärkten. Der Zusammenschluss würde weltweit mehr als 6.500 Läden mit 375.000 Mitarbeitern zeitigen. Das Umsatzgewicht gemahnt an eine Elefantenhochzeit: gut 54 Mrd. €. Dabei ist Ahold mit seinem Umsatz von zuletzt knapp 33 Mrd. € der größere „Elefant". Die bisherigen Ahold-Aktionäre sollen künftig mit 61 Prozent die Mehrheit an dem fusionierten Unternehmen halten. Der laufende Aktienrückkauf wird gestoppt, stattdessen will Ahold eine Milliarde Euro Kapital an seine Anteilseigner zurückgeben. Entsprechend die Erstreaktion an der Börse: Delhaize-Aktien verloren am Mittwochmorgen 3,2 Prozent an Wert, Ahold-Papiere legten um 3,4 Prozent zu. Allerdings war der Preis für Delhaize-Anteile seit den ersten Gerüchten im Mai über die mögliche Fusion um mehr als ein Fünftel gestiegen.

Die bei Fusionen stets ins Treffen geführten Synergieeffekte dürften Einsparungen von rd. 500 Mio. € jährlich bringen – und zwar bereits im dritten Jahr nach Abschluss des Deals. Das Management rekrutiert sich übrigens aus beiden Lagern: Der Chefposten im neuen Gemeinschaftsunternehmen gehört dem Ahold-Vorstandsvorsitzenden Dick Boer, Delhaize-Chef Frans Muller wird zur Nummer zwei im Vorstand.

Kartellrechtlich problemlos

Der Zusammenschluss bedarf naturgemäß noch der Zustimmung der Kartellbehörden – was Analysten zufolge in Bezug auf Amerika problemlos erfolgen wird. Lediglich die 28 Ahold-Märkte in Belgien könnten ein Thema für die Wettbewerbshüter werden. In den USA hatten beide Unternehmen zuletzt mehr Konkurrenz durch Wal-Mart und andere Supermarktbetreiber bekommen.

Der Zusammenschluss von Ahold und Delhaize ist schon der zweite Versuch, die Benelux-Händler zu verschmelzen. Schon 2006 gab es Gespräche über eine Fusion, die aber scheiterten; die Preisvorstellungen lagen damals angeblich zu weit auseinander. *(nov)*



© APA/EPA/Robin Van Lonkhuijsen

Ahold und Delhaize würden zusammen 6.500 Läden vereinen; Ahold ist der Größere der beiden mit 33 Mrd. € im Erlös.

TOP 10 LEBENSMITTELHÄNDLER IN HOLLAND

	Unternehmen	Außenumsatz*	Anzahl
1	Ahold	10.893	1.555
2	Jumbo Supermarkten	6.042	588
3	Lidl	2.786	396
4	Aldi	2.551	501
5	Lekkerland	2.315	k.A.
6	Sperwer	1.819	260
7	Sligro	1.642	196
8	Coop Supermarkten	917	234
9	Metro Group	833	17
10	Dirk van den Broek	661	169

* Außenumsatz 2014 brutto in Mio. €; Quelle: Planet Retail

Retail International II Aldi Süd setzt australische Marktführer Woolworths und Coles Supermarkets unter Druck

Discounter mischen bald Australien auf

Sydney/Mühlheim. Im australischen Lebensmittelhandel geht es zwischen den beiden großen Supermarktbetreibern Woolworths und Coles auf der einen und Herausforderer Aldi auf der anderen Seite heiß her. Der Chef des Supermarktbetreibers Woolworths, Grand O'Brien, gab seinen Rücktritt bekannt, nachdem das Unternehmen einen Gewinnrückgang für das aktuelle Geschäftsjahr ankündigen musste. Der größte Player im australischen Lebensmittelhandel will 1.200 Jobs streichen.

Aldi Süd hingegen gibt expansiv Vollgas in Australien: „Australien ist eine einmalige Gelegenheit, weil es dort keine Hard-Discounter gibt", zitiert die US-Großbank Morgan Stanley einen Aldi-Manager. In den kommenden Jahren will der Discounter in West- und Süd-Australien 700 Mio. australische Dollar investieren und sein Filialnetz von derzeit rd. 370 auf 480 Märkte ausbauen.

Darüber hinaus dürfte Aldi einen speziellen Coup gelandet haben: Die direkte O&G-Belieferung der Aldi-Märkte von Farmern war bis dato eine Stärke von Woolworths und Coles – nun könnte Aldi den beiden Marktführern ausgerechnet in ihrer Domäne paroli bieten. Zumal: Die kritische Größe (gleichzusetzen mit der Schwelle, aber der die Produktion von Eigenmarken rentabel ist), hat Aldi mit einem Erlös von 6 Mrd. australischen Dollar (4,12 Mrd. Euro) in 2014 bereits hinter sich gelassen. Seitdem gilt, wie es als Sager eines Aldi-Managers kolportiert wird: „Wenn Aldi in Australien die kritische Größe erreicht, ist er kaum aufzuhalten."

Wo bleibt der Lidl?

So weit, so gut – würde man nun eher für Aldi meinen. Indes: Wo der eine Discounter reüssiert, bleibt der andere nicht lang fern. Somit verwundert es wenig, wenn mittlerweile Medienberichte in Australien den Markteintritt von Discounter Lidl thematisieren. Zwar verlautete aus dessen Zentrale in Neckarsulm, dass es derzeit keine Expansionsgelüste nach Aussie-Land gebe; die Gerüchte verstummen aber nicht.

Denn dass der Lidl dem Aldi dann und wann einen kleinen Vorsprung vergönnt, gehört quasi zur Handelsgenealogie. Jedoch könnte dieser Vorsprung bald zu groß werden: Den derzeit 370 Märkten sollen nämlich in den nächsten Jahren Dutzende folgen. Dies dann aber teils mit erweitertem Sortiment – um auch zahlungskräftige Kunden anzusprechen. *(nov)*



© Bidgee/Wikimedia/CC BY 3.0

Aldi Süd verfügt in Australien über rd. 370 Geschäfte und expandiert flott weiter.

ALDI SÜD – UMSÄTZE 2012

Land	Mrd. €
Deutschland	12,35
USA	6,09
Großbritannien	2,65
Österreich	2,51
Australien	1,05
Schweiz	0,78
Irland	0,27
Ungarn	0,23
Slowenien	0,20

Quelle: EHI Institut Köln

Neues Konzept Der 31jährige Linzer Franz Seher eröffnet im Herbst einen Lebensmittelmarkt, in dem so wenig Müll wie möglich „mitverkauft“ wird

Erste müllfreie Greißlerei in Linz

holis market soll auch online und in anderen größeren Städten starten.

NATALIE OBERHOLLENZER

Linz. Den Ausschlag, mit einem neuem Lebensmittelprojekt zu starten, gab ein Besuch in einem Biomarkt, erzählt Franz Seher: „Ich habe mir alles genau angeschaut. Ich habe drei Mal mehr gezahlt als in einem konventionellen Supermarkt und ich habe viel zu viel Müll mit nach Hause schleppen müssen. Ich habe erkannt, dass ich für die Verpackung zahle und für die Entsorgung derselben; dazu noch die ökologischen Kosten“, erinnert er sich. Es war eine Kette von mehreren Aha-Momenten, die ihn dazu bewogen hat, seinen eigenen Supermarkt zu konzipieren.

Bio zum kleinen Preis

Seine Idee wird am 1. September Realität. Dann eröffnet in der Konrad-Vogel-Straße in Linz der erste Lebensmittelmarkt unter dem von ihm kreierten Label holis market, dazu geht der Web-Shop an den Start. Das Geschäft wird gleich mehrere Besonderheiten aufweisen, wie Seher verspricht: „Wir werden, so gut es geht, *ohne* Müll arbeiten. Die Ware wird offen angeboten und in Mehrwegbehältnisse aus Glas, Edelstahl oder Leinen verpackt.“ Die Produkte (das Sortiment soll zwischen 300 und 500 verschiedene Artikel betragen) sollen zu über 90% von biologischer Qualität sein. Und das zu einem wesentlich günstigerem Preis, als vergleichbare Ware in konventionellen Supermärkten oder Bioläden angeboten wird.

„Dadurch, dass wir einen riesigen Sack Nudeln kaufen, spart sich der Lieferant Verpackungs- und Marketingkosten, z.B. fürs Branding; dadurch sprechen wir von einer Kostenersparnis von bis zu zwölf Euro pro Kilo“, rechnet Seher vor.

Einfache gesunde Ernährung

Die bis zu 500 verschiedenen Produkte werden mitunter in einer Art Baukastensystem angeboten. Dabei werden die Rohstoffe portioniert und fix und fertig in Rezeptboxen vorgepackt – wodurch man es dem Kunden leicht machen möchte, sich gesund zu ernähren.

Ohnehin versteht sich holis nicht nur als bloßer Lebensmittelhändler, sondern auch als Ernährungscoach. Irgendwann wäre man auch gern Berater für körperliche und mentale Fitness, und auf jeden Fall solle der Einkauf bei holis wesentlich persönlicher vonstattengehen, als man es derzeit von den großen Ketten gewohnt ist.

Zehn Filialen bis 2020

Mit welchen Lieferanten Seher zusammenarbeitet, steht noch nicht fest. Die beiden Investoren Zotter und Sonnentor werden ihre Produkte jedenfalls im Geschäft gelistet haben. Ansonsten wird es sich weitestgehend um kleine Betriebe handeln – solche, die sich auf die Ansprüche von holis gut einstellen können. „Wir haben eine Liste an Lieferanten gesammelt und sondieren gerade, wer infrage kommt“, so Seher, der mit holis in den nächsten Jahren große Pläne hat: Nachdem der Markt in Linz eröffnet ist (und gleichzeitig damit auch der Onlineshop), soll das Projekt über ein Franchise-System in großen Städten wie Wien oder München in den Rollout gehen. Ziel ist es, bis 2020 zehn Filialen zu betreiben und 100.000 User zu bedienen.



© Holis/Wolfgang Lehner

holis-Gründer und Geschäftsführer Franz Seher: „Eine Kette von Aha-Erlebnissen“.

FACTS

holis market GmbH
Gründung Juli 2014
Gründer Franz Seher, Gerald Ninaus
Geschäftsführer Franz Seher
Investoren Josef Zotter (Zotter), Johannes Gutmann (Sonnentor)
Förderer Austria Wirtschaftsservice (AWS), Land OÖ, tech2b OÖ, Lebensmittel Cluster OÖ, Fachhochschule OÖ, Startup Leitner, Grüne Wirtschaft Axis Linz/Tabakfabrik Linz
Web holis-market.at

Meilensteine
3/2014 Launch der Idee auf Facebook
9/2014 holis market geht online
10/2014 Zotter wird Mentor und Investor
3/2015 Start der Crowdfunding-Kampagne auf wemakeit
5/2015 Knapp 40.000 Euro wurden via Crowdfunding gesammelt.

Ausblick/Pläne
1.9.2015 Eröffnung des 1. Shops in Linz
ab 2016 Franchise-Erweiterung (Wien, München), Erweiterung der Services auf körperliche und mentale Fitness
ab 2020 Ziel: zehn Franchise-Filialen und 100.00 User



US-HANDELSKAMMER









© leisure.at/Roland Rudolph (5)

1. Gastgeber Norbert B. Lessing mit Eugene Young von der US-Embassy; 2. Daniela Homan (AmCham Generalsekretärin) und Tatjana Oppitz (IBM); 3. Sanford Owens (US-Embassy) plauderte mit Bodo Schlegelmilch (WU Wien Executive Acadamy); 4. Sepp Zotti (Honorary Member AmCham Austria) und Mediziner Rainoud Homan.

TPP & TTIP waren die großen Themen beim American Barbecue

AmCham-Fest



Markus Hussler (Hilton Vienna Danube Waterfront).

TTIP-Barbecue Die US-Handelskammer veranstaltete am Dienstagabend im Hilton Vienna Danube Waterfront ein Barbecue, bei dem sich alles um das transatlantischen Freihandelsabkommen TTIP und seine große Ablehnung in Österreich bzw. Europa drehte. **Norbert B. Lessing**, Präsident der American Chamber of Commerce in Österreich (AmCham Austria) und Hilton Country General Manager Austria, begrüßte seine Gäste mit den Worten: „TPP oder TTIP? Das ist die Frage der Stunde, die über die globale Wettbewerbsfähigkeit Europas und die wirtschaftliche Zukunft entscheidet." Während EU-Bürger wegen TTIP auf die Barrikaden gehen, prosteten sich u.a. **Michael Edelsbrunner** (Citibank), **Rudolf Kemler**, **Rudi Spieß** (Opel), **Robin Rumler** (Pfizer), **Bodo B. Schlegelmilch** (WU Executive Academy), **Linda Villareal-Paierl** (Paierl Consulting), **Martin Winkler** (Oracle), **Sanford N. Owens** (US-Embassy), AmCham-Generalsekretärin **Daniela Homan, Markus Hussler** (Hilton Vienna), **Sepp Zotti** (AmCham) und **Tatjana Oppitz** (IBM) auf einen (für sie) positiven Ausgang des Freihandelsabkommens zu. *(nn)*

Information & Invitations gerne an: Nataša Nikolić n.nikolic@medianet.at

KUNSTTRANS







© Alba Communications/APA-Fotoservice/Hautzinger (3)

1. Gastgeber Manfred Vikas mit Tochter Birgit; 2. Elisabeth Leopold im Gespräch mit Tobias Natter; 3. Feierliche Eröffnung des Kunsttrans vie:artport.

Kunsttrans-Inhaber Manfred Vikas lud nach Simmering

vie:artport wurde feierlich eröffnet

Eröffnungsfeier Zahlreiche Gäste aus Kunst, Kultur und Wirtschaft kamen, auf Einladung von **Manfred Vikas**, nach Wien Simmering, um der Eröffnung des Kunsttrans vie:artport beizuwohnen. Der Inhaber der Kunstspedition Kunsttrans und seine Tochter **Birgit Vikas** feierten die Fertigstellung von Österreichs größtem Kunstdepot, das dank seiner Lagerfläche von über 8.000 m² alle Ansprüche in der fachgerechten Lagerung von Kunst und Wertgegenstände erfüllt. Die Eröffnung des vie:artport durften sich u.a. **Elisabeth Leopold** (Leopold Museum), die Künstler **Gunter Damisch, Eduard Angeli** und **Hubert Scheibl, Peter Weinhäupl** (Klimt-Foundation) und **Alfred Weidinger** (Österreichische Galerie Belvedere) nicht entgehen lassen.

Auch Kunsthändler **Alois Wienerroither**, die Galeristen **Ursula Krinzinger** und **Axel Giese**, **Sylvia Mattl-Wurm** (Wienbibliothek), **Thomas Angermaier** (Dorda Brugger Jordis), **Tobias Natter**, **Stefan Weppelmann** (KHM), das Sammler-Ehepaar **Margot** und **Roman Fuchs** u.v.m. waren mit dabei. Seit 2013 dient das Kunstdepot in Himberg dem Wien Museum als Zentraldepot. *(nn)*

medianet termine

Die Ottakringer Braukultur-Wochen gehen ab 2. Juli in die dritte Runde. Am Ottakringer Platz 1 in Wien kommen Bierfans voll auf ihre Kosten.

www.ottakringerbrauerei.at

KOPF DES TAGES



© APA/Hans Klaus Techt

Peter Buchmüller wurde in der konstituierenden Sitzung der Bundessparte Handel in der Wirtschaftskammer Österreich (WKO) zum neuen Bundesspartenobmann gewählt. Der Salzburger Lebensmittelhändler, der zwei Adeg-Märkte betreibt, tritt in der neuen Funktion die Nachfolge von Bettina Lorentschitsch an, die der Sparte seit Dezember 2011 vorstand. Lorentschitsch wird mit Herbst 2015 neue Präsidentin der Julius Raab-Stiftung, wodurch der Wechsel an der Spitze der Bundessparte Handel notwendig wurde. Als Stellvertreter wurden Modehändlerin Jutta Pemsel und der Wiener Außenhändler Karl Pisec bestellt.

PRODUKT DES TAGES



© Coty Prestige

Reine Herrensache Lancaster bringt ein neues Beauty-Produkt an den Mann, das makellose Männerhaut verspricht. Das angenehm leichte, schnell einziehende Fluid setzt sich u.a. aus wilden Schizandra-Beeren und Kreatin zusammen. Entwickelt wurde es exklusiv mit einem hautverbessernden und porenverfeinernden Komplex, um gezielt den sichtbaren Anzeichen von „Burn-Out" der Hautzellen entgegenzuwirken. Lancaster Skin Therapy Perfect Fluid versorgt die Haut intensiv mit Feuchtigkeit. Das Produkt soll vergrößerterte Poren und Hautunreinheiten reduzieren sowie das Hautbild verfeinern. Außerdem bietet es Schutz vor UVA-/UVB- und Infrarot-Strahlen. 50 ml Lancaster Skin Therapy Perfect Fluid (SPF15) gibt's um UVP 55 €.

www.lancaster-beauty.com

DIE FINSTERE BRILLE



Was macht ein Grieche im Maisfeld

CHRISTIAN NOVACEK

Wer heute nicht zahlen will, der ist dran wie dem Meier sein Hund. Egal, ob das die Griechen sind. Oder Lustige, die sich vor dem Donauturm per Selfie verewigen. Wo Geld zu machen ist, muss es gemacht werden. Zur Not in Form von eigenwilligen Interpretationen des Urheberrechts. Die EU behandelt nämlich einen Antrag gegen die Freiheit des Stadtbildes; heißt: Eine neue Urheberrechtsbestimmung könnte das Selfie machen vor Gebäuden, die ich nicht selbst errichtet habe, verbieten – und bestrafen. Vielleicht ist das der Anfang eines Exzesses. Weil beispielsweise ist der Mais von heute auch nicht unbedingt der Kukuruz von gestern. Wenn somit ein Saatgutkonzern sein Urheberrecht auf Genmais nicht nur bei den Bauern geltend machen würde, sondern ebenso bei Fotografierwütigen? Muss ich fortan zahlen, wenn ich mich mit Maisfeld im Hintergrund fotografiere? Immerhin liefert der Exzessgedanke Möglichkeiten für Wege aus der Krise: Die Griechen könnten einfach im Fall des Grenzübertritts nach Griechenland gleichfalls ein Urheberrecht einfordern. Immerhin verdanken wir denen Philosophie und Demokratie, warum sollte uns ausgerechnet das nichts wert sein?

c.novacek@medianet.at

DIE ZAHL MIT DEM AHA-EFFEKT zum Weitererzählen

25

Geburtstag Vor 25 Jahren kam „Pretty Woman" in die Kinos. Der ORF zeigt den Klassiker darum heute zum 12. Mal im Hauptabendprogramm.

financenet


© Wiener Privatbank

OPTIMISTISCH FÜR RESTJAHR
Die Anlagestrategen der Wiener Privatbank verraten ihre Top-Tipps **Seite 21**


© APA/H. K. Techt

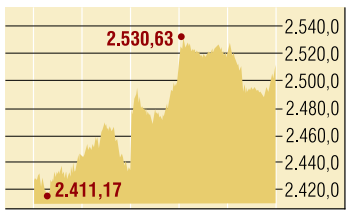
REGULIERUNGSFLUT UND -WUT
Bankenverbands-Präsident Cernko schlägt Alarm: Kosten von 1 Mrd. € im Jahr **Seite 23**

AWARDS FÜR TOP SERVICE


© DVAG

ATX

17.–24. Juni 2015



ATX (Schluss 24.6.)	2.512,83	3,35%

Wochentop	Palfinger	11,92%
Wochenflop	Kapsch	-4,45%

Top 5 ATX Prime

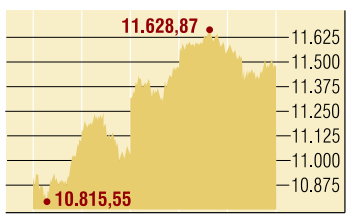
Palfinger	11,92%
Valneva	10,00%
Do&Co	8,49%
Raiffeisen Bank International	8,47%
Lenzing	7,99%

Flop 5 ATX Prime

Kapsch TrafficCom	-4,45%
Agrana	-2,84%
Strabag	-2,51%
Verbund	-2,15%
FACC	-1,96%

DAX

17.–24. Juni 2015



DAX (Schluss 24.6.)	11.471,30	4,30%

Wochentop	Dt. Telekom	8,75%
Wochenflop	Lufthansa	-1,06%

Top 5 DAX

Dt. Telekom	8,75%
Bayer	6,48%
BMW	6,10%
Continental	5,31%
Commerzbank	5,18%

Flop 5 DAX

Dt. Lufthansa	-1,06%
Merck KGAA	1,28%
Henkel	1,29%
Dt. Bank	1,44%
RWE	1,76%

INHALT

Capital:Markets
> Zumtobel wieder in Gewinnzone, mehr Dividende *20*

Fonds:Park
> Comgest: US-Wachstumstitel bringen Performance *22*
> GAM: Korrektur in Deutschland nutzen *22*

Banking
> Bankomatkarte am Handy startet *23*
> ÖVAG: grünes Licht für Umstrukturierung *23*

Insurance:Watch
> Auszeichnungen für Ergo und Generali *24*

Österreichs Factoring wächst auf 20 Milliarden



© Raiffeisen Factor Bank

Factoring Gerhard Prenner und Andreas Bene (re.) holen sich als Vorstände der Raiffeisen Factor Bank ein immer größeres Stück vom Kuchen des nun auch in Österreich boomenden Factoring-Markts. Die moderne Unternehmensfinanzierungsform punktet mit Liquidität, besserer Bonität und Tempo. **Seite 20**

China Notenbank beteiligt sich mit zwei Prozent

Einstieg bei Intesa Sanpaolo Bank


© APA/EPA/ENI/Handout

China: interessiert an italienischen Konzernen wie Enel, Eni, Fiat, Telecom.

Rom. Die chinesische Notenbank ist bei der Mailänder Bank Intesa Sanpaolo eingestiegen. Die Notenbank habe eine zweiprozentige Beteiligung an Intesa Sanpaolo erworben, gab der größte Konkurrent der Bank-Austria-Mutter UniCredit bekannt. Dies bestätigt das chinesische Interesse für italienische Unternehmen. Investoren aus China hatten zuletzt Anteile an Fiat, Telecom Italia, Eni und Enel erworben. Die chinesische Notenbank hält seit 2014 auch eine zweiprozentige Beteiligung am Versicherungskonzern Generali sowie an der Mailänder Investmentbank Mediobanca. *(APA)*



SHORT

Zumtobel wieder in der Gewinnzone



© APA/Barbara Gindl

Zumtobel will die Dividende von 18 auf 22 Cent je Aktie anheben.

Wien/Dornbirn. Der börsenotierte Vorarlberger Leuchtenkonzern Zumtobel hat es im Geschäftsjahr 2014/15 (per Ende April) zurück in die Gewinnzone geschafft. Das Jahresergebnis drehte mit 11,9 Mio. Euro ins Plus; im Jahr davor hatten Restrukturierungskosten noch einen Verlust von 4,8 Mio. Euro bedingt. Die Dividende soll nun von 18 auf 22 Cent je Aktie angehoben werden. Der Umsatz erreichte mit 1,31 Mrd. Euro (+5,3%) ein Rekordniveau. Für 2015/16 erwartet das Management ein Umsatzwachstum von erneut rund 5%. *(ag)*

Affiris AG erhält frisches Kapital

Wien. Der Vakzinspezialist Affiris AG schafft mit einer 10 Mio. Euro-Finanzierungsrunde mit den bestehenden Investoren, der Santo Holding – dem Family Office der Familie Strüngmann – und den MIG Fonds, vertreten durch die MIG Verwaltungs AG, die Grundlage für die weitere Entwicklung. Der Aufsichtsrat ernannte Oliver Siegel zum Chief Executive Officer sowie Arne von Bonin zum Chief Scientific Officer, gab das Unternehmen bekannt. *(red)*

Gusenbauer sponsert Biotech-Startup



© APA/Hans Klaus Techt

Auch Hans-Peter Haselsteiner engagiert sich bei Austrianni.

Wien. Ex-Kanzler Alfred Gusenbauer (SPÖ) und Bautycoon Hans-Peter Haselsteiner sponsern Austrianni, eine im März gegründete Wiener Firma, die sich auf die Entwicklung von Therapien zur Vorbeugung von Tuberkulose spezialisiert. CEO ist Matthias Wabl, Professor an der Universität von Kalifornien in San Francisco (UCFS) und Bruder des Ex-Politikers und Juristen Martin Wabl. *(ag)*

Windparkbetreiber Chorus betreibt IPO

Neubiberg/Frankfurt. Seit Montag können die Aktien des bayerischen Solar- und Windanlagenbetreibers Chorus Clean Energy zu einem Preis zwischen 9,75 und 12,50 Euro gezeichnet werden. Die von der BHF-Bank organisierte Emission soll bis zu 124 Mio. Euro in die Kassen spülen, die dem Kauf neuer Sonnen-und Windkraftwerke dienen werden. *(ag)*

Raiffeisen Factor Bank Wuchs 2014 um 71% und erwartet auch für heuer Wachstum im hohen zweistelligen Bereich

Factoring setzt Siegeszug in Österreich rasant fort

Factoring derzeit die am schnellsten wachsende Finanzierungsform im österreichischen Bankgeschäft.

CHRIS RADDA



© Raiffeisen Factor Bank

Die Vorstände der Raiffeisen Factor Bank AG, Gerhard Prenner und Andreas Bene (rechts), beeindrucken mit 70 Prozent Wachstum im vergangenen Jahr und sehen eine Stabilisierung der Umsätze ihrer Kunden.

Wien. „Erfolgreiche Unternehmen verkaufen nicht nur ihre Produkte und Dienstleistungen, sondern auch ihre Forderungen“, sagt Andreas Bene, Vorstand der Raiffeisen Factor Bank: „Unser beeindruckendes Wachstum kommt nicht nur vom angestammten Factoring mit österreichischen KMUs, sondern immer mehr von großen, auch international tätigen Unternehmen, die Factoring als moderne Unternehmensfinanzierungsform erkannt haben.“

Vorstandskollege Gerhard Prenner ergänzt: „Wir sind jetzt in Österreich nach Jahren der Verspätung im richtigen Receivables-Financing-Geschäft in Europa angekommen.“ Und auch für die nächsten Jahre sehen Bene und Prenner ein rasantes Wachstum des Factoring-Geschäfts in Österreich: Während in UK derzeit rund 16% des BIP über Factoring abgewickelt werden, und Österreichs größte Handelspartner Deutschland 6%, Italien und Frankreich bis zu 11% ihres BIPs über Factoring finanzieren, liegt der heimische Anteil des Factoring am BIP bei 5% – Tendenz steigend; Gerhard Prenner: „Neben einem gesunden, starken Wettbewerb und neuen Factoring-Produkten wie Reverse Factoring kommt das Wachstum vom klassischen In-House-Factoring, wo die Marktnachfrage ungebrochen groß ist“, so Prenner. „Wir bewegten mit 30 Mitarbeitern 2014 rund 412.000 Debitoren mit 1,5 Mio. Rechnungen und einem Forderungsvolumen von 3,4 Mrd. Euro, was eine Steigerung um mehr als 70% zum Jahr 2013 darstellt.“

> „Erfolgreiche Unternehmen verkaufen nicht nur ihre Produkte, sondern auch ihre Forderungen.“
>
> **ANDREAS BENE, VORSTAND RAIFFEISEN FACTOR BANK AG**

Der Factoring-Markt boomt

Der österreichische Factoring-Markt befindet sich in einer Boomphase: Allein in den letzten drei Jahren von 2012 bis 2014 stieg das Factoringvolumen von knapp 11 Mrd. auf fast 16,5 Mrd. Euro. Dies entspricht 85% Marktwachstum in drei Jahren und machte Factoring zur schnellstwachsenden Finanzierungsform am heimischen Finanzierungsmarkt.

Als jüngstes der österreichischen Factoring-Institute wird das Wachstum der Raiffeisen Factor Bank auch stark durch die immer bessere Einbindung in den Raiffeisen Banken-Sektor und Kooperationen mit den Raiffeisen-Primärbanken, Landesbanken und der RBI getrieben. „Der Großteil des Neugeschäfts entfällt auf den Sektor, aber auch die eigenen Vertriebsanstrengungen wurden intensiviert“, so Andreas Bene.

> „Factoring entwickelte sich zu einer der modernsten Unternehmensfinanzierungsformen in Österreich.“
>
> **GERHARD PRENNER, VORSTAND RAIFFEISEN FACTOR BANK AG**

Auch auf das laufende Jahr blicken Andreas Bene und Gerhard Prenner mit zufriedener Miene: Ein hohes zweistelliges Wachstum konnte im ersten Halbjahr eingefahren werden – dank der hochmodernen IT-Infrastruktur und Software und einem erfahrenen Risikomanagement konnten Kosten und Ausfälle weiter auf einem niedrigen Niveau gehalten werden.

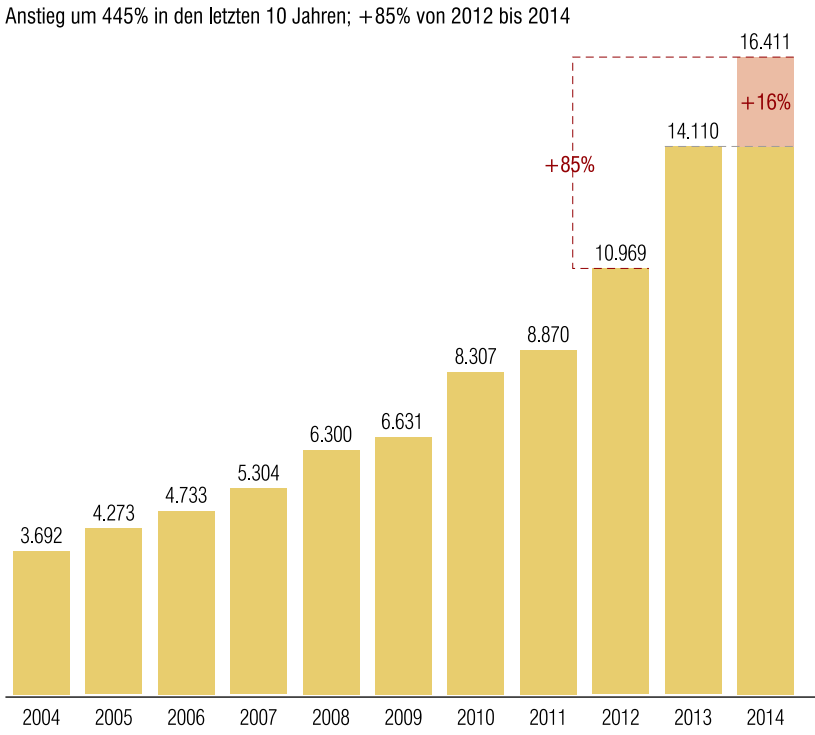
Stabilisierung nach Krise

Durch ihre Nähe zu den Kunden sind Factoringbanken auch feinstoffige Seismografen für die Einschätzung des Realzustands der heimischen Wirtschaft. Gerhard Prenner: „Wir bemerken schon, dass sich das Bestandsgeschäft unserer Kunden stabilisiert hat. Es gibt erste Anzeichen von steigenden Bestandsumsätzen in immer mehr Branchen.“

„Für Unternehmer werden in Zeiten von Basel III die bessere Bonität und die rasche Liquidität noch am selben Tag durch den Verkauf von Lieferforderungen fixer Bestandteil in der Finanzierung“, so Andreas Bene.

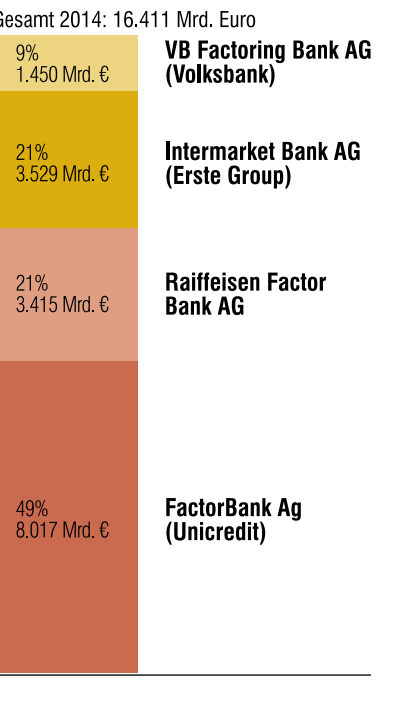
FACTORINGVOLUMEN ÖSTERREICH 2004–2014 IN MIO. EUR

Anstieg um 445% in den letzten 10 Jahren; +85% von 2012 bis 2014



MARKTANTEILE AM FACTORING MARKT 2014

Gesamt 2014: 16.411 Mrd. Euro



Quelle: Factoring Verband; Grafiken: Raimund Appl

FACTS

Raiffeisen Factor Bank AG: Am Boom des österreichischen Factoring-Markts hat die Raiffeisen Factor Bank einen entscheidenden Anteil: Während die österreichische Gesamtbranche im Jahr 2014 um 16 Prozent auf 16,4 Milliarden Euro gewachsen ist, konnte die Raiffeisen Factor Bank im gleichen Zeitraum ihren Umsatz um beachtliche 70 Prozent, gemessen am angekauften Forderungsvolumen, ausweiten. Für das Jahr 2015 rechnet die Raiffeisen Factor Bank aufgrund des großen Potenzials mit einem weiteren Aufwärtstrend in Österreich.

Wiener Privatbank „Europäischer Börsenmotor brummt“, Austro-Börse wird sich wegen „attraktiver Bewertungen“ im Einklang damit gut entwickeln

Die „Hot Picks“ fürs 2. Halbjahr

Gut gefallen derzeit Andritz, RHI, voestalpine, AT&S, conwert, TA und ams.

Wien. Ein Börsen-Sprichwort besagt: „Politische Börsen haben kurze Beine“. Beim Griechenland-Drama weiß man‘s nicht so genau, und man nur hoffen, dass daraus kein Marathonlauf wird. „Das Thema wird sich noch über den ganzen Sommer ziehen“, meinen Eduard Berger, Vorstand der Wiener Privatbank, und CIO Wolfgang Matejka. Der IWF als potenzieller Störfaktor für Europa sollte aber aus dem Spiel genommen werden. Aus deutschen Regierungskreisen war am Mittwoch jedoch verlautet, eine Lösung ohne den Internationalen Währungsfonds sei nicht denkbar. Jedenfalls sind Marktteilnehmer derzeit in erster Linie einfach nur mehr von Griechenland genervt.

Chancenreich

Wer in seine Betrachtung mehrjährige Zyklen hineinnimmt, für den präsentieren sich Aktien gegenüber Festverzinslichen Papieren günstig. Das zweite Börsenhalbjahr präsentiert sich chancenreich, die Dividendenrenditen sind weiterhin deutlich höher als Anleiherenditen, so die Wiener Privatbank-Strategen. Sie empfehlen Zykliker sowie Unternehmen, die unabhängig von der wirtschaftlichen Entwicklung attraktiv sind, „Unternehmen, die von der ganzen Griechenland-Thematik nicht betroffen sind, an der Börse aber trotzdem abgestraft wurden”.

Austro-Zykliker attraktiv

Regional wird der Fokus auf den europäischen Raum gelegt. Konjunkturell steht Europa besser da, als noch vor zwei oder drei Monaten, so Matejka, aber das Risikobewusstsein hat sich verändert: „Wir sind alle so ängstlich in Europa.“ Der österreichische Aktienmarkt werde sich im Einklang mit dem europäischen Börsenmotor aufgrund seiner attraktiven Bewertungen im 2. Halbjahr gut entwickeln, so die Meinung.

Besonders interessant seien die heimischen Zykliker: „Einige notieren hier mit deutlichen Abschlägen auf ihren fairen Wert. Wir empfehlen aktuell die Exportschlager Andritz, RHI und die voestalpine.” Unabhängig von der konjunkturellen Entwicklung hätten Potenzial: AT&S, conwert sowie die Telekom Austria (TA). Auch der in Zürich gelistete Chip- und Sensorenhersteller ams bleibt einer der Top-Picks.

Im Detail: Die Entscheidung von AT&S zur Fertigung von IC-Substraten und „substratähnlichen Leiterplatten“ am chinesischen Standort Chongqing für den Partner Intel sei richtig gewesen und berge noch viel Fantasie. AT&S ist „preferred supplier“ von vielen Technologie-Unternehmen, insbesondere Smartphone-Herstellern.

Immos: Es bleibt spannend

Bei der conwert mache sich Neo-Großaktionär Teddy Sagi daran, den inneren Wert des Unternehmens zu heben; die Assets würden in den nächsten Monaten stärker einer sichtbaren Evaluierung unterworfen sein. Generell gefallen Matejka die Immo-AGs. „Die Suche nach Wachstum via Akquisition ist hier – anders als der Trend in Deutschland – noch nicht final umgesetzt.“ Bei der TA sieht Matejka einen Kurswert von 6,15 bis 7 Euro für gerechtfertigt, das Papier notierte zuletzt bei rund 5,9 Euro.

austriamicrosystems-Aktien sackten nach einem Schweizer Medienbericht, wonach Apple die NFC-Lösung künftig vom Konkurrenten NXP beziehen werde, binnen weniger Tage stark ab. Matejka: „Der Konzern hat aber eine Riesenpipeline im Hintergrund; in Verbindung mit LED-Lichttechnologien gibt es auch hier viel Fantasie.“ Ohne den Bereich der hochwertigen „Boosted-NFC-Lösungen“ sieht Matejka einen Wert von 52 bis 56 Euro je Anteilsschein – aktuell hält der Kurs bei ca. 42 Euro. *(lk)*



© Wiener Privatbank

Matejka: „Firmen auch ohne Griechenland-Bezug wurden an den Börsen abgestraft.“



© AMS

ams ist von seiner starken Marktposition bei der NFC-Technologie überzeugt.



SHORT

Lyxor legt mit J.P. Morgan neue ETFs auf



© Ian Langsdon/EPA/picturedesk.com

Die Tochter der Societe Generale kooperiert mit J-P. Morgan.

Frankfurt. Der drittgrößte Anbieter von ETFs in Europa, Lyxor Asset Management, Tochter der Societe Generale Group, legt in Zusammenarbeit mit J.P. Morgan eine Reihe neuer Risikofaktoren-ETFs auf. Ziel ist es, Anlegern weitere Möglichkeiten der Risikodiversifizierung sowie zielgerichtete Instrumente zu bieten, mithilfe derer eine Verbesserung der langfristigen Portfolio-Performance erzielt werden kann. Die neuen ETFs berücksichtigen die Faktoren Low Size, Value, Momentum, Low-Beta und Quality; sie werden voraussichtlich im Laufe des kommenden Monats an der Börse gelistet. *(red)*

Aberdeen festigt Position als PE-Investor

Aberdeen. Aberdeen Asset Management hat FLAG Capital Management LCC, mit Niederlassungen in Stamford, Boston und Hongkong übernommen. Damit setze man die Strategie fort, die Expertise für Alternative Investments zu erweitern und die eigene Plattform zu stärken.

FLAG Capital ist ein Asset Manager, der auf Private Equity (PE) und reale Vermögenswerte spezialisiert ist und Vermögen in Höhe von etwa 5,6 Mrd. Euro verwaltet. Das Geschäft von FLAG werde völlig in die PE-Sparte von Aberdeen integriert, wie es heißt. *(red)*

Schroders lanciert neuen EM-Fonds


© Schroders

Küssner: Laufende Ausschüttungen nach heutigem Stand bei 4,8% p.a.

London. Die britische Investmentgesellschaft Schroders bringt einen neuen Schwellenländer-Fonds auf den Markt. „Analysen haben ergeben, dass gemischte Schwellenländer-Portfolios höhere risikoadjustierte Renditen versprechen als reine Aktien- oder Anleihedepots", erklären Portfoliomanager Aymeric Forest und Achim Küssner, Geschäftsführer der deutschen Schroder Investment Management GmbH. Der Schroder ISF Emerging Multi-Asset Income (ISIN: LU1201003784) investiert global breit diversifiziert in Aktien, Rentenpapiere und weitere Anlageklassen aus den Emerging Markets (EM). Die laufenden Ausschüttungen des neuen Fonds belaufen sich zum Start auf 4,8% p.a. *(lk)*

Comgest Beim Growth Amercia Fonds setzt das Management – wie der Name schon verrät – auf Wachstumstitel

Etablierte Marken, neue Technologien im Fokus

Schwergewichte wie Google, Microsoft, Johnson & Johnson, Comcast, Medtronic, Tyco im Fonds.



© Panthermedia.net/William Perugini

Nagy: „Bevölkerung der USA wird bis 2050 um 20 Prozent wachsen; viele weitere Faktoren sprechen für ein US-Engagement."

Wien. Die USA könnten für Aktienanleger längerfristig gesehen „The place to be" sein. Die US-Wirtschaft zeichne sich durch Qualität und Innovation aus, der Arbeitsmarkt sei dabei, sich zu stabilisieren, zudem profitierten die Vereinigten Staaten von positiven demografischen Tendenzen, auf Unternehmensebene überzeugten konkurrenzfähige Produktionsstückkosten, führt Christophe Nagy, Senior Fund Manager bei Comgest S.A. in Paris und zuständig für den Comgest Growth America Fonds (ISIN IE0004791160), ins Treffen.

Auf Jahressicht (zum 29. Mai 2015) hat der Fonds eine Performance von 11,4% geschafft, auf drei Jahre annualisiert ergibt sich eine Wertentwicklung von 19,66%.

Im Fonds, bei dem in Wachstumstitel investiert werde, geben neue Technologien und etablierte Marken den Ton an, wie es anlässlich einer Präsentation vor Kurzem in Wien hieß. „Tesla, Amazon, Medtronic sowie ein großer Pool von Wachstumsunternehmen kommen aus den USA."

Reifen Märkten fernbleiben

„Wir wollen jene Unternehmen, in die wir überlegen zu investieren, verstehen", erklärt Nagy den Ansatz bei der Titelselektion. Aus diesem Grund meide man den Banksektor gänzlich, fern bleibe man auch „sehr reifen Märkten in den USA" wie dem Telekomsektor und den Versorgern.

Der Fokus werde hingegen auf Unternehmen mit einem „überzeugenden Geschäftsmodell" gelegt, die etwa über ein natürliches Monopol verfügen oder von Netzwerk-Effekten über alle Industrien hinweg profitieren.

Nach der Detailanalyse komme man auf eine „Short List" von 70 Unternehmen, deren Gewichtungen zu Beginn zwischen einem und drei Prozent liegen, die bei starker Überzeugung dann bis auf fünf bis sieben Prozent ansteigen können.

Großteil sind Large Caps

Nagy: „Was uns wichtig ist: In steigenden Märkten muss der Fonds nicht outperformen, aber in fallenden Märkten soll er sich resilient gegen die Korrekturen zeigen." Bestandteil der Strategie ist, dass 90 Prozent der Titel Börsen-Schwergewichte sind und eine Marktkapitalisierung von mehr als 10 Mrd. US-Dollar aufweisen, mehr als 40 Prozent haben sogar eine von mehr als 50 Mrd. Dollar.

Nach Sektoren betrachtet, verteilt sich das Fondsvermögen zu größeren Anteilen auf Informationstechnologie (28%), Industriewerte (21%), die Gesundheitsbranche (17%), zyklische Konsumgüter (14%) nicht-zyklische Konsumgüter (9%) und zu einem geringeren Teil auf Rohstoffe (6%) und Energie.

Von Megatrends profitieren

„Wir investieren nicht in Themen, profitieren aber sehr wohl von Megatrends", führt Nagy aus. Dies können z.B. die Digitalisierung der Wirtschaft, die alternde Bevölkerung, die industrielle Renaissance, die Konsumverwestlichung in den Schwellenländern sein. Nagy: „20 Prozent der Aktiengesellschaften in unserem Fonds machen den Großteil ihres Geschäfts in oder mit den Emerging Markets."

Unter Beobachtung bzw. im Fondsvermögen sind daher Werte wie Google, Oracle, J.B. Hunt Transport Services, Paychex, Medtronic, Johnson&Johnson, United Techologies, Tyco, Stericycle, Nielsen, Pratt & Whitney und Cinemark Holdings. Die jüngsten Käufe bzw. Zukäufe wurden in Aktien von Equinix, Verisk Analytic und Tyco International getätigt, während der Biotechnologiesektor zwar teils als „großartiger Markt" gesehen wird, aber dennoch im Fonds aufgegeben wurde. *(lk)*

Deutschland Fondsmanagement von GAM: „Der Aktienmarkt leidet unter den Turbulenzen auf den Anleihenmärkten"

Korrektur eröffnet den Anlegern Chancen

Wien. Heuer könnte der deutsche Aktienmarkt ein Gewinnwachstum von gut 10% aufweisen. Das erwartet Oliver Maslowski, Manager des JB German Value Stock Fund. Die attraktive Bewertung deutscher Aktien dürfte auch jene Investoren anziehen, die bislang nur schwach in Aktien investiert sind. „Der Nachholeffekt von Investoren, die immer noch zu niedrig in Aktien investiert sind, wird auch dem deutschen Aktienmarkt zugutekommen." Der momentane Stimmungseinbruch sollte deshalb im Rahmen einer „konträren Investitionsphilosophie" als Chance gesehen werden.

Alle zwölf Jahre

„Die aktuelle Korrektur des Aktienmarkts reflektiert die Turbulenzen auf dem deutschen Staatsanleihemarkt", so der Fondsmanager. Seit April sind kräftige Zinserhöhungen zu verzeichnen, wobei das Zinsniveau immer noch eher niedrig einzustufen ist. Der deutliche Zinsanstieg führte ebenfalls zu starken Währungsschwankungen. „Die kurzfristige Unsicherheit zeigt sich an einem deutlichen Anstieg der Volatilität deutscher Aktien", sagt Maslowski, der für das zweite Halbjahr optimistisch ist: „Aus fundamentaler Sicht bestätigt das erste Quartal eine optimistische Haltung für 2015." In der vergangenen Berichtssaison der DAX-Konzerne lagen die Umsätze 4% und die Gewinne gar 9% über den Erwartungen. Im zweiten Halbjahr komme es vor allem darauf an, mit einer marktkonträren Strategie auf dem deutschen Aktienmarkt Rendite zu erzielen.

Man könnte die aktuellen Indexschwergewichte untergewichten. Der Grund: Aktien mit einer aktuell hohen Marktgewichtung im Deutschen Aktienindex, wie BASF, Bayer oder Deutsche Telekom, verzeichneten zwangsläufig eine starke Performance. Allerdings sei das Kurspotenzial bei diesen historischen Gewinnern angesichts eines nahezu sechsjährigen Wertzyklus begrenzt.



© dpa/Andreas Gebert

Maslowsi favorisiert die Sektoren IT; Konsum und Industrie mit Titeln wie Sixt und TUI.

Zum anderen dürften in einem Umfeld mit niedrigen Wachstumsraten und hoher Gewinnvolatilität Aktien mit einem soliden Umsatz- und Gewinnwachstum belohnt werden; ein Paradebeispiel hierfür ist Freenet AG, die Anlegern eine hohe Gewinn- und Dividendenvisibilität bietet. Weitere Perlen sieht Maslowski in den Sektoren Informationstechnologie, Konsum und Industrie, etwa Dialog Semiconductor, TUI und Sixt.

„Blickt man auf die vergangenen 50 Jahre, zeigt sich, dass deutsche Aktien eine ertragreiche Anlageform sind, die dem langfristigen Vermögensaufbau dient", sagt der Fondsmanager. In den vergangenen fünf Jahrzehnten betrug die geometrische Rendite deutscher Aktien 6,2% p.a., „das entspricht einer Vermögensverdopplung alle zwölf Jahre". Zudem weisen deutsche Aktien viel häufiger positive als negative Renditen auf; die Größenordnung liegt bei 2 zu 1. *(lk)*

Banken fordern ein Ende der Regelflut Neues EU-Aufsichtssystem darf Kosten nicht erhöhen, fordert Branche

„Regulierung kostet uns bald 1 Mrd. Euro im Jahr“

Bankenverbands-Präsident und Bank Austria-Chef Willibald Cernko kritisiert Österreichs Vorgehen.

Wien. Bankenverbandschef Willibald Cernko fordert ein Ende der „überschäumenden Regulierungsflut” in Österreich – insbesondere, was die damit verbundenen Kosten betrifft. Trotz solider Fundamentaldaten erwirtschafte Österreichs Kreditwirtschaft aktuell nicht einmal ausreichend Gewinn für allfällige weitere, eigenkapitalstärkende Maßnahmen: Für 2014 wird ein Jahresfehlbetrag von 6,74 Mrd. Euro erwartet. Dazu treffen die Belastungen aus der Regulierung die Banken herb: Als Bankenabgabe sind jährlich 640 Mio. Euro vorgesehen. Der Aufbau von EU-Einlagensicherung und EU-Fonds für die Bankenabwicklung koste weitere 380 Mio. Euro, so Cernko. Zumindest sollten die EU-Verpflichtungen auf die österreichische Bankenabgabe aufgerechnet werden, die Gesamtbelastung also bei 640 Mio. Euro bleiben, wiederholte Cernko nachdrücklich bestehende Forderungen des Finanzsektors.

> „Ohne die Bankenabgaben könnten wir um 41 Prozent mehr KMU-Kredite vergeben.“
>
> **WILLI CERNKO, BANKENVERBAND**



© APA/Hans Klaus Techt

Banken-Präsident Willibald Cernko: „Das Regelkorsett ist zu eng geschnürt.“

Denn andernfalls steuere das System auf eine Gesamtbelastung von über einer Milliarde Euro pro Jahr für die Banken zu; eine Summe, für die die Kreditinstitute – würden sie sie dauerhaft als Eigenkapital erhalten – stolze 13 Milliarden Euro an Krediten vergeben könnten, so der Bankenverband. „Dies entspricht 41 Prozent mehr an KMU-Krediten oder 65 Prozent mehr an Konsumkrediten. Das Regulierungskorsett ist zu eng geschnürt”, meint Cernko.

Alte Versprechen

Es sei immer mündlich zugesagt gewesen, dass die Bankenabgabe entfällt, sobald es ein europäisches Sicherungssystem gibt. Im vergangenen Jahr wurden nun große Fortschritte beim Aufbau einer neuen europäischen Aufsichtsarchitektur – der Europäischen Bankenunion – erzielt, erinnern Österreichs Banken: Ein gemeinsamer Abwicklungsmechanismus für angeschlagene Banken (Single Resolution Fonds) wurde ins Leben gerufen, und seit Ende des vergangenen Jahres überwacht die europäische Bankenaufsicht im Rahmen des Single Supervisory Mechanism die 120 größten Banken und Bankengruppen des Euroraums. Mit der Europäischen Bankenunion wird eine europaweit einheitliche Aufsichtskultur geschaffen, die auch diejenigen Banken betrifft, die nicht direkt von der EZB beaufsichtigt werden.

Die Fortschritte

„Es spricht einiges dafür, dass der Zugang, alle Banken im Euro-Raum nach den gleichen hohen Standards zu beaufsichtigen, dabei helfen wird, zukünftige Krisen zu verhindern. Die Vielzahl an neuen Regelungen, Vorschriften und weiterer Bürokratie darf allerdings nicht dazu führen, dass die Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Banken beeinträchtigt wird“, betont Cernko, der in seiner Funktion über 80 in Österreich niedergelassene Aktienbanken und Bankgesellschaften vertritt: „Gerade kleinere Institute werden hier überdurchschnittlich hart getroffen; sie müssen dabei erhebliche Ressourcen dafür aufbringen, ein umfangreiches und mitunter auch unübersichtliches Regelwerk umzusetzen.”

Cernko kritisiert auch das Hypo-Sondergesetz, mit dem nachrangige Gläubiger ihre Einlagen bei der Heta (der ehemaligen Hypo Alpe Adria) verlieren sollen: „Wenn Sie heute versuchen, in Deutschland österreichische Anleihen zu platzieren, dann werden Sie schauen, was Sie zu hören bekommen. Das nimmt man uns übel.”

Was das Stammgeschäft betrifft, so hat sich 2014 laut Statistik des Bankenverbandes der positive Trend fortgesetzt: Mit einem Plus von 0,8% wuchs die Kreditvergabe in Österreich stärker als im Euroraum, wo sie im gleichen Zeitraum um 0,2% zurückging. *(red/ag)*

PSA beginnt Feldversuch Alle großen Player dabei, ab 4. Quartal in ganz Österreich

Bankomatkarte am Handy startet

Wien/Linz. Der Zahlungsabwickler PSA (Payment Services Austria) beginnt mit der „Bankomatkarte am Mobiltelefon“. Die Technik des Systems, die alle großen und kleinen österreichischen Banken und die drei Mobilfunk-Provider A1, T-Mobile und 3 für den Konsumenten einfachst benutzbar verbindet, wurde von dem in Österreich beheimateten, europäischen Hochtechnologie-Hersteller RISE geplant, gebaut und in den aktiven Betrieb übergeführt. Ab dem 4. Quartal 2015 können alle österreichischen Bankkunden ihre Bankomatkarte mit ihrem Android NFC-Mobiltelefon verwenden.

Das System

Die Konsumenten können mit Handy bequem wie mit Karte bezahlen und mittels Handy-Applikation entsprechende Kontrolle und Transparenz über Bezahlvorgänge behalten, heißt es. In dieser speziellen Form sei diese Technik, basierend auf der seit Jahren im Einsatz befindlichen RISE NFC-Technologie, weltweit einzigartig und stelle ein innovatives, evolutionär wachsendes IT-Exportgut aus Österreich dar; die dazu erforderlichen Forschungsarbeiten wurden von der FFG gefördert.

Der Zeitplan

Die Bankomatkarte mobil wird von allen großen österreichischen Mobilfunkanbietern unterstützt: A1, T-Mobile und Drei Austria. Das neue Service ist am 22.6. für ausgewählte Kunden im Rahmen eines Feldtests in Linz gestartet, der die Banken vor Ort (Bank Austria, Bawag PSK, Hypo OÖ, Oberbank AG, Raiffeisen Landesbank OÖ und den OÖ. Raiffeisenbanken, Sparkasse Oberösterreich, VKB Bank) integriert. Ab dem 4. Quartal 2015 wird seitens der Banken eine breite Ausrollung in ganz Österreich angeboten. *(red)*



© APA/Helmut Fohringer

Bankomatkarte: Künftig kann auch das Handy zum Einsatz kommen.

Neuantritt Bei Ex-Hypo

Raninger wird Anadi Bank-Chef

Klagenfurt. Die Austrian Anadi Bank mit Sitz in Klagenfurt, die frühere Hypo Österreich, bekommt einen neuen Vorstandsvorsitzenden. Mit 1. Juli folgt Christoph Raninger auf Martin Czurda, teilt die Bank mit. Raninger war bisher für die Bank Austria, die Bawag und die ÖVAG tätig. Mit im Vorstand sitzen weiter Gerhard Salzer und Werner Grillitsch. *(red/ag)*



© ÖVAG

Christoph Raninger ist neuer Vorstandsvorsitzender der Austrian Anadi Bank.

SHORT

ÖVAG: grünes Licht für die Umstrukturierung



© APA/EPA/Hans Punz

ÖVAG und Volksbankensektor nehmen Kurs auf den Umbau.

Frankfurt/Brüssel. Die ÖVAG erhält laut Bloomberg ein bedingtes Okay der Europäischen Zentralbank (EZB) für ihren Kapitalplan im Rahmen der Schaffung der Bad Bank Immigon für die Rest-ÖVAG und die Neustrukturierung des Volksbankensektors. Es braucht aber noch Garantien durch Dritte, so die Agentur. Im EZB-Stresstest war eine Lücke von 865 Mio. Euro festgestellt worden. Die ÖVAG braucht dem Agenturbericht zufolge Garantien von einem Dritten für die Mittel, die sie ihren Genossenschaftern aus dem Volksbanken-Verbund schuldet – bevor sie ihre Bankenlizenz abgeben könne. *(APA)*

Zahl der Bankfilialen in Deutschland sinkt

Berlin. Die Schließungswelle bei deutschen Bankfilialen wird laut Bundesverband Deutscher Banken weitergehen. „Das Netz wird deutlich ausgedünnt werden”, so Hauptgeschäftsführer Michael Kemmer. Die bundesweite Zahl der Bankfilialen sank von 63.000 im Jahr 1997 auf 36.000 im Jahr 2013. *(APA)*

Deutschland: bessere Noten von Moody’s

Frankfurt. Die meisten deutschen Landes-und Genossenschaftsbanken bekommen von der Ratingagentur Moody’s bessere Noten. Die beiden genossenschaftlichen Spitzeninstitute DZ Bank und WGZ Bank sind für Moody’s nun die am besten bewerten deutschen Banken und erreichen mit „Aa2” die drittbeste Bewertung auf der 21-stufigen Bonitätsskala von Moody’s für die langfristigen Schulden. *(ag)*

ABN Amro: Börsegang eventuell erst 2016



© Koen van Weel/EPA/picturedesk.com

Niederländische Großbank ABN Amro soll 15 Mrd. Euro wert sein.

Amsterdam. Die niederländische Regierung verschiebt den Börsengang der Großbank ABN Amro möglicherweise auf das kommende Jahr. Diskussionen über die Vergütung von Managern haben den Prozess um zwei Monate verzögert, so das Finanzministerium. Die Bank stehe gut da, der Steuerzahler soll einen möglichst hohen Ertrag erhalten. Experten taxieren den Wert der Bank auf 15 Mrd. Euro. *(APA)*

SHORT

UniCredit passt Pläne bis Jahresende an



© Fredrik von Erichsen/EPA/picturedesk.com

Ghizzoni revidiert die Pläne bis 2018 wegen des Tiefzins-Szenarios.

Rom. Die Bank-Austria-Mutter UniCredit will ihren im März vorgestellten Entwicklungsplan für die Jahre 2013-2018 revidieren. Es soll dem neuen makroökonomischen Szenario mit niedrigen Zinssätzen angepasst werden, so CEO Federico Ghizzoni. Die Änderungen sollen bis Ende 2015 vorgestellt werden. Die Bank wolle die Kosten senken, die Konzernstruktur vereinfachen und die Gewinne erhöhen. Bisher war das Ziel auf 6,6 Mrd. Euro Nettogewinn bis 2018 gestellt, mit Investitionen in Höhe von 4,5 Mrd. Euro, um dies zu erreichen, und mit Kosteneinsparungen von 1,3 Mrd. Euro.

UniCredit will die Präsenz in China, Nahost und Lateinamerika stärken. Das Wachstum werde jedoch nicht durch Akquisitionen, sondern durch Abkommen mit lokalen Banken erfolgen, sagt Ghizzoni. *(ag)*

Cigna weist Angebot von Anthem zurück

New York. Das US-Versicherungsunternehmen Cigna hat ein Milliarden-Übernahmeangebot des größeren Konkurrenten Anthem zurückgewiesen. Das Angebot sei unangemessen und nicht im besten Interesse seiner Aktionäre, erklärte der Anbieter von Krankenversicherungen.

In einem Brief an die Geschäftsführung des zweitgrößten US-Versicherers Anthem erklärte Cigna, man sei „tief enttäuscht". Zuvor hatte Anthem angeboten, für den kleineren Rivalen umgerechnet 47,79 Mrd. Euro inklusive Schulden auf den Tisch zu legen. Anthem bietet 184 Dollar je Cigna-Aktie. 31,4% des Kaufpreises würden in Aktien, 68,6% bar gezahlt. *(ag)*

Ungarn senkt Leitzins mit 1,5% auf Rekordtief



© Egrian/Wikimedia/gemeinfrei

Es wird damit gerechnet, dass noch heuer ein weiterer Zinsschritt kommt.

Budapest. Die ungarische Notenbank hat am Dienstag den Leitzins1,5% auf ein Rekordtief gesenkt. Er betrug zuvor 1,65%. Das Zinsniveau ist damit gleich hoch wie in Polen, dessen Anleihen von den Ratingagenturen als vergleichsweise sichere Anlage gewertet werden. Ungarns Schuldpapiere werden hingegen unter Ramsch geführt. Manche Experten erwarten heuer noch einen weiteren Schnitt auf 1,2%. *(ag)*

Top Service Österreich DVAG rückte als Gesamtsieger auf Platz 1 vor – UniCredit Bank Austria auf Rang 3

Gütesiegel für Top Service im Dienstleistungsbereich

10 Austro-Konzerne ausgezeichnet; Sonderpreise für Hypo NÖ und ITdesign Software Projects.



© DVAG

Konnte sich gegenüber 2014 von Platz 2 auf 1 verbessern: Die DVAG unter Österreich-Geschäftsleiter Franz Veigl.

Baden/Wien. Im Rahmen der „Fete d'Excellence" am Donnerstagabend wurde unter zahlreichen Teilnehmern zehn heimischen Konzernen über den Dächern Wiens im k47 das Top Service-Gütesiegel für herausragende Kunden- und Serviceorientierung verliehen.

Die teilnehmenden Betriebe wurden auf Basis von Kunden- und Managementbefragungen bewertet, die Besten zusätzlich qualitativ auditiert und durch die Experten-Jury begutachtet. Grundlage ist das 7-K-Modell der Universität St. Gallen mit den sieben Bewertungsdimensionen Kundenorientierung des Management, Konfiguration, Kommunikation, Kommerzialisierung, Kompetenz, Kooperation und Kontrolle.

Christian Rauscher und Barbara Aigner, Geschäftsführer des Initators Top Service Austria, zeigen sich erfreut, dass die Austro-Unternehmen im Vergleich zum deutschen Wettbewerb so gut abgeschnitten hätten. „Unsere Analysen haben ergeben, dass die größten Treiber für Kundenbindung und -zufriedenheit hohe Servicequalität, Flexibilität und positiv überraschende Serviceleistungen sind." Anstrengen müssten sich die Österreicher noch im Internetauftritt und bei den Onlineaktivitäten.

Partner Uni Mannheim

Ab 2016 ist das Institut für Marktorientierte Unternehmensführung der Uni Mannheim als wissenschaftlicher Partner mit an Bord. „Die umfassende und branchenübergreifende Bewertung liefert Unternehmen und Kunden ein Indiz zur eigenen Wettbewerbsposition", lobt Prof. Christian Homburg die hohe Qualität und Unabhängigkeit des Wettbewerbs.

Die österreichische Niederlassung des familiengeführten Konzerns Deutsche Vermögensberatung Bank AG (DVAG) holt sich heuer den Gesamtsieg, nach einem zweiten Platz im Jahr 2014. Aushängeschild seien die hochmotivierten selbstständigen Berater, in deren Weiterbildung die DVAG kontinuierlich investiere. „Der Vermögensberater wird auf allen Ebenen unterstützt und kann sich so zu 100% auf die Kunden konzentrieren, die er betreut – was sich in hochzufriedenen Kunden niederschlägt", wie es heißt.

Platz 2 sicherte sich der internationale Logistiker DHL Express Austria. Absolute Kundenorientierung sei in der DHL-Unternehmenskultur fest verankert und hebe DHL neben seiner lokalen Präsenz vom Mitbewerb ab. Die intern sogenannte insanely customer centric culture werde im hauseigenen Ausbildungsprogramm durch eigene Mitarbeiter und Top-Management vermittelt.

Veränderungs-Prozess

Bronze geht an die UniCredit Bank Austria. Seit 2009 läuft unter dem Motto „Bank der Zukunft" und hohem Top-Management-Fokus ein tiefgreifender Change-Prozess, um sich für den Kunden neu aufzustellen. Was die Kunden besonders gut bewerteten: Freundlichkeit und Kompetenz der Mitarbeiter und ein generell partnerschaftlicher Umgang; weiteres Plus: der selbstkritische Blick. Den Niederösterreich-Sonderpreis überreichte Landtagsabgeordneter Klaus Schneeberger an die Hypo NÖ Gruppe Bank AG, die mit hoher Kundenorientierung in Niederösterreich punkten konnte.

Aber auch Mittelständler finden sich unter den Bewerbern und Siegern: ITdesign Software Projects & Consulting GmbH mit 40 Mitarbeitern konnte aus Kundensicht in allen sieben Kriterien die höchsten Werte verzeichnen; das brachte dem Beratungshaus den Sonderpreis für bestes Kundenerlebnis.

Gütesiegel erhielten weiters A1 Telekom Austria AG, Brichard Immobilien, ece Einkaufs-Centrum Kapfenberg, feibra sowie die ÖBB.

Bewerbungswillige für 2016 erhalten eine Erst-Einschätzung im Internet unter www.top-service-oesterreich.at/selbsttest/ *(red)*

Klimawandel Regenversicherungen immer beliebter

Deutschland: bei Regen Geld retour

München. Bei Regen warten die Betreiber von Eiscafés, Freizeitparks, Schani- und Biergärten bang auf Kunden. Damit diese Unbilden nicht mit der Pleite enden, schließen Geschäftsleute in Deutschland zunehmend Versicherungen dagegen ab.

Früher sei dies nur in der Landwirtschaft üblich gewesen, so die Assekuranzen, die für den Wetterschutz inzwischen vor allem von Reiseveranstaltern, aus der Gastronomie, aber auch aus dem Einzelhandel, Anfragen erhalten. Ist der Winter zu warm, kann ein Skigeschäft einpacken. Fällt der Sommer aus, bleibt ein Bademoden-Anbieter auf den Bikinis sitzen.

Eines der 10 größten Risken

„Umfragen zeigen, dass der Klimawandel von Firmen als eines der zehn größten Risiken für ihre Geschäftsentwicklung angesehen wird", sagt Karsten Berlage, Experte für Wetterversicherungen bei der Allianz Risk Transfer. Auch Energieunternehmen federn Wetterschwankungen in der Regel mit einer Versicherung ab. Gerade für die Wind- und Sonnenenergie sind sie entscheidend für das Geschäft. HDI in Hannover meldet jedenfalls Erfolge beim Nischenprodukt. Seit Einführung vor vier Jahren habe sich der Umsatz mit „Klimarisk" versechsfacht. Allerdings: Eine Vollkasko-Versicherung für Umsatzausfälle durch die Launen der Natur gibt es nicht – oder sie wäre unbezahlbar. Grundsätzlich richten sich die Kosten nach der Höhe der Eintrittswahrscheinlichkeit.



© APA/dpa-Zentralbild/Sebastian Kahnert

Bootsverleiher, etc. bieten heute auch ihren Kunden „Regen-Schutz" an.

Ergo Österreich-Champion

Service-Erlebnis

Wien. Die Analysegesellschaft Service Value GmbH befragt gemeinsam mit der Goethe-Universität Frankfurt am Main Kunden zur Servicezufriedenheit, in Deutschland, Italien und den Niederlanden wurden diese Rankings bereits wiederholt durchgeführt.

Nun wurden auch österreichische Kunden befragt. Der Service Experience Score (SES) fungiert als Gradmesser des erlebten Kundenservices. Aktuelle und ehemalige Kunden werden online und ohne Wissen bzw. Unterstützung der Unternehmen befragt. In die Ergebnisse für für 18 untersuchte Branchen flossen die Antworten von 40.000 Kunden ein. Das Ergebnis zeigt an, wie viele der Befragten einen sehr guten Kundenservice erlebt haben.

Für die Versicherungsbranche wurden Kunden von insgesamt zehn Unternehmen befragt. Branchensieger mit einem Wert von 68,4% ist die Ergo Versicherung Österreich, eine Tochtergesellschaft der Ergo Austria International AG, die wiederum eine Tochter der Ergo Versicherungsgruppe AG mit Sitz in Düsseldorf ist. *(red)*

Generali Makler kürten

Top-Platzierung

Wien. Im Rahmen des Internationalen Symposions für Versicherungsmakler und Führungskräfte von Assekuranzen im Casineum in Velden wurden auf Basis einer Umfrage unter Vermittlern die Assekuranz Austria Awards vergeben. Die Generali Versicherung AG errang in der Gewerbeversicherung Rang 1. Mit den Plätzen zwei und drei war sie auch in den Sparten Haushalt/Eigenheim und Kfz-Kasko top-platziert. *(lk)*



© Gerhard Kampitschv

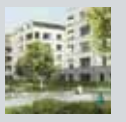
Generali-Vorstand Peter Thirring (Mitte) anlässlich der Überreichung in Velden.

real:estate


© Raab & Raab

NEUE VORSORGEWOHNUNGEN

Während die Anbieter mit neuen Anlagewohnungen aufwarten, warnen Verbraucherschützer **Seite 27**


© Münchner Grund

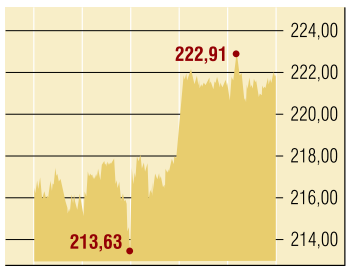
RICHTFEST FÜR BERLIVING-PROJEKT

UBM Development präsentierte das Berliner Wohnprojekt, das im Niedrigenergiestandard gebaut ist **Seite 28**

Top Beratung für Ihre Immobilie!
www.ehl.at
Wir leben Immobilien. EHL

IMMO-AGS

17. – 24. Juni 2015



IATX (Schluss 24.6.) 221,98 2,06%

Wochentop	CA Immo	4,26%
Wochenflop	Warimpex	-1,06%
CA Immo		4,26%
Buwog		3,12%
Atrium		0,62%
S Immo		-0,13%
conwert		-0,65%
Immofinanz		-0,98%
Warimpex		-1,06%

IMMO-FONDS

1-Monats-Performance (per 24.6.)

Monatstop	DWS Immoflex	-0,55%
Monatsflop	Parvest R. E Sec	-7,50%

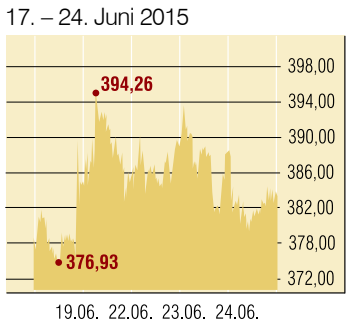
Top 5 Immofonds

DWS Immoflex Verm. mandat	-0,55%
Nordea 1 Gl. Real Est. Bl NOK	-0,73%
M&G Gl. R E Sec. USD A Acc	-0,96%
Morgan Stan. Eur. Prop. Z USD	-1,10%
RP Global Real Estate T	-1,58%

Flop 5 Immofonds

Parvest R E Sec. Pacific C EUR	-7,50%
Delta Lloyd L Gl Prop. Fund A	-7,03%
CS (Lux) Gl EM Pr. Eq. BH CHF	-6,75%
EETF EPRA Eurozone EUR Dis	-6,28%
Schroder ISF As. P. Pr. Sec A	-6,27%

17. – 24. Juni 2015



CERX (Schluss 24.6.) 384,93 1,43%

INHALT

Immo:Capital
> AXA IM startet neuen Immobilienfonds *27*

Immo:Markets
> Immobilien: Preiskurve flacht sich ab *29*
> Konzept für Neu Marx-Fläche steht *29*

Immo:Service
> Neues Bewertungstool Immovaluation *29*

People&Dates
> Rustler feiert 80-jähriges Bestehen *30*
> Bank Austria verkauft Seehotel Klopein *30*

Wohnbauförderung als Konjunktur-Turbo


© Ismail Goekmen/PID

Stadt Wien 300 Mio. Euro Fördervolumen lösten 2014 eine Wertschöpfung von rund 1,5 Mrd. Euro aus und sicherten an die 20.000 Jobs. Wohnbaustadtrat Ludwig erklärt, wie die Wohnraumschaffung mit sozialen Maßnahmen wie Blocksanierung, Einrichtungen wie den Wohnpartnern, etc. Hand in Hand geht. **Seite 26**

Crowdinvesting Anleger noch auf conda.eu einsteigen

McCubes in vielfältigem Einsatz


© McCube

Pesendorfer sieht den Warengutschein als Alternative zum Bausparen.

Wien. 30 Tage noch kann man auf der Crowdinvesting-Plattform www.conda.eu in McCube investieren, Hersteller von Holz-Modulhäusern, die an einem Tag aufgebaut werden können. Noch heuer soll ein bestehendes Hotel mit McCubes erweitert werden, derzählt McCube-Gründer Oliver Pesendorfer, und in Oberösterreich entstehe ein Ärztezentrum, in dem McCubes verbaut werden. Crowd-Investoren erhalten derzeit eine neu geschaffene McCube-Bauprämie: Wer investiert, erhält zusätzlich einen Warengutschein für den Kauf eines McCube gutgeschrieben – ab einer Auftragssumme von 150.000 €. *(lk)*



SHORT

Teilareal der Körner-Kaserne verkauft



© APA/Robert Jäger

Bebauungspläne und Flächenwidmungen werden derzeit analysiert.

Wien. Auf einem Teilareal der Wiener General-Körner-Kaserne im 14. Bezirk werden in den kommenden Jahren Wohnungen entstehen. Im Zuge des Verkaufsprozederes ging der oberösterreichische Immoentwickler Consulting Company als Meistbieter (4,1 Hektar um 30,3 Mio. €) hervor. Auf dem Gelände in Breitensee sollen mehrheitlich geförderte Mietwohnungen, aber auch freifinanzierte Eigentumswohnungen entstehen. Bis dato hat die SIVBEG im Auftrag des Verteidigungsministeriums österreichweit rund 150 Heeresliegenschaften verkauft, acht davon in Wien. *(red)*

Atrium kaufte Anleihen um 83,6 Mio. zurück

Wien/Saint Helier. Die auf Jersey ansässige börsenotierte Immobiliengesellschaft Atrium European Real Estate hat ein Rückkaufsangebot für Anleihen für im Nominale von insgesamt 77,40 Mio. Euro gelegt, sie bot 1.080 Euro für jeweils 1.000 Euro Nominale – in Summe also fast 83,6 Mio. Euro. Das Angebot endete am 19. Juni, angeboten wurden Atrium-Teilschuldverschreibungen im Nominale von 77,4 Mio. Euro. Das Unternehmen hält somit 123,55 Mio. Euro des Nominales der 130 Mio.-Anleihe. *(ag)*

Buwog-Vorstand mit COO nun dreiköpfig



© Buwog/Benjamin Pritzkuleit

Teufelsdorfer war zuvor bei Vivico, BIG, Bank Austria Real Invest tätig.

Wien. Der Aufsichtsrat des börsenotierten Wohnungskonzerns Buwog hat Herwig Teufelsdofer als Chief Operation Officer (COO) eingesetzt. Die Vertragslaufzeit beträgt drei Jahre. Weiter im Gremium bleiben Vorstandschef Daniel Riedl und Finanzvorstand Ronald Roos. Wirtschaftsingenieur Teufelsdorfer war zuletzt Mitglied in der Geschäftsführung der Tochter Buwog Bauen und Wohnen GmbH. *(red)*

LEG Immobilien erhöht für Käufe sein Kapital

Düsseldorf. Der deutsche Immokonzern LEG will weitere 3.500 Wohnungen um 225 Mio. Euro in Nordrhein-Westfalen kaufen. Dies soll teils über eine Kapitalerhöhung – 1,2 Mio. neue Aktien – finanziert werden. *(ag)*

Stadt Wien Die Fertigstellungsrate wird kontinuierlich hoch bleiben, stellt Wohnbaustadtrat Michael Ludwig in Aussicht

Wohnbauförderung in Wien als Konjunkturmotor

300 Mio. Euro Fördervolumen lösen Wertschöpfung von 1,5 Mrd. Euro aus und sichern 20.000 Jobs.

Wien. Die Stadt Wien ist nicht nur vor die Herausforderung gestellt, dem starken Bevölkerungswachstum mit mehr Wohnraum zu begegnen – gleichzeitig setzt sie sich die Ziele, die soziale Durchmischung zu fördern, in die Jahre gekommenen Quartieren neue Impulse zu verleihen und sinnvolles Stadtteilmanagement zu betreiben. „Wien hat es leichter als andere europäische Städte", erklärt Wohnbaustadtrat Michael Ludwig im Gespräch mit **media**net – „zum einen, weil bereits in den vergangenen Jahren auf hohem Niveau gebaut wurde, insbesondere im geförderten Bereich; zum anderen, weil wir über zahlreiche Instrumente verfügen, die stadtplanerisch sinnvollen Wohnbau ermöglichen und fördern."

Dies beginne bei der Grundstücksbevorratung, wo der Wohnfonds Wien sich Grundstücke im Volumen von 2,3 Millionen m² gesichert hat, um für die nächsten Jahre ausreichend bauen zu können, geht über Blocksanierungsprojekte und Gebietsbetreuung bis hin zu Einrichtungen wie den Wohnpartnern und Ordungsberatern.

Nicht auf dem Reißbrett

„2014 wurden 7.273 geförderte Einheiten an ihre Bewohner übergeben, weitere 7.990 Wohnungen wurden zugesichert. Insgesamt sind derzeit 20.000 Wohnungen in Bau oder Bauvorbereitung", erklärt Ludwig. „Wir bauen nicht nur in einem Gebiet, sondern an mehreren Teilen der Stadt gleichzeitig und dabei entstehen an den jeweiligen Standorten ganz unterschiedliche Wohnformen: gefördert und frei finanziert." Es zeige sich, dass der Weg der Wiener Wohnbaupolitik, nicht nur einkommensschwachen Personen, sondern auch dem Mittelstand Zugang zu geförderten Wohnungen zu ermöglichen, sich auch konjunkturell lohne.

Das Fördervolumen kann sich europaweit sehen lassen, und die 2014 bereitgestellten 300 Mio. Euro lösten Baukosten in Höhe von 1,06 Mrd. Euro aus und damit eine Wertschöpfung von 1,5 Mrd. – mit fiskalischen Effekten, die mit 612 Mio. Euro das Doppelte der Fördersumme übertreffen (Anm.: Berechnungen basierend auf Wifo-Daten). „Mit diesem Bauvolumen werden im Sektor an die 20.000 Arbeitsplätze gesichert und neu geschaffen. Die Förderung fließt 1,7-fach in Form von Steuern und Sozialabgaben an die öffentliche Hand zurück", betont Ludwig. Die inländische Wertschöpfung sei zudem im Wohnbau mit 85% besonders hoch, der Durchschnitt der Volkswirtschaft liege bei 46,5%.

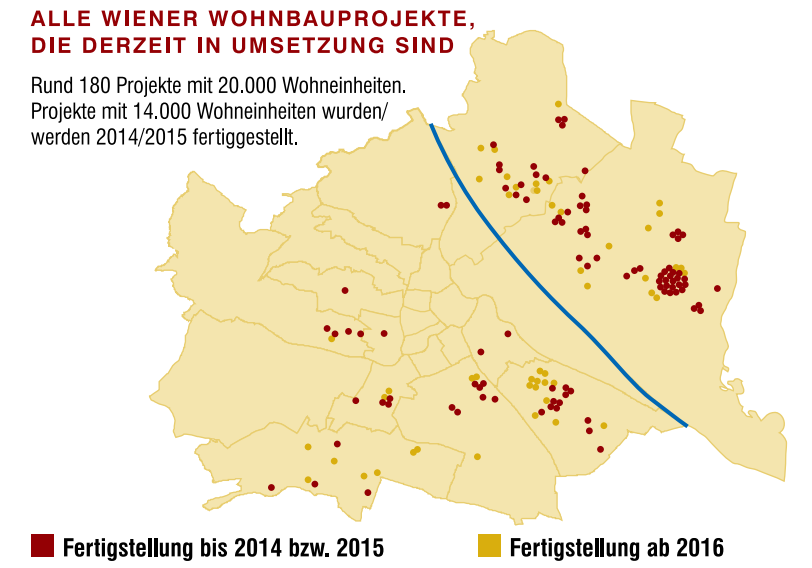
200 Mio. für Bestandsimmos

Weitere 200 Mio. Euro Fördersumme im Jahr werden für die Erhaltung des Wohnungsbestands eingesetzt. Dabei werden ganze Häuserblöcke in Kooperation mit der Gebietsbetreuung und unter Einbindung auch der Wirtschaftstreibenden, Hauseigentümer, Mieter, etc. saniert. „Oft sind an die 100 Liegenschaften betroffen", so Ludwig. Neben der Sanierung der Gebäude mit Dachgeschoßausbauten und Abzonungen – zuletzt in Wien 1150 mit den Initiativen „Sechshaus" und „Reindorf" – wird auf Grün- und Freiflächen, die Nahversorgung, Verkehrsberuhigung und Attraktivierung der Erdgeschoßzonen geschaut; dadurch locke man in sozial einst „schwierigen" Gebieten viele Junge und auch viele Künstler an. *(lk)*



© W. Schaub-Walzer/PID

Ludwig: Bei der Sanierung des Viertels Sechshaus entfiel von den 15,5 Millionen Gesamtbaukosten der Löwenanteil mit 12,6 Mio. auf die Fördersumme der Stadt.



Die großen Stadtentwicklungsgebiete: Aspern, Sonnwendviertel, das Areal Nordbahnhof, Industriebrachen wie das Mautner Markhof-Gelände, Bahnhof Aspang.

JPI Wiener Wohnungen

1.000 Einheiten

Wien. Der private Entwickler JP Immobilien baut bzw. übergibt 2015 und 2016 knapp 1.000 Wohnungen in Wien. Heuer habe man neun Projekte mit 320 Wohnungen im Wert von 80 Mio. Euro in Arbeit, 2016 kommen sechs Projekte mit 650 Wohnungen hinzu. Nach der Buwog (1 Mrd. Euro) und der BIG-Tochter ARE (600 Mio. Euro) sei man einer der größten Entwickler auf dem privaten Wiener Wohnimmobilienmarkt. *(red)*



© JP Immobilien

JPI-Geschäftsführer Daniel Jelitzka: „Gesamtinvestvolumen von 220 Mio. €".

CA Immobilien IT-Firmen mieten sich auf 5.000 m² ein

Avia-Büros fast zur Gänze vermietet

Krakau/Wien. Drei IT-Firmen mieten insgesamt rund 5.000 m² Bürofläche im Ende 2014 fertiggestellten Bürogebäude AVIA in Krakau an. Das mit „LEED Gold" zertifizierte Gebäude ist somit kurz nach Fertigstellung zu rund 95% vermietet, vermeldet die CA Immobilien AG. Unmittelbar nach Fertigstellung hatten die polnische Bank BPH S.A und GE Healthcare ihre Büroflächen bezogen.

Das rund 11.500 m² Fläche sowie 170 unterirdische Parkplätze fassende Bürogebäude wurde durch ein Joint Venture der CA Immo mit der GD&K Gruppe, einem der führenden polnischen Projektentwickler, realisiert. Das Class-A-Gebäude ist Teil der Krakauer Special Economic-Zone (SEZ) und liegt im Technologiepark am Aleja Jana Pawla II, dem größten Büropark innerhalb der Krakauer Stadtgrenze.

Boom: Shared Service Center

Lage und Ausstattung seien speziell auf die Bedürfnisse der boomenden Krakauer Shared Service Center (SSC) und Business Process Outsourcing (BPO)-Community ausgerichtet.

Bruno Ettenauer, CEO von CA Immo: „Krakau entwickelt sich zunehmend zu einem europäischen Hotspot für Informationstechnologie, IT-gestützte Dienstleistungen und Biotechnologie (ITES). Dieser Branchenfokus bringt der Region Betriebsansiedelungen, Arbeitsplätze, globale Investoren und in Folge interessante Perspektiven für den lokalen Büromarkt." *(lk)*



© CA Immo

Krakau, zweitgrößte Stadt Polens, ist stark auf Business Services fokussiert.

Strabag Museumsbau

Besseres Rating

Wien. Der Baukonzern Strabag hat in Polen einen Auftrag an Land gezogen: In der Stadt Sulejowek im Großraum Warschaus wird ein Museum geplant und errichtet, das dem ehemaligen Staatschef Jozef Pilsudski gewidmet ist. Das Auftragsvolumen beläuft sich auf 32 Mio. Euro. Das neue Museum mit 5.000 m² Nutzfläche soll innerhalb von 26 Monaten errichtet werden.

Eine Stufe höher

Weiters erfreulich für den Baukonzern: Die internationale Ratingagentur Standard & Poor's (S&P) hat das Credit Rating der Strabag SE um eine Stufe von BBB- auf BBB gehoben; der Ausblick liegt weiterhin bei „stabil". Begründet wurde dies damit, dass die wesentlichen Kennzahlen bereits deutlich über den Anforderungen für das bisherige Rating lagen und dies gemäß der Prognosen auch in den kommenden Jahren der Fall sein dürfte. „Die Höherstufung innerhalb des Investmentgrade-Bereichs bestätigt unsere Strategie der selektiven Diversifikation", so Vorstand Thomas Birtel. *(red)*

Vorsorgewohnungen Anbieter Raab & Raab startet mit der Vermarktung der rund 70 Wohnungen nahe des Floridsdorfer Bahnhofs in Wien 1210

Neue Projekte auf dem Markt

Neues auch bei der Wiener Privatbank: Seit einigen Wochen gibt es eine dritte Variante im Programm.

Wien. Das neueste Projekt des Vorsorgewohnungs-Veteranen Raab & Raab liegt in der Schlosshoferstraße 3 im Zentrum des 21. Bezirks in Wien – auf dem Areal, wo früher das Kaufhaus Woolworth stand und unweit des Floridsdorfer Spitz mit Bahnhof und U-Bahnstation. „Wir errichten ca. 70 moderne, helle Vorsorgewohnungen mit zeitloser und solider Ausstattung, zudem sind ein großes Geschäftslokal, Büros und Ordinationen geplant“, sagt dazu Geschäftsführer Erhard Rottensteiner.

Stadtteil-Initiative

Der aufstrebende Stadtteil des Floridsdorfer Spitz liege im Fokus der Stadt Wien. Seit Anfang 2014 gibt es die Initiative „Gemeinsam für Floridsdorf!“, die von Wohnbaustadtrat Michael Ludwig und Bezirksvorsteher Georg Papai ins Leben gerufen wurde, mit dem Ziel, die Wohn- und Lebensqualität dort zu steigern.

Neues gibt es auch beim Anbieter Wiener Privatbank: Neben den klassischen Vorsorgewohnungen im Neubau und dem Modell „Alt-Wiener Vorsorgewohnung“ – einer Spezialität der Wiener Privatbank – bietet sie nun seit einigen Wochen die Variante „Vorsorgewohnung+” an.

Vorsorgewohnung+

Hier ist die Wohnung zum Zeitpunkt des Erwerbs bereits unbefristet zu einer marktüblichen Miete vermietet. Diese Mieteinnahmen kann man zur Rückführung allfälliger Fremdmittel verwenden. Abhängig von der sich verändernden Lebenssituation des Mieters, könne mittel- bis langfristig mit dem Freiwerden des Objekts gerechnet werden, sagt Georg Aichelburg-Rumerskirch, Leiter der Sparte Immobilien bei der Wiener Privatbank. „Im Herbst werden wir in diesem Segment ein großes Projekt im 5. Wiener Gemeindebezirk anbieten“, stellt Aichelburg-Rumerskirch in Aussicht.

Zu den erwähnten Altbau-Vorsorge-Wohnungen, die sich häufig in klassischen Wiener Zinshäusern in Bestlagen befinden und unbefristet an Altmieter zu historisch gedeckeltem Mietzins vermietet sind, gab es vergangene Woche einmal mehr Kritik seitens der Konsumentenschützer und der SP-Wohnbausprecherin Ruth Becher: Diese seien wohnpolitisch „sehr unerwünscht“, da kein neuer Wohnraum entstehe, sozialpolitisch bedenklich, da der Druck auf Bestandsmieter erhöht werde – zudem bestehe das Risiko, dass sich die „Renditeprojektionen der Werbung nicht bewahrheiten”. Auch für den Rechtsrahmen gebe es – speziell vor dem Hintergrund einer geplanten „großen“ Mietrechtsreform – keine Garantie.

Kritik & Kuriositäten

Immo-Investitionen seien „keine böse Spekulation und dürfen nicht schlechtgeredet werden“, kontert Michael Pisecky, Fachgruppenobmann der Immobilientreuhänder in der WK-Wien. Kurios sei, dass jene Personen, die vor zu hohen Versprechungen bezüglich Mieterträgen warnten, maßgeblich an zu geringen Renditen schuld seien. Denn steuerliche Mehrbelastungen, staatliche Eingriffe in bestehende Regelungen, ausufernde Mieterrechte und der gleichzeitige Ruf nach immer günstigerem Wohnen senkten den Wert von Immobilien und die Vermietungserlöse. Auch für Aichelburg-Rumerskirch wird hier in erster Linie „politisches Kleingeld“ geschlagen, die Nachfrage nach den Alt-Wiener Vorsorgewohnungen sei groß, man habe bereits sechs Pakete auf den Markt gebracht. Die Rahmenbedingungen jedes Projektes würden vor Vermarktung detailliert geprüft. *(ag/lk)*



© Raab&Raab

Neu- oder Altbau: infrastrukturelle Anbindung ist wichtig (Projekt in Wien 1210).

Porr Kurs auf Hälfte gestellt

Split vollzogen

Wien. Der Baukonzern Porr hat seinen Aktiensplit im Verhältnis 1:2 im Firmenbuch eingetragen und heute, Freitag, wird dies an der Wiener Börse vollzogen, d.h. die Anzahl der Aktien wird auf rund 29 Mio. Stück verdoppelt, um die Handelbarkeit zu erleichtern. Der Kurs wird auf die Hälfte der Notiz des Vortags umgestellt. Zuletzt lag die Notiz um die 58 Euro. Die Aktionäre erhalten automatisch eine Gutschrift einer zusätzlichen Aktie je Anteilsschein auf dem Depot. *(ag)*



© Porr

Porr-Aktionäre müssen selbst nicht handeln, Schritt vollzieht sich automatisch.



SHORT

Pecik verkauft Anteile an Bank Austria Immo

Wien. Der Großinvestor Ronny Pecik hat seine Anteile an der Bank-Austria-Zentrale in der Wiener Innenstadt verkauft. Die denkmalgeschützte Immobilie gehört nun zu je 50% seinen Ko-Gesellschaftern, den Unternehmerfamilien Leiner und Koch, zitiert das *WirtschaftsBlatt* unter Verweis auf entsprechende Eintragungen im Firmenbuch.

Die Bank Austria will 2017 ihren neuen Firmensitz am Praterstern beziehen. Der Verkauf der Zentrale am Schottentor soll 135 Mio. Euro eingespielt haben. *(APA/fh)*

Home Rocket bietet Immo-Crowdfunding



© Home Rocket

Deutschmann und Maitz besiegeln den Crowdfunding-Deal.

Graz/Wien. Home Rocket (www.homerocket.com) ist die erste internationale Crowdfunding-Plattform für Immobilien. Nun findet auf Home Rocket das größte einzelne Crowdfunding-Investment statt, das es in Österreich jemals gegeben hat. Wolfgang Maitz, Geschäftsführer des steirischen Unternehmens Maitz Fenster, investiert 50.000 Euro in das neue Grazer Stadtviertel „Brauquartier Puntigam".

„Wir freuen uns, dass der Geschäftsführer eines hocherfolgreichen österreichischen Vorzeigeunternehmens bei seinem Investment auf Home Rocket vertraut", sagt Wolfgang Deutschmann, Geschäftsführer und Gründer von Home Rocket. *(fh)*

UBM Development Nach acht Monaten Bauzeit fand im Wilmersdorfer Ortsteil Schmargendorf das Richtfest statt

Neues Wohnbauprojekt von UBM: „Berliving"

136 Eigentumswohnungen umfasst die fünfgeschossige Anlage, davon sind 30% bereits verkauft.

FRITZ HASLINGER

Wien/Berlin. Nach acht Monaten Bauzeit konnten UBM Development AG und ihre deutsche Tochter Münchner Grund Immobilien Bauträger AG, gemeinsam mit zukünftigen Bewohnern, im Wohnquartier „Berliving" das traditionelle Richtfest feiern.

Die fünfgeschossige Wohnhausanlage im Wilmersdorfer Ortsteil Schmargendorf, zwischen Hohenzollerndamm und Fritz-Wildung-Straße, umfasst 136 hochwertige Eigentumswohnungen; die Gebäude sind variantenreich konzipiert.



© Münchner Grund

Mit City-Nähe, viel Grünflächen und tiefem Energiebedarf entspricht das Konzept den unterschiedlichsten Wohnbedürfnissen.

Diverse Lebenskonzepte

Durch flexible und variable Raumaufteilung ermöglicht Berliving Wohnlösungen für unterschiedliche Lebenskonzepte. Das große L-förmige Mehrfamilienhaus ist mit 70 Wohnungen und drei kompakten Stadtvillen mit je 22 Wohneinheiten unterteilt.

Die vier Bauteile des Quartiers bieten im Erdgeschoss insgesamt 23 Einheiten mit ein bis fünf Zimmern und jeweils einem eigenen Privatgarten. Im ersten bis vierten Obergeschoss entstehen 2- bis 5-Zimmer-Wohnungen mit circa 58 bis 130 m².

Die 16 Wohnungen des Dachgeschosses mit Flächen zwischen 84 und 172 m² verfügen über mindestens eine Dachterrasse.

Die Häuser werden über eine gemeinsame Tiefgarage mit 104 Stellplätzen und einen begrünten, mit Wegen, Sitzbänken und Spielflächen gestalteten Innenhof miteinander verbunden. Für das Konzept stand der Gedanke der ökologischen Immoblienentwicklung Pate, wie es bei den Errichtern heißt. Die Gesamtfertigstellung ist für das Ende des zweiten Quartals 2016 anberaumt.

KfW-Effizienzhaus 55

„Das gesamte Wohnquartier wird als KfW-Effizienzhaus 55 nach Energieeinsparverordnung – kurz EnEV 2014 – errichtet", erklärt UBM-CEO Karl Bier. Ein derartiges Haus hat einen Jahresprimärenergiebedarf von nur 55 Prozent eines vergleichbaren Neubaus, die Anlage unterschreitet somit die gesetzlichen Vorgaben um 45 Prozent und erfüllt einen hohen Nachhaltigkeitsanspruch.

Bertold Wild, Vorstand der Münchner Grund Immobilien Bauträger AG, betont: „Der stark wachsenden Nachfrage nach Wohnraum in einer gewachsenen Stadtlage Berlins kommen wir mit diesem Projekt auf hervorragende Weise nach. Wir freuen uns, den Bewohnern ein zentrales Stadtquartier mit Möglichkeiten zur Erholung in unmittelbarer Nähe bieten zu können, das alle Ansprüche von Familien, Paaren und Singles aller Altersgruppen gleichermaßen erfüllt."

Und last but not least: Schmargendorf gilt bei vielen Berlinern noch als Geheimtipp.

Erfolgsfaktor City-Nähe

„Das Wohnbauprojekt Berliving schafft komfortablen Wohnraum für Neuberliner und Alteingesessene. Wir freuen uns auf die neuen Nachbarn, die mit den nahe gelegen Kindergärten, Schulen sowie Sport- und Freizeitangeboten eine bestens ausgebaute Infrastruktur vorfinden", sagte Marc Schulte, Baustadtrat des Bezirks Charlottenburg-Wilmersdorf, anlässlich der vollzogenen Gleichenfeier.

Die UBM-Tochter Münchner Grund Immobilien Bauträger AG ist in ganz Deutschland als Projektentwickler und Bauträger tätig, wobei der Fokus auf den Asset-Klassen Hotel, Gewerbe, Büro und Wohnen liegt. Von der Planung und Entwicklung über die Errichtung bis hin zur Vermarktung werden alle Leistungen aus einer Hand angeboten. Das Unternehmen verfügt nach eigenen Angaben über 50 Jahre Erfahrung.

Markteinführung Fonds bietet „Ertragschancen wie bei Immobilien-Direktinvestments"

AXA IM startet Immobilienfonds

Frankfurt/Wien. AXA Investment Managers (AXA IM) erweitert ihre Produktpalette mit der Auflage und Markteinführung ihres Immobilienfonds AXA WF Global Flexible Property Fund. Damit werde Anlegern die Möglichkeit geboten, die langfristigen Ertragschancen von Immobilien in gleicher Weise wahrzunehmen wie mit einem Direktinvestment, wie es bei der Fondsgesellschaft heißt. Gegenüber einem direkten Immobilieninvestment biete der Fonds jedoch tägliche Liquidität, geringere Volatilität, bessere Diversifizierung und geringere Transaktionskosten.

Dilemma umgehen

„Immobilien sind als Anlageklasse mit einer historisch gesehen guten Performance und stabilen laufenden Erträgen sehr attraktiv. Allerdings mussten sich die Anleger, die in diese Anlageklasse investieren wollten, früher zwischen illiquiden physischen Immobilien und liquiden, aber häufig volatilen Immobilienaktien entscheiden", kommentiert Frédéric Tempel, Global Head of Listed Real Estate bei AXA IM und federführender Manager des Fonds.

Der Fonds investiert weltweit in Aktien und Zinsinstrumente von börsenotierten Immobilienunternehmen. Die Zielstruktur des Portfolios liegt bei 60 Prozent Aktien und 40 Prozent Anleihen. Dies ermöglicht den Aufbau eines Ertragsprofils, das dem eines direkten Immobilieninvestments ähnelt. Im Gegensatz dazu kann der Fondsmanager jedoch die Struktur des Fonds flexibel anpassen und je nach Zyklus der Immobilienbranchenkonjunktur das Aktienengagement verringern oder erhöhen.



© AXA IM

Scemama: „Wir streuen simultan auf diverse Instrumente und Anlageklassen."

360-Grad-Immobilienansatz

Isabelle Scemama, Head of Funds Group bei AXA Real Estate, erklärt: „Wir stellen mit diesem Fonds unter Beweis, dass wir über unseren 360-Grad-Immobilienansatz simultan in unterschiedliche Immobilieninstrumente und alle Anlageklassen investieren können, um so den Ertrag, die Volatilität und die Liquidität in den Portfolios unserer Kunden zu optimieren."

Der über unterschiedliche Regionen diversifizierte Luxemburger SICAV Fonds verfügt über Retail- und institutionelle Anlageklassen. Er ist derzeit in Großbritannien, Österreich, Belgien, Dänemark, Finnland, Frankreich, Deutschland, Italien (institutionelle), Luxemburg, Spanien, Schweden und den Niederlanden zum Vertrieb zugelassen. *(fh)*

Re/Max 2014 mit Abstand erfolgreichstes Geschäftsjahr

Vorsprung ausgebaut

Amstetten/Wien. Laut dem Ranking des aktuellen Immobilienmagazins ist Re/Max, wie bereits in den Jahren zuvor, das mit Abstand erfolgreichste Immobilien-Franchise-System in Österreich. Aber auch im Vergleich zu anderen bekannten Maklerunternehmen habe man mit einem Umsatz von 39 Mio. Euro den Vorsprung auf die nächsten beiden Mitbewerber-Gruppen (Raiffeisen Immobilien Österreich beziehungsweise s Real) auf jeweils mehr als 75 Prozent ausgebaut (Kategorie „Die größten Makler Österreichs/Österreich gesamt").



© APA/Herbert Pfarrhofer

Reikersdorfer: „Die ersten Monate 2015 zeigen ein deutliches Plus zu 2014."

2014 erfolgreichstes Jahr

„Das Jahr 2014 war das mit Abstand erfolgreichste Jahr für uns in Österreich. Ein Umsatzwachstum von 17 Prozent im Vergleich zum Vorjahr ist, wie man bei vielen Mitbewerbern sieht, nicht selbstverständlich", sagt Bernhard Reikersdorfer, Geschäftsführer von Re/Max Austria.

Als Gründe für das gute Ergebnis sieht er u.a. die starke Marke und das flächendeckende Netzwerk. Auch in den Kategorien „Die stärksten Makler Österreichs/Wohnen", „Die stärksten Wiener Wohnungsmakler/Miet-Wohnungen", „Die stärksten Wiener Wohnmakler/Häuser kaufen oder mieten" „Die stärksten Grundstücksmakler Österreichs", „Die größten Retail-Makler Österreichs/Handelsflächen") sei man führend, so Reikersdorfer. *(fh)*

Fachverband Heuer herrscht an der Immobilienfront eine „stabile Großwetterlage“ ohne überraschende Ausschläge nach oben oder unten

Preisentwicklung flacht sich ab

Die Immobilientreuhänder erwarten, dass viele Menschen Schenkungen und Erbschaften auf heuer vorziehen werden.

Wien. An der österreichischen Immobilienfront ist für heuer laut Expertenmeinung kein Preisrutsch nach unten und oben zu erwarten, maximal ein moderater Anstieg. Schlechte Neuigkeiten gibt es für die Speckgürtel von Wien: Zwar hätten sich die Grundstücks- und Wohnpreise wieder eingebremst, aber das Preisniveau bleibt weiter sehr hoch.

„Die Preise sind ausgereizt“, betonte Georg Edlauer, Obmann des Fachverbands der Immobilien- und Vermögenstreuhänder der WKO. Wer kann, weicht aufs weitere Umland aus.

251 Euro je m² Baugrund

Rund 251 Euro pro m² müssen derzeit im Durchschnitt für ein Baugrundstück in Österreich gezahlt werden. Die Preise haben insgesamt um 4,5% gegenüber 2014 angezogen. Noch in der jüngeren Vergangenheit habe man in diesem Bereich zweistellige Zuwächse erlebt.

Ähnlich verhält es sich mit Eigenheimen oder Wohnungen. Edlauer: „Gerade in Wien wird zu wenig gebaut“, er spricht von 4.000 Wohnungen, die jährlich fehlen würden, was zu weiteren Preissteigerungen führen könnte. „Penthäuser gibt es genug, es braucht Wohnungen für Singles oder kleine Familien“, betont der stellvertretende Fachverbandsobmann Reinhold Lexer. In den ländlichen Gebieten wird je nach der Dichte der Betriebsansiedlungen damit gerechnet, dass die Preise deutlich nachgeben werden.

Wer derzeit auf Mietwohnraum zurückgreifen will, hat keine Überraschungen bei den Mietpreisen zu erwarten, hieß es weiter. Entgegen den Berechnungen der Statistik Austria, die die Mieten als Inflationspreistreiber diagnostizierten, weist der Fachverband dies einhellig zurück. Mietsteigerungen von bis zu 5% gegenüber dem Vorjahr seien den Betriebskosten geschuldet. „Die Nettohauptmieten sind dagegen in etwa gleich geblieben.“

Salzburger Mieten sinken

Bei den Mietwohnungen hat die Bundeshauptstadt Wien mit 9,2 Euro netto pro Quadratmeter die höchsten Preise vorzuweisen. Österreichweit liegt der Nettopreis bei 7,1 Euro pro Quadratmeter (+1,1%). Im Bundesland Salzburg sind die Mietpreise sogar um 2,5% gefallen, der Durchschnittspreis beträgt dort aber dennoch 8 Euro.

Wer ein Eigenheim oder ein Haus als Schenkung oder Erbe in Aussicht hat, muss sich ab nächstem Jahr mit dem Verkehrswert herumschlagen. Es sei jedenfalls klar am Markt festzustellen, dass viele Familien die Übergaben an die nächste Generation vorziehen. *(ag/lk)*



© WKO

Edlauer: neuer Vorsitzender des Fachverbands der Immo- und Vermögenstreuhänder.

CBRE Investments am europäischen Gewerbeimmomarkt erreichten den höchsten ersten Quartalswert seit 2007

Bald wieder bei Rekordwerten angelangt



© Panthermedia.net/Jean Schweitzer

Die Märkte Belgien und Tschechien sahen besonders starke Anstiege.

Wien. Das Investmentvolumen auf den europäischen Gewerbeimmobilienmärkten lag im ersten Quartal 2015 bei knapp 55 Mrd. Euro, ein Plus von rund 31% im Vergleich zum Vorjahresquartal; dies geht aus der aktuellen Analyse von CBRE hervor. Es ist dies der höchste Wert seit 2007 (60 Mrd. Euro). „Auffallend ist der starke Anstieg von Portfolioverkäufen“, sieht Georg Fichtinger von CBRE Österreich einen Hinweis für die gestiegene Liquidität im Markt. „Zudem beobachten wir insbesondere unter Private Equity-Unternehmen eine Entwicklung zur Übernahme ganzer Investment-Vehicles bzw. Immobiliengesellschaften.“

Großbritannien, Frankreich und Deutschland liegen anteilsmäßig vorn. Auch südeuropäische Länder wie Spanien, Italien und Portugal verzeichneten im Vergleich zum Vorjahresquartal hohe Investmentvolumina. „Vor allem Spanien erreichte mit einem weiteren Anstieg um rund 153% gegenüber Vorjahr ein hohes Niveau und wird für Investoren zunehmend attraktiv“, meint Fichtinger. Den deutlichsten Anstieg verzeichnete jedoch Belgien. Für Mittel- und Osteuropa wird ein nur gedämpftes Szenario gesehen – mit Tschechien als großer Ausnahme, das einen deutlichen Anstieg um 184% sah. Damit registrierte das Land insgesamt zum dritten Mal in Folge ein Volumen von über 800 Mio. Euro und verdoppelte so den zehnjährigen Schnitt, der unter 400 Mio. liegt. *(lk)*

INVESTMENTS GEWERBE EUR

	Quartal 1 2015	Veränd. zu VJ
Großbritannien	22.238	64%
Deutschland	9.600	–3%
Frankreich	4.431	7%
Schweden	2.279	–18%
Niederlande	966	–35%
Spanien	2.911	153%
Irland	1.003	7%
Italien	1.892	159%
Norwegen	2.244	148%
Finnland	366	-50%
Tschechien	898	183%
Dänemark	972	74%
Belgien	839	190%
Westeuropa andere	1.952	2%
Russland	396	–15%
Polen	444	–51%
CEE andere	372	–8%

Umsätze in Mio. €; Quelle: CBRE

Neu Marx Nutzungsmix aus Wohnen und Betrieben; kleinteilige Aktivitäten in Marx-Halle

Konzept für 40.000 m² Freifläche

Wien. Das Stadtentwicklungsgebiet im Bereich des ehemaligen Schlachthofs St. Marx in Wien-Landstraße (Neu Marx) wächst. Auch für die Zukunft der großen, noch freien Fläche, die für den ORF reserviert war, gibt es nun ein Konzept. Sie wird sukzessive bebaut, geplant ist ein „kreativer Nutzungsmix“, wie Vertreter der Stadt, der Wiener Standortentwicklung GmbH (WSE), der Wien-Holding und der Wirtschaftsagentur bei der Präsentation des „Eckpunktepapiers“ betonten. Klar ist: Die rund 40.000 m² große Freifläche im Zentrum des Areals wird nicht an einen einzelnen Konzern vergeben.

Vermietung der Fläche

Es ist vorgesehen, Firmen aus dem Kommunikationsbereich für eine Ansiedlung zu gewinnen, Biotech-Betriebe sind ebenfalls erwünscht. Unmittelbar daneben finden sich das bestehende Media-Quarter sowie das Vienna Biocenter. Renommierte Konzerne und Start-ups sollen sich in Neu Marx weiterhin ergänzen, so Wirtschaftsstadträtin Renate Brauner (SPÖ). So werde sich etwa das Gründer-Camp INiTS dort engagieren und „auch Wohnbauten sind angedacht“.

Bis es so weit ist, wird die unbebaute Marx-Fläche vermietet. Beworben wird sie für temporäre Nutzungen, also etwa für Zirkus-Gastspiele. Die ersten Bauten dort könnten dann ab 2017 in die Höhe wachsen.

Nachgedacht wurde auch über die benachbarte Marx Halle, die ehemalige Rinderhalle; sie wird momentan für größere Veranstaltungen wie Konzerte oder Parteitreffen genutzt. Die Zukunftsvision sieht dort eher kleinteilige Aktivitäten vor, für größere Pop-Konzerte soll es keine Location sein.

In den vergangenen Jahren wurden für das Gesamtareal ca. 670 Mio. Euro investiert. *(APA)*



© David Bohmann/PID

Brauner: „Der ORF wird es bereuen, sich gegen Ausbau dort entschieden zu haben.“

Immounited Wertanalyse

Neues Online-Bewertungstool

Wien. Der Datenexperte Immounited bietet ein Immobilienbewertungstool an, Immovaluation, das gemäß Liegenschaftsbewertungsgesetz 1992 und ÖNORM B-1802 beim Analysieren, Bewerten und Vergleichen von Liegenschaftswerten aus tatsächlichen Immobilienkaufverträgen hilft.

Mit geringem Zeitaufwand könne für die Bewertung von Eigentumswohnungen und Grundstücken nach dem Vergleichswertverfahren online eine professionelle Wertanalyse erstellt werden, wie es heißt.

Der Aufbau des brandneuen Tools folgt dem im Vergleichswertverfahren vorgesehenen Bewertungsprozess. Jeder der einzelnen Schritte werde von Hilfetexten aus der Fachliteratur begleitet, es können erstmals direkt in der Software karten- oder listenbasierend entsprechende Preisvergleichswerte zum gewünschten Bewertungsobjekt ausgewählt werden – auch via Smartphone bzw. Tablet. Die Datenbasis stütze sich auf Grundbuch-Transaktionen seit 2008. *(lk)*

SHORT

MyPlace-Selfstorage auf Expansionskurs

Wien. Im Geschäftsjahr 2014/15 hat MyPlace-SelfStorage vier neue Standorte in Wien-Sankt Marx, Berlin-Pankow, Berlin-Spandau und Stuttgart erworben. Man werde sie noch im aktuellen Geschäftsjahr (per 1.5.2015) eröffnen und in Betrieb nehmen. Mit einem Investitionsvolumen von insgesamt rund 33 Mio. Euro wird das Filialnetz in Deutschland, Österreich und der Schweiz damit auf insgesamt 41 Lagerhäuser ausgebaut. Vermietet werden derzeit an die 32.000 Lagerabteile an 37 Standorten auf einer Gesamtfläche von über 286.500 m². Der Marktanteil liege mit 22.000 Kunden bei 32%. *(lk)*

Erste ÖSW übergibt erste Wohnungen



© ÖSW

Erstes gemeinsames Projekt wurde planmäßig übergeben.

Wien. Die Erste ÖSW Wohnbauträger GmbH, ein gemeinsames Unternehmen der Erste Bank und der ÖSW-Gruppe, hat vor Kurzem das erste gemeinsam realisierte Projekt nach planmäßiger Fertigstellung in der Bessemerstraße 32 in Wien 1210 an seine künftigen Bewohner übergeben. *(red)*

Neues Online-Magazin für Immowirtschaft

Bayreuth. Der BVFI – Bundesverband für die Immobilienwirtschaft e.V. und die bbg Betriebsberatungs GmbH haben das Online-Magazin www.immocompact.de gestartet. *(lk)*

SHORT

Wien Energie: Stromsparende WGs



© Gerhard Fally

Fanta 4: So sieht eine siegreiche Energiespar-Wohngemeinschaft aus.

Wien. Der Wettbewerb für Wiener Wohngemeinschaften, veranstaltet von der Wien Energie, ist vorbei: Die Stromspar WG wurde von der WG Fanta 4 gewonnen. Ziel war es, eine jugendliche Zielgruppe auf spielerische Art und Weise an die Themen nachhaltiges Energiebewusstsein und Klimaschutz heranzuführen. Das Know-how in diesen Bereichen erarbeiteten sich die WGs durch das Lösen von sechs Aufgaben größtenteils selbst. Bewertet werden die Beiträge der WGs durch eine Wien Energie-Experten Jury. *(red)*

La Samaritaine wird umgebaut

Paris. Der Umbau des legendären Pariser Kaufhauses La Samaritaine kann fortgesetzt werden: Frankreichs Oberstes Verwaltungsgericht hob den Baustopp auf.

Das berühmte Kaufhaus am rechten Seine-Ufer mit seiner auffälligen Art-Deco-Fassade musste 2005 wegen erheblicher Sicherheitsmängel schließen. Der Luxuskonzern LVMH, dem La Samaritaine gehört, will es komplett sanieren und umbauen. In dem Hauptgebäude und mehreren Nebengebäuden sollen ein Luxushotel, Büros, Geschäfte, Wohnungen und eine Kinderkrippe entstehen. *(APA)*

Immofinanz: Schragl leitet Kommunikation


© Immofinanz Group/Martina Draper

Neue Kommunikationsleiterin bei der Immofinanz: Bettina Schragl.

Wien. Die Immofinanz hat die gesamten Kommunikationsagenden des Konzerns im Bereich Corporate Communications and Investor Relations zusammengefasst. Bettina Schragl, die seit rund zweieinhalb Jahren für Corporate Communications verantwortlich ist, leitet nun diese Abteilung. In dieser Funktion verantwortet sie die Kapitalmarktkommunikation sowie die interne und externe Konzernkommunikation des Immobilienkonzerns; zuvor war Schragl im Wirtschafts- und Finanzjournalismus tätig.

Der bisherige Leiter des Investor Relations-Bereichs, Stefan Schönauer, ist in seiner neuen Funktion als Head of Capital Markets and Corporate Strategy für die strategische Planung und Entwicklung der Immofinanz zuständig. *(red)*

Jubiläumsfeier 500 Gäste feierten beim Schloss Schönbrunn das internationale Familienunternehmen

80 Jahre Rustler Gruppe

„Der Rustler 6“ wurde präsentiert, heimische und internationale Immo-Prominenz anwesend.

Wien. Die Rustler Gruppe, ein international agierendes Immobilienunternehmen in Familienbesitz, feierte ihr 80-jähriges Bestehen im Rahmen einer Veranstaltung mit rund 500 Gästen in der Orangerie des Schloss Schönbrunns.

Zu diesem Anlass wurde die neueste Ausgabe des alle fünf Jahre erscheinenden Standardwerks für Immobilienbewirtschaftung, „Der Rustler 6“, präsentiert. Neben Kunden aus allen von Rustler bearbeiteten Ländern fand sich auch viel Prominenz aus der heimischen Immobilienbranche ein.

Betreuung ohne Agentur

Begrüßt wurden die Gäste von den Gesellschaftern der Rustler Gruppe, Julia Wegerer-Rustler, Peter Rustler, Sohn der Unternehmensgründerin Frieda Rustler, Robert Wegerer, Martin Troger und Michael Moshammer. Die Geschäftsführer der Niederlassungen in Berlin, Prag, Budapest, Bukarest, Bratislava, Belgrad und Kiew reisten mit den Key Accounts aus den jeweiligen Ländern an.

Auf eine Eventagentur wurde für das Fest verzichtet, denn: „Dienstleistung wird bei uns großgeschrieben, wir wollten unsere Gäste daher selbst betreuen“, meinte Michael Müller, Geschäftsführer der Rustler Gruppe GmbH. An der Garderobe, an der Fotobox, am Eisstand, an der Weinbar wurde man von Mitgliedern der über 500 Dienstnehmer zählenden „Rustler-Familie“ betreut.

Branchen-Prominenz

Neben vielen prominenten Vertretern der heimischen Immobilienbranche, wie Michael Ehlmaier und Eugen Otto, sah man etwa Polizeipräsident Gerhard Pürstl unter den Gästen. *(red)*


© Rustler

Feier mit prächtiger Kulisse und Kaiserwetter: 80 Jahre Rustler-Gruppe.

Mercer-Studie Unruhige Zeiten machen Auslandsgeschäftsreisen teurer, sie bleiben aber weiterhin unverzichtbar

Luanda ist am teuersten, vor Hongkong

Frankfurt. Zum bereits dritten Mal in Folge ist die angolanische Hauptstadt Luanda die weltweit teuerste Stadt für Auslandsentsendungen. Insbesondere die Kosten für importierte Waren sowie sicheren und angemessenen Wohnraum sind in der ansonsten eher günstigen Stadt enorm. Auf Platz zwei und drei folgen Hongkong und Zürich. Wien ist als einzige österreichische Stadt im Ranking auf Platz 56 vertreten. Das ergab eine vom Beratungsunternehmen Mercer durchgeführte, weltweite Vergleichsstudie.

Es wird teurer

Die in letzter Zeit aufgetretenen Währungsschwankungen, instabile Immobilienmärkte und Inflation verteuern Auslandsentsendungen zunehmend.


© Maxbrotto

Luanda hält die Stellung als weltweit teuerste Stadt für Geschäftsreisende.

Trotzdem erwarten fast 75% der international tätigen Unternehmen, dass die Zahl der langfristigen Auslandsentsendungen in den nächsten zwei Jahren stabil bleibt oder sogar zunimmt, meint Ilya Bonic, Senior Partner und Präsident des Talent-Bereichs von Mercer. Mit Zürich (3), Genf (5) und Bern (9) zählen drei Schweizer Städte zu den teuersten Zehn. Komplettiert werden die Top-Ten des Rankings von Singapur (4), Shanghai (6), Peking (7), Seoul (8) und N'Djamena (10) im Tschad. Die günstigste Stadt im Ranking ist Bischkek in Kirgisistan; Westeuropa wurde aufgrund des gestiegenen Dollars günstiger. *(ks)*

Bank Austria verkaufte Stärkung der Seminarschiene

Seehotel Klopein geht an Marolt

Wien. Die Bank Austria hat das Seehotel Klopein am Kärntner Klopeiner See an die Marolt Hotels GmbH der Hoteliersfamilie Marolt verkauft. Über den Verkaufspreis und Transaktionsdetails wurde Stillschweigen vereinbart.

Damit soll die Tourismusregion Klopeiner See gestärkt werden, heißt es. Die neuen Eigentümer planen, die bestehende Seminarschiene zu erweitern und werden weiter auf die Stammklientel des Hauses – Mitarbeiter sowie Pensionisten der Bank Austria – setzen.

Liegenschaft mit 70.000 m²

Das seit den 1920er-Jahren bestehende Hotel wurde 1978 abgerissen und bis 1982 neu erbaut. Die Liegenschaft (70.000 m²) setzt sich aus diversen Grundstücken zusammen, davon 8.000 m² Strand. Zuletzt gab es jährlich 20.000 Nächtigungen. *(red)*



© Hotel Klopeinersee

Über den Preis für das traditionsreiche Seehotel Klopein herrscht Stillschweigen.

Budget Hotels Eröffnung

50. Motel One

Manchester. Nach der Eröffnung des Motel One Wien-Hauptbahnhof vor wenigen Wochen wurde jetzt das 50. Haus der Budget-Design-Hotelkette eröffnet: Das Motel One Manchester-Piccadilly liegt direkt gegenüber dem Manchester Hauptbahnhof. Gäste übernachten ab 69 Pfund (96 Euro) im Einzelzimmer in einem der 330 Zimmer.

14 Zuglinien sowie die Trambahn-Haltestelle vor der Haustür gewähren eine gute Anbindung; zum Manchester Conference Centre sind es nur 600 Meter. Die Heimstadien der Fußballvereine Manchester United und Manchester City sind beide in 20 Minuten erreichbar.

Gute Preise, gute Lage

Dieter Müller, CEO und Gründer von Motel One, erklärt: „Mit unserem zweiten Haus in England setzen wir ein weiteres Zeichen im Budget-Segment der englischen Metropolen. Neben London möchten wir nun auch in Manchester mit Design und Qualität sowie attraktiven Preisen in Bestlage überzeugen.“ *(fh)*

Paybox Banking neu

FinTech Forum

Wien. Banking und Finance neu denken – diesem Motto hatte sich das FinTech Forum verschrieben, das von der paybox Bank AG in Wien veranstaltet wurde. Frank Schwab, CEO, Fidor TecS hielt die Keynote-Speech.

Im Rahmen einer Diskussion zum Thema „Disrupting Finance: Perspectives from Other Sectors“ brachte Dieter Trimmel von der Telekom Austria Group seine Sichtweisen ein. *(red)*



© APA/Robert Jäger

Teilnehmer des FinTech Forums diskutierten über neue Wege des Bankings.

advisory


© AIT/krischanz.zeiler

SERIE: INTELLECTUAL CAPITAL
Rektor Martin Gerzabek über die multi-disziplinäre Arbeit der Boku **Seite 33**


© Bösmüller/Wieland

CONSULTING SCHAFFT DRUCK
Connect und Bösmüller realisieren „Drucksorte goes International“ **Seite 35**

CLAUDIA FOCHTMANN
BINDER GRÖSSWANG


© Binder Grösswang

SHORT

BCG: Schwellenländer holen rasant auf


© Panthermedia.net/Ndul

„Dueling with Dragons 2.0“ heißt sinnigerweise die neue BCG-Studie.

Wien. Große Konzerne aus den Schwellenländern laufen den bestehenden Global Playern zunehmend den Rang ab, hat die Boston Consulting Group (BCG) aktuell erhoben.

Drei von fünf Weltmarktführern werden künftig in den Schwellenländern beheimatet sein. In der Chemischen Industrie stammen bereits jetzt drei der Top-Five-Unternehmen aus Schwellenländern. Bei Baumaschinen werde die gleiche Situation in vier Jahren, in der Automobilzulieferindustrie in 13 Jahren erreicht sein. *(pj)*

KWR nominiert das Team für Heta-Klagen

Wien. Das „Hypo-Kernteam“ von KWR besteht aus Jörg Zehetner (Head), Magdalena Habsburg-Lothringen und Thomas Haberer (Gesellschaftsrecht), Elisabeth Fischer (Zivilprozessrecht), Wolfgang Brenner (Öffentliches Recht), Andreas Mätzler (Bankrecht) und Konstantin Köck (Europarecht). *(jj)*

DLA Piper „unter Haien und Krokodilen“


© DLA Piper/Anna Rauchenberger

M. Doralt, J. Zwitter-Tehovnik, C. Vartian und S. Fehringer (v.l.)

Wien. Die erste Women‘s Lounge der Kanzlei DLA Piper fand kürzlich im Dachgeschoss des Haus des Meeres statt. In Anlehnung an die Location lautete das Motto des Abends „Unter Haien und Krokodilen“.

Managing Partnerin Claudine Vartian und die Partnerinnen Maria Doralt, Sabine Fehringer und Jasna Zwitter-Tehovnik konnten mehr als 100 Damen aus der heimischen Wirtschaft begrüßen, wie etwa Andrea Sassen-Abfalter (UniCredit BA), Petra Sütter (The Royal Bank of Scotland), Waltraud Orisich (Banco do Brasil AG) und Maria Rauch-Kallat (mrk diversity management gmbh) *(pj)*

Dematerialisierung und digitaler Darwinismus


© Helmet Blocher

„Think Different – Innovation führt zum globalen Erfolg“: Helmut Blocher (Succus Wirtschaftsforen), Jörg Busch (PwC Österreich), Karl-Heinz Land (neuland, v.l.)

Transform your Industry Bei der CEO Challenge in Stegersbach standen die innovativsten Geschäftsmodelle im Mittelpunkt, die auf den weltweiten Märkten derzeit zu finden sind. Rund 70 Geschäftsführer, Eigentümer und Vorstände erklärten ihre Strategien zur Herausforderung der Digitalen Revolution. **Seite 32**

Innovativ Kostenlose Teilnahme am Normungsprozess

Die Normen werden neu genormt


© Austrian Standards/Thomas Maria Lalmgruber

Vollversammlung und neues Gesetz: AS-Direktorin Elisabeth Stampfl-Blaha.

Wien. Am 23.6. wurde ein neues Normengesetz in die Begutachtung versandt: Die Teilnahme in den Normengremien wird in Zukunft kostenlos sein, Transparenz und Steuerung sollen verbessert werden. Damit trägt der Gesetzesentwurf vor allem den Anliegen von KMU und EPU Rechnung. Der Gesetzesentwurf berücksichtigt auch die Normungsverordnung der EU.

Die Begutachtungsfrist läuft bis zum 3.8., in Kraft treten soll das neue Normengesetz am 1.1.2016.

Schon vorher – nämlich am 2.7. – findet die ordentliche Vollversammlung von Austrian Standards-Institute statt. *Seite 34*

Rechtssicherheit VwGH gibt Beschwerde recht

Aufatmen in der Seilbahn-Branche


© Wiener Alpen in Niederösterreich

Entscheidung in höchster Instanz: Seilbahnen sollen Rückstellungen bilden.

Zell am See. Nach sechsjährigem Verfahrensverlauf hat der Verwaltungsgerichtshof eine wichtige Grundsatzentscheidung im Interesse der Seilbahnbetreiber getroffen: Rückstellungen, die während der Betriebsdauer für den (oft sehr aufwendigen) Rückbau der Anlagen gebildet werden, sind steuerlich anzuerkennen.

„Diese Entscheidung ist für die ganze Branche von großer Bedeutung, da wir endlich Rechtssicherheit erreicht haben“, erklärt Roland Pfeffer von der Prodinger Steuerberatung, auf deren Initiative der Fall vor den VwGH gebracht worden war. *Seite 34*

GASTKOMMENTAR

Gezielt zielen lernen


© privat

HELMUT WEITZER, CROSSDESIGN

Früher, da war doch alles besser und einfacher. So wie in den Saloons des Wilden Westens. Die Helden waren cooler, die Schurken böser, die Nächte länger.

Allerdings hatten die echten Helden ein paar Tricks zur Hand, die ihnen dabei halfen, Schurken, Helden und Komparsen zu unterscheiden und deshalb erfolgreicher und länger durch den Staub zu reiten.

1. Zielgruppe finden

Im prall gefüllten Saloon hatten die Helden einen todsicheren Trick, die gefährlichen von den harmlosen Besuchern zu unterscheiden: das Laden der Waffe, am besten versteckt unter einem langen, staubigen Mantel. Wer immer im dunklen und rauchigen Saloon hellhörig genug war, das Klicken des Revolvers zu erkennen, wer kurz aufblickte auf der Suche nach der Quelle des Geräuschs, der qualifizierte sich für die Gruppe der Gefährlichen. So einfach war die Zielgruppe der Schurken und Helden gefunden – im Wilden Westen.

2. Digital geladen

Heute ist man schnell verloren. Im Wirrwarr aus Zielgruppen. In der Vielfalt an Möglichkeiten. Im Wettlauf mit dem Neuen, dem Verlockenden.

Streuverluste von 90% werden hingenommen und als Notwendigkeit verbucht. Doch hat sich der Mensch in seinem Handeln und Denken so verändert, dass es heute nicht mehr möglich ist, Aufmerksamkeit zu erzielen? Zielgruppen zu identifizieren? Wohl kaum – im Zeitalter von Social Media schreit Ihre Zielgruppe geradezu nach Ihnen oder Ihrem Produkt.

3. Ist nur Arbeit

Jetzt müssen Sie sich nur mehr zu erkennen geben, ein passendes Signal finden für Ihre Kunden. Ein Signal, das die gleiche Wirkung entfaltet wie das Laden der Waffe im Wilden Westen. Dann dreht sich das Spiel plötzlich um. Ihre Zielgruppe wird hellhörig, beginnt sich für Sie zu interessieren. Das dauert ein wenig. Aber eines ist sicher, praktisch für jedes Produkt, für jede Branche gibt es ein passendes.

Mehr per Mail im Schritt-für-Schritt-PDF – einfach Mail mit „Wilder Westen" an hello@crossdesign.at


© Thinkstockphoto/Antonio Gravante

„Immer bereit zur Innovation" Dematerialisierung, digitaler Darwinismus und disruptive Entwicklungen

Neue Geschäftsfelder für weltweite Erfolge

„Think Different–Transform your Industry" war das Thema der ersten CEO Challenge in Stegersbach.

Wien. Das Thema „Think Different – Transform your Industry" der ersten CEO Challenge erwies sich als nicht „nur" für Industrieunternehmen interessant, sondern auch für Banken, Verlage und mittelständische Unternehmen.

„Adapt or Die! – Während die Digitalisierung die Logiken ganzer Branchen aushebelt, sehen erfolgreiche Unternehmer noch nie dagewesene Chancen für einen globalen Erfolg", fasst Veranstalter Helmut Blocher (Inhaber von Succus Wirtschaftsforen) zusammen. „Um diese zu nutzen, bedarf es eines Perspektivenwechsels für Branchen und Märkte, einer Offenheit gegenüber neuen Geschäftsmodellen und hoher Innovationsbereitschaft."


© Helmet Blocher

Philipp Strolz (T-Systems), H. Schmid-Schmidsfelden (Kapsch), Theresa Condor (Spire), Marius Starcke, Pioneers Discover (v.l.)

Die Neuverteilung der Welt

Rund 70 Geschäftsführer, Eigentümer und Vorstände von mittelständischen Unternehmen, besonders erfolgreiche Neugründer sowie Bereichsleiter und Innovationsverantwortliche von großen Unternehmen waren zusammengekommen, um sich zwei Tage gemeinsam mit den Herausforderungen der Digitalen Revolution auseinanderzusetzen. Spannende Einblicke in die Erfolgsstory von Spire, einem Unternehmen, das bereits ein Jahr nach der Gründung den ersten Satelliten in die Umlaufbahn brachte und heute – nach drei Jahren – 20 Satelliten besitzt, gewährte Theresa Condor, Vice President Corporate Development von Spire, in ihrem Vortrag „Disruption has only begun".

Karl-Heinz Land, Digital Darwinist & Evangelist, referierte zum Thema „Dematerialisierung" über die Neuverteilung der Welt und erläuterte anhand von Beispielen wie Uber, Airbnb und der „Share-Economy" Chancen und Gefahren, die der aktuelle Paradigmenwechsel bietet. „Vergleichbar mit der ersten und der zweiten industriellen Revolution Mitte des 18. und Ende des 19. Jahrhunderts, befinden wir uns heute in einer digitalen Revolution – und nur die Unternehmen, die sich schnell genug anpassen können, werden diese Entwicklung überleben".

Digitaler Darwinismus

Denn bei der Digitalisierung verändern sich altbekannte Rahmen und Verhalten radikal. Es werden nicht nur Daten und Prozesse zunehmend digitalisiert und damit mobil verfügbar, sondern auch bisher überwiegend physisch bereitgestellte Produkte wie Bücher, Geld oder Tickets verlieren ihre Körperlichkeit. Land: „Damit werden physische Grenzen überwunden, die in unseren Geschäftsmodellen eine große Bedeutung hatten und häufig deren Grundlage darstellten. (...) Objekte verlieren im digitalen Raum die physikalischen Beschränkungen, die sie in der realen Welt haben." Welche nachhaltigen Auswirkungen dies auf ganze Branchen haben kann, zeige sich prägnant am Musik- und Zeitungsbusiness, wo „der Darwinismus bereits in vollem Gange ist".

Über die Treiber für neue Geschäftsmodelle – von Mobile über Wearables bis zur Cloud – ging es im Impulsvortrag von Roland Rott, General Manager der GE Healthcare GmbH, München: „Geschäftsmodell Gesundheit".

Trends für New Business

Wie Trends in neues Geschäft verwandelt werden können, untersuchten die Teilnehmer gemeinsam mit Delia Dumitrescu von trendwatching.com und Roman Weishäupl, Gründer von Life for Two Inc. und von Darkroom Communication. Das Thema ihres Workshops war „Get it Running", und die Teilnehmer erfuhren z.B., wie im Silicon Valley Trends umgesetzt werden. Ellen Enkel von der Zeppelin University zeigte weiters auf, wie Co-Creation in der Praxis bei der Airbus-Group funktioniert.

Unter den Teilnehmern gesehen wurden Christian Bartosik (Casinos), Harald Bleier (eco-plus NÖ), Dieter Bodingbauer (Bisnode), Loic Bruvry (Wien Energie), Sabine Duchaczek (Advantage), Michael Jirisch (Post AG), Michael Moll (accent Gründerservice), Ralf Mittermayr (Saubermacher) sowie die Sponsoren-Vertreter Reinhard Karl (Raiffeisenbank NÖ-Wien), Jörg Busch (PwC) und Philipp Strolz (T-Systems) und viele mehr. *(pj)*

PwC-Studie Verstärkter Einsatz von Arbeitskräften über 55 stärkt Wirtschaftsleistung

Consulter raten zu Golden Agern

Wien. Länder, in denen ältere Arbeitskräfte stärker eingesetzt sind, haben deutliche Vorteile – für die Staatskasse und für die Unternehmen. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie zum „Golden Age Index" des Beraters PwC zur Beschäftigung älterer Arbeitskräfte in 34 OECD-Ländern.

Große ökonomische Vorteile

Der neue Index zeige, dass eine Politik, die diese Menschen gut ausgebildet und motiviert, sodass sie länger im Arbeitsprozess bleiben, große wirtschaftliche Vorteile mit sich bringe, erklärt Steuerberaterin Olivia Stiedl von PwC Österreich. „Maßnahmen wie steuerliche Begünstigungen für Firmen, die ältere Arbeitnehmer beschäftigen, höhere Investitionen in die Umschulung älterer Arbeitskräfte einschließlich des Erwerbs digitaler Fertigkeiten und ganzer Berufsausbildungen sowie die Verschärfung der Gesetze gegen Altersdiskriminierung könnten als Möglichkeiten ins Auge gefasst werden, um den Anteil von Personen über 55 am Arbeitsleben zu verbessern." Unternehmen könnten die Fähigkeiten und Erfahrungen älterer Arbeitskräfte gezielt nutzen, sowohl im laufenden Geschäft als auch im Hinblick auf strategische Fragestellungen und der Ausbildung jüngerer Mitarbeiter, so Stiedl.

Höhere Flexibilität, neue Berufsbilder oder Karrierepausen wären wichtige Beiträge dazu, diese Generation einzubinden und länger im Arbeitsprozess zu halten. Schulungen, Beförderungen und Leistungsmanagement dürfen nicht mit 50 enden. Viele ältere Mitarbeiter wünschten sich einen „sanften" Ausklang ihres Berufslebens. „Vielleicht erleben wir schon bald den neuen Trend der Teilzeitpensionisten", meint Stiedl.


© PwC Österreich/oreste.com

Olivia Stiedl: Mehr ältere Arbeitskräfte sollen die Staatskassen klingeln lassen.

Verbesserungspotenzial

Länder, die im Golden Age Index weiter unten rangierten, könnten von einer Nachahmung der Politik und Praxis führender Länder sehr profitierten. Großbritannien (Rang 19) z.B. könnte bei einer so hohen Beschäftigungsquote für 55- bis 69-Jährige wie im EU-Musterland Schweden das Bruttoinlandsprodukt (BIP) um rund 100 Mrd. Pfund (mehr als 140 Mrd. €) steigern.

In Österreich sind laut PwC rund 10 Prozent der 65- bis 69-Jährigen beschäftigt, zwischen 55 und 64 Jahren sind es rund 40% – die Hälfte davon in Teilzeitjobs.

Hier gibt es also deutlich Potenzial nach oben. *(pj)*

Vertagt Vielleicht im Herbst

Bleib uns treu, Amtsgeheimnis

Wien. Seit fünf Jahren läuft die Debatte über die Abschaffung des Amtsgeheimnisses, das in der österreichischen Bundesverfassung verankert ist – vor zwei Jahren wurde von der Regierung die Abschaffung des Amtsgeheimnisses angekündigt.

Nicht mehr vor dem Sommer

Im Frühjahr 2014 kam der Entwurf für die Verfassungsänderung, im Dezember dann der Regierungsbeschluss. Seither liegt die Causa im Parlament. „Ich glaube, dass wir das vor dem Sommer nicht mehr zusammenbringen werden", sagt der Obmann des Verfassungsausschusses, Peter Wittmann.

Die Opposition lehnt zu viele Ausnahmen vom freien Zugang zu Informationen ab. Das ist sehr heikel und der Gesetzestext wird penibel geprüft werden, wenn er denn dann eines Tages vorliegt.

Mit ihrer Forderung nach einem Informationsfreiheitsbeauftragten werden die Grünen wohl nicht durchkommen. *(jj)*

Gastkommentar Martin Gerzabek: Die Boku verfolgt keine isolierten wissenschaftliche Fragen; hier arbeitet man prinzipiell multidisziplinär

Die Gesellschaft will Antworten

medianet stellt in einer neuen Serie die prominentesten „Köpfe" der Wissensstadt Wien vor.

Wien. Nach dem Reaktorunfall von Tschernobyl, um ein Beispiel zu nennen, haben wir uns auf Fragen der nuklearen Verseuchung von Böden konzentriert und ein radioökologisches Modell entwickelt, das angewandt wurde, um Strategien zur „Entseuchung" von Wäldern zu entwickeln. Dieses Verfahren wurde von der Atomenergiebehörde der UN (IAEA) für Untersuchungen in anderen Territorien stark nachgefragt. Allgemein erlaubt die „Chemie des Bodens" beispielsweise die präzise Bestimmung der Herkunft von Pflanzen aus bestimmten Böden anhand von Isotopenprofilen.

Das lässt sich etwa zur Bestimmung der Herkunft von Pflanzen und Lebensmitteln nutzen, wie etwa zur Fälschungs- bzw. Vermischungsvermeidung beim Wein.

Altlasten & Verdauungsraten

Danach wurden u.a. Langzeituntersuchungen des Verhaltens von organischen Substanzen in Böden mittels sogenannter Stoffbilanzen entwickelt sowie Untersuchungen mikrobiologischer Prozesse zum Gewinnen von Erkenntnissen über Umsetzungsraten („Verdauungsraten") in Naturböden. Diese Arbeiten wurden international sehr beachtet. Der wesentliche Fortschritt besteht darin, dass man Bodenschädigungen genauer analysieren, deren Beseitigung präziser angehen und die Einbringung von Stoffen in den Boden, wie zum Beispiel Düngemittel, potenziell präziser dimensionieren kann.

Solche Verfahren tragen dazu bei, Stoffzyklen im Kreislauf Boden-Wasser-Pflanze genauer verfolgen zu können. Ein wesentlicher Erfolg besteht darin, Schadstoffbelastungen vor allem durch Schwermetalle in Böden nicht nur *analysieren*, sondern auch Maßnahmen zu deren *Beseitigung* angeben zu können.

In insgesamt 30 wissenschaftlichen Projekten – in Einzelfällen mit bis zu 3,7 Mio. € dotiert – haben wir uns einer Fülle von Fragen, „was im Boden alles chemisch, stofflich und biologisch abläuft", gewidmet, und das nicht nur in und für Österreich, sondern auch in Gesamt-Europa und international. Der Weg führte von Untersuchungen vor Ort, das heißt, in Böden, über eine Kombination von bekannten und neu entwickelten Laboranalyseverfahren bis schließlich zur sogenannten Computerchemie zur Modellierung von Stoffkreisläufen in Böden „am Bildschirm".

Ohne „Abteilungs-Silos"

Summa summarum zeichnet sich die Boku somit dadurch aus, dass sie wissenschaftliche Fragestellungen nicht isoliert in „Abteilungs-Silos" verfolgt, sondern prinzipiell multidisziplinär arbeitet. Dazu gehört auch, daß institutsübergreifende Methodenplattformen gepflegt werden.

Das Forschungsspektrum

Das darf man sich anschaulich so vorstellen, dass etwa Automobilfirmen unternehmensübergreifend gemeinsam die gleiche Bodenplattform verwenden. Das erlaubt die Mehrfachverwendung von Methoden in den Laboranalysen diverser Forschungsabteilungen sowie bei den bildgebenden Verfahren zur Visualisierung von datenintensiven Ergebnissen. Trotz ihrer primären Bedeutung für ländliche Wirtschaft, Landschaftspflege und Naturgesundheit hat sich die Boku zunehmend den Grundlagenwissenschaften zugewandt: Zu ihren Forschungsgebieten zählen heute Klimawandel, erneuerbare Energieproduktion, nachhaltige Nahrungsmittelversorgung, Lebensmittelsicherheit, Schutz vor und Bewältigung von Naturkatastrophen, Entwicklung einer nachhaltigen Land- und Forstwirtschaft, Beobachtung und Beeinflussung von Veränderungen im ländlichen und städtischen Lebensraum (z.B. verursacht durch den demografischen Wandel), sowie die Einführung und Nutzung neuester Technologien, wobei die genannten Aspekte nur einen groben Überblick über das Forschungsspektrum der Boku geben.

Mitten in der Gesellschaft

Es sind dies allesamt Themen, zu denen die Gesellschaft, die sich immer mehr in Städten konzentriert, Antworten erwartet. Somit ist die Boku eine absolut moderne Universität, die ihren idealen Platz mitten in der Gesellschaft und – das heißt in diesem Fall *berechtigt* – mitten in Wien einnimmt.



© AIT/krischanz.zeiler

Martin Gerzabek ist Rektor an der Boku (Wiener Universität für Bodenkultur).

ZUR PERSON

Martin Gerzabek ist Professor für Ökotoxikologie und Isotopenanwendung und seit Februar 2010 Rektor an der Universität für Bodenkultur Wien. Für seine wissenschaftliche Tätigkeit wurde er vielfach ausgezeichnet; so z.B. 2004 mit dem „Pro Merito"-Ehrenzeichen in Gold für besondere Verdienste um den Strahlenschutz, 2006 durch die Verleihung der Ehrenmitgliedschaft der Österr. Bodenkundlichen Gesellschaft für herausragende Verdienste um die Bodenkunde in Österreich sowie 2011 mit der Emil Ramann-Medaille der Deutschen Bodenkundlichen Gesellschaft. *www.boku.ac.at*

Bezahlte Anzeige



Das Programm ist bunt, der Einstieg leicht: Seminare, Kurse, Lehrgänge, Büchereien und vieles mehr laden in Wien dazu ein, etwas dazuzulernen. Auf **www.bildung.wien.at** finden Sie den Überblick über Schulen und KursanbieterInnen. Wussten Sie, dass die Stadt Wien viele Weiterbildungen fördert? Lesen Sie nach. Es zahlt sich aus.

Haben Sie Fragen zu diesem Thema? www.wienwillswissen.at

Wien. Die Stadt fürs Leben.

Stadt Wien

SHORT

Austrian Standards: Hauptversammlung



© Felsch Fotodesign

„Wenn Co-Creation NORM(al) wird" ist das Thema von Johann Füller.

Wien. Am 2.7. findet die ordentliche Vollversammlung von Austrian Standards Institute statt. Direktorin Elisabeth Stampfl-Blaha präsentiert den Jahresbericht 2014 mit dem Schwerpunktthema „Mitgestalten", Johann Füller (Professor am Lehrstuhl Innovation und Entrepreneurship der Uni Innsbruck) liefert die Keynote.

Weitere Tagesordnungspunkte sind die Festlegung der Mitgliedsbeiträge 2016 und die Wahl von Präsidialratsmitgliedern. *(pj)*

Ein neues Netzwerk der Web-Consulter

Wien. Vienna Digital hat mit WeAreDevelopers.org eine neue Community für Web- und Mobile-Developer in Österreich realisiert, die auch international ausgerichtet ist.

Beim Kick-off-Event in der Burg Perchtoldsdorf ging es um Themen wie skalierbare Systeme, Best-Practices in der Entwicklung von kundenorientierten Anwendungen, Engineering Culture und die Skalierung von Development-Teams, Open Source als Geschäftsmodell sowie um neue Möglichkeiten der Microsoft-Plattformen. *(red)*

CMS unterstützt die erste Vienna Biennale



© CMS/Anna Rauchenberger

Huber (CMS), Hundstorfer, Ploier (CMS) Thun-Hohenstein (MAK; v.l.).

Wien. Im Rahmen der ersten Vienna Biennale lud CMS Reich-Rohrwig Hainz ins MAK ein, um sich ein Bild von der Stadt der Zukunft zu machen.

Die von CMS mitgesponserte Ausstellung „2051: Smart Life in the City" spannt den Bogen von Mobilität, Arbeit und Geld über Gesundheit, Wohnen und Versorgung bis hin zu Bildung, Konsum und Unterhaltung.

CMS zufolge werden sich die erwarteten Veränderungen auch in der Anwaltstätigkeit widerspiegeln – egal ob es dabei um Arbeitsrecht, Wettbewerbsrecht, Gewerblichen Rechtsschutz, Medizinrecht, IT- und Datenschutzrecht oder um die Bereiche Banken & Finanzen, Erneuerbare Energien und Konsumgüter geht.

Die Vienna Biennale läuft bis 4.10. und beschreibt sich selbst als Mehrspartenbiennale.

Die Kuratoren der Ausstellung sind Harald Gründl und Thomas Geisler. *(pj)*

Begutachtung Entwurf für neues Normengesetz sieht stärkeres Aufsichtsrecht der öffentlichen Hand vor

Normen auf dem Prüfstand

Kostenlose Teilnahme an der Normung soll vor allem kleinen und mittleren Unternehmen helfen.

Wien. Wirtschaftsminister Reinhold Mitterlehner hat am Dienstag ein neues Normengesetz in die Begutachtung versandt.

Die Teilnahme an der Normung, also in den Normengremien, soll in Zukunft kostenlos sein. Damit trägt der Gesetzesentwurf vor allem den Anliegen von KMU und EPU Rechnung. Derzeit muss jeder Teilnehmer 450 € zuzüglich Umsatzsteuer bezahlen. Hochgerechnet auf die rund 3.500 Teilnehmer an der Normung würde sich somit eine Ersparnis von rund 1,7 Mio. € pro Jahr ergeben. Darüber hinaus wird geregelt, dass Normen, die vom Bundes- oder einem Landesgesetzgeber verbindlich erklärt werden, im gesamten Wortlaut kostenlos zu veröffentlichen sind. Damit haben die Rechtsanwender vollen Zugang zum Inhalt.

Austrian Standards muss in Zukunft eine Datenbank führen, in der bei allen Normen der vollständige Titel, die Nummer, eine Zusammenfassung des Inhalts, der Status und die Information, ob es sich bei der Norm um ein nationales oder europäisches Normungsvorhaben handelt, aufzulisten sind. Bei nationalen Normen ist außerdem der Antragssteller anzugeben. Das Datum des Inkrafttretens und der Veröffentlichung der Norm sind ebenfalls ersichtlich zu machen.

Begutachtung bis 3.8.

Der Gesetzesentwurf berücksichtigt auch die Normungsverordnung der Europäischen Union und erfüllt dadurch die Anforderungen der internationalen Normung.

Ein stärkeres Aufsichtsrecht der öffentlichen Hand ist ebenfalls vorgesehen. Die Begutachtungsfrist läuft bis zum 3.8. In Kraft treten soll das neue Normengesetz am 1.1.2016. *(pj)*



© Austrian Standards/Thomas Maria Laimgruber

AS-Chefin Elisabeth Stampfl-Blaha bekommt am 1.1. ein neues Normengesetz.

Seilbahnen Es dürfen jetzt steuerliche Rückstellungen für Mastenentfernen und Rekultivierung vorgenommen werden

Rechtzeitig für die Beseitigung vorsorgen



© Doppelmayr Seilbahnen

Seilbahnbetreiber sind wirtschaftliches Rückgrat der Wintertourismus-Regionen.

Zell am See. Rückstellungen für den Rückbau von Seilbahnanlagen sind steuerlich anzuerkennen, so Roland Pfeffer von Prodinger Steuerberatung: Damit habe man Rechtssicherheit für die Unternehmen erreicht. Die Steuerberatungskanzlei hat ihren Klienten in einem sechsjährigen Verfahren bis vor den Verwaltungsgerichtshof (VwGH) begleitet.

Bei der Errichtung von Seilbahnen wird vertraglich und in den behördlichen Bescheiden bereits der Rückbau der Anlagen vorgeschrieben, wobei die Verpflichtung zur Beseitigung der Anlage am Ende der Konzessionsdauer den Betreiber betrifft. Für die meist sehr hohen Aufwendungen zur Rekultivierung (z.B. Entfernen der Masten und Leitungen, Wiederaufforstung) und Wiederherstellung des ursprünglichen Zustands ist während des laufenden Betriebs Vorsorge zu treffen.

Rechtssicherheit erreicht

Es sind daher ausreichend steuerliche Rückstellungen für Abbau- und Rekultivierungsmaßnahmen zu bilden, lautet die Überlegung der Steuerberater. Das Finanzamt vertrat in der Vergangenheit jedoch eine andere Rechtsansicht und verneinte die Möglichkeit einer entsprechenden steuerrechtlichen Berücksichtigung der Rückstellungen.

Das Verfahren hatte 2009 mit der Außenprüfung eines Seilbahnbetriebs durch das zuständige Finanzamt begonnen. Die zweite Instanz folgte der ablehnenden Argumentation des Finanzamts. Aus diesem Grund habe man 2011 im Namen des betroffenen Unternehmens Beschwerde beim VwGH eingebracht. Nach eingehender Prüfung stellte dieser ausdrücklich klar, dass „in den Jahren zwischen Errichtung und voraussichtlichem Abbau der Anlagen eine Rückstellung zu bilden ist".

„Wir freuen uns über diese positive Entscheidung der höchsten Instanz, welche der ganzen Branche Rechtssicherheit bringt", so Pfeffer. Die Entscheidung wurde von der Kanzlei ohne Anwalt herbeigeführt: Wie in § 3 Abs. 2 Z 10 WtBG geregelt, können Steuerberater bis inklusive VwGH vertreten. *(pj)*

Bilanzstrafrecht Gegen weitere Verschärfungen

Nicht alles ist gleich „strafwürdig"

Wien. „Die Aufregung der Arbeitnehmer-Seite über das neue Bilanzstrafrecht ist nicht nachvollziehbar", weist Rosemarie Schön, Leiterin der Abteilung für Rechtspolitik in der Wirtschaftskammer, die Kritik der Arbeiterkammer zurück.

Ziel der Novelle ist es, die in zahlreichen Einzelgesetzen des Gesellschaftsrechts verstreuten Bestimmungen der „Bilanzfälschung" zu vereinheitlichen und im Strafgesetzbuch selbst zu verankern. Unverständlich sei es laut Schön, dass die AK bei einer Verdoppelung der Strafdrohung von einem Jahr Freiheitsstrafe (wie etwa derzeit nach § 255 AktG) auf zwei Jahre Freiheitsstrafe von einer Verwässerung des Bilanzstrafrechts ausgeht.

Verbesserte Abschlüsse

In den vergangenen Jahren wurden viele Maßnahmen umgesetzt, um Bilanzen aussagekräftiger und transparenter zu gestalten. Neben der Einführung der Österreichischen Prüfstelle für Rechnungslegung („Bilanzpolizei") wurde das Bilanzrecht durch das Rechnungslegungs-Änderungsgesetz 2014 modernisiert, was auch zu einer Verbesserung der Aussagekraft der Abschlüsse führt.

„Es ist ausdrücklich herauszustreichen, dass nicht jede Ungenauigkeit in einer Bilanz strafwürdig ist", sagt Schön. Zu unterschiedlich sind die verschiedenen Zugänge zur Erstellung einer Bilanz – viele Ansätze werden ja selbst unter Fachleuten sehr unterschiedlich beurteilt. *(pj)*



© Panthermedia.net/Zagart701

Die Wirtschaftskammer plädiert gegen neue Bilanzstrafrechtsverschärfungen.

ÖNORM B1300 Wohnungs-Sicherheitsüberprüfungen

Auf der sicheren (Wohn-)Seite

Wien. Eigentümer haben ihre Liegenschaften entweder selbst oder durch den bestellten Hausverwalter zu kontrollieren und auf mögliche Gefährdungen wie beispielsweise Sturzgefahr zu achten.

Ende 2012 wurde von Austrian Standards die ÖNORM B1300 herausgegeben: Sie umfasst alle Häuser, in denen sich zumindest eine Wohnung befindet. Neben einigen Formalismen ist vor allem eine zehn Seiten lange Checkliste angeführt, was alles zu prüfen und in weiterer Folge auch zu dokumentieren ist.

Eine solche ÖNORM ist zwar kein Gesetz, stellt aber nach der Rechtssprechung den Stand der Technik dar, nach dem ein Eigentümer seine Liegenschaften zu prüfen hat.

Prüfungen auslagern?

„Einen großen Teil haben wir im Rahmen unserer regelmäßigen Begehungen als Hausverwalter bereits bis dato erfüllt", sagt Michael Müller, GF der Rustler Gruppe. „Die Überprüfungen und Aufzeichnungen, die nun gefordert werden, gehen jedoch weit über die ‚normale' Hausverwaltung hinaus."

Einige Unternehmen wie auch Rustler Baumanagement bieten nun die Durchführung der Überprüfungen und Aufzeichnungen an. Hält man sich nicht an die Auflagen, drohen neben Schadenersatzansprüchen auch strafrechtliche Konsequenzen, wenn mangels Überprüfung eine Gefahr nicht entdeckt wird und jemand zu Schaden kommt. *(red)*



© Rustler/Paul Dahan

Michael Müller weist auf die Prüfpflicht der Liegenschaftseigentümer hin.

Drucksorte goes International Wenn sprachliche Übersetzungskompetenz auf präzise Layoutänderungen und Bildretuschen trifft

Druck als Consulting-Aufgabe

Die neue Kompetenz-Kooperation zwischen Bösmüller und Connect.

Wien. Eine Drucksorte in zumindest einer weiteren Sprache zu produzieren, bedeutet *mehr* als eine einfache Textübersetzung.

Denn veränderte Textlängen erfordern Layout-Anpassungen, andere Kulturen erfordern Bild- und Farb-Adaptionen, fremdsprachige Texte in Bildern müssen retuschiert werden, und die Fehlerlosigkeit der Text und Bild-Kombinationen muss garantiert sein."

Die Ausgangssituation

„Wir brauchen diese Broschüre in Englisch." – Mit dieser Entscheidung begeben sich Unternehmen in ein Projekt, dessen Umfang meist deutlich unterschätzt wird.

Die Herausforderung beginnt bereits bei der Qualität eines übersetzten Textes: Wie kompetent ist das Übersetzungs-Team? Wo wird die Drucksorte verwendet? Wie groß ist das Vorwissen der Zielgruppe im jeweiligen Land? Kennt man alle kulturellen und sprachlichen Unterschiede einer Region?

Der gebürtige Belgier Leopold Decloedt ist Geschäftsführer der Connect-Sprachenservice GmbH mit Sitz in Wien und europaweitem Vertriebsnetz. Er arbeitet seit 18 Jahren mit mehr als 300 Translations-Experten daran, Anforderungen wie den obigen für eine Vielzahl an Kunden zu entsprechen. Er erklärt, dass es von vielen Faktoren abhängt, ob eine Drucksorte in einer anderen Sprache perfekt wird: „Neben der sprachlichen Übersetzungskompetenz ist die Produktion selbst eine ganz besondere Herausforderung, die allzu oft unterschätzt wird. Dank der Zusammenarbeit von Connect-Sprachenservice mit Bösmüller Print Management gibt es nun erstmals eine strategisch durchdachte Gesamtlösung für Unternehmen."

Sparschwein-Äquivalente

Mit der fertigen Übersetzung ist es nämlich noch nicht getan. Texte sind in unterschiedlichen Sprachen unterschiedlich lang, was Layout-Änderungen notwendig macht. Außerdem sind kulturell bedingte Bildadaptionen nötig. „Wenn in einer deutschen Drucksorte von ‚Sparen' die Rede ist und das verwendete Bild zeigt ein Sparschwein, dann muss für den arabischen Raum eine andere Lösung gefunden werden", weiß Decloedt.

Und Doris Wallner-Bösmüller, Geschäftsführerin von Bösmüller Print Management, setzt genau dort an: „Durch Kompetenz und Know-how in unserem Pre-Press-Bereich können wir all diese Anforderungen erfüllen. Connect-Sprachenservice verlinkt den übersetzten Text elektronisch direkt in die Druckvorstufe. Dort werden von uns alle textlichen und gestalterischen Anpassungen durchgeführt, alternative Bild-Elemente eingesetzt und die Qualitätskontrolle mit Connect abgewickelt."

Wichtige Bild-Retuschen

So habe der Kunde nicht nur einen übersetzten Text in einem Word-Dokument vor sich, sondern bekommt auch gleich die produktionsfertige und qualitätsgeprüfte Drucksorte zur Freigabe.

„Wir führen auch Bild-Retuschen durch, wenn auf einem Foto Werbetafeln oder Transparente zu sehen sind, auf denen der Text übersetzt werden muss", ergänzt Alexander Kuba, Leiter des Bereichs Pre-Press bei Bösmüller Print Management.

Umfassende internationale Logistik-Erfahrung rundet das Leistungspaket ab. „Für viele Kunden – vor allem aus dem Bereich Financial Print – versenden wir Börsenprospekte und Jahresberichte in alle Welt und garantieren (wenn nötig inklusive Overnight-Service), dass sie rechtzeitig dort landen, wo sie sein sollen – egal ob in Singapur, Chicago oder in Lech am Arlberg", erklärt Doris Wallner-Bösmüller.

„Mit Bösmüller Print Management als Partner bieten wir die Gesamtexpertise, die Kunden bei der Internationalisierung von Drucksorten dringend benötigen", meint Decloedt. „Das spart den Kunden Geld und Zeit dank der qualifizierten Beratung, sorgt für optimale Abläufe und garantiert ein perfektes Ergebnis."

Die Übersetzungsdienstleistungen von Connect-Sprachenservice GmbH sind nach dem Language Certification System (LICS) gemäß der europäischen Qualitätsnorm für Übersetzungsdienstleistungen EN 15038 zertifiziert. *(jj)*

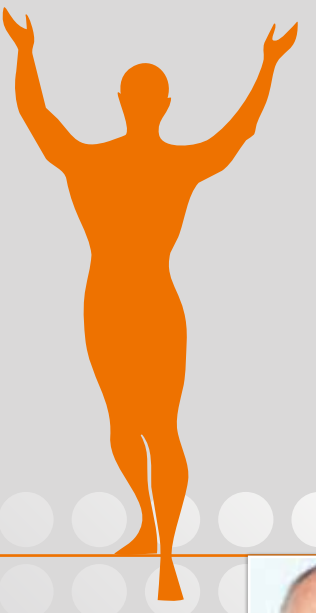
www.boesmueller.at



© Bösmüller Print Management/Bernhard Wieland

Doris Wallner-Bösmüller setzt auf die Zusammenarbeit mit Connect-Sprachenservice.

victor & CPB SOFTWARE AG prämieren innovative Unternehmen der Finanzbranche



Gehören Sie dazu?

Dann gleich einreichen für den victor Innovationspreis unter www.victorgala.com/innovationspreis

Anmelden bis 31. Juli 2015, *victor Teilnahme nicht erforderlich.*



Unabhängig ob große oder kleine Innovation, die Hauptsache ist, Sie bewirken eine nachhaltige Verbesserung und bringen damit Bewegung in die Bank.

Peter Thomayer, CPB SOFTWARE AG, Vorstand



victor ist Standortbestimmung, Benchmarking und Qualitätssiegel am Weg zur Exzellenz.

Und: victor wirkt.

Fragen Sie unsere Kunden aus dem gesamten deutschsprachigen Raum beim victor Kongress und Gala am 24.9.2015 in Baden bei Wien.

Jetzt anmelden - für Banker kostenfrei! www.victorgala.com/anmeldung

Mehr als 36 internationale Referenten - Details unter www.victorgala.com/kongress

Eine Kooperation mit

CPB SOFTWARE AG

VICTOR®

Theaterplatz 5 • A-2500 Baden bei Wien
+43 22 52 25 48 45 • victor@bankdesjahres.at

www.bankdesjahres.com
www.victorgala.com
www.emotion-banking.com

SHORT

Sammelklage gegen Meinl in Amsterdam



© Medienservice.com/Foto Wilke

Anwalt Eric Breiteneder macht den Atrium-Geschädigten Hoffnung.

Wien. Die auf die Vertretung von Investoren spezialisierte Anwaltskanzlei Breiteneder wurde von einer gemeinnützigen holländischen Stiftung im Rahmen einer Sammelklage gegen die in den Niederlanden ansässige Atrium European Real Estate Ltd. (vormals Meinl European Land, MEL) engagiert.

Es wird ein Vergleich angestrebt, der einer Vielzahl an geschädigten Anlegern eine Kompensation für erlittene Verluste bringen soll. *(pj)*

Ein Überblick zu Events und Konferenzen



© Philipp Horak

Das Team von konferenzkathi.net rund um Th. Goiser und R. Pettauer.

Wien. Berater Thomas Goiser hat gemeinsam mit dem Social Media-Spezialisten Ritchie Pettauer die Plattform konferenzkathi.net realisiert, die einen Überblick zu Business-Events im gesamten deutschsprachigen Raum bietet. Unterstützt werden die beiden von einem Team von Studentinnen der FH St. Pölten. Zum Start sind Beschreibungen und Ankündigungen von rund 70 Events verfügbar. *(pj)*

Infrastrukturspezialisten Biomassekraftwerke, Energieeffizienzprogramme und Windkraftprojekte

CMS ist energiegeladen

8 Top-Bewertungen im aktuellen IFLR1000 Guide in der neuen Kategorie „Energy and Infrastructure".

Wien. Zum ersten Mal wurde vom internationalen Marktbeobachter IFLR1000 auch der Bereich „Energy and Infrastructure" untersucht. Mit acht Top-Bewertungen ist die von Österreich aus geführte Kanzlei CMS Reich-Rohrwig Hainz Sieger in der CEE-Region. Sowohl in Österreich wie auch in Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Serbien, Montenegro, Kroatien, Slowenien und in der Ukraine wurde die Sozietät jeweils in der höchsten Kategorie gerankt.

„CMS hat die Energiewirtschaft bereits vor einigen Jahren als einen der relevantesten Sektoren in Europa und im Besonderen in CEE identifiziert und beschäftigt sich daher intensiv mit allen Energiethemen", erklärt Energierecht-Experte Johannes Trenkwalder, Partner von CMS Reich-Rohrwig Hainz. Die Kanzlei besticht laut IFLR1000 in „Energy and Infrastructure" durch regionale Experten, die auch international gut zusammenarbeiten.

Projekte mit Energie

Diverse jüngst abgewickelte Energie- und Infrastruktur-Projekte zeigen, welche Position CMS in CEE einnimmt. So wurde u.a. die European Bank of Reconstruction and Development (EBRD) im Rahmen ihres Energieeffizienzprogramms in Bosnien ebenso wie in Montenegro und Serbien sowie das Bauunternehmen Sano bei der Entwicklung eines Biomasse-Kraftwerks in Bulgarien beraten.

In Serbien wurden South Stream rund um den Bau der Gaspipeline sowie führende Windkraft-Unternehmen wie Vestas, CWP oder MK-Fintel Wind betreut. Weiters wurde in Kroatien der deutsche Energiekonzern RWE bei der Übernahme des Energieversorgers Energija 2 sustavi begleitet. *(pj)*



© CMS

Johannes Trenkwalder ist auf PPP und Erneuerbare Energien spezialisiert.

Verbraucherrecht Buchpräsentation und Diskussion

Scharfes Schwert oder lahme Ente?

Wien. Mit dem Verbraucherrecht hat jeder täglich zu tun: Ob man im Geschäft einkauft oder im Internet bestellt, eine Reise bucht oder über einen Makler eine Wohnung kauft – das Verbraucherrecht stellt die Grundlage für diese Geschäfte dar. Das Rücktrittsrecht, die Gewährleistung und der Schadenersatz sollen den potentiell schwächeren Vertragspartner schützen.



© Franz Pfluegl

Herausgeberin Astrid Deixler-Hübner wird am Podium moderieren.

Rechtlicher Rahmen

Am 30.6. ab 18 Uhr wird im Grillparzerhaus (1010 Wien, Johannesgasse 6) das neue „Handbuch Verbraucherrecht" präsentiert.

Mit den Herausgebern Astrid Deixler-Hübner (Uni Linz) und Peter Kolba diskutieren Wilma Dehn (OGH), Maria Reiffenstein (BMASK), Gabriele Zgubic (AK), Rechtsanwalt Alexander Klauser, Martin Schauer (Uni Wien) und Alexander Meisinger (Uni Linz). *(pj)*

Weiterbildung Österreichs Certified Business Trainer

Train the Trainer-Tag der Coaches

Anif. Der jährliche Train-the-Trainer-Tag (TTTT) findet am 6.7. statt. Austragungsort der Tagung ist das Hotel Schlosswirt in Anif.



© WKO

Isabella Weindl lädt zum Weiterbildungstag „Train-the-Trainer 2015".

Den ersten Seminarblock startet Kurt Seipel mit „Kompetenzbilanzierung", gefolgt von Ruth Berghofer, die „RiThoS-Plane" vorstellt. Im zweiten Teil geht es weiter mit Michael Schweitzer, der den Change Management-Prozess beleuchtet. Den Tag beendet Peter Hertl und verwöhnt die Teilnehmer mit Lachyoga.

„Näher zusammenrücken!"

„Weiterbildung ist für Bildungsanbieter unerlässlich. Der TTTT 2015 dient der Qualitätssicherung und dem persönlichen Austausch und Netzwerken", freut sich Bundessprecherin Isabella Weindl über den Wissenstransfer innerhalb der Experts Group Wirtschaftstraining und Coaching. *(pj)*

NEUE ANWÄLTIN BEI BINDER GRÖSSWANG

Claudia Fochtmann (27) ist seit Kurzem als Rechtsanwältin bei Binder Grösswang tätig, wo sie das M&A/Corporate Team verstärkt. Sie ist auf M&A, Gesellschaftsrecht, angrenzendes Steuerrecht und Restrukturierungen spezialisiert und betreut vor allem in- und ausländische Investoren, Unternehmen und Banken bei komplexen Umstrukturierungen.

Als Rechtsanwältin zugelassen wurde Claudia Fochtmann am 26. Mai 2015. Sie ist seit 2011 bei Binder Grösswang tätig, davor war sie in der Rechtsabteilung bei der Pfizer Corporation Austria GmbH tätig.

Sie studierte an der Universität Wien (Mag. iur. 2010).

Das Corporate/M&A Team von Binder Grösswang zählt zu einem der größten in Österreich.

Die Aufnahme einer weiteren Anwältin ist Ausdruck des stetigen Wachstums und der Erfolge von Binder Grösswang in diesem Fachgebiet. *(red)*



© Binder Grösswang

MENSCHEN, ÜBER DIE MAN SPRICHT

Martin Obritzhauser macht Karriere bei Horváth



© Horváth & Partner Management Consulting

Wien. Die Managementberatung Horváth & Partners Österreich stockt das Beraterteam weiter auf und verstärkt das Finanz-Kompetenzzentrum mit Martin Obritzhauser (29) als neuem Management Consultant sowie mit Christoph Kopp als neuem Principal.

Der Fokus von Obritzhauser liegt auf den Gebieten Operative Unternehmenssteuerung, Management Reporting und Berichtswesen sowie Projekt- und Programm-Management. Der Steirer ist Absolvent der Wirtschaftsuniversität Wien (Internationale Betriebswirtschaft) und der Global Alliance in Management Education (CEMS).

Er absolvierte Auslandsaufenthalte in Australien und Ungarn und war bei UBS tätig. *(red)*



© Sissi Furgler Fotografie

KOORDINATION DER STRATEGIE

Margit Konrad (32) ist nun für die Strategiekoordination innerhalb der Österreichischen Beamtenversicherung zuständig. Die gebürtige Kärntnerin studierte Marketing an der Fachhochschule Campus02 in Graz und ist seit zehn Jahren im Versicherungsbereich tätig. Sie wechselt von der Uniqa, wo sie unterschiedliche Positionen im In- und Ausland innehatte, in die ÖBV. Ihre Versicherungslaufbahn startete Konrad bereits im Zuge ihres Studiums in der Marketingabteilung der Uniqa-Landesdirektion in Graz.



© Breitenfeld/nunofoto.at

NEU BEI BREITENFELD

Lukas Rességuier (33) verstärkt das Team von Breitenfeld Rechtsanwälte, einer im Oktober 2014 in Wien gestarteten Wirtschaftskanzlei. Das Team rund um Michael Breitenfeld und Robert Ertl holt sich damit einen Experten in den Bereichen Liegenschafts- und Bauvertragsrecht, Gesellschaftsrecht, Erbrecht sowie Zivilprozesse ins Boot. Rességuier war in den vergangenen fünf Jahren als selbstständiger Rechtsanwalt in ständiger Kooperation mit zwei Wiener Wirtschaftskanzleien tätig.



© SCHIG/Szukits

KONTROLLE DER INFRASTRUKTUR

Andreas Szukits (50) ist neuer Abteilungsleiter der SCHIG mbH und zeichnet damit für die gesamte Infrastrukturkontrolle und die technische Leitung der SCHIG und des Ingenieurbüros für Eisenbahn-Infrastrukturtechnik verantwortlich. Der Bauingenieur legte 2001 die Baumeisterprüfung ab. 2011 wurde er als gerichtlich beeideter Sachverständiger für Baubetrieb und Tiefbau zertifiziert und begann im gleichen Jahr ein Postgraduate-Studium an der britischen Open University, das er 2014 mit einem MBA abschloss.

healtheconomy



© APA/BKA/Regina Aigner



© APA/Hans Klaus Techt

MEDIENTRANSPARENZ
Eine neue Studie kritisiert die Qualität von Gesundheitsberichten in Medien **Seite 39**



© BioTechMed-Graz

KOOPERATION
Nikon arbeitet mit Grazer Universitätscluster im Biotechbereich zusammen **Seite 40**

KAMPAGNE
MINISTERIN GEGEN FÄLSCHUNGEN

SHORT



© leadersnet.at/Christian Mikes

Diskussion Auf Einladung von **media**net diskutierten Gesundheitsexperten und Krankenkassenvertreter über die Reform des Gesundheitswesens und neue Angebote im Bereich der Primärversorgung. Hauptverbands-Präsident Peter McDonald forderte dabei einen „Wettbewerb der guten Ideen" und wünscht sich eine bessere Vernetzung von Ärzten mit anderen Gesundheitsberufen im niedergelassenen Bereich zum Nutzen der Patienten. Erste Pilotprojekte dafür gibt es bereits. Sie sollen nun analysiert und bei Bedarf auch weiter ausgebaut werden. *Seite 41*



© Österr. Apothekerk./APA-Fotoservice/Preiss

Internethandel Bereits zum achten Mal ist in den vergangenen Tagen die Interpol-Aktion „Pangea" weltweit über die Bühne gegangen. Dabei ging es den internationalen Fahndern darum, dass nationale Finanz- und Gesundheitsbehörden gemeinsam mit der Exekutive innerhalb einer Woche verstärkt auf Arzneimittelfälschungen in ihren Ländern kontrollieren. Auch Österreich hat sich neben 114 anderen Staaten wieder an der Aktion beteiligt. Dabei wurden auch im Postverteilerzentrum Wien-Inzersdorf 1.500 Dosen illegal hergestellter Potenzmittel sichergestellt. *Seite 40*

INHALT

Healthcare
> Apotheken: Was die Öffnung des Versandhandels bringt *38*
> In der Wiener Ärztekammer brodelt es kräftig *39*

Pharmareport und Lifescience
> Affiris holt sich 10 Mio. € an frischem Kapital *38*
> PMCA diskutiert Datenschutz und Transparenz *38*

Medizintechnik und eHealth
> Immer mehr Start-ups bringen Gesundheits-Apps *40*
> Digitale Patientenakten nun auch von Swisscom *40*
> Neue Roboter in Wiener Krankenhäusern *40*

Pharmaindustrie steht vor weiteren Megadeals



© panthermedia.net/matej kastelic

Übernahmewelle Beobachter rechnen mit weiteren Megadeals in der Pharmabranche in den kommenden Monaten. Zum einen sind die Kriegskassen prall gefüllt, zum anderen wird Forschung immer aufwendiger und risikoreicher. **Seite 38**





KOMMENTAR

Arzneimittel aus dem Internet



MARTIN RÜMMELE

Jetzt geht es also los: Seit Mittwoch dürfen Apotheken offiziell rezeptfreie Medikamente im Internet verkaufen. Die Regelungen dafür sind streng – immerhin soll mit der von der EU angeordneten Marktöffnung dem Handel mit gefälschten Arzneimitteln ein Riegel vorgeschoben werden. Dazu werden die Apotheken registriert, bekommen ein Sicherheitslogo und das wird mit der AGES als zuständige Behörde verlinkt. Konsumenten können so prüfen, ob sie bei einer echten Internetapotheke kaufen, oder bei einer von Tausenden illegalen Websites, die Vigra und Co aus Hinterhoflabors in Asien anbieten.

Womit wir bei den Grundproblemen sind: Laut einer Studie der Apothekerkammer und des Gesundheitsministeriums ist das Wissen in der Bevölkerung über den Arzneimittelhandel dürftig – was mit ein Grund ist, dass illegale Anbieter leichtes Spiel haben. Viagra etwa ist auch in einer registrierten Internetapotheke nicht zu bekommen; es ist ein rezeptpflichtiges Arzneimittel und das darf überhaupt nicht im Netz verkauft werden.

Wer übrigens glaubt, rezeptfreie Medikamente in Drogerien zu bekommen, irrt ebenso: Auch dort dürfen Arzneien nicht verkauft werden, nur Medizinprodukte, Nahrungsergänzungsmittel. So gesehen tut es not, einmal die Dinge zu vereinfachen.

Pharmaindustrie Neuer Milliardendeal in den USA – Übernahmewelle hält laut aktueller Studie bis Jahresende an

Koste es, was es wolle

Konzentrationsprozess ordnet Machtverhältnisse in der Branche neu – Umsätze über der Billionen-Grenze.

INA SCHRIEBL

Wien. In der Pharmabranche steht die nächste milliardenschwere Übernahme an: Der Botox-Hersteller Allergan will den Konkurrenten Kythera Biopharmaceuticals kaufen. Allergan teilte mit, der Deal habe einen Wert von 2,1 Mrd. USD, das sind umgerechnet rund 1,9 Mrd. €, und solle teilweise in Aktien und in bar beglichen werden. Kythera ist für Allergan vor allem wegen kosmetischer Produkte interessant, mit denen auch ohne Operation Fett unterhalb des Kinns reduziert werden kann.

Je Kythera-Aktie bietet Allergan 75 USD. Das entspricht einem Aufschlag von 23,5% auf den aktuellen Kythera-Schlusskurs am Tag des Vertragsabschlusses in der Vorwoche. Gleich am nächsten Tag sprangen die Anteilsscheine nach Ankündigung der Transaktion im vorbörslichen US-Handel um knapp 23% nach oben.

Für Allergan ist es die erste große Übernahme, seit das US-amerikanische Unternehmen selbst für 66 Mrd. USD von dem irischen Konkurrenten Actavis aufgekauft wurde. Dieses hat daraufhin den Namen des Botox-Herstellers angenommen. Kythera ist ebenfalls in den USA angesiedelt.



© panthermedia.net/Anna Liebiedieva

Ein weiterer milliardenschwerer Pharma-Deal in den USA: Allergan kauft Konkurrenten Kythera um 1,9 Milliarden Euro auf.

Machtverhältnisse ordnen

Der Deal reiht sich in eine Reihe von Übernahmen: In der weltweiten Pharmabranche werden gerade die Machtverhältnisse mit zahlreichen Zukäufen neu geordnet. Unter anderem treiben hohe Forschungskosten und der Ablauf von Patenten auf lukrative Medikamente die Übernahmewelle an. Und diese ist nicht nur momentan sichtbar: Sie wird einer Studie zufolge im gesamten laufenden Jahr weiter rollen. Im ersten Quartal kauften Pharmakonzerne weltweit für fast 100 Mrd. € zu, wie aus einer kürzlich publizierten Analyse der Unternehmensberatung EY hervorgeht. „Wir können erwarten, dass sich dieser Boom fortsetzt", sagte der Leiter des deutschen Life-Sciences-Geschäfts von EY, Siegfried Bialojan.

Bis Ende des Jahres dürfte der Wert der Transaktionen auf 201 Mrd. € steigen. Dabei gehen die Experten vor allem von weiteren Portfoliobereinigungen aus. „Es ist schwer denkbar, dass wir große Mega-Merger sehen werden, eher Verschiebungen von Aktivitäten", sagte EY-Partner Gerd Stürz. „Es gibt nämlich einen klaren Trend zum Fokus auf die Kernkompetenzen."

Ein Beispiel dafür war zuletzt das milliardenschwere Tauschgeschäft von GlaxoSmithKline und Novartis: Die Schweizer übernahmen das Krebsgeschäft des britischen Pharmakonzerns und dieser wiederum die Novartis-Impfstoffsparte. Vor allem die großen Pharmakonzerne stünden in den nächsten Jahren unter Druck, mit dem Wachstum des weltweiten Arzneimittelmarkts mitzuhalten, erklärte Bialojan. Mit Zukäufen könnte diese Lücke geschlossen werden.

Mehr Umsatz und Gewinn

Im vergangenen Jahr konnten die weltweit 20 größten Pharmaunternehmen, die der Studie zufolge von Novartis, Pfizer, Roche und Merck&Co angeführt werden, ihren Umsatz und den operativen Gewinn deutlich ausbauen. Dabei hätten sie erheblich von Kostensenkungen und Restrukturierungsmaßnahmen profitiert. Für weiteres Wachstum dürften auch neue Wirkstoffe sorgen: Insgesamt habe die Zahl der Wirkstoffe in der Entwicklung im vergangenen Jahr um fast 30% auf 3.592 zulegt. Von diesen befindet sich der Großteil aber noch in der frühen klinischen Erprobung; die Unternehmen konzentrieren sich dabei vor allem auf Medikamente gegen Krebs und Immunkrankheiten, fast jeder zweite Wirkstoff in der Entwicklung kommt aus diesen Therapiefeldern. Sie sind für die Firmen auch die größten Umsatzbringer.

„Im Jahr 2014 haben wir die Grenze von einer Billion US-Dollar im globalen Pharmaumsatz überschritten", berichtet Erika Sander von IMS Health Österreich. Bis 2018 sagen die Marktforscher eine jährliche Wachstumsrate von vier bis sieben Prozent voraus. 2018 werde der globale Pharmaumsatz bei 1,3 Billionen USD liegen. Getrieben werde dieses Wachstum vor allem vom US-Pharmamarkt, der 35% des globalen Markts ausmacht. Für den US-Markt wird ein Wachstum von fünf bis acht Prozent prognostiziert, für den europäischen Markt sind die Prognosen etwas düsterer; Österreichs Pharmamarkt soll bis 2018 nur um Null bis drei Prozent wachsen.

Initiative Merck ist aktiv

Neue Allianz

Darmstadt. Mit der neuen „Global Fertility Alliance" will Merck eine Standardisierung und Verbesserung von Prozessen im Bereich der Fertilisationsverfahren im reproduktionsmedizinischen Labor umsetzen. Partner sind laut Merck-Strategieleiterin Meeta Gulyani Illumina (USA) sowie Genea Biomedx (Australien). Die Allianz wurde bei der Tagungder European Society of Human Reproduction vorgestellt. *(red)*



© EPA

Merck Serono hat eine neue Reproduktions-Allianz vorgestellt.

Affiris Unternehmen stockt Kapital um zehn Millionen auf

Investition in Plattformtechnologie

Wien. Die Gesellschafter des Wiener Biotech-Unternehmens Affiris haben im Rahmen einer außerordentlichen Hauptversammlung einer Kapitalerhöhung in Höhe von zehn Mio. € zugestimmt. Die Kapitalerhöhung wird zu gleichen Teilen von den bestehenden Investoren, der Santo Holding – dem Family Office der Familie Strüngmann – und dem MIG Fonds gezeichnet.Neben der Kapitalaufstockung kommt es auch zu personellen Veränderungen: Im Rahmen einer Neuausrichtung des Aufsichtsrats zieht sich Walter Schmidt zurück; Christoph Huber sowie Vera Bürger und Claudia Juno als Vetreter der Belegschaft rücken nach.

Neue Technologie

Walter Schmidt gründete Affiris vor elf Jahren und hat die Geschicke des Unternehmen bis zum Rückzug aus der operativen Führung bestimmt. Michael Motschmann, Vorsitzender des Aufsichtsrats: „Walter Schmidt hat Affiris zu dem Unternehmen geformt, das es heute ist. Seinem wissenschaftlichen Urteilsvermögen und seinem unternehmerischen Gespür verdanken wir, dass das Unternehmen die Affitome-Technologie als Plattformtechnologie konsequent für aktive Immuntherapie und Prävention chronischer Erkrankungen weiterentwickeln konnte." Mit der Kapitalerhöhung werden die Voraussetzungen für die weitere Entwicklung gerade dieser Technologie für die Prävention und die Behandlung chronischer Erkrankungen geschaffen. *(red)*



© Affiris/Petra Spiola

Michael Motschmann betonte die Weitsichtigkeit von Affiris-Gründer Schmidt.

PMCA-Impuls Transparenz, Datenschutz, Compliance

Ungewollte Pharma-Werbungen

Wien. Die jüngste Impulsveranstaltung des Pharma Marketing Clubs (PMCA) widmete sich den Fragen rund um Compliance, Datenschutz und Transparenz: Welche Grenzen gibt es wirklich, wie wirken die Regularien, und welche Aktivitäten darf die Pharmaindustrie setzen, wenn es um Marketing und die Kommunikation mit Kunden geht. Als Vortragende waren Axel Anderl und Nino Tlapak von der Rechtsanwaltskanzlei Dorda Brugger Jordis sowie Henriette Grünberger von Compliance Consultant geladen.

Hohe Strafen

Zu einer der wichtigsten Fragen in der Vermarktung, dem Kontakt mit Ärzten, wurde bei der Veranstaltung festgehalten, dass es zwischen der Rechtslage und der Alltagspraxis häufig große Differenzen gäbe, die juristisch aber durchaus problematisch werden können. So sei insbesondere die elektronische Kontaktaufnahme mit Ärzten eine mitunter rechtlich heikle Sache. In bestimmten Fälle bedürfe es hier nämlich zuvor der dezidierten Zustimmung des Adressaten. Briefe oder Zusendungen per Post benötigen diese nicht.

Bis zu 37.000 € Strafe pro Verstoß kann ein Gericht verhängen, wenn gegen ungewollte elektronische Werbemittel aus der Pharmabranche vorgegangen wird. Marketingabteilungen sollten sich erkundigen, wann für digitale Werbung eine Zustimmung vorliegen müsse. Insbesondere Konkurrenten seien häufig bereit, Mitbewerber auf Unterlassung zu klagen. *(red)*



© PMCA/Katharina Schiff

Rechtsexperte Nino Tlapak referierte beim PMCA-Impuls in Wien.

Medienstudie Die Plattform Medizin-Transparent.at untersuchte 1.000 Gesundheitsberichte in heimischen Zeitungen auf ihren Wahrheitsgehalt

Ungesunde Medienberichte

Nur 11% der von Experten analysierten Artikel berichten adäquat, mehr als 60% übertreiben stark.

ULLI MOSCHEN

Krems an der Donau. Obst und Gemüse schützen vor Krebs, dunkle Schokolade macht weniger dick, Eier erhöhen den Cholesterinspiegel. Eine aktuelle Studie der Donau-Universität Krems belegt, wie wenig faktenbasiert österreichische Medien zu Gesundheitsthemen berichten. Das Team um Gerald Gartlehner, Professor für Evidenzbasierte Medizin, analysierte für das Online-Service Medizin-Transparent.at 990 Print- und Webartikel zu Gesundheitsthemen in österreichischen Tageszeitungen, Wochenmagazinen und Online-Medien.

Man kam zu dem Ergebnis, dass 60% der Artikel stark übertrieben über die Wirksamkeit von Behandlungen und Medikamenten oder die Aussagekraft von Studien berichten. Nur 115 der analysierten Artikel stimmten mit der aktuellen wissenschaftlichen Studienlage überein. Am meisten übertrieben wird bei Schönheitsthemen: 97,6% der Artikel zu kosmetischen Behandlungen oder Methoden zur Gewichtsreduktion stellen übertriebene oder falsche Behauptungen auf, wie etwa, dass Coenzym Q10 die Haut verjüngt, Cremes Cellulite bekämpfen und Schlafmangel zu Übergewicht führt.

Bernd Kerschner, Hauptautor der Studie, vermutet Zeitmangel als Grund für übertrieben Medienberichte. „Viele Journalisten haben zu wenig Zeit für eine tiefgehende Recherche und sind davon abhängig, verlässliche Informationen von vertrauenswürdigen Quellen zu bekommen. Unsere Ergebnisse legen nahe, dass die meisten Medien PR-Meldungen von kommerziellen Anbietern oft ungeprüft übernehmen. Dass Anbieter von Medikamenten, Nahrungsergänzungsmitteln und medizinischen Behandlungen die Fakten zu ihren Gunsten übertreiben, sollte nicht verwundern."

Professioneller Faktencheck

Der Landeshauptmann-Stellvertreter und -Vorsitzende des Niederösterreichischen Gesundheits- und Sozialfonds NÖGUS, Wolfgang Sobotka, betonte als Sponsor die Wichtigkeit kritischer Instanzen: „Die Studienergebnisse sind ernüchternd und bestätigen die Wichtigkeit von unabhängigen Stellen mit objektiver Information wie Medizin-Transparent.at. Denn Laien können nicht abschätzen, ob das, was in der Zeitung oder im Internet steht, auch tatsächlich der Wahrheit entspricht. Der Faktencheck durch Medizin-Transparent.at zeigt, was *wirklich* hinter diesen Schlagzeilen steckt. Die Plattform Medizin-Transparent.at will eine wissenschaftlich fundierte, von der Gesundheitsindustrie unbeeinflusste Informationsquelle zu medizinischen Fragen zu sein.



© APA/Hans Klaus Techt

Gesundheitsjournalismus in Österreich bietet keine verlässlichen Informationen.

Ärzte Interne Konflikte

Köpferollen

Wien. In der Wiener Ärzteschaft brodelt es. Nicht nur, dass viele Ärzte mit den Gehaltsverhandlungen mit dem Spitalsbetreiber KAV unzufrieden sind, auch in der Kammer rumort es. Angeblich hat die dritte Stellvertreterin von Ärztekammerpräsident Thomas Szekeres, Eva Raunig, ihr Amt erhalten, weil sie Szekeres bei der Kammerwahl unterstützte. Wegen Unstimmigkeiten um die neuen Primärversorgungszentren – Raunig hatte sich dagegen ausgesprochen – wurde sie nun abgesetzt und ihre Stelle ersatzlos gestrichen; sie kündigte rechtliche Schritte an.

Marcus Köller, Vizeobmann der Kurie der angestellten Ärzte, sprach man das Misstrauen aus, weil er sich im Streit um die neuen Ärztearbeitszeitrichtlinien in den städtischen Spitälern für eine Annahme des Angebots der Stadt ausgesprochen hatte; er wird nun kurzerhand von Peter Weiss von der Fraktion Grüne Ärzte ersetzt.

Einbringen statt drohen

Gegenüber dem Ministerium zeigt die Ärztekammer Zähne. Sie lehnt die Kontroll-Checks in Arztpraxen ab, mit denen Gesundheitsministerin Sabine Oberhauser sichergehen will, „dass mit Versichertengeldern korrekt und sorgsam umgegangen wird". Statt Protesten und Streikdrohungen erwarte sie von der Ärztekammer, dass sie sich aktiv und konstruktiv einbringt und Vorschläge macht. *(um)*


© APA/Herbert Pfarrhofer

Wiener Ärztekammer Thomas Szekeres kämpft mit internen Kritikern.



SHORT

„Henry“ bietet seine Dienste im Spital an

Wien. Das Haus der Barmherzigkeit in Wien forscht an der Zukunft der Robotik im Gesundheitsbereich: Die Akademie für Altersforschung und die TU Wien testen dort, wie lange Roboter-Prototyp Henry selbstständig und ohne menschliche Unterstützung einfache Aufgaben in einer realen Spitals-Umgebung erfüllen kann. Henry wird im Rahmen eines EU-Forschungsprogramms entwickelt. Dabei arbeiten acht internationale Partner an einer Software, die Robotern autonomes Navigieren und eigenständiges Verständnis ihrer räumlich-zeitlichen Umgebung ermöglichen soll.



© Haus der Barmherzigkeit/APA-Foto

Roboter Henry dreht seine Runden im Haus der Barmherzigkeit.

Neuer Roboter hilft bei Achalasie-Behandlung

Wien. An der Klinischen Abteilung für Allgemeinchirurgie der Uniklinik für Chirurgie des AKH Wien gibt es eine neue Behandlungsmethode für „Achalasie“ – eine seltene Erkrankung der Speiseröhre, bei der die Beweglichkeit des Speiseröhrenschließmuskels eingeschränkt ist oder fehlt. Mit dem neuen Operationsroboter DaVinci wird eine endoskopische Durchtrennung des Schließmuskels vorgenommen. „Der Vorteil der Verwendung des Roboters ist die noch genauere Steuerung der Operationsinstrumente zur Spaltung der feinen Muskelfäden“, erklärt AKH-Operateur Sebastian Schoppmann.

Arzneimittelversand Zunehmende Zahl an illegal produzierten und wirkungslosen Lifestyle-Produkten via Internet

Potenzmittel ohne Inhalt

Innenministerium beteiligte sich erneut an Interpol-Aktion „Pangea“ gegen Medikamentenfälschungen.

INA SCHRIEBL

Wien. Bereits zum achten Mal ist in den vergangenen Tagen die Interpol-Aktion „Pangea“ weltweit über die Bühne gegangen. Dabei ging es den internationalen Fahndern darum, dass nationale Finanz- und Gesundheitsbehörden gemeinsam mit der Exekutive innerhalb einer Woche verstärkt auf Arzneimittelfälschungen in ihren Ländern kontrollieren. Auch Österreich hat sich neben 114 anderen Staaten wieder an der Aktion beteiligt, teilte des Innenministerium mit.

Dabei wurden auch im Postverteilerzentrum Wien-Inzersdorf 2.000 Briefe und Pakete in Bezug auf zollpflichtige und verbotene Waren untersucht; Ergebnis: 1.500 Dosen illegal hergestellter Potenzmittel wurden sichergestellt.

Arzneimittelfälschungen stellen weltweit ein immer größeres Problem dar. Während in den Entwicklungsländern lebensrettende Medikamente, zum Beispiel Antibiotika, als Fälschungen eine akute Gesundheitsgefahr darstellen können, geht es in den Industriestaaten vor allem um dubiose Lifestyle-Mittel. Der größte Teil der in illegalen Labors entwickelten oder hergestellten Fälschungen stammt aus Indien und dem Fernen Osten, zum Beispiel aus China.

220 Fälschungen gefunden

Im Rahmen der aktuellen Operation Pangea konnte die österreichische Polizei insgesamt über 220 Lifestyle-Produkte und Potenzmittel sicherstellen. Bei dem ersten Test wurde festgestellt, dass sie keinen oder einen nur sehr geringen Wirkstoffgehalt aufwiesen. Fast alle via Internet angebotenen derartigen Produkte stammen aus illegalen Quellen; der Konsument ist dabei der Betrogene.



© Österreichische Apothekerkammer/APA-Fotoservice/Preiss

Ministerinnen Oberhauser und Mikl-Leitner warnen mit Apothekern vor Fälschungen.

Forschungskooperation Nikon und BioTechMed verknüpfen modernste Technologie und Know-how für Gesundheit

Drei Super-Computer für Grazer Forscher



© BioTechMed-Graz/Oliver Wolf

Nikon macht es möglich: In Graz entsteht ein hypermodernes Forschungszentrum.

Graz. Nikon begeistert nicht nur Fotografen. Die Mikroskope des japanischen Konzerns stehen auch bei Forschern hoch im Kurs. Mit dem neuen Nikon-Center of Excellence gibt es nun in Graz eine interuniversitäre Forschungskooperation zwischen Japan und der BioTechMed, dem Zusammenschluss von Karl-Franzens-Universität, Technischer Universität und Medizinischer Universität, im Bereich Gesundheit: Die Grazer Forscher erhalten zum Teil weltweit einzigartige Mikroskope mit den besten in Auflösungsvermögen und Messgeschwindigkeit für die Gesundheitsforschung.

Insgesamt erhält das neue Zentrum drei solcher Super-Computer von Nikon. Damit werden Arbeiten ermöglicht beispielsweise in der Grundlagenforschung des Fettstoffwechsels und in der Visualisierung zellulärer Strukturen und molekularer Vorgänge, die bisher nicht möglich waren. Immerhin: Mit diesen Super-Computern wird auch die Auflösung von Mikroskopen um das Zehnfache von herkömmlichen Lichtmikroskopen ermöglicht.

„Solch eine Partnerschaft ist für beide Seiten lohnend“, freut sich Sumio Eimori, President von Nikon Instruments Europe. Die Arbeiten mit den neuen Super-Computern werden primär geleitet von den Grazer Wissenschaftern Wolfgang Graier, Sepp Dieter Kohlwein und Heimo Wolinski, die auch international stark vernetzt sind. *(iks)*

Innovation Swisscom und Xonion entwickeln Spitals-App

Digitaler Patientenakt

Fulda. Beim Mobile eHealth-Kongress in Fulda haben Swisscom und Xonion kürzlich eine Partnerschaft für die Entwicklung einer systemunabhängigen, digitalen Patientenakte für mobile Geräte für den Einsatz in Spitälern unterschrieben. Die Experten von Xonion und Swisscom entwickeln nun eine umfassende, digitale Patientenakte für Tablet und Smartphone – die Swisscom Medical Record App.



© nilssandmeier.com/Swisscom

Robert Gebel: Digitalisierung unterstützt Spitäler, effizienter zu werden.

Die Lösung ist eine systemunabhängige App, die dank Eingabefähigkeit und intuitiv bedienbarer Formulare die Dokumentation für Ärzte und Pflegepersonal vereinfacht. Robert Gebel, Leiter Business Development von Swisscom Enterprise Customer: „Swisscom baut mit der Swisscom Medical Record App ihr Angebot im Wachstumsmarkt Gesundheitswesen weiter aus. Die Digitalisierung unterstützt Spitäler, effizienter zu werden und sorgt für bessere Qualität in der Behandlung.“ Die Lösung soll ab 2016 auf dem Markt sein.

Damit haben dann alle am Behandlungsprozess beteiligten Fachkräfte eines Spitals einen schnellen und ortsunabhängigen Zugriff auf die Patientendossiers. Die Lösung lässt sich an alle bestehenden Spitalinformationssysteme anbinden. Ein zweiter Vorteil der Lösung ist ein Formulardesigner, um die App schnell und einfach an die eigenen Bedürfnisse anzupassen und Fachabteilungsspezifische Dokumentationen einzubinden. Zusätzlich erleichtert eine Spracherkennung die Texteingabe. *(red)*

Gesundheits-Apps Prävention und Versorgung treten zunehmend in digitales Zeitalter

Start-ups zielen auf Gesundheit

Berlin. Eine Musik-App gegen Ohrgeräusche, telemedizinische Anwendungen für Patienten mit Hautproblemen oder Online-Essprotokolle für Magersüchtige – im Gesundheitssektor schießen in Deutschland junge Unternehmen derzeit wie Pilze aus dem Boden. Auch Branchengrößen wie Bayer beäugen mit Interesse, wer sich in der Szene mit ihren rund 200 Start-ups so alles tummelt.

Pablo Mentzinis, Experte für Gesundheitsanwendungen beim Verband der Computer-, Telekommunikations- und Internetwirtschaft Bitkom, sieht großen Bedarf an zukunftsweisender Technik für Gesunde wie für Kranke. Schließlich würden die Menschen immer älter, und vor allem auf dem Land, wo die flächendeckende Versorgung mit Ärzten keine Selbstverständlichkeit ist, nehme der Bedarf zu.



© panthermedia.net/Cathy Yeulet

Gesundheits-Apps wie mySugr in Österreich erobern den Gesundheitsmarkt.

Hinzu kommt der wachsende Anteil chronisch Kranker: Laut Studie der Techniker Krankenkasse werden Computer-Anwendungen bei Prävention und Versorgung einen festen Platz haben – Smartphones machen es möglich.

Hoffen auf Durchbrüche

Nicht nur Start-ups hoffen aus das große Geld auch die Großen der Branche wollen den Augenblick nicht verpassen, wenn einer der kleinen Ideenschmieden der Durchbruch gelingt. Bayer etwa bietet Firmen ein Mentoring-Programm Grants4Apps an. „Start-ups sind beweglicher als Großkonzerne; sie ermöglichen uns den Zugang zu zukunftsträchtigen Technologien“, sagt Jessica Federer, Managerin bei Bayer. Sie will interessante Start-ups aber nicht schlucken, sondern strebt Partnerschaften an. Die Diabetes-App mySugr aus Österreich zeigt, was passiert, wenn Kassen mitspielen: Die App, die beim Umgang mit der Zuckerkrankheit hilft, wird von 250.000 Diabetikern genutzt und Kassen bezahlt. *(red)*



© leadersnet.at/Christian Mikes

Sehen Reformbedarf bei Allgemeinmedizinern: Gemeindepräsident Mödlhammer, Hauptverbandsvorsitzender McDonald, OÖGKK-Direktorin Wesenauer und Hausarzt Glehr.

DISKUTANTEN

Andrea Wesenauer ist Generaldirektorin der Oberösterreichischen Gebietskrankenkasse, die derzeit zusammen mit Allgemeinmedizinern ein Pilotprojekt zur neuen Primärversorgung in Enns ent-wickelt.

Peter McDonald ist Verbandsvorsitzender im Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger und war davor Vizeobmann der Sozialversicherungsanstalt der gewerblichen Wirtschaft.

Helmut Mödlhammer ist Präsident des Österreichischen Gemeindebundes und war bis zum Vorjahr langjähriger Bürgermeister von Halwang (Salzburg).

Reinhold Glehr ist Vizepräsident der Österrreichischen Gesellschaft für Allgemeinmedizin (ÖGAM) und Hausarzt in Hartberg (Steiermark).

Diskussionsrunde medianet lud Krankenkassenvertreter und Stakeholder zum Dialog über die künftige Gestaltung der Gesundheitsversorgung

„Gesundheitssystem soll mit Reform fit für die Zukunft werden“

Hauptverbandsvorsitzender McDonald will mit Pilotprojekten einen „Wettbewerb der guten Ideen“ entfachen.

MARTIN RÜMMELE

medianet: *Aktuell wird viel diskutiert über die Gesundheitsversorgung und die Aufwertung des niedergelassenen Bereichs. Wie stellt sich die Situation für Sie dar, und wo liegen die Problembereiche?*
Helmut Mödlhammer: Wir haben sicher im Vergleich zu anderen Ländern ein sehr gutes System, das von der Bevölkerung geschätzt wird. Wir haben aber auch zwei unterschiedliche Entwicklungen: in Zentralräumen einerseits und in ländlichen Gebieten andererseits. Dort sind die Anforderungen ganz andere, das zeigt auch eine aktuelle Umfrage: Die Menschen hier sind zufrieden, fürchten aber Verschlechterungen. Nicht zuletzt, weil der klassische Hausarzt, der rund um die Uhr erreichbar ist, eine aussterbende Rasse ist. Der wird aber aufgrund der Erreichbarkeit und nicht zuletzt auch der Vertrautheit sehr geschätzt. Wir sehen aber bei Ausschreibungen, dass sie gerade am Land immer schwerer zu besetzen sind. Hier müssen sich Kommunalpolitiker Antworten überlegen.
Peter McDonald: Dem kann ich mich nur anschließen. Wir haben eine hohe Zufriedenheit und auch eine hohe soziale Sicherheit und eine gute Versorgung, wo etwa in fast jedem Dorf ein Allgemeinmediziner verfügbar ist. Man muss aber auch sagen, dass das etwas Wichtiges und eben nicht Selbstverständliches ist. Wir haben aber in der Primärversorgung auch Handlungsbedarf, um das System fit für die zweite Hälfte dieses Jahrhunderts zu machen. Die Menschen legen Wert auf eine *ganzheitliche* Betreuung und wollen, dass sich ein Arzt auch Zeit nimmt. Hier müssen wir den Blick auf die Bedürfnisse der Menschen legen und das tun wir, indem wir jetzt auch verschiedene Dinge in Pilotprojekten ausprobieren und etwa die Zusammenarbeit von verschiedenen Gesundheitsberufen forcieren.

medianet: *Wie ist das im Detail?*
Andrea Wesenauer: Wir sehen in allen Analysen, dass die Menschen den Wunsch nach einem klaren Ansprechpartner und einem Gesamtkoordinator haben. Hier gibt es einen starken Wunsch nach einer Betreuung und Behandlung aus einem Guss. Dazu muss man sagen, dass wir das Gesundheitssystem in den vergangenen Jahren stark ausgebaut haben und EU-weit etwa die zweithöchste Arztdichte haben – quer durch alle Bereiche. Die hohe Strukturdichte führt auch zu einer hohen Kontaktdichte, weil es im Gesundheitsbereich eine angebotsinduzierte Nachfrage gibt: Das Angebot ist groß, aber die Menschen wissen eigentlich nicht, wo sie sich jetzt hinwenden sollen, um optimal versorgt zu sein. Hier geht es also darum, Präferenzen zu setzen, und das tun wir etwa mit den Primärversorgungszentren auch. Da geht es darum, Patienten unter einem Dach oder in einem Netzwerk optimal zu betreuen.

> „Wir wollen hier einen Wettbewerb der guten Ideen entfachen, um die Versorgung zu verbessern.“
>
> PETER MCDONALD

Reinhold Glehr: Das sehe ich ähnlich; die Überspezialisierung und die freie Wahl werden auch zu einem Problem zusammen mit der wachsenden Überalterung, dem steigenden Anspruchsdenken und dem Wunsch, dass alles rasch und optimal gelöst wird. Das führt zu zwei Problemen: Zum einen wird es teuer, wenn jemand etwa beim Problem mit dem linken Ohr sofort zum Superspezialisten für linke Ohre gehen will. Und zum anderen führt das auch zu einer Geringschätzung der Hausärzte in der öffentlichen Diskussion. Das hat sich nun mit der Gesundheitsreform zum Glück geändert. Wir brauchen eine Aufwertung des Hausarztes.

medianet: *Wir hören aber, dass es zunehmend schwierig wird, ärztlichen Nachwuchs für den Beruf des Hausarztes zu gewinnen. Stimmt das und woran liegt es?*
Glehr: Es geht gar nicht vorrangig ums Geld, sondern um die Frage, wie wir junge Ärzte motivieren können und die Rahmenbedingungen so gestalten, dass das passt. Für den Nachwuchs ist die Lehrpraxis sehr wichtig, es braucht aber noch Finanzierungsmöglichkeiten, weil ein ausbildender Arzt das aus dem laufenden Praxisbetrieb nicht finanzieren kann.
Mödlhammer: Wir haben Jungärzte befragt. Es fehlt ihnen die Ausbildung für den Beruf des Hausarztes, es fehlen wirtschaftliche Schulungen, wie Praxen geführt werden können, und neben der wirtschaftlichen Sicherheit ist die Lebensqualität wichtig. Man will nicht mehr laufend Wochenend- und Nachtdienste machen.
Wesenauer: Wir sehen tatsächlich, dass die Dichte der Bewerbungen nicht mehr so groß ist. Gerade wo Hausapotheken als zusätzliche Einnahmequelle fehlen, wird es schwerer. Viele Ärzte wollen aber auch nicht mehr als Einzelkämpfer tätig sein. Viele Frauen wünschen sich zudem Teilzeitmodelle. Hier sind einfach neue Formen des Angebots gefragt, die etwa die Primärversorgungszentren bieten können. Gleichzeitig können dort auch längere Öffnungszeiten angeboten werden. Es geht aber darum, das System *evolutionär* zu entwickeln und nicht eine Revolution zu starten. Wenn ein System funktioniert, werden es die Patienten annehmen und auch die Ärzte.

medianet: *Welche Erfahrungen haben Sie mit dem ersten Zentrum in Oberösterreich gemacht?*
Wesenauer: Hier entsteht in Enns gerade ein Verbund, wo vier Ärzte gemeinsam bauen und auch andere Berufsgruppen eingebunden werden. Wir waren überrascht, wie viele Ärzte kamen und für sich auch solche Lösungen wollten.
Mödlhammer: Das ist sicherlich der richtige Ansatz. Machen wir Modellregionen und testen verschiedene Dinge aus. Wo es aber bestehende, funktionierende Systeme in Form von guten Hausarztmodellen gibt, sollte man diese erhalten. Wir müssen aber dabei aufpassen, dass wir nicht ein Zweiklassensystem schaffen, wo es gut ausgebaute Zentralregionen gibt und andere Bereiche darben.

> „Es geht gar nicht so sehr und vorrangig ums Geld, sondern um die Frage, wie wir junge Ärzte motivieren können.“
>
> REINHOLD GLEHR

McDonald: Weder das eine ist das Ziel noch eine flächendeckende Umsetzung. Es geht darum, die Systeme weiterzuentwickeln. Hier ist schon viel passiert. Die Frage wird sein, wie der Bedarf der Zukunft aussieht und wie auch die Kommunikation der Zukunft aussehen wird. Wir werden auch die Ärzte entlasten müssen, etwa durch eine telefonische Erstberatung. In machen Fällen kann das hilfreich sein. Das wird gerade alles getestet.
Glehr: Was mir hier gefällt, ist ein System mit verschiedenen Angebotsformen. Wichtig ist, dass nicht eine begünstigt wird. Man muss also bei Veränderungen im System sehr achtsam agieren. Das ist auch wichtig, um junge Ärzte in die Allgemeinmedizin zu bringen. Wenn sie das Gefühl haben, da kommen in einigen Jahren Neuerungen, werden sie jetzt nicht einsteigen und sich für einen Bereich entscheiden. Die Vielfalt ist also wichtig.

medianet: *Wie sind die Strategien der Krankenversicherung?*
Wesenauer: Es wird Angebote brauchen, die die Patienten ansprechen und die verfügbar sind. Die Menschen wollen ja nicht unbedingt in anonyme Spitalsambulanzen, sondern lieber dorthin, wo sie *persönlich* betreut werden. Patienten nutzen also die Systeme nicht einfach aus, sondern entscheiden sich oft auch Hilflosigkeit für eine Versorgungsform.
McDonald: Nicht zuletzt deshalb brauchen wir Zieldefinitionen und Qualitätsmessungen. Es passiert noch viel zu oft, dass Patienten im Kreis geschickt werden. Wichtig ist eine Lösung, die patientenfreundlicher ist und im Idealfall auch kostengünstiger. Mir gefallen hier die Ansätze mit Netzwerken sehr gut, die eine optimale Versorgung ermöglichen. Das spart dann auch Geld und Leid. Nun wird es wichtig sein, das umzusetzen. Wir wollen hier einen Wettbewerb der guten Ideen entfachen, um die Versorgung zu verbessern und nicht zuletzt auch in Prävention und Vorbeugung zu investieren.
Mödlhammer: Dazu wird es sicherlich auch eine Stärkung der Eigenverantwortung benötigen. Man muss auch ein Bewusstsein dafür entwickeln, dass die teuerste Stelle nicht unbedingt die beste ist.
Wesenauer: Hier ist es wichtig, einen Best Point of Service zu definieren und zu schauen, welchen Bedarf man abdecken muss. Da geht es um Verfügbarkeit und vor allem ein besseres Ineinandergreifen der bestehenden Systeme.

Aus Baxter BioScience wird Baxalta ...

Der Geschäftsbereich BioScience von Baxter Österreich wird Mitte 2015 zu Baxalta.

Auch wenn wir unseren Namen in Baxalta ändern, bleibt unser Engagement Ihnen gegenüber so stark wie bisher. Unsere Herkunft basiert auf einem starken Erbe, bei dem Innovation und Verantwortung groß geschrieben werden. Als Baxalta werden wir dieses Erbe bewahren, darauf aufbauen und einen bedeutenden Beitrag zur Verbesserung der Gesundheit unserer Patienten leisten. Wir sind gespannt, was die Zukunft bringen wird und hoffen, Sie auch!

Baxter and Baxalta are registered trademarks of Baxter International Inc. © Copyright 2015 Baxter. All rights reserved | Legal disclaimer

Weitere Informationen finden Sie unter
www.baxter.com/transition
Wenn Sie Fragen haben, kommen Sie auf uns zu!
Kontakt: +43 1 20100

Baxter Aktiengesellschaft
Industriestrasse 67
A-1221 Wien
www.baxter.at

Baxter

technology




© panthermedia/O. Mark

SCHNELLERE TECHNIK
Ericsson-Studie: Europa holt bei LTE-Durchdringung stark auf **Seite 45**


© Dell

NETZ DER DINGE
Dell eröffnet dezidiertes Labor für „Internet of Things"-Anwendungen **Seite 46**

GUTER TON
PHILIPS DVT2700 IM PRAXISTEST

SHORT


© Industrie Informatik

Wien. Mit über 400 Installationen im europäischen, amerikanischen und asiatischen Raum ist Industrie Informatik einer der führenden Anbieter von fertigungsoptimierenden MES-Systemen, die angesichts richtungsweisender Trends wie Industrie 4.0 als Datendrehscheibe zwischen Produktion und ERP an zentraler Bedeutung gewinnen. Mit dem neuen Release 17 präsentiert Industrie Informatik zwei neue Module für BI und Energiemanagement sowie die Umsetzung des OPC-UA-Standards für die Maschinenkommunikation. *(red)*

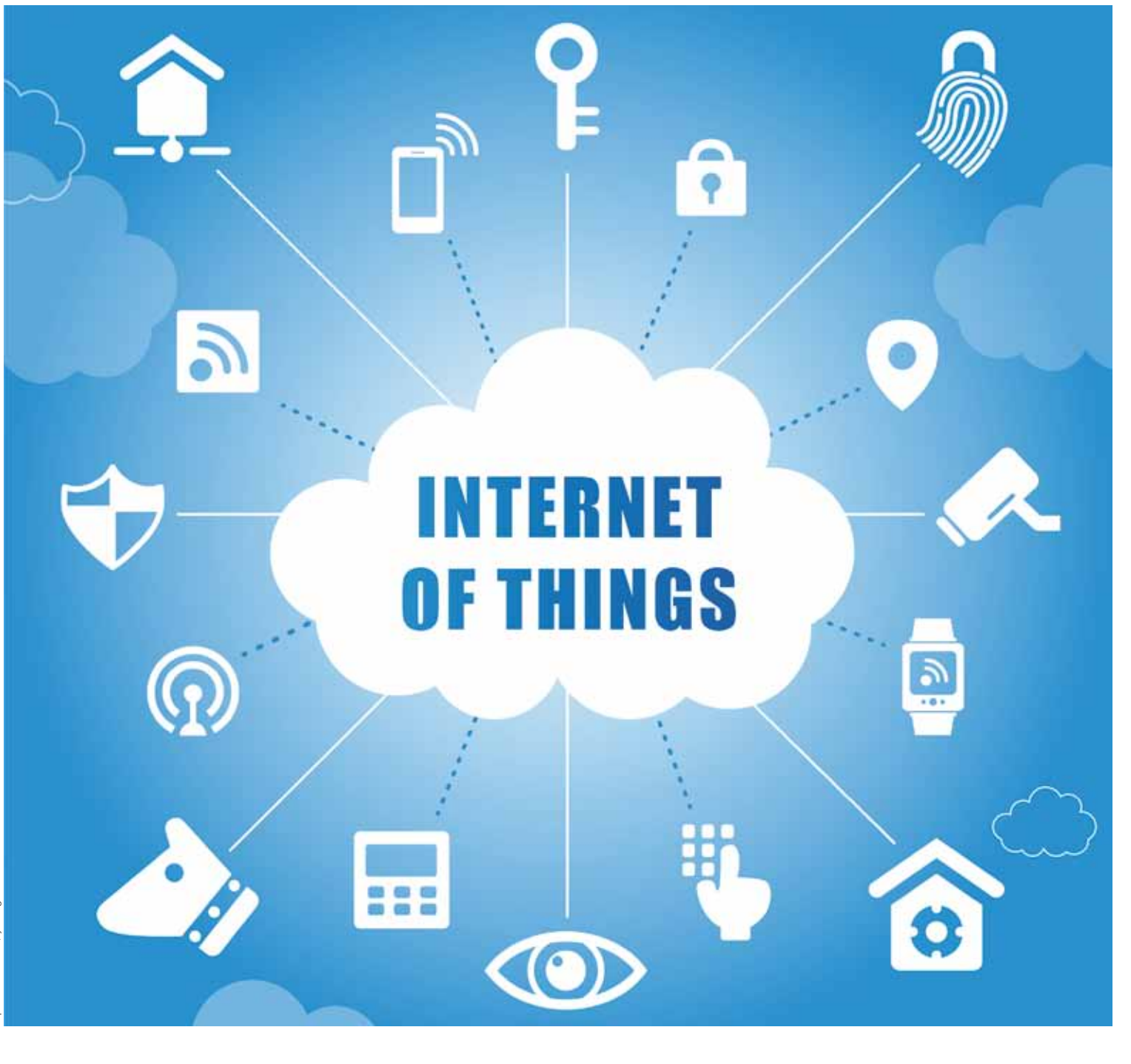

© Sony Computer Entertainment

Wien. Sony Computer Entertainment Inc. hat die Markteinführung einer neuen Version der PlayStation 4 bekannt gegeben, die ab Ende Juni 2015 zunächst in Japan und anschließend in Nordamerika, Europa und weiteren asiatischen Ländern erhältlich sein wird. Die neue PS4 ist um zehn Prozent leichter und verbraucht acht Prozent weniger Energie als das aktuelle Modell. Das neue, matte Finish der Festplattenabdeckung gibt der neuen PS4 außerdem einen leicht veränderten Look. Gaming-Fans können mit dem neuen System ihre bereits erworbenen Spiele weiterhin verwenden. *(red)*


© nessus.at

Wien. Nessus GmbH, ein Hosting und Managed Services Provider, eröffnet noch in diesem Jahr sein zweites Rechenzentrum und maximiert damit seine Verfügbarkeit im Süden Wiens. Das Datacenter NDC2 wird in mehreren Bauphasen errichtet und soll bei seiner Fertigstellung Platz für ca. 15.000 Server liefern. Das Rechenzentrum wird nach Tier-3 Standard gebaut und außerdem mit 100% CO_2-neutralen Strom beliefert. *(red)*

Datenlawine überrollt die Unternehmen



© panthermedia.net/ryanking999

Big Data birgt viel Kapital Laut einer Untersuchung der Software AG werden die meisten Unternehmen allerdings von den Datenmengen aus dem wachsenden „Internet der Dinge" schon im Ansatz überrollt. **Seite 44**

Skyhigh Networks Der Cloud-Experte bündelt seine Kräfte

Niederlassung für die DACH-Region


© Skyhigh Networks

Daniel Wolf, Regional Director für die DACH-Region bei Skyhigh Networks.

Wien. Skyhigh Networks, der Anbieter für den sicheren Betrieb von Cloud Services im Unternehmen, forciert seine Aktivitäten in der DACH-Region und eröffnet eine eigene Niederlassung in Deutschland. Als Regional Director Deutschland, Österreich, Schweiz fungiert der Vertriebsmanager Daniel Wolf. „Von unserer neuen Niederlassung in München aus werden wir unsere Vertriebsaktivitäten in der DACH-Region verstärken und unsere Kunden und Partner mit einem lokalen Team vor Ort unterstützen", kommentiert Wolf den starken Ausbau der Aktivitäten des Unternehmens. *(red)*

Nous Das Unternehmen erarbeitet digitalen Museumsguide

Multimedia-Konzept aus Österreich



© Nous

Køge Museum in Dänemarkt mit Multimedia-Lösung aus Österreich.

Wien. Nach zweijährigem Umbau präsentiert sich das Køge Museum seit dem letzten Wochenende mit neuester Technologie als Dänemarks modernstes Museum. Das österreichische Unternehmen Nous war einerseits für Konzept, Gestaltung und beim Publikum erfolgreiche Umsetzung des multimedialen iPad mini Guides verantwortlich und zum anderen auch für dessen Interaktion mit der medientechnischen Infrastruktur. Jeder Besucher erhält mit dem Eintrittsticket einen NousGuide, 100 iPad mini Guides in Dänisch und Englisch stehen für die Besucherinnen und Besucher bereit. *(red)*

KOMMENTAR

Unterschiedliche Meinungen



CHRIS HADERER

Der Entwurf der Urheberrechtsnovelle 2015 sorgt für verhärtete Fronten. Vor allem die geplante Einführung eines Leistungsschutzrechts erhitzt die Gemüter. Die ISPA lehnt beispielsweise das Leistungsschutzrecht für Presseverleger ab, „da dieses die Entwicklung von innovativen Diensten und neuen Geschäftsmodellen hemmt und zu einer lose-lose-Situation für Presseverleger, Anbieter von Suchdiensten und News-Aggregationen sowie Nutzerinnen und Nutzer führt", teilte der Verband im Rahmen einer Presseaussendung mit. Die ISPA weist darauf hin, dass die Begrifflichkeiten im Gesetzesentwurf Rechtsunsicherheit mit sich bringen, und betont, dass das LSR einen wichtigen Grundsatz des World Wide Web, nämlich das freie Verlinken von Inhalten, aushebelt und zu einer Wettbewerbsverzerrung führt. „Die ISPA lehnt die Bestrebungen der Presseverleger, an inhaltsneutralen Umsätzen zu partizipieren, als Technologieabgabe strikt ab und merkt an, dass das LSR auch den Interessen der Autoren entgegenläuft. Darüber hinaus betont die ISPA erneut, dass auch jede andere Art von Technologieabgaben, also auch die Festplattenabgabe, im digitalen Zeitalter strikt abzulehnen ist. Die Einschränkung des Rechts auf Privatkopie ist schwer eingrenzbar und für Laien nicht verständlich."

Studie 73% der Unternehmen können die aus dem „Internet der Dinge" gezogenen Daten nur unzureichend auswerten

Unternehmen sind durch Big Data oft überfordert

Die Mehrheit der Unternehmen glaubt, dass Big Data zu einem besseren Return of Investment beiträgt.

CHRIS HADERER

Wien. „Das Internet der Dinge ist eine Revolution", stellt Jürgen Krämer, Vice President Streaming Analytics bei der Software AG, fest: „Nur wer nicht die Augen davor verschließt, dem eröffnen sich rentable Geschäftschancen. Das IoT wird immer mehr Teil unseres Alltags. Deshalb müssen wir uns unbedingt mit Aspekten wie Sicherheit und Governance befassen." Allerdings: Laut einer aktuellen Studie des Software-Anbieters sind 73 Prozent der Unternehmen mit dem Datenberg, den Internet-of-Things-Anwendungen nach sich ziehen, schlichtweg überfordert.

„Zwar gehen 95 Prozent der Unternehmen davon aus, dass ihnen durch die Verbreitung des IoT in den nächsten beiden Jahren Vorteile entstehen, doch der Großteil – 65 Prozent – hat enorme Schwierigkeiten, Big Data in Echtzeit zu analysieren", sagt Gerald Friedberger, Country Manager der Software AG in Österreich. „Knapp 75 Prozent sind kaum in der Lage, brauchbare Analysen zu ihrem aktuellen Datenfluss zu erstellen."

Datengestütztes Wissen

Auch Xerox hat sich mit Big Data auseinandergesetzt und kommt im Rahmen einer aktuellen Studie zum Schluss, dass eine große Mehrheit (74 Prozent) der Unternehmen erwartet, dass sich aus Big Data gezogenes Wissen innerhalb von 12 Monaten nach Implementierung positiv auf ihren Return of Investment auswirkt. Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen (56 Prozent) verzeichnet bereits Geschäftsvorteile durch Big Data.

„Geschäftsführer verstehen zwar, dass die Verwurzelung von datengestütztem Wissen ein großes Potenzial für das Unternehmen birgt, allerdings ist der Boden dafür noch immer ziemlich steinig", sagt Craig Saunders, Director Analytics Resource Center, Xerox Consulting and Analytics Services. „Das Ökosystem ist voller Herausforderungen."



© Software AG/Pepo Schuster

Gerald Friedberger, Country Manager der Software AG in Österreich: „Unternehmen ziehen zu wenig Wissen aus ihren Daten."

Big Data ist der Schlüssel zu vielen Entscheidungen im Jahr 2015: Drei Fünftel (61 Prozent) der befragten Unternehmen sagen, dass Entscheidungen, die während des nächsten Jahres gefällt werden, eher auf datengetriebenem Wissen basieren werden als auf Faktoren wie Bauchgefühl, Meinung und Erfahrung. Ungenaue Daten können allerdings teuer werden: 70 Prozent der Organisationen haben es immer noch mit ungenauen Datensätzen in ihren Systemen zu tun. 46 Prozent sind der Meinung, dass diese zum Teil unbrauchbaren Datensätze ihr Geschäft negativ beeinflussen und dringend eine Überarbeitung benötigen.

Neue Szenarien

37 Prozent der Befragten gaben an, dass Datensicherheit und -schutz eine der größten Herausforderungen beim Implementieren von Big Data-Strategien sind. „Obwohl es immer noch Herausforderungen gibt, treibt die überwiegende Mehrheit von Unternehmen Technologien zum besseren Nutzen von Big Data in vielen verschiedenen Anwendungsszenarien voran", sagt Saunders. „Natürlich gibt es aber immer noch ein breites Spektrum an Problemen, die die Verantwortlichen abends lang wachhalten." Im Großen und Ganzen erwarten die Firmen, dass Big Data-Lösungen ihr Business verändern werden. Diese Veränderung kann eine engere Zusammenarbeit mit Kunden bedeuten, wie 55 Prozent annehmen, oder eine Verbesserung des Teamworks hervorbringen. „Der Großteil der Geschäftsführer erwartet schon nach kurzer Zeit einen Return of Investment. Allerdings sind sie sich auch dessen bewusst, dass sie viele organisatorische Silos durchbrechen müssen, um diese Vision erreichen zu können", zieht Craig Saunders ein Resümee aus der Studie.

Börse Digitale Modelle

App-Ökonomie



© finanzcoach-sommese.de

Finanzexperte Antonio Sommese.

Wien. Neue digitale Geschäftsmodelle werden immer mehr Branchen an der Börse bedrängen, warnt Finanzexperte Antonio Sommese. Er prognostiziert, dass mehr als die Hälfte der DAX-30-Konzerne in den nächsten zehn Jahren deutlich an Bedeutung verlieren werden. So bezweifelt Sommese, dass die Automobilkonzerne gut auf die „neue Welt selbstfahrender Fahrzeuge" vorbereitet sind. „Das sind nicht einfach Autos, die alleine fahren, damit werden völlig neue mobile Ökosysteme entstehen, vergleichbar etwa mit der App-Ökonomie, die im Mobilfunkmarkt die klassischen Platzhirsche Nokia und Motorola hinweggefegt hat." *(red)*

Freewave Der WLAN-Anbieter konnte kürzlich sein zehnjähriges Jubiläum feiern und betreut mehr als 630 Kunden

Anwenderwachstum in öffentlichen Netzen

Wien. Die Anzahl der Onliner, die unterwegs oder am Arbeitsplatz die Brücke ins Internet schlagen, ist konstant im Steigen begriffen (siehe Infografik). Interessant dabei: Jeder vierte Onliner nützt dazu bereits öffentliche Netze, wie sie beispielsweise in Lokalen oder an frequentierten Orten angeboten werden. In Österreich gehört Freewave zu den ältesten Anbietern: Das Unternehmen konnte kürzlich sein zehnjähriges Jubiläum feiern. „Vor 10 Jahren war WLAN für meine Kunden kein, beziehungsweise ein unwichtiges Thema", sagt Wolfgang Krivanek, Geschäftsführer und Eigentümer von Freewave. Er habe die Idee aus einem beruflichen, eineinhalbjährigen Asienaufenthalt mitgebracht. In Taipeh (Taiwan) gab es bereits damals zahlreiche Coffeeshops, die kostenloses WLAN für ihre Kunden angeboten hatten. Zurück in Österreich, fiel Wolfgang Krivanek ein kostenpflichtiges WLAN in einem Innenstadt-Café auf, in dem Gäste acht Euro für eine Stunde Internet bezahlen mussten. „Das kann nicht sein; im Kaffeehaus muss WLAN kostenlos sein wie die Tageszeitung", sagt Krivanek über die Geburtsstunde seiner Geschäftsidee.



© Freewave

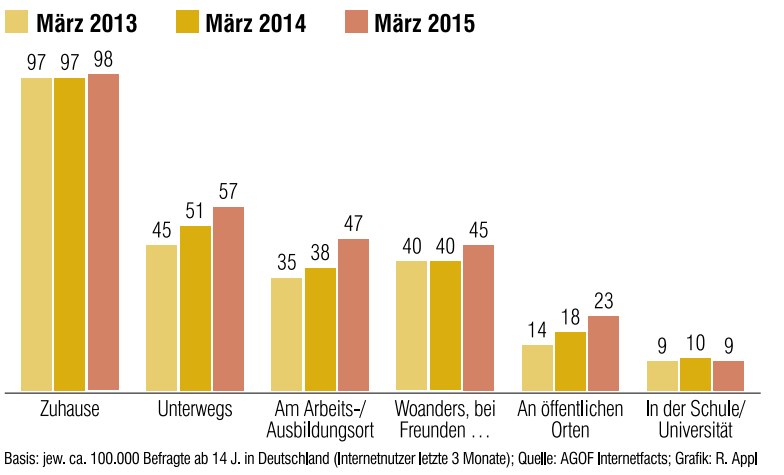
Freewave-Gründer Wolfgang Krivanek.

Positives Feedback

„Viele Kaffeehausbesitzer begegneten mir mit den Worten: ‚Das wird es bei mir nie geben.' Aber ich blieb hartnäckig und meiner Vision treu", sagt Krivanek. Es folgten Monate der Missionarsarbeit, bis ein erster, innovativer Kaffeehausbesitzer das Freewave-Angebot ausprobierte und viel positives Feedback vonseiten seiner Kunden erhielt. „Von da an war der Siegeszug von Freewave nicht mehr aufzuhalten. Zuerst folgten immer mehr Kaffeehäuser, dann Hotels und schließlich wurden auch andere Branchen auf den neuen Service aufmerksam, mithilfe dessen sich eine sehr gute Kundenbindung erzielen lässt." Heute verfügt Freewave über mehr als 630 Kunden aus unterschiedlichsten Branchen. So bieten Einkaufszentren, touristische Hotspots (Schloss Schönbrunn, diverse Museen) oder Tankstellen ebenso Freewave an wie Gastronomiebetriebe, Krankenhäuser, Autohäuser oder Fußballstadien. *(red)*

WO ONLINER INS NETZ GEHEN

Orte, an denen das Internet am häufigsten genutzt wird



Basis: jew. ca. 100.000 Befragte ab 14 J. in Deutschland (Internetnutzer letzte 3 Monate); Quelle: AGOF Internetfacts; Grafik: R. Appl

Ericsson Laut dem aktuellen Mobility-Report des Telekom-Anbieters soll die LTE-Durchdringung in Europa bis zum Jahr 2020 auf 85 Prozent ansteigen

Europa holt bei LTE-Dichte auf

Im Vorjahr lag der Anteil an LTE-Anschlüssen in Europa bei nur 15 Prozent.

CHRISTOPH FELLMER

Wien. Die neueste Ausgabe des Mobility-Reports von Ericsson zeigt, dass bis 2020 moderne Mobilfunktechnologien auf der ganzen Welt zum Alltag gehören werden: Die Zahl der Anschlüsse, die per Smartphone genutzt werden, wird sich bis dahin mehr als verdoppelt haben und bei 6,1 Milliarden liegen. 70 Prozent der Weltbevölkerung werden Smartphones nutzen und 90 Prozent über mobile Breitbandnetze versorgt werden. In Japan und Südkorea basierten Ende 2014 bereits 45 beziehungsweise 70 Prozent der Mobilfunkanschlüsse auf der LTE-Hochgeschwindigkeitstechnik. In Nordamerika lag diese Zahl 2014 bei 40 Prozent, in Westeuropa erst bei rund 15 Prozent. Bis 2020 soll der Anteil der LTE-Anschlüsse in Westeuropa sich allerdings auf dann 85 Prozent fast versechsfachen. In ganz Europa wird die Zahl der LTE-Anschlüsse dann bei rund 700 Millionen liegen. Gleichzeitig soll sich die Zahl der Anschlüsse, die in Europa per Smartphone genutzt werden, auf 830 Millionen fast verdoppelt haben.

LTE in Europa

„Im Vergleich zu Nordamerika und anderen Ländern der Welt, die diese Technik bereits früh eingeführt haben, liegt Westeuropa heute noch bei der LTE-Penetration zurück", sagt Valter D'Avino, Leiter der Region West- und Zentraleuropa bei Ericsson: „In Nordamerika erreichte sie Ende 2014 bereits 40 Prozent gegenüber rund 15 Prozent in Westeuropa. Diesen Rückstand wird Westeuropa jedoch bis zum Jahr 2020 fast aufgeholt haben. Diese Erfahrung aus der Vergangenheit zeigt, wie wichtig es ist, neue Technologien wie den künftigen 5G-Standard frühzeitig einzuführen."

Mit der wachsenden Verbreitung von Smartphones geht ein beschleunigter Anstieg der weltweiten Datennutzung einher. Die über Smartphones übertragene Datenmenge wird nach Prognosen des Reports bis 2020 um das Zehnfache zunehmen. Dann werden 80 Prozent des gesamten mobilen Datenverkehrs auf der Welt von Smartphone-Nutzern generiert. Die durchschnittliche monatliche Datennutzung pro Smartphone wird beispielsweise in Europa bis zum Jahr 2020 von aktuell 1,2 GB auf 6,5 GB ansteigen.

Mobile Datennutzung

Bis 2020 wird das Volumen der mobil übertragenen Videodaten jedes Jahr um atemberaubende 55 Prozent steigen und schließlich 60 Prozent des gesamten mobilen Datenverkehrs ausmachen. Dieses Wachstum rührt größtenteils daher, dass die Nutzer einerseits Streaming-Dienste präferieren und dass sich andererseits die Einbettung von Videos in Onlineinhalten immer mehr durchsetzt, etwa bei Nachrichten, Werbung und den Sozialen Netzen.

Bei der Datennutzung in entwickelten Mobilfunkmärkten zeigt der Report, dass ein wesentlicher Anteil des Datenvolumens durch eine begrenzte Zahl von Nutzern erzeugt wird. Diese intensiven Datennutzer stellen zehn Prozent der Teilnehmer dar, verursachen aber 55 Prozent des gesamten Datenverkehrs. Den größten Anteil nimmt dabei der Videokonsum ein, den der typische Vielnutzer 2014 üblicherweise etwa eine Stunde pro Tag nutzte – das war 20 Mal mehr als der Durchschnittsnutzer.

Umfangreiche Prognosen

Mit dem Mobility-Report macht Ericsson Prognosedaten, Untersuchungen und Erkenntnisse zum mobilen Datenverkehr, zu Teilnehmerzahlen und zum Verbraucherverhalten zugänglich, um aktuelle Trends in der vernetzten Gesellschaft aufzuzeigen. Ericsson führt regelmäßige Verkehrsmessungen in über 100 Kommunikationsnetzen in allen wichtigen Regionen der Welt durch. In einer ausgewählten WCDMA-Umgebung, beziehungsweise in HSPA- und LTE-Netzen, werden auch detaillierte Messungen vorgenommen, um unterschiedliche Muster beim Datenaufkommen zu erkennen. Ergänzend zum Mobility-Report hat Ericsson das sogenannte Traffic Exploration-Tool entwickelt, mit dem sich aus den Daten des Reports interessenbezogene oder nach Regionen gefilterte Grafiken und Tabellen erstellen lassen.



© panthermedia.net/Oleksiy Mark

Bedeutung von LTE gewinnt in Europa, aber Penetration noch klar hinter Nordamerika.



SHORT

Lenovo baut Arbeit mit GT Nexus weiter aus



Monitorexperte Lenovo optimiert die Lieferkettentransparenz.

© Lenovo

Wien. Lenovo baut die Zusammenarbeit mit der cloudbasierten Plattform von GT Nexus weiter aus. Die enge Anbindung seiner Handelspartner über GT Nexus und die damit verbundene Lieferkettentransparenz ermöglichen es Lenovo, eine kundenorientierte Lieferkette zu betreiben, Daten und Analysen über die gesamte Lieferkette hinweg zu fahren und gleichzeitig kontinuierlich Möglichkeiten zur Leistungssteigerung und Kosteneinsparungen aufzuzeigen. „GT Nexus bietet uns erhöhte Transparenz und gewährt Einblicke in die kritischen Erfolgsfaktoren entlang der Lieferkette. Dies ermöglicht es uns, Abweichungen in den Transportdispositionsvorlaufzeiten zu verringern, den Transitbestand zu reduzieren und unsere Ziele im Hinblick auf eine kundenorientierte und perfekte Auftragserfüllung zu erreichen", kommentiert Gareth Davies, Direktor Global Provider Management, Lenovo. *(red)*

Design-Preisregen für Produkte von Logitech

Wien. Die Jury der International Design Awards hat sieben Produkte von Logitech ausgezeichnet: Die Gaming-Maus Logitech G402 Hyperion Fury und die Logitech ConferenceCam Connect wurden mit Gold ausgezeichnet, die Gaming-Maus Logitech G302 Daedalus Prime MOBA, die tragbare Tastatur Logitech Keys-To-Go und der Bluetooth-Lautsprecher UE Megaboom von Ultimate Ears erhielten Silber. Das Schutzcase Logitech AnyAngle gewann einen Award in Bronze. Außerdem wurde die Tastatur Logitech K480 in zwei Kategorien mit Silber und Bronze ausgezeichnet. *(red)*

Symantec entdeckt neuen Spionage-Wurm



© symantec.com

Symantec hat die Spionage-Malware Duqu 2.0 ausfindig gemacht.

Wien. Der Security-Lösungsnabieter Symantec hat eine neue Variante des Duqu-Wurms entdeckt. Duqu 2.0 stiehlt Informationen und wird außerdem verwendet, um dauerhaft einen Fuß in die Tür einer anvisierten Domain zu bekommen. Darüber hinaus konnte Symantec Anzeichen dafür finden, dass das Spionagewerkzeug bei verschiedenen Angriffen auf eine begrenzte Zahl ausgewählter Ziele eingesetzt wurde. *(red)*

Dell Das IT-Unternehmen hat in Limerick ein Labor für die Entwicklung von Internet of Things-Anwendungen eröffnet

Dezidiertes Labor für IoT-Anwendungen in Europa

Erstes Produkt ist ein IoT-Gateway für die einfache Implementierung von Sensoren in IT-Systeme.

CHRISTOPH FELLMER

Wien. Der IT-Anbieter Dell richtet seinen Fokus verstärkt auf das Internet of Things. Deshalb hat das Unternehmen nun sein erstes dezidiertes Labor für IoT in Europa eröffnet. Die Einrichtung im irischen Limerick ist einer der Bausteine der neuen IoT-Abteilung von Dell und zielt auf die Zusammenführung von End-to-End-IT-Lösungen, IoT-Hardware, Software und Services ab. Das erste Produkt des neuen Labors hat Dell bereits angekündigt: Ein Gateway, das Kunden bei der Entwicklung und schnellen Realisierung von IoT-Lösungen unterstützt. „Bisherige IoT-Lösungen bedeuten langwierige Implementierungen, zu ehrgeizige Zielsetzungen und komplexe proprietäre Designs, die Risiken und Kosten erhöhen", sagt Andy Rhodes, Executive Director IoT Solutions von Dell. „Wir helfen Kunden ganz pragmatisch beim Aufbau ihrer Lösungen mit einem breiten Portfolio von Angeboten für das IoT-Enabling, das auch Sicherheit, Management, Services, Analyse, Infrastruktur und Endsysteme umfasst."



© Dell

Will Kunden pragmatisch beim Aufbau von IoT-Lösungen unterstützen: Andy Rhodes, Executive Director IoT-Solutions bei Dell.

Skalierbare Lösungen

„In Limerick erhalten Kunden eine flexible und skalierbare Grundlage für die Entwicklung marktreifer Lösungen mit einem zuverlässigen Partner", sagt Dermot O'Connell, Executive Director und General Manager, OEM Solutions, Dell EMEA. Bereits im November letzten Jahres hatten Dell und Intel in Santa Clara, Kalifornien, ein erstes IoT-Labor eröffnet. Das neue, europäische IoT-Labor ergänzt das bestehende Dell Solutions Centre in Limerick. Es erweitert das Portfolio von Dell, indem es europäischen Kunden einen dezidierten Ort zur Verfügung stellt, um IoT-Lösungen zu entwickeln, zu testen und sie schneller auf den Markt zu bringen. Das neue, kürzlich vorgestellte IoT-Gateway erweitert die bestehenden IoT-Lösungen des Unternehmens. Die kleinen, per Funk oder Kabel verbundenen Geräte sammeln Sensordaten in Netzwerken. Sie sind mit eigenen Verarbeitungskapazitäten ausgestattet und bieten Anwendern die Möglichkeit, direkt vor Ort Analysen durchzuführen. So wird die Latenzzeit für datenbasierte Entscheidungen verringert, beispielsweise bei der Verwaltung des Energieverbrauchs oder beim Absetzen von Nachrichten für proaktive Wartungsmaßnahmen. Damit reduzieren sie Zeit und Kosten bei der Übertragung von Daten an die Cloud oder an ein Rechenzentrum. Die neuen Gateways von Dell sind eine solide Grundlage für neuartige IoT-Lösungen, die Bandbreiten durch die Beschränkung auf wesentliche Daten schonen. Die neuen Dell-IoT-Gateways bieten einen Einstieg in die Entwicklung von IoT-Anwendungen und sind mit verschiedenen Betriebssystemen einschließlich Wind River Linux, Ubuntu und Microsoft Windows IoT kompatibel. Im Rahmen von Dells recht umfangreichem Partner-System haben Dell Services und der IoT-Plattformanbieter ThingWorx kürzlich eine Zusammenarbeit im Bereich Internet of Things vereinbart. Die Unternehmen werden dabei wechselseitig ihre Fähigkeiten nutzen, um Technologie und Business-Know-how zu verbinden, sodass Anwender Zeit, Kosten und Risiken für innovative IoT-Anwendungen reduzieren können. Im Zuge dieser Kooperation wird Dell Digital Business Services dem „Global System Integrators Alliance Program" von ThingWorx beitreten.

MindTake Research Männer haben ein deutlich höheres Brutto-Gehalt als Frauen, die Branche ist aber zufrieden

Gender-Gap bei Gehältern in der IT-Branche

Wien. Eine vom Marktforschungsinstitut MindTake Research im Auftrag der Digitalista durchgeführte Studie zur Lage der österreichischen Digital-Branche zeigt: Österreichs Digital-Branche ist zufrieden, Unterschiede beim Bruttogehalt sind aber deutlich spürbar: Gut bezahlte Positionen werden häufiger von Männern bekleidet als von Frauen.

Gehaltsunterschiede

60 Prozent der Berufstätigen in der Digital- und Online-Branche sind zufrieden bis außerordentlich zufrieden mit ihrer Position im Unternehmen. Erfolg im Job wird dabei keineswegs nur durch ein hohes Gehalt definiert: Unabhängiges Arbeiten ist für 79 Prozent der Befragten ein sehr wichtiger Aspekt, um von Erfolg zu sprechen. Besonders bedeutend ist für 98 Prozent der Frauen und 88 Prozent der Männer ein gutes Arbeitsklima und liegt bei beiden Geschlechtern an der Spitze der wichtigsten Kriterien, wenn es darum geht, sich in der Arbeit wohlzufühlen. Ein hohes Gehalt liegt hier sogar an letzter Stelle (60 Prozent der Männer, 65 Prozent der Frauen).

Mit dem Gehalt ist die Digital-Branche überwiegend zufrieden: Die Hälfte (54 Prozent) hat angegeben, angemessen zu verdienen, 17 Prozent finden, dass sie gut verdienen und 28 Prozent verdienen nach eigenem Gefühl zu wenig. Betrachtet man die monatliche Brutto-Gehaltsverteilung in der Digital-Branche unter den voll Berufstätigen, so zeigt sich, dass Jobs im unteren Gehaltsbereich häufiger von Frauen besetzt werden: elf Prozent der Frauen und zehn Prozent der Männer verdienen zwischen 1.500 bis 1.999 € brutto im Monat. Zu den Verdienern in der nächsten Gehaltsklasse von 2.000 bis 2.999 € gehören 43 Prozent der Frauen und drei Prozent der Männer. Gut bezahlte Stellen werden hingegen etwas häufiger von Männern besetzt als von Frauen: So erwirtschaften 26 Prozent der Männer, aber nur 23 Prozent der Frauen zwischen 3.000 und 3.999 € monatlich.



© panthermedia.net/Monkeybusiness

Gutes Arbeitsklima spielt in der österreichischen IT-Branche eine große Rolle.

Hoher Frauenanteil

Fast die Hälfte der Befragten (48 Prozent) arbeitet als Angestellte, 18 Prozent sind im First Level Management tätig und weitere 18 Prozent sind selbstständig. Der Bereich des Social Media Managements wird vorwiegend von Frauen betreut: 45 Prozent der Frauen in Österreichs Digital-Branche und nur 21 Prozent der Männer arbeiten in diesem Bereich. Mehr als ein Drittel der weiblichen Kollegen ist außerdem im Gebiet Creative, Strategie und Konzeption und Content Marketing (34 Prozent) tätig. Die männlichen Kollegen arbeiten vermehrt im Web Design und Development. *(red)*

Bain & Company Laut einer aktuellen Studie geht die Migration von Anwendungen in die Cloud zu langsam vor sich

Unternehmen nützen kaum Einsparungspotenziale

Trotz großer Kostenvorteile finden derzeit nur knapp 18 Prozent des IT-Betriebs in der Wolke statt.

CHRISTOPH FELLMER

Wien. Cloud-Computing ist zwar in aller Munde – Unternehmen realisieren dennoch bislang nur ein gutes Drittel der finanziellen Vorteile von Cloud-Lösungen und gefährden damit auf Dauer ihre Wettbewerbsfähigkeit. Das ist, auf den Punkt gebracht, eine wesentliche Erkenntnis der Studie „Tapping cloud's full potential" der internationalen Managementberatung Bain & Company, für die weltweit mehr als 400 Unternehmen befragt wurden. „Wer die Migration in die Cloud zu spät oder zu zögerlich beginnt, verschenkt bares Geld", sagt Christopher Schorling, Partner bei Bain & Company in der Praxisgruppe Technologie, Medien und Telekommunikation. „Diese Unternehmen geraten in Sachen Innovationskraft und Entwicklungsgeschwindigkeit ins Hintertreffen und gefährden langfristig ihre Wettbewerbsfähigkeit."



© Bain & Company

Christopher Schorling, Partner beim Marktforscher Bain & Company, Praxisgruppe Technologie, Medien & Telekommunikation.

Die richtige Cloud

Cloud Computing bietet per se viele Vorteile; geringere Kosten für Rechenzentren gehören ebenso dazu wie mehr Flexibilität, eine bessere Skalierbarkeit und schnellere interne Entwicklungsprozesse. Die meisten Unternehmen wissen um diese Vorteile, doch in der Praxis gelingt es nur wenigen, sie in vollem Umfang zu nutzen. Die im Rahmen der Bain-Studie durchgeführte Befragung ergab, dass bislang lediglich 18% des IT-Betriebs von Unternehmen in der Cloud stattfinden. Die Folge: Unternehmen realisieren nur ein gutes Drittel der finanziellen Vorteile von Cloud-Lösungen.

Nach Bain-Analysen migrieren Vorreiter mindestens die Hälfte ihres IT-Betriebs in die Cloud – und nehmen dazu entsprechend Geld in die Hand. Allerdings sind die Unterschiede von Branche zu Branche groß. So erhöhte die Industrie ihre Cloud-Investitionen in den vergangenen vier Jahren um 30%. Deutlich engagiert zeigen sich auch Handel, der öffentliche Dienst und Konsumgüterhersteller. Dagegen halten sich andere Branchen wie Telekommunikation, Logistik und Energie noch zurück.

„Die IT entwickelt sich immer stärker zum Herzstück vieler Geschäftsmodelle, ist aber gleichzeitig ein beträchtlicher Kostenblock", sagt Schorling. „Unternehmen müssen deshalb beginnen, die Effizienzvorteile von Cloud Computing zu nutzen, und Schritt für Schritt einen großen Teil ihrer IT migrieren. Dies gilt umso mehr, da sich der technische Fortschritt in den kommenden Jahren weiter beschleunigen wird."

Effizientere Möglichkeiten

Private Clouds haben zwar einen guten Ruf, allerdings lässt sich mit ihnen nur gut ein Drittel der Effizienzgewinne einer Public Cloud erzielen. Hybride Clouds ermöglichen im Vergleich zu Insellösungen erhebliche Kostensenkungen. Gleiches gilt für den Einsatz firmenübergreifender Entwicklungsplattformen. Mit der Salesforce1-Plattform beispielsweise gelingt es Unternehmen, jährlich bis zu 80% mehr Anwendungen auf den Markt zu bringen und ihre Entwicklungszeit um bis zu 70% zu verkürzen.

Viele Unternehmen tasten sich mit sogenannten Infrastructure-as-a-Service-(IaaS-)Lösungen an das Cloud-Zeitalter heran, vertrauen aber ihrer proprietären IT-Welt. Dieser Ansatz kostet viel Geld. Platform-as-a-Service-(PaaS-) und Software-as-a-Service-(SaaS-) Lösungen können darüber hinaus die Entwicklungszeiten beschleunigen und dazu beitragen, die IT in einem Unternehmen zu vereinheitlichen.

PSW Risiko Smartphone

App-Gefahren



© PSW Group

Christian Heutger, CEO PSW Group.

Wien. App-Sicherheit, Malware, Datenschutz und Privatsphäre dürfen weder unter Android noch unter iOS auf die leichte Schulter genommen werden: „Spyware ist auf dem Vormarsch", sagt Christian Heutger, Geschäftsführer der PSW Group. „Nach Informationen von Alcatel-Lucent stieg in 2014 die Infektionsrate mobiler Geräte um 25 Prozent, sodass weltweit rund 16 Millionen Mobilgeräte mit Malware verseucht sind. Hinzu kommt, dass die Sicherheit mobiler Apps von Entwicklerfirmen offenbar kaum ernst genommen wird."

Persönliche Daten

Wie eine aktuelle Studie von IBM Security gezeigt hat, geben Entwickler-Firmen pro Jahr rund 34 Mio. Dollar für die Programmierung neuer Applikationen aus. In die Sicherheit werden davon lediglich 5,5% investiert. Zeitdruck bei der Entwicklung und Komfort bei der Bedienung sind offensichtlich wichtiger als die Sicherheit und Privatsphäre der Anwender. „Das sind erschreckende Studienergebnisse, denn Smartphones sind beliebte Angriffsziele von Hackern, und die Bedrohungen für mobile Plattformen nehmen ständig zu. Es ist durchaus realistisch anzunehmen, dass Smartphones jede Minute von Schnüffelprogrammen attackiert werden, die nach Einfallstoren suchen, um die Kontrolle über das Gerät zu übernehmen", sagt Heutger. „Persönliche Daten und Bewegungsprofile sind für Cyberkriminelle besonders interessant und profitbringend." *(red)*

cubido business solutions GmbH Der BI-Experte feiert heuer sein zehnjähriges Firmenjubiläum mit 3,5 Mio. € Umsatz

Predictive Analytics mobile App-Lösungen

Linz. Die cubido business solutions GmbH, ein Unternehmen der ACP Gruppe, feiert heuer ihr 10-jähriges Bestehen. Das Unternehmen wurde 2005 gegründet, beschäftigt mittlerweile 31 Mitarbeiter und erwirtschaftete 2014 einen Umsatz von 3,5 Mio. €. Die Kompetenzschwerpunkte liegen seit Anbeginn im Bereich Business Intelligence (BI) sowie Individueller Software-Entwicklung. Zudem bietet cubido seit etwa drei Jahren auch Mobile Business Apps an. Aktuell werden Projekte im Bereich „Predictive Analytics" und „Big Data" forciert.

Professionelle Lösungen

Anfang 2005 wurde die cubido business solutions GmbH von vier Gründungsmitgliedern gestartet. „Wobei bereits im ersten Jahr drei weitere Gesellschafter und noch drei Mitarbeiter hinzugestoßen sind", sagt Geschäftsführer Wolfgang Ennikl. „Zehn Jahre später sind immer noch sechs Personen dieses Kernteams im Unternehmen. Waren es 2005 noch zehn Mitarbeiter, die einen Umsatz von 720.000 € erzielten, beschäftigt cubido mittlerweile 31 Mitarbeiter und erwirtschaftete 2014 einen Umsatz von 3,5 Mio. €. Das entspricht einer jährlichen Steigerung von durchschnittlich 17 Prozent. Auch die Anzahl der Kunden hat sich deutlich erhöht – von anfangs 29 auf derzeit 85 pro Jahr."

Eine Frage des Standorts

Als Standort wurde Leonding, nahe Linz, gewählt – „eine gute Entscheidung, denn die meisten Kunden der cubido befinden sich ebenfalls auf der Achse Salzburg–Linz–Wien", sagt Ennikl, der sich darüber freut, dass einige Kunden bereits seit 2005 durchgehend auf eine intensive Betreuung durch das cubido-Team setzen, wie z.B. die Constantia Teich, die ÖBB oder Schwabe, Ley & Greiner. Weitere namhafte Kunden des Unternehmen sind: Verkehrsbüro Gruppe, Trenkwalder, Silhouette, FHWien der WKW, ORF, Mayer & Co. oder Sport 2000. „Seit zehn Jahren wurde jedes einzelne Projekt erfolgreich abgeschlossen. Unsere Kunden schätzen es sehr, dass sie sich jederzeit auf ein kompetentes Team mit Handschlagqualität verlassen können, das seine Projekte sowohl rasch als auch örtlich und zeitlich flexibel umzusetzen weiß."

Kompetenzschwerpunkte der cubido waren von Anfang an Business Intelligence (BI) und Individuelle Software-Entwicklung. „Daran hat sich auch während unserer zehnjährigen Erfolgsgeschichte nicht viel geändert", sagt Ennikl. Allerdings ist man heute in beiden Bereichen deutlich breiter aufgestellt. Außerdem bietet cubido seit drei Jahren auch Mobile Lösungen wie Business-Apps an. *(red)*



© cubido business solutions

Wolfgang Ennikl, Geschäftsführer der Linzer cubido business solutions GmbH.

Eset Fehlende Policies

Social Hacker



© eset.com

Eset warnt vor Angriffen aus dem Social Media-Umfeld.

Wien. Laut einer neuen Umfrage des Security-Software-Herstellers Eset glauben 80 Prozent der IT-Experten, dass Social-Media-Kanäle ein leichtes Einfallstor in Unternehmensnetzwerke sind. Grund hierfür sind zu lasche oder vernachlässigte Sicherheitsmaßnahmen. 12 Prozent der Befragten berichteten, dass ihr Netzwerk bereits über Social-Media-Kanäle mit Viren infiziert wurde. Obwohl 56 Prozent sagten, dass ihr Unternehmen eine Reglementierung bezüglich der Nutzung von Social Media hat, gaben ebensoviele Unternehmen zu, dass die Umsetzung dieser Regelung nie kontrolliert wurde. *(red)*

SHORT

Neue Monitore mit patentierter Technologie


© NEC

Der Bildschirm ShadowSense Touch erleichtert das interaktive Lernen.

Wien. NEC Display Solutions Europe bringt zwei neue Displays mit ShadowSense Touch-Technologie auf den Markt: Die Modelle E705 SST und E805 SST sorgen für mehr Interaktivität im Business- und Unterrichtsalltag. ShadowSense Touch ermöglicht es Anwendern über eine innovative, patentgeschützte Sensortechnologie zur Positionsbestimmung, alle Berührungspunkte in Echtzeit nachzuverfolgen. Bildungseinrichtungen, die Large Format Displays in Verbindung mit ShadowSense Touch nutzen, können die Lernerfahrung interaktiver und visueller gestalten. *(red)*

Kollaborations-Lösung für kleine Unternehmen

Wien. Polycom, Inc. hat zwei neue Polycom RealPresence Group Series Video Collaboration-Lösungen vorgestellt, die sich speziell für kleine Arbeitsumgebungen eignen. Polycom RealPresence Group Convene arbeitet mit den Lösungen der Polycom RealPresence Group Series und der Polycom EagleEye Acoustic Camera. Sie bietet Video und Content Collaboration in 1080p60-Qualität, glasklare Audioqualität und eine bedienungsfreundliche Benutzeroberfläche. Die Lösung ist modern und kompakt gestaltet; sie ist außerdem individuell anpassbar mit einem oder zwei Bildschirm-Displays sowie einem Tisch-Ständer oder alternativ einer Befestigung an der Wand. Das System ist einfach zu installieren und integriert sich nativ in Microsoft Lync 2013. *(red)*

Test Der DVT2700 von Philips ist ein hochwertiger Voice-Recorder, der auch optisch einen sehr guten Eindruck macht

Sprachaufnahmen mit Transkription am Rechner

Diktate können mit Dragon NaturallySpeaking vollautomatisch in geschriebenen Text übersetzt werden.



© Philips (2)

Der DVT2700: Solide Bauweise, einfache Bedienung und hervorragende Tonqualität zeichnen das Gerät von Philips Speech Processing Solutions aus.



Die Diktier-Recorder-App von Philips Speech Processing Solutions: Aufnahmen werden von professionellen Transkriptoren im Auftrag umgewandelt.

CHRIS HADERER

Wien. Nennen Sie ihn nicht „Diktiergerät" – das wäre eine Beleidigung. „Digital Voice Recorder" trifft den Kern der Sache schon eher – und das ist der DVT2700 von Philips auch: Ein digitales Aufnahmegerät, das nicht nur eine hervorragende Tonqualität bietet, sondern auch von der Optik her einen ausgesprochen guten Eindruck hinterlässt. Das Gerät liegt stabil in der Hand, lässt sich einfach bedienen und eignet sich damit als Recorder für die unterschiedlichsten Situationen – vom Meeting über Musikmitschnitte bis hin zum Einsatz als persönliches Notizbuch.

Hohe Tonqualität

Dank des Farbdisplays ist der digitale Recorder einfach und intuitiv zu bedienen, bietet ein brandneues, robustes Design und tatsächlich erstklassige Tonqualität. Wer Konferenzen und ähnliches bisher auf dem Smartphone mitgeschnitten hat, wird sich über den DVT2700 vermutlich sehr freuen: „Die Philips Voice Tracer sind den Smartphones in puncto Aufnahmequalität haushoch überlegen", sagt Thomas Brauner, CEO der Speech Processing Solutions. „Die hochwertigen Mikrofone sorgen für kristallklare Stimmen, unterdrücken Umgebungsgeräusche, und der leistungsstarke Lithium-Polymer-Akku hält bis zu 50 Stunden. Smartphones können mit einem speziell entwickelten Gerät einfach nicht mithalten."

Der DVT2700 verfügt über zwei integrierte Stereomikrofone, die für klare Sprachaufnahmen und die Reduzierung von Störgeräuschen entwickelt wurden. Hochwertige Aufnahmen sind für eine klare Wiedergabe und präzise Spracherkennung ein Muss. Der DVT2700 kommt übrigens mit der neuesten Version der Dragon NaturallySpeaking Spracherkennungssoftware, mit der Diktate am PC in geschriebenen Text umgewandelt werden können. Dragon Naturally Speaking ist eine ausgereifte Lösung, die auch als Stand-alone-Produkt im Handel erhältlich ist: Nach der Installation erfordert die Software eine Initialisierungsphase, bei der sie auf die Sprechgewohnheiten des Anwenders trainiert wird. Die Erkennung ist hervorragend – allerdings erfordert die Software eine gewisse Disziplin beim Sprechen. Für die Transkription von Konferenzen ist sie nicht geeignet, Diktate lassens ich mit ihr allerdings sehr komfortabel abwickeln.

Alternative Smartphone

Speech Processing Solutions hat außerdem die Philips Diktier-Recorder-App Version 2.6 für Smartphones veröffentlicht. Aufnahmen können zur Bearbeitung durch einen Transkriptionisten ans Schreibbüro oder an die Workflow-Lösungen SpeechLive oder SpeechExec versendet werden. SpeechLive bietet einen Schreibservice, bei dem professionelle Transkriptionisten die Abschrift der Aufnahmen erledigen. Die App kann im Google Play Store, bei iTunes für iOS und in der BlackBerry World heruntergeladen werden. Philips SpeechLive kann 30 Tage gratis getestet werden.

Solide Lösungen

Insgesamt bietet Philips ausgereifte Lösungen für verschiedenste Aufnahmesituationen. Smartphone-Besitzer können die Diktier-Recorder-App verwenden – und wer Aufnahmen in hoher Tonqualität benötigt, kann hingegen zum DVT2700 greifen.

Ladegeräte für Tablets und Smartphones


© Microsoft

Microsoft bietet drei neue portable Ladegeräte.

Wien. Microsoft hat drei Portable Dual Chargers zum Laden von elektronischen Geräten vorgestellt, und zwar in 5200mAh-, 9000mAh- und 12000mAh-Versionen. Alle drei Ladegeräte sind mit zwei USB-Anschlüssen ausgestattet, sodass zwei Geräte gleichzeitig geladen werden können, wie beispielsweise ein Lumia 640 und ein Surface 3. Einmal aufgeladen, sind die Microsoft Portable Dual Chargers mehrere Monate lang einsatzbereit. Eine LED-Anzeige informiert auf einen Blick über den Ladestatus des Chargers. *(red)*

Adobe Der Softwarehersteller hat die Komponenten seiner Creative Cloud überarbeitet und teilweise neu geschrieben

Umfassendes Softwareupdate in der Wolke

Wien. Der Softwareanbieter Adobe hat seine Creative Cloud-Anwendungen auf die Version 2015 upgedatet und zum Teil neu geschrieben. Auf den Punkt gebracht, bietet die CC2015 jetzt eine leistungsstarke Bilddatenbank, neue Mobil-Apps für Android sowie mehr Performance und neue Funktionen für die Flaggschiff-Anwendungen am Desktop.

In der Enterprise-Version für Großkunden bietet die Creative Cloud nun mehr Sicherheitsfunktionen sowie eine tiefere Integration von Adobe Digital Publishing Solution und der Adobe Marketing Cloud.

Modularer Aufbau

Herzstück der Adobe Creative Cloud ist eine Synchronisations-Technologie, die ab sofort den Titel CreativeSync trägt; sie gewährleistet, dass Dateien, Fotos, Schriftarten, Vektorgrafiken, Pinselspitzen, Farbpaletten, Einstellungen und Metadaten auf allen mit dem Nutzerkonto der Creative Cloud verknüpften Geräten verfügbar sind. Auf diese Weise können Grafikdesigner, Webentwickler, Fotografen und Videokünstler zu jeder Zeit und überall auf die aktuellen Versionen ihrer Projekte, ihre häufig benutzten Einstellungen zurückgreifen.

Dank CreativeSync können Kreative ihre Projekte und Entwürfe auf einem Mobil- oder Desktop-Gerät starten, auf einem anderen nahtlos fortführen und später in ihrer bevorzugten Desktop-Software vollenden.

Zum 25. Geburtstag der Bildbearbeitungs-Software hat Adobe in Photoshop CC zwei neue Funktionen eingeführt: Zeichenfläche und Photoshop Design-Bereich.

Artboards ermöglicht es, verschiedene Layouts in unterschiedlichen Größen in einem einzigen Photoshop Projekt anzulegen.

Raum für Design

Als Preview-Release hat Adobe außerdem Photoshop Design Space vorgestellt. Dabei handelt es sich um eine Arbeitsumgebung, die für die Bedürfnisse von Designern von Webseiten und Entwicklern von Mobilanwendungen maßgeschneidert ist.



© Chris Haderer

Die Schnittsoftware Premiere Pro CC: mehr Performance und neue Funktionen.

Die Schnittsoftware Premiere Pro CC bietet mit dem neuen Lumetri-Farbe Panel eine effektive und intuitive Möglichkeit, anhand von Schiebereglern und anderen praktischen Bedienelementen präzise Farbkorrekturen vorzunehmen. Die Funktion Morph-Schnitt erleichtert das Schneiden von Interviews. Damit lassen sich irritierende „Jump Cuts" umgehen, die entstehen können, wenn etwa der Kopf eines Interviewpartners zwischen zwei Sequenzen seine Position verändert.

Dritte (noch) ausgesperrt

Einen kleinen Wermutstropfen gibt es allerdings: Durch die umfassende Neuprogrammierung der Softwarekomponenten funktionieren Filter und Plug-ins von Drittanbietern (noch) nicht – und werden beim Update ohne Warnung entfernt. *(red)*

industrialtechnology


© Greiner/martanitim

GREINER PACKAGING
Akquisitionen stärken Marktposition in der Türkei und öffnen Weg nach Asien **Seite 50**


© NuernbergMesse

FUNKTION & DESIGN
Sonderthema der diesjährigen FachPack ist das Kennzeichnen und Etikettieren **Seite 52**

PRÄMIERT
PREIS FÜR LINDNER TRAKTOREN


© Lindner Traktoren

VSL
Verpackung - Koffer - Flightcase
www.vsl.at
Tel: +43 2236 615 72 0

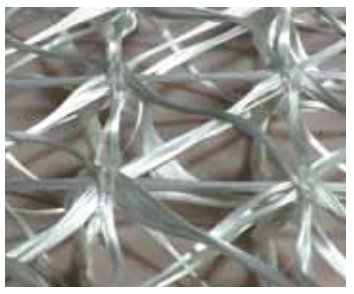
Wir automatisieren. Sicher.
pilz
the spirit of safety
Pilz GmbH pilz@pilz.at www.pilz.at

SHORT

Dornbirn. Intelligente Textilien und Faserverbundstoffe für den Leichtbau zählen zu *den* Wachstumsbranchen. Laut NanoMarkets soll das Marktvolumen von smart clothing bis 2021 auf 1,6 Mrd. Euro ansteigen. Für den Leichtbau wird für 2020 eine weltweites Volumen von rund 140 Mrd. Euro vorausgesagt.

Daher wird die Messe Dornbirn mit der Saltex 2016 erstmals eine Fachveranstaltung für diese beiden Bereiche starten.

Im Fokus der Satex, die am 5. und 6. Oktober 2016 und danach im 2-Jahres-Rhythmus stattfinden wird, stehen neue Produkte, industrielle Automatisierung, der interdisziplinäre Wissenstransfer und die Vernetzung beider Branchen. *(red)*


© Messe Dornbirn

Wien. Österreich nimmt heuer erstmals als eines von 29 europäischen Ländern am ClimateLaunchpad, Europas größtem Wettbewerb für Geschäftsideen zum Klimaschutz, teil.

Beim Finale am 1. Juli in Wien präsentieren Start-ups ihre Ideen – von Nachhaltigkeitsratings für Investmentportfolios über neuartige Parabolrinnen-Kollektoren bis zu interaktiven Apps. Die drei Gewinner erhalten Beratungspreise und Tickets für das Europa-Finale in Amsterdam im September. *(red)*

Heimische Industrie setzt auf Digitalisierung


© Christian Mikes

Jörg Busch (Partner und Leiter Consulting & Risk Services bei PwC Österreich) und Harald Dutzler (Partner und Geschäftsführer Strategy& Österreich).

Große Pläne Laut der gestern präsentierten Umfrage von Pwc und Strategy& wollen österreichische Industriebetriebe bis zum Jahr 2020 durchschnittlich knapp vier Prozent ihrer Jahresumsätze in Industrie 4.0-Lösungen investieren. **Seite 50**

Andritz Tochterunternehmen expandiert in China

Beteiligung an Pressenhersteller


© Schuler

Herzstück der mechanischen Pressenlinien von Schuler ist der Servo-Antrieb.

Graz. Die zum internationalen Technologiekonzern Andritz gehörende Schuler AG hat einen Vertrag zum Erwerb eines 51%-Anteils am chinesischen Pressen- und Werkzeugmaschinenhersteller Yangzhou Metal Forming Machine Tool Co., Ltd. (Yadon) unterzeichnet.

Yadon ist einer der führenden Hersteller von mechanischen Pressen in China, vor allem für Automobilzuliefer sowie die Haushaltsgeräte- und Metall verarbeitende Industrie, betreibt drei Standorte mit insgesamt rund 1.100 Mitarbeitern und erzielt einen Jahresumsatz von rund 120 Millionen Euro. *(red)*

Kapsch AG Bildungspartnerschft mit KiTec-Projekt

Nachwuchs für Technik begeistern


© Kapsch

C. Rudolf-Misch (Kapsch), A. Kerbler-Lehner (Direktorin Volksschule 10), D. Kruschitz-Bestepe (Kapsch; v.li.).

Wien. Die Kapsch Group ist neuer Bildungspartner für das Leuchtturmprojekt „KiTec – Kinder entdecken Technik" der Initiative Wissensfabrik, das bei Volksschulkindern das Interesse an Technik spielerisch wecken und Grundkenntnisse in unterschiedlichen Technikbereichen vermitteln soll.

Doris Kruschitz-Bestepe, Head of Human Resources Development Kapsch Group, überreichte zum Start ein KiTec-Boxen-Set, gefüllt mit kindgerechten Werkzeugen und Materialien, an Andrea Kerbler-Lehner, Direktorin der Volksschule Laaerberg im 10. Wiener Gemeindebezirk. *(red)*

KOMMENTAR

Der Kampf mit dem Drachen



BRITTA BIRON

Die Legende vom Hl. Georg, der erfolgreich gegen den Drachen kämpft, darf als allgemein bekannt vorausgesetzt werden. Und auch in der Nibelungensage wird durch Siegfried dem Untier der Garaus gemacht. Alles nur Märchen? Nein, denn auch in der Realität bahnt sich ein Duell mit einem Drachen an, und laut der aktuellen Untersuchung der Boston Consulting Group, die den markigen Titel „Dueling with Dragons 2.0 – The Next Phase of Global Corporate Competition" trägt, wird hier wohl der Drache, also China, den Sieg davontragen.

Denn in immer mehr Sektoren verdrängen Unternehmen aus dem Reich der Mitte die einstigen westlichen und japanischen Marktführer.

In der Photovoltaikindustrie stammten 2005 rund 90 Prozent der globalen Produktion aus Amerika, Europa oder Japan, heute kommen vier der Top-Five-Unternehmen aus China.

Ähnlich sieht es in der Chemischen Industrie aus. Sektoren wie Baumaschinen oder Automobilindustrie sind zwar (noch) fest in der Hand der bisherigen Big Player, aber spätestens in vier bzw. 13 Jahren werden auch hier Firmen aus den Schwellenländern am Steuer sitzen.

Es ist also für westliche Unternehmen hoch an der Zeit, die Konzepte zu überdenken oder Chinesisch zu lernen.

PwC-Studie Erste österreichweite Analyse der Digitalisierung im Industriesektor wurde gestern präsentiert

20 Milliarden Euro für Industrie 4.0 bis 2020

Anteil der Unternehmen mit hochdigitalisierten Produkten wird von derzeit 36% auf 80% steigen.

BRITTA BIRON

Wien. Durchschnittlich 3,8% ihrer jährlichen Umsätze (das entspricht etwa 4 Mrd. Euro) wollen die 100 von PwC Österreich und PwCs Strategieberatungsteam, Strategy& befragten österreichischen Industriebetriebe bis 2020 in Industrie 4.0-Lösungen investieren.

„Die Investionen betreffen die gesamte Wertschöpfungskette, wobei den Bereichen Planung (60%), Produktion/Fertigung (59%) insgesamt die größte Bedeutung beigemessen wird", erläutert Jörg Busch, Partner und Leiter Consulting & Risk Services bei PwC Österreich.

Dabei zeigen sich aber durchaus deutliche Unterschiede und verschiedene Präferenzen der einzelnen Branchen.



© PwC/www.oreste.com

„Viele Faktoren sind noch unklar und müssen definiert werden. Es fehlen vor allem vereinbarte Industriestandards."

JÖRG BUSCH, PARTNER UND LEITER CONSULTING & RISK SERVICES BEI PWC ÖSTERREICH

Der Maschinen- und Anlagenbau konzentriert sich vor allem auf Produkte und Dienstleistungen für eine flexible, echtzeitnahe Produktionsplanung und -steuerung sowie auf die Automatisierung und integrierte Fertigungssteuerung.

Die Elektrotechnik- und Elektronikindustrie setzt ihre Schwerpunkte auf die Optimierung von Planungsprozessen, Automatisierung und eingebettete Systeme in der Produktion sowie den Einsatz von Echtzeitdaten von Zustandsinformationen und vernetzten Sensoren im Servicebereich.

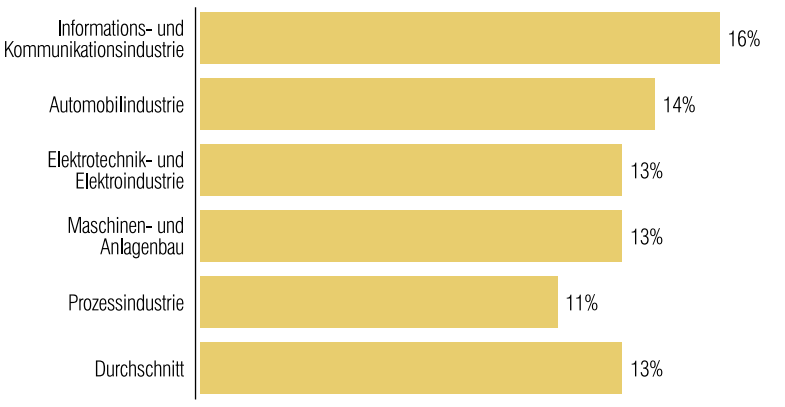
Umsatzplus erwartet

Durchschnittlich gehen die befragten Unternehmen von einer jährlichen Umsatzsteigerung von 2,6% durch die Digitalisierung der eigenen Produkte und Dienstleistungen aus. Ein Fünftel der Befragten ist noch optimistischer und erwartet ein kumuliertes Umsatzplus von 20% bis 2020. Hochgerechnet auf die österreichische Industrielandschaft ergeben sich durch Industrie 4.0 insgesamt Mehrumsätze von knapp 3 Mrd. Euro pro Jahr.

Umsatzsteigerungen werden auch in Zusammenhang mit disruptiven digitalen Geschäftsmodellen erwartet. Im Mittelpunkt steht dabei die Erhöhung des Kundennutzens durch ein zunehmendes Angebot von Mehrwertlösungen.

ERWARTETE UMSATZSTEIGERUNG DURCH INDUSTRIE 4.0

Umsatzsteigerung je Branche, kumuliert über 5 Jahre



Quelle: pwc; Grafik: Raimund Appl

Mehr Zusammenarbeit

Die große Mehrheit der Befragten (mehr als 80%) ist der Überzeugung, dass Kooperationen über die klassische Wertschöpfungskette hinaus an Bedeutung gewinnen werden; der wichtigste Grund, der für eine verstärkte unternehmens- und branchenübergreifende Zusammenarbeit spricht, ist die bessere Erfüllung von Kundenanforderungen (56%).

Eine bedeutende Rolle im Zusammenhang der Digitalisierung spielt die effiziente Analyse und Nutzung von Daten. So sind 91% der befragten Unternehmen der Ansicht, dass schon in fünf Jahren die Fähigkeit zur Datenanalyse für das Geschäftsmodell entscheidend sein wird; der Fokus liegt dabei primär auf dem effizienten Datenaustausch innerhalb der eigenen Wertschöpfungskette, einer eindeutigen digitalen Kennzeichnung der Produkte sowie der Nutzung von Echtzeitdaten zur Steuerung der Produktion.

Als größte Herausforderungen bei der Umsetzung von Industrie 4.0 sehen die heimischen Industriebetriebe den letztlich noch unklaren wirtschaftlicher Nutzen sowie den hohen Investitionsbedarf (32%), das Fehlen von Standards, Normen und Zertifizierungsmöglichkeiten (31%) oder die noch unzureichende Qualifikationen der Mitarbeiter (26%). Auch Unklarheiten in Bezug auf die Sicherheit im Zusammenhang mit Big Data (24%) sind ein Problem, das rasch gelöst werden muss. Insgesamt überwiegen aber die Vorteile.

„Hand in Hand mit der Digitalisierung geht auch eine Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen sowie des Wirtschaftsstandorts Österreich. Auch wenn die Umsatzsteigerungen die Investitionen in den nächsten fünf Jahren nicht ausgleichen, ist Industrie 4.0 für eine mittel- bis langfristige Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit unumgänglich", so Harald Dutzler, Partner und Geschäftsführer bei Strategy& Österreich.

Baumit Ukraine

Neues Werk



© Baumit

Die neue Nassproduktion in Kiew soll im August in Betrieb gehen.

Kiew. Trotz der aktuellen Unsicherheiten hält Baumit nicht nur an seinem Engagement in der Ukraine fest, sondern denkt auch an Expansion: Baumit Ukraina OOO investiert rund 3 Mio. Euro in ein neues Werk für pastöse Putze mit einer Jahreskapazität von 9.000 Tonnen.

„Als Familienunternehmen denken wir in Generationen – nicht in kurzfristig zu erzielenden Shareholder Values. Zudem haben wir auch eine soziale Verantwortung den mittlerweile 60 Mitarbeitern in der Ukraine gegenüber", erläutert dazu Geschäftsführer Robert Schmid. *(red)*

Türkei-Expansion Greiner Packaging übernimmt Teknik Plastik und Teknik IML und stärkt seine Marktposition deutlich

Erster Schritt nach Middle East und Asien

Kremsmünster. Anfang Juni hat die OÖ Greiner Packaging 51% an der Teknik Plastik und Teknik IML übernommen. Durch diese Akquisition avanciert Greiner Packaging zum Marktführer im Bereich Rigid Plastic Packaging für Molkereiprodukte in der Türkei.

„Mit der Expansion in die Türkei setzen wir unsere Globalisierungsstrategie konsequent fort", so Axel Kühner, Vorstandsvorsitzender der Greiner Holding AG. Zudem sei die Beteiligung ein erster Schritt in Richtung neuer Märkte in Middle East Asien, auf die man sich mittelfristig stärker konzentrieren will.

Wachstumschancen

Teknik Plastik und Teknik IML haben ihren Standort in Istanbul und gehörten bisher zur Özata Group unter Vorstandsvorsitzendem Mustafa Özilhan. Mit der Gruppe verbindet Greiner Packaging eine jahrzehntelange geschäftliche wie auch freundschaftliche Partnerschaft.

Willi Eibner, CEO von Greiner Packaging International, zu den Vorteilen, die man in der Beteiligung sieht: „Wir können unsere Kompetenzen weiter ausbauen und haben nun noch mehr Möglichkeiten, auf internationale Kundenwünsche zu reagieren."

Teknik Plastik wurde 1967 gegründet und produziert unter Einsatz eines breiten Technologie-Portfolios eine Vielzahl unterschiedlichster Lebensmittelverpackungen. Ein besonderer Schwerpunkt der Produktpalette liegt auf der Molkereibranche.

Teknik Plastik ist nach BRC Lop V4 und ISO 9001:2008 zertifiziert und Inhaber des „Enterprise Registration Certificates".

Die 2004 gegründete Teknik IML ist wirtschaftlich äußerst erfolgreich und hat sich mittlerweile zum Branchenführer in der Türkei im Sektor des In-Mold-Labelings (IML) entwickelt. Einer der wesentlichen Erfolgsfaktoren ist, dass man in der Lage ist, sich rasch an neue Marktanforderungen anzupassen.



© Greiner PackagingWww.marttantilm.com

v.li: W. Eibner (Greiner Packaging International) mit Mustafa Özilhan (Özata Group)

„Die Neu-Akquisition in der Türkei bestätigt den erfolgreichen internationalen Weg, den wir mit Greiner Packaging derzeit bestreiten."

WILLI EIBNER, CEO GREINER PACKAGING INTERNATIONAL

Teknik IML arbeitet nach dem globalen Standard für Verpackung und Verpackungsmaterialien BRC/IoP und ist nach dem ISO Food Safety System Certification 22000 zertifiziert. *(red*

Europas Zukunft Expertengruppe der Wirtschaftskammer sieht Chancen vor allem in den Schlüsseltechnologien

Hightech auf breiter Front

Potenziale für Produktion, Wettbewerbsfähigkeit und Position in künftigen Technologiemärkten heben.

BRITTA BIRON

Wien/Brüssel. Mehr als zwei Jahre hat die Key Enabling Technologies High Level Group der Wirtschaftkammer unter Leitung von Ulrike Rabmer-Koller, Vizepräsidentin der WK OÖ und der europäischen Vertretung des Handwerks sowie der Klein- und Mittelbetriebe (UEAPME), die Wettbewerbsfähigkeit Europas und die Chancen für europäische Betriebe analysiert, daraus ausführliche Handlungsempfehlungen ausgearbeitet und diese Mitte dieser Woche an die EU-Kommission übergeben.

„Die konsequente Umsetzung der Maßnahmen ist entscheidend für die Entwicklung Europas als Produktionsstandort", mahnte Rabmer-Koller bei der Präsentation des Berichts in Brüssel die Politik zu raschem Handeln.



© WKO/Foto Strobl

Ulrike Rabmer-Koller hat die Key Enabling Technologies High Level Group geleitet.

Schlüsseltechnologien

Vor allem eine Forcierung der Schlüsseltechnologien sei unerlässlich für Wirtschaftswachstum in Europa. Denn Nanotechnologie, Mikro- und Nanoelektronik, Photonik, Werkstofftechnik, industrielle Biotechnologie und intelligente Produktionstechnologien haben eine Katalysatorfunktion für die Entwicklung der industriell-gewerblichen Produktion in Europa.

Die Anwendungsbereiche der Schlüsseltechnologien umfassen u.a. Elektromobilität & Energiespeicherung, neue Werkstoffe, neue Produktionsverfahren, die bio- und reststoffbasierte Gewinnung und Verarbeitung von Rohstoffen durch neue Verfahrenstechniken sowie neue Sensoren für die Digitalisierung der Wirtschaft, z.B. im Bereich Industrie 4.0.

Weiters werden in den Empfehlungen konkrete Maßnahmen für den Ausbau der Forschungsinfrastruktur, die Finanzierung von Innovation, die Einrichtung von Pilotanlagen für die Prototypenfertigung und die Validierung neuer Technologien genannt.

Praxisnahe Maßnahmen

Zudem wird auf die Notwendigkeit der beruflichen Qualifikation und den einfachen Zugang von kleinen und mittleren Unternehmen zu Forschungs- und Produktionsanlagen auf europäischer, nationaler und regionaler Ebene hingewiesen.

„Die High Level Group stützt sich auf die Expertise aus vielen unterschiedlichen Branchen und hat bei den Empfehlungen vor allem auf die praktische Umsetzung sowie das Marktpotenzial für Unternehmen geachtet. Österreich etwa ist überdurchschnittlich stark in Schlüsseltechnologien vertreten und in vielen Bereichen ein wichtiger Player, z.B. in der Mikro- und Nanoelektronik, bei neuen Werkstoffen und der industriellen Biotechnologie", erläutert Rabmer-Koller und ist überzeugt, dass mit dem Bericht „viele richtungsweisende Ansätze am Tisch liegn, um das Potenzial unserer Betriebe bestmöglich auszuschöpfen." *(red)*

> „Eine Forcierung der Schlüsseltechnologien und eine Stärkung des produzierenden Bereiches ist unerlässlich für Europa."
>
> **URIKE RABMER-KOLLER, WKO**

Festo Handelspartner

Neuer Vertrieb



© Festo/Martina Draper

Rainer Ostermann, Country Manager von Festo Österreich.

Wien. Festo öffnet zusätzlich zu seinem Direktvertrieb über Fachberater künftig einen weiteren Distributionskanal.

Als Preferred Distributor für Österreich hat Haberkorn, ein renommierter Händler für technische Produkte, Arbeitsschutz und Schmierstoffe für Industrie- und Bauunternehmen, ab sofort C-Teile (Zubehör) und Standard-Komponenten von Festo in seinem Sortiment.

Rainer Ostermann, Country Manager Festo Österreich, zu den Gründen des neuen Vertriebskonzepts: „Wir bauen unsere Services konsequent aus und eröffnen eine weitere Bestelloption für unsere Kunden."

Positiv sieht man die Partnerschaft natürlich auch bei Haberkorn: „Damit erweitern wir unser Industrie-Sortiment optimal. Festo ist bekannt für hochqualitative Lösungen in der Fabriks- und Prozessautomation; das Basisprogramm von Festo ergänzt unser Angebot daher ausgezeichnet", so Wolfgang Blum, Vorstandsvorsitzender von Haberkorn. *(red)*

Open Shuttles für Dänemark Intralogistiker KNAPP liefert Lagerhelfer der nächsten Generation; ihre Aufgabe: dort sein, wo die Arbeit ist

Wo Roboter zu Arbeitskollegen werden

Nicklas, Emma und Frederik: Roboter-Trio versieht im Zentrallager des Landwirtschaftsausstatters Grene in Dänemark seinen Dienst.

Hart bei Graz/Skjern. Ursprünglich kommen Nicklas, Emma und Frederik aus der Steiermark. Der Intralogistiker KNAPP AG entwickelte die Open Shuttles – freifahrende Transportfahrzeuge – als Alternative zur statischen Fördertechnik. Der Vorteil: Sie arbeiten nach dem Prinzip der Schwarmintelligenz. Die Flotte lässt sich präzise an den aktuellen Arbeitsbedarf anpassen und erledigt die Aufgaben selbstständig in den verschiedensten Lagerbereichen. So lassen sich einfach unterschiedliche Lagerbereiche miteinander verbinden.

Der Lagerchef von Grene Dänemark, Dennis Pallesen, zeigt sich überaus zufrieden: „Mit den Open Shuttles können Transportprozesse schnell und flexibel gestaltet werden. Dadurch sparen wir viel Zeit und können effizienter arbeiten. Auch die Lagermitarbeiter sehen die Zusammenarbeit mit den Open Shuttles überaus positiv und haben ihnen die Namen Nicklas, Emma und Frederik gegeben."



Open Shuttles finden selbstständig ihren Weg durchs Lager …



… übernehmen Transportaufgaben …



© KNAPP AG (4)

… und gehen in Parkposition, bis sie wieder gebraucht werden.



Das Fazit: Die Open Shuttles bleiben im Team.

Allrounder im Lager

Seit über einem halben Jahr sind Open Shuttles täglich mehr als zehn Stunden im Einsatz und wickeln Transportaufgaben flexibel und schnell ab. Ob die Versorgung von Arbeitsplätzen mit Nachschub oder der Transport von fertigen Teilen zur Einlagerung in das automatische Lagersystem – die Open Shuttles werden für unterschiedlichste Aufgaben im Lager eingesetzt. Die Integration in das bestehende Lager gestaltete sich besonders schnell und einfach: Die Inbetriebnahme inklusive Einschulung und Begleitung vor Ort wurde innerhalb von nur zwei Wochen abgewickelt. Änderungen kann Grene bei Bedarf selbst durchführen: Shuttles aktivieren oder deaktivieren, Layoutänderungen vornehmen, Wege ändern, Lagerbereiche sperren u.v.m.

Kein Krach mit Kollegen

Ein weiteres Plus ist das intelligente und sichere Fahrverhalten: Aufgrund der innovativen Konturenerkennung nehmen die Open Shuttles sowohl statische als auch veränderliche Hindernisse wahr und können intuitiv darauf reagieren.

Sie planen selbstständig die schnellste Route und finden auch Ausweichstrecken, wenn sich ihnen ein Hindernis in den Weg stellt – völlig ohne optische oder physische Hilfsmittel. Also kein Krach mit den Kollegen... Ein Zusammenstoß mit Menschen ist ausgeschlossen.

UNTERNEHMEN

KNAPP bringt neueste Technologie in die Lagerlogistik

Forschung und Entwicklung spielen bei **KNAPP** eine wichtige Rolle. Jedes Jahr werden rund 7 Prozent des Umsatzes in Neu- und Weiterentwicklungen investiert. Das Resultat: ein umfangreiches Shuttle-Portfolio, das alle wichtigen Prozesse im Lager abdeckt, und moderne, benutzerfreundliche Software, die in Kombination mit Bilderkennung Fehler im Prozess reduziert. Das international tätige Unternehmen zählt zu den Weltmarktführern unter den Anbietern intralogistischer Komplettlösungen und automatisierter Lagersysteme. Durch den klugen Einsatz des passenden Technologiemixes gestaltet KNAPP Prozesse und Systeme effizient, einfach und dadurch wirtschaftlich und nachhaltig optimiert. **www.knapp.com**

PROMOTION

SHORT

Spezialkoffer für jeden Bedarf



Das Sortiment reicht von Technik bis hin zur Kulinarik.

© Christian Löffler

Bidermannsdorf. Musterkollektionen für Verkäufer, Werkzeuge für Servicetechniker, Werbegeschenke oder Maschinenkomponenten – viele Produkte benötigen besondere Behälter. Und auf solche maßgefertigten Lösungen hat sich VSL Verpackungen spezialisiert.

Zum Einsatz kommen modernste Maschinen in verschiedenen Technologien. Aktuell wurde in ein zweites Wasserstrahl-Schneidesystem investiert, mit dem auch schwierige Schneidlösungen umgesetzt werden können. *(red)*

Marketing-Staatspreis für Lindner Traktoren



© Lindner Traktoren

In diesem Jahr will Lindner insgesamt 250 Lintracs produzieren.

Aigen. Das Tiroler Familienunternehmen Lindner wurde für die Einführung des neuen Lintracs, des ersten stufenlosen Standardtraktors mit mitlenkender Hinterachse, mit dem Staatspreis Marketing ausgezeichnet.

Profi-Testfahrer in Österreich, Deutschland und der Schweiz hatten den Lintrac im Vorjahr auf Herz und Nieren getestet. Diese Ergebnisse flossen direkt in die Entwicklung des Fahrzeugs ein. „Die konsequente Umsetzung der Marketingstrategie, das gelungene virale Marketing und ein permanentes Marketing-Controlling sind beispielhaf", begründet die Jury ihre Entscheidung. *(red)*

Jungheinrich baut Produktpalette aus



© Jungheinrich

Alle neuen Kommissionier-Modelle basieren auf dem ECE 225.

Hamburg. Jungheinrich wird in diesem Jahr noch weitere Kommissionierer-Modelle auf den Markt bringen.

Gestartet wird mit den Varianten ECE 225 HP (mit hydraulisch hebbarer Plattform) und ECE 225 HP-LJ (mit hebbarer Plattform und hebbarer Bedieneinheit). *(red)*

Forschungsprojekt Engere Zusammenarbeit zwischen Logistikunternehmen und Hilfsorganisationen

Kooperation verbessert die humanitäre Logistik

Reputationsgewinn, Mitarbeitermotivation und Know-how-Transfer sind wichtige Vorteile.

BRITTA BIRON

Wien. Um in Krisensituationen schnell und effektiv helfen zu können, benötigen Hilfsorganisationen vor allem eine gut funktionierende Logistik, doch diese hat in vielen Non-Profit-Organisationen bisher im Vergleich zu den rein humanitären Aspekten eine untergeordnete Rolle gespielt. Über das notwendige Know-how und internationale Netzwerke verfügen aber private Anbieter, für die die humanitäre Logistik ein durchaus interessantes Geschäftsfeld darstellt.

> „Die Logistik hat traditionell in vielen Non-Profit-Organisationen bisher eine eher untergeordnete Rolle gespielt."
>
> TINA WAKOLBINGER, WU WIEN



© Chris Warham/shutterstock.com

WU-Forscher wollen tragfähige Basis für eine engere Zusammenarbeit von Hilfsorganisationen und Logistikern erarbeiten.

Win-Win-Situation

Dass Non-Profit-Organisationen und Logistikunternehmen bisher erst eher zaghaft zusammenarbeiten – eine Ausnahme sind hier die Desaster Response Teams von DHL, die bei der Abwicklung der Hilfsgüterströme an Flughäfen unterstützen –, hat laut einer Umfrage, die Tina Wakolbinger, Professorin für Supply Chain Services and Networks und Leiterin des Forschungsinstituts für Supply Chain Management der Wirtschaftsuniversität Wien, durchgeführt hat, mehrere Gründe. Darunter etwa fehlendes Vertrauen, Probleme beim Informationsaustausch, mangelnde Tools zur Leistungsmessung oder auch – vor allem bei kleineren Hilfsorganisationen – die Angst vor Abhängigkeit vom Kooperationspartner.

„Bis jetzt ist sehr viel ad hoc passiert und ohne Evaluation. Jetzt beginnen Unternehmen gezielter zu überlegen, was sinnvoll ist, und was der langfristige Nutzen der Zusammenarbeit sein kann", erklärt Wakolbinger, die derzeit in einem Forschungsprojekt des Wissenschaftsfonds FWF mithilfe von spieltheoretischen Modellen analysiert, wie solche Kooperationen organisiert werden können.

Mehr Nachhaltigkeit

Untersucht wird, welche Logistikaktivitäten von Hilfsorganisationen an kommerzielle Unternehmen ausgelagert werden können und welche Vertrags- und Preisformen sicherstellen, dass dies auch für alle Beteiligten zu positiven Ergebnissen führt. Berücksichtigt werden dabei die Art der Katastrophe, die Charakteristiken der Hilfsorganisationen und die jeweiligen Phasen von Krisenfällen.

„Auf lange Sicht muss sich die Zusammenarbeit für alle Partner rechnen", betont Wakolbinger.

Ein weiteres Thema, auf das die Studie eingeht, ist die Rückführungslogistik; dabei beschäftigt sich die Wissenschafterin mit ihrem Team mit der Frage, was mit medizinischen Abfällen, Chemikalien, Verpackungen oder Gebrauchsgegenständen nach Beendigung des Hilfseinsatzes passiert. Das Thema des nachhaltigen Produktdesigns, zum Beispiel von Zelten, spielt hier eine große Rolle.

Einige Firmen und NGOs wie etwa Disaster Waste Recovery haben sich auf den Bereich des Abfallmanagements im Katastrophenfall spezialisiert, und Organisationen verpflichten sich zusehends, nicht nur rasch, sondern auch nachhaltig Hilfe zu leisten.

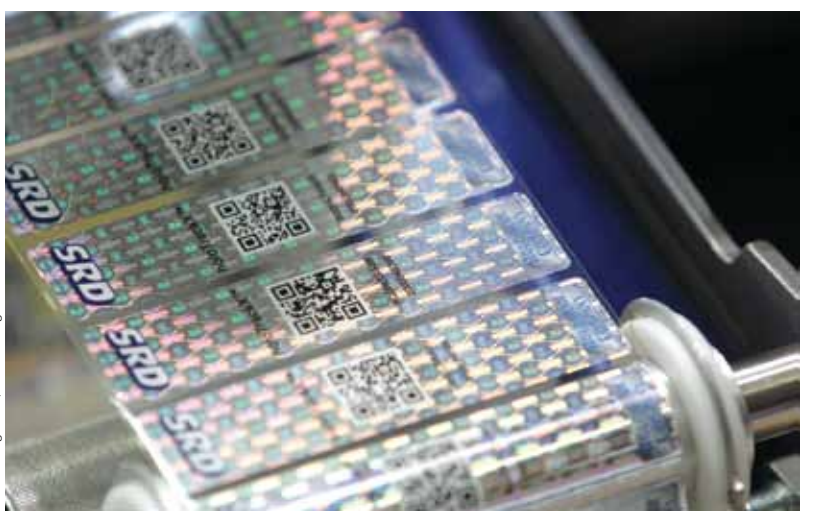
FachPack 2015 Im Mittelpunkt der diesjährigen Messe stehen die Themenbereiche Kennzeichnen & Etikettieren

Infos entlang der gesamten Supply Chain

Nürnberg. Kennzeichnungen sind unverzichtbar: Sie liefern Konsumenten wichtige Informationen, animieren mit ihrer individuellen Gestaltung zum Kauf und sorgen zudem für die exakte Identifizierung und Rückverfolgbarkeit von Produkten.

Neben der Verpackung spielen die richtige Kennzeichnung und Identifikation von Waren eine maßgebliche Rolle in der Logistik und eröffnen neue Wege für innovative Lösungen – von standardisierten Track & Trace-Systemen bis hin zur Inventur mittels Drohnen.

Das Fokusthema der FachPack 2015, die vom 29. September bis 1. Oktober in Nürnberg stattfindet, bietet einen umfassenden Überblick über Labels aller Art, präsentiert neue Etikettiermaschinen, Drucker und innovative Identifikations-, Codier- und Warensicherungssysteme, neue Möglichkeiten der Rückverfolgung und auch unterschiedliche Trägermaterialien.



© NuernbergMesse/Thomas Geiger

Alle Arten von Etiketten spielen auf der Fachmesse heuer eine wesentliche Rolle.

Großes Rahmenprogramm

Auch das Rahmenprogramm widmet sich in vielen Beiträgen dem „Kennzeichnen und Etikettieren".

Die Sonderschau „Smart Labelling – ein Blick in die Zukunft" des Fraunhofer Instituts für Materialfluss und Logistik (IML) veranschaulichen die Trends aus Forschung und Entwicklung im Bereich der Identifizierungstechnologien für Produktion, Logistikdienstleister, IT und Handel; viele der Exponate können direkt vor Ort ausprobiert werden.

Im Pavillon „Etiketten & mehr" präsentieren Etikettenhersteller vor allem Lösungen für Kunden aus der Nahrungsmittel-, Getränke- und Pharmaindustrie sowie für den Handel.

Im Rahmen der Sonderschau „Packaging-Design" in Halle 5 zeigt bayern design anhand ausgewählter Exponate beispielhaftes Verpackungsdesign, das zu einem immer wichtigeren Faktor in der Markenkommunikation und damit auch dem Markterfolg wird.

Eigener Ausstellerpfad

Im Themenpark „Verpackung in der Medizintechnik und Pharmazie" geht es zwar auch um die optischen Aspekte der Verpackung, aber viel mehr noch um Ergonomie, Usability und Fragen der Sicherheit. Denn in dieser Branche muss die Verpackung nicht nur den Inhalt schützen, sondern auch beim richtigen Dosieren und Anwenden helfen, kindergesichert und auch seniorengerecht sein und zudem auch einen Schutz vor der Produktpiraterie bieten.

Damit Besucher schnell jene Firmen mit einem speziellen Angebot rund um „Kennzeichnen und Etikettieren" finden, gibt es vor Ort einen eigens angelegten Ausstellerpfad. Und auch in der Ausstellerdatenbank und im Messebegleiter werden diese Unternehmen besonders hervorgehoben. *(red)*

VDE-Studie Mehr Regionalität in der Energieerzeugung

Viele kleine Strom-Zellen

Netzausbau würde dadurch verringert werden.



© panthermedia.net/smileus

Energieerzeugung und Verbrauch sollen kleinteiliger organisiert werden.

Frankfurt/Main. Ein Netzausbau für erneuerbare Energien stößt auf breite Befürwortung, aber die großen Überlandleitungen möchte dennoch niemand vor der eigenen Haustür haben. Und wie eine aktuelle Studie des deutschen Verbands der Elektrotechniker (VDE) nachweist, sind die auch gar nicht nötig, wenn man beim Netzausbau nach dem zellularen Ansatz vorgeht.

Dieser besteht darin, dass auf lokaler Ebene von Haushalten bis Industrie sogenannte Energiezellen gebildet werden, bei denen der Energieerzeugung, Verbrauch und Energieaustausch untereinander plan- und steuerbar sind. Eine Energiezelle besteht aus den Komponenten Erzeuger, Wandler, Speicher, Netzanschluss, Lasten sowie schutz- und leittechnische Einrichtungen.

Die lokalen Energiezellen werden durch Energienetze und Kommunikationssysteme untereinander verbunden und bilden übergeordnete größere Zellen.

Beim VDE sieht man in diesem Ansatz viele Vorteile wie etwa die stärkere Konvergenz der unterschiedlichen Energieträger Strom, Gas und Wärme, eine bessere, bestmögliche Integration der dezentralen erneuerbaren Energieträger in das Versorgungssystem sowie eine Reduktion des notwendigen Netzausbaus. Zudem würde durch die lokale Zuordnung ein direkter Bezug zwischen den Anwendern und der Technik hergestellt und damit die Akzeptanz erheblich gesteigert werden können. *(red)*

ABB Auftrag aus Dubai

Mehr Solarstrom

Züich/Dubai. Die Dubai Electricity & Water Authority (DEWA) hat ABB einen Auftrag über rund 17,5 Millionen Euro für die Erweiterung des Unterwerk des Solarparks Mohammed bin Rashid Al Maktoum erteilt.

Zum Lieferumfang von ABB zählen drei Schaltfelder mit 400 Kilovolt (kV), elf GIS-Schaltfelder mit 132 kV, Leistungstransformatoren sowie Steuerungs- und Automatisierungstechnik. *(red)*



© ABB

Durch Erweiterung kann mehr Solarenergie in das Netz eingespeist werden.

Bayer MaterialScience

Neuer Auftritt

Leverkusen. Bayer MaterialScience bekommt einen neuen Namen: Ab September wird das Unternehmen unter Covestro firmieren. „Covestro steht für eine mutige neue Richtung und vielversprechende Zukunft als innovationsgetriebenes Polymer-Unternehmen“, erklärt Patrick Thomas, Vorstandder MaterialScience und designierter Vorstandsvorsitzender von Covestro.

Der Name Covestro ist ein Akronym von Begriffen, die die Identität des neuen Unternehmens reflektieren: Die Buchstaben C und o kommen von „Collaboration“ (Zusammenarbeit), vest von investieren, und stro leitet sich vom englischen Wort „strong“ ab.

Große Hoffnungen

„Der Name reflektiert unsere Innovationskraft, unser Talent und unsere Fähigkeit, in großen Maßstäben zu denken. Ich bin überzeugt, dass unsere neue Corporate Identity und positive Vision dazu beitragen, uns zu inspirieren und auf dem Weg in die Eigenständigkeit weiter zu motivieren“, erläutert Thomas. *(red)*



TU Graz Bio-Energie

Masterstudium



© TU Graz

Brigitte Hasewend von der TU Graz: Biotechniker sind stark gefragt.

Graz. „Die europäische Industrie benötigt händeringend Experten im Bereich Bioressourcen", weiß Brigitte Hasewend, Mitbegründerin des europaweiten Netzwerks für nachhaltige Energieinnovationen und an der TU Graz für internationale Forschungspartnerschaften zuständig. Allerdings bestehen in der Aus- und Weiterbildung derzeit noch Lücken. Diese soll das eseia-Projekt „BioEnergyTrain", kurz BET, in dessen Rahmen zwei neue europäische Masterstudien an der TU Graz und der Universität Twente in den Niederlanden etabliert werden, ein Stück weit schließen.

BET wird von der EU mit vier Millionen Euro aus dem Horizon2020-Fördertopf unterstützt. Eineinhalb Millionen Euro davon fließen nach Österreich. Insgesamt sind 13 Wissenschafts- und Wirtschaftspartner aus Österreich, Deutschland, Rumänien, Portugal, Slowenien und Holland an Masterstudien beteiligt, die im Oktober 2017 starten werden. Die TU Graz wird die Curricula für die beiden Studien auszuarbeiten. *(red)*

Materialforschung Fraunhofer-Forscher entwickelten Alternative zu herkömmlichen petrochemischen Schaumstoffen

Innovation am „Holzweg"

Das neuartige Dämmmaterial wurde heuer bereits mit dem Greentec-Award ausgezeichnet.

BRITTA BIRON

Braunschweig. Schaumstoffe dämmen Häuser, schützen Waren beim Transport und werden als Material im Leichtbau eingesetzt. Neben den vielen Anwendungsmöglichkeiten punkten Schaumstoffe auch noch mit einfacher und günstiger Herstellung. Doch sie haben auch ein Manko: Sie basieren vor allem auf fossilen Grundstoffen und sind folglich nicht besonders umweltfreundlich.

Nachwachsende Basis

Forscher des Fraunhofer-Instituts für Holzforschung, Wilhelm-Klauditz-Institut, WKI in Braunschweig, verfolgen einen alternativen Ansatz, der den ökologischen Anforderungen gerecht wird: Sie entwickelten ein Verfahren, um aus Holzpartikeln Schaumstoff herzustellen.

„Unser Holzschaum lässt sich genauso einsetzen wie klassische Kunststoffschäume", erklärt Volker Thole vom WKI. Ein weiterer Vorteil: Der Holzschaum lässt sich problemlos wie Altpapier recyceln.

Für die Herstellung wird das Holz zunächst in feine Partikel zermahlen, bis eine zähflüssige Masse entsteht. Diese Suspension wird mit Gas aufgeschäumt und anschließend ausgehärtet, wobei holzeigene Stoffe den Härtungsprozess unterstützen.



© Fraunhofer WKI

Der neue Holz-Schaumstoff ist klimafreundlich, umweltschonend und recycelbar.

Dieses neue Herstellungsverfahren basiert auf speziellen chemischen Prozessen. „Man kann sich das ähnlich wie beim Backen vorstellen, wenn der Teig im Ofen aufgeht und fest wird", erklärt Thole.

Gute Analysewerte

Das Ergebnis ist ein leichter Grundwerkstoff, der deutlich stabiler und feuchtigkeitsresistenter ist, als die bereits am Markt erhältlichen Faserdämmstoffe. „Wir haben unsere Schaumprodukte nach den Normen, die für Dämmstoffe gelten, analysiert. Sowohl bei den wärmedämmenden Eigenschaften als auch bei den mechanischen und hygrischen – also die Feuchte betreffenden – haben wir vielversprechende Werte erhalten", freut sich Thole.

Der neue Holzschaumstoff ist entweder als Hartschaumplatte oder als elastischer Schaumstoff weiterzuverarbeiten und, genau wie andere Holzwerkstoffe auch, einfach zu sägen oder zu fräsen. Derzeit untersuchen die Braunschweiger Wissenschaftler, welche Baum- bzw. Holzarten sich besonders gut als Ausgangsbasis für das neue Material eignen. Darüber hinaus identifizieren sie geeignete Prozesse, mit denen sich solche Holzschäume im großen Maßstab industriell fertigen lassen. In wenigen Jahren sollen Produkte aus Holzschaum auf den Markt kommen.

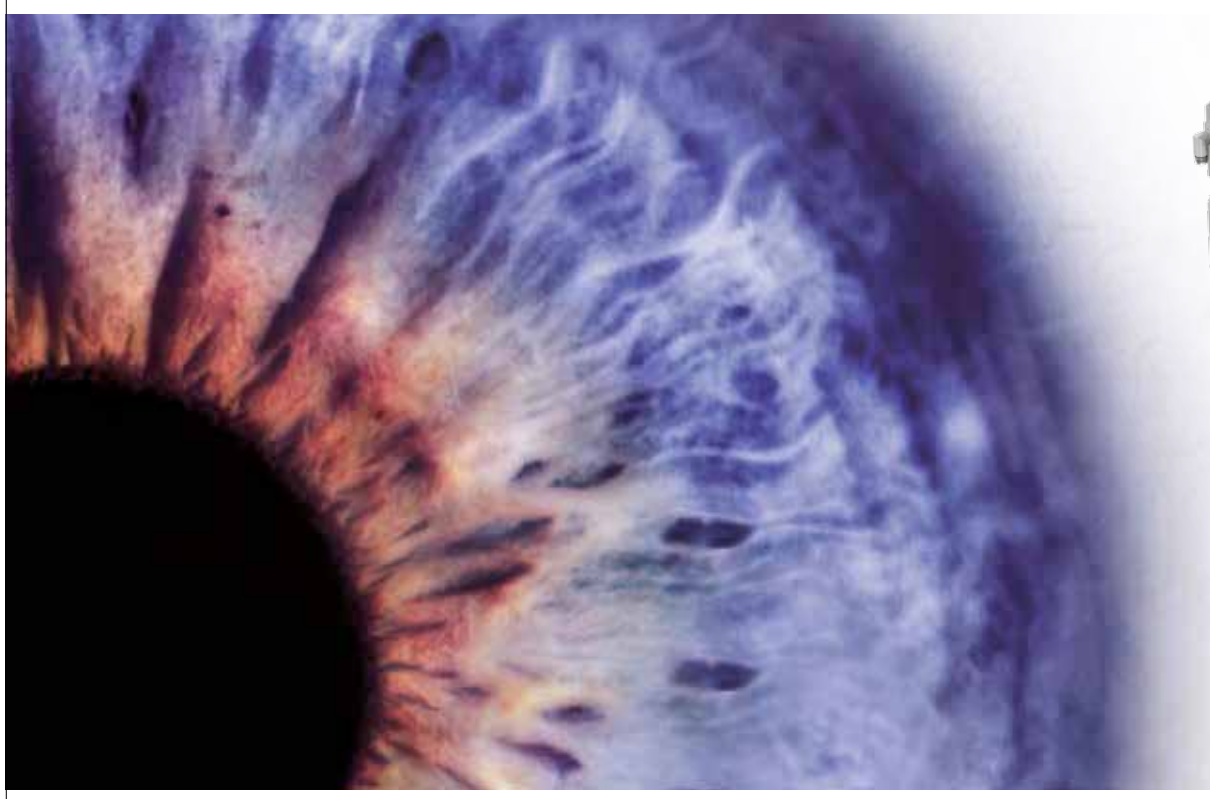
> „Unser Holzschaum lässt sich wie klassische Kunststoffschäume einsetzen, ist aber ein hundertprozentiges Naturprodukt."
>
> **VOLKER THOLE, WKI**

Wie groß das Potenzial des neuartigen Materials ist, zeigt auch der Greentec-Award 2015, den die Entwicklung in der Kategorie „Bauen und Wohnen" gewonnen hat.

Wir sehen hohe Funktionalität.
Wir sehen pure Raumoptimierung.
Wir sehen die Welt von morgen.

→ WE ARE THE ENGINEERS
OF PRODUCTIVITY.

FESTO





MiniPortal EXCM

Hohe Funktionalität trifft auf extrem kompaktes Design und maximale Arbeitsraumabdeckung.

e4.0LUTION
Industrie 4.0 findet statt

www.festo.at

automotivebusiness


© dpa/Jochen Lübke

RE-ORGANISATION
Volkswagen baut seine Zukunft auf vier Säulen auf **Seite 57**

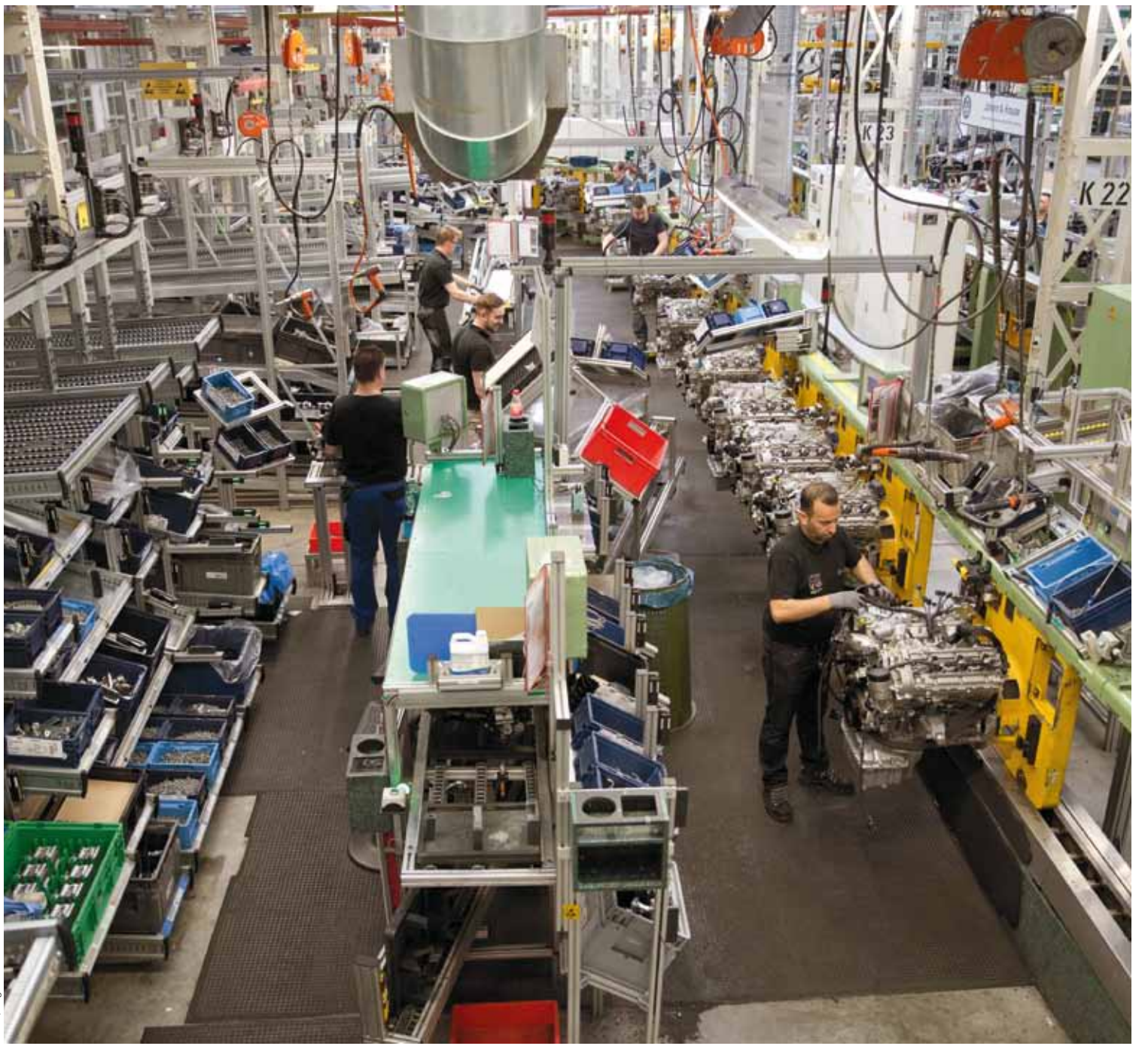

© novora.at

NEUE GESCHÄFTSIDEE
Start-up will Autoversteigerungsplattformen für Kunden erschließen **Seite 60**

SHOOTING BRAKE
MERCEDES' NEUER CLS


© Daimler

Europas Autoindustrie vor einer Zeitenwende


© EPA/Jörg Carstensen

Studie Laut der Boston Consulting Group blickt die europäische Automobilindustrie in eine schwierige Zukunft. Die Branche müsse sich mit Ökologisierung und Elektrifizierung beschäftigen, aber auch mit Autonomisierung und Asiatisierung. **Seite 56**

SHORT


© Daimler

Stuttgart. Mercedes-Benz hat weltweit mehr als 13 Millionen E-Klasse-Limousinen und T-Modelle (allein 257.571 im vergangenen Jahr) an Kunden ausgeliefert. „Die E-Klasse ist das meistverkaufte Fahrzeug in der Geschichte unseres Unternehmens", sagt dazu Ola Källenius, Mitglied des Daimler-Vorstands und verantwortlich für Mercedes-Benz Cars Vertrieb. „Damit ist das E-Klasse-Segment zentraler Baustein unserer Wachstumsstrategie Mercedes-Benz 2020." *(red)*


© Panthermedia.net/hxdbzxy

Brüssel. Der europäische Automarkt hat auch im Mai weiter zugelegt, mit 1,3 Prozent aber deutlich schaumgebremster als zuletzt. Laut dem Herstellerverband ACEA wurde damit das geringste Plus seit November 2013 erzielt. Verantwortlich dafür waren vor allem die Automärkte Deutschland und Frankreich, die um 6,7 und 3,5 Prozent zurückgingen. Deutliche Zuwächse gab es hingegen in Italien (10,8 Prozent) und in Spanien (14 Prozent), der heimische Markt ging um 1,7 Prozent zurück. *(red)*


© High Tech Industries

Wien. Für den angeschlagenen, in Wien börsenotierten oberösterreichischen Auto- und Luftfahrtzulieferer HTI High Tech Industries AG scheint die Zukunft wieder rosiger. Das Unternehmen stehe knapp vor einer Umschuldung, wie HTI-CEO Peter Glatzmeier mitteilte. Es sei „eine Finanzierungsvereinbarung in einem zweistelligen Euro-Millionenbetrag" mit einer luxemburgischen Gesellschaft getroffen worden. Mit dem Geld sollen bestehende Kreditlinien bedient und allgemeine Geschäfte finanziert werden. *(red)*

General Motors & Fiat Chrysler Mögliche Fusion Thema

Branchenriesen prüfen Kooperation


© APA/EPA/Jeff Kowalsky

GM-Chefin Mary Barra scheint Deal mit Fiat Chrysler doch nicht abgeneigt.

Detroit/Turin. General Motors und Fiat Chrysler arbeiten laut Insiderberichten mit Investmentbanken zusammen. Die Nachrichtenagentur Reuters berichtet, dass die beiden Automobilhersteller vor dem Hintergrund einer möglichen Kooperation Rat bei Goldman Sachs beziehungsweise UBS suchen würden. Offiziell hatte General Motors bislang Fusions-Angebote von Fiat-Chef Sergio Marchionne abgelehnt, hinter den Kulissen dürfte GM-Chefin Mary Barra einem Deal aber doch nicht abgeneigt sein. Jedenfalls wären damit wohl enorme Kosteneinsparungen in Fertigung und Entwicklung verbunden. *(red)*

Toyota Hauptversammlung bestätigte Didier Leroy

Neuer Executive Vice President


© Ian Langsdon/EPA/picturedesk.com

Leroy ist für die Regionen Nordamerika, Europa und Afrika verantwortlich.

Brüssel/Tokio. Auf der 111. Hauptversammlung der Toyota Motor Corporation wurde Didier Leroy nun auch offiziell zum President of Toyota No. 1 ernannt und somit als erster nicht-japanischer Executive Vice President des Unternehmens bestätigt. Von Brüssel aus zeichnet Leroy für Forschung und Entwicklung sowie Produktion und Vertrieb in den Regionen Nordamerika, Europa und Afrika verantwortlich; auch Produktplanung, Design und Motorsport in dieser Regionen fallen in seinen Aufgabenbereich. In seiner Funktion ist Didier Leroy zudem Mitglied des Toyota-Vorstands. *(red)*

KOMMENTAR

Deutschlands Maut-Desaster



JÜRGEN ZACHARIAS

Normalerweise ist man Derartiges nur aus der heimischen Politik gewöhnt: Da wird zuerst rausposaunt und angekündigt, was geht, dann wird darüber nachgedacht, überlegt und ein Teil der ursprünglichen Ankündigungen unter den Tisch gekehrt, und erst in einem dritten Schritt an möglichen Konzepten und Umsetzungsmöglichkeiten gefeilt, bis sich diese dann irgendwann verlaufen. Das Resultat ist: Viel Lärm um nichts! Und genau das könnte man nun auch dem deutschen Bundesverkehrsminister Alexander Dobrindt vorwerfen.

Über zwölf Monate hinweg feilte Dobrindt an seiner Mautregelung, die nach Meinung von Rest-Europa Ausländer klar benachteilige. Österreich kündigte rechtliche Schritte an, andere Länder zogen nach und nun – nachdem die Einführung kaum eine EU-Prüfung überstanden hätte – zog der Verkehrsminister seinen Plan zurück. Es war ihm dann doch zu heikel, Hunderte Millionen Euro in die Ausschreibung eines Projekts zu stecken, das kaum Chancen auf Realisierung hat. Wieso Dobrindt aber so lange an seinen Plänen (an der Grundkonstellation hat sich letztlich ja nichts mehr geändert) festgehalten hat? Jetzt besteht jedenfalls die Chance für eine neue Maut-Regelung, denn dass auch in Deutschland eine Maut kommen wird, ist wohl eine finanzielle Notwendigkeit.

Studie Die Boston Consulting Group sieht eine Zeitenwende auf die europäische Automobilindustrie zukommen

Ab nach Übersee: Europas Autoindustrie wandert aus

Änderungen laut BCG notwendig, „andernfalls stehen Abwanderung und Übernahmen auf dem Plan".

JÜRGEN ZACHARIAS

Wien. Mercedes und BMW sind laut einer aktuellen Interbrand-Studie die wertvollsten Marken Deutschlands. VW gilt als zweitgrößter Automobilhersteller der Welt und Fiat als einer der größten italienischen Industriebetriebe. Auch die französische und slowakische Wirtschaft wird durch Renault und den PSA-Konzern sowie Skoda von Automobilkonzernen dominiert, Großbritannien versucht seine Fahrzeugbranche nachhaltig zu stärken, und selbst hierzulande werden im Jahr Tausende Autos gefertigt. Trotzdem ist es laut einer aktuellen Studie der Boston Consulting Group (BCG) schlecht um die europäische Automobilindustrie bestellt. „Die Verschiebung von Absatz, Produktion und zunehmend auch Entwicklung nach Asien einerseits und die Einführung von selbstfahrenden Autos andererseits erfordern erhebliche Anpassungen in der gesamten Wertschöpfungskette", heißt es in einer aktuellen Aussendung.



© EPA/Divyakant Solanki

In fünf Jahren wird laut der Boston Consulting Group bereits mehr als jedes zweite Fahrzeug in einem BRIC-Staat gefertigt.

Branche im Wandel

Antonella Mei-Pochtler, Automobilexpertin und Senior Partnerin bei der Boston Consulting Group (BCG), präzisiert: „Kaum eine Branche wird so auf Trab gehalten wie die Automobilindustrie: Neben Ökologisierung und Elektrifizierung stehen Autonomisierung und Asiatisierung auf dem Plan."

Letzteres sei den Wachstumsmärkten geschuldet, die eben nicht mehr in Europa liegen, vor allem aber der rasanten Entwicklung neuer Automobilzulieferer aus den Schwellenländern. Derzeit dominieren laut der Studie die bestehenden Weltmarktführer noch mit 95 Prozent Marktanteil die Branche. Aber die Unternehmen aus den Emerging Markets konnten in den vergangenen fünf Jahren ein atemberaubendes Wachstum von rund 25 Prozent pro Jahr verzeichnen.

> „Eine Transformation wird notwendig sein – für globale, aber auch für österreichische Automobilzulieferer."
>
> ANTONELLA MEI-POCHTLER, BCG

Global Challengers holen auf

„Heute sind die meisten chinesischen, indischen oder südamerikanischen Automobilzulieferer fünf- bis zehnmal kleiner als die europäischen und amerikanischen Marktführer. Aber die Global Challengers wachsen fünf- bis zehnmal schneller – und so reduziert sich der Abstand rasant", betont Nikolaus S. Lang. Und Antonella Mei-Pochtler ergänzt: „Um den Herausforderungen begegnen zu können und global wettbewerbsfähig zu bleiben, benötigen die Industriekapitäne ein sehr klares Verständnis der Marktkräfte und der technologischen Trends, aber vor allem auch die Fähigkeit, globale Entwicklungs- und Fertigungsnetzwerke über Landesgrenzen hinweg präzise zu steuern." Nachsatz: „Eine Transformation wird notwendig sein – für globale, aber auch für österreichische Automobilzulieferer. Diese brauchen im eigenen Land optimale Bedingungen, um diese Veränderung zu bewältigen. Andernfalls stehen Abwanderung und Übernahmen auf dem Plan."

Continental Prognose

Hybrid-Boom?



© Daimler

2025 sind laut Continental 20 Prozent aller Neuwagen Hybridfahrzeuge.

Hannover. Geht es nach dem deutschen Automobilzulieferer Continental, dann stehen der Hybrid-Technologie goldene Zeiten bevor. Einschätzungen des Unternehmens zufolge wird in zehn Jahren mehr als jeder fünfte Neuwagen weltweit ein Hybridfahrzeug sein. Allerdings dürfte davon rund die Hälfte noch auf die sogenannte 48-Volt-Technologie (Mild-Hybrid, die laut Conti-Manager Bernhard Klein in Europa 2016 in Serie starten wird) entfallen, die noch nicht zum rein elektrischen Fahren taugt, sondern nur den Verbrennungsmotor entlastet. *(red)*

Daimler Der deutsche Premiumhersteller will mit einem neuen Effizienzprogramm bis 2020 sein Renditeziel erreichen

„Next Stage" soll weitere Milliarden bringen

Stuttgart. Nach dem Sparprogramm ist bei Daimler vor dem Sparprogramm: Um sein hoch gestecktes Renditeziel von zehn Prozent in der Pkw-Sparte Mercedes-Benz zu erreichen und mit der enteilten Konkurrenz von BMW und Audi gleichzuziehen, verpasst Konzernchef Dieter Zetsche dem deutschen Premiumhersteller das bis 2020 laufendes Effizienzprogramm „Next Stage". Dieses sei laut Zetsche höher angesetzt als der gerade endende, 2 Mrd. Euro schwere, Sparkurs „Fit for Leadership", genaue Zahlen nannte Zetsche allerdings nicht.

Strukturelle Verbesserungen

„Wichtiger als der Betrag ist, dass uns das Programm helfen wird, das Unternehmen für die nächsten zehn bis zwanzig Jahre aufzustellen", sagte Zetsche, „da geht es nicht um eine Milliarde rauf oder runter." Im Fokus des aktuellen Programms steht deshalb vor allem dessen *langfristige* Wirkung: Es gilt, das 10-Prozent-Ziel nicht nur zu erreichen, sondern mit strukturellen Maßnahmen wie noch flexibleren Arbeitszeiten und rascheren Produktionsintervallen nachhaltig zu stabilisieren – ein Unterfangen, mit dem sich derzeit auch BMW und Audi beschäftigen.

Im ersten Quartal sei das Ziel mit einer Rendite von 9,2 Prozent bereits „in greifbarer Nähe", wie Zetsche betonte. „Wir sind offensichtlich nahe dran, und es ist nur noch ein kleiner Schritt. Die wichtigere Frage ist aber, wie das Niveau längerfristig gehalten werden kann." Dazu sollen auch Absatzsteigerungen beitragen; Potenzial sieht Zetsche vor allem in China, aber auch bei Frauen. *(red)*



© APA/EPA/Marijan Murat

Daimler-Chef Dieter Zetsche will in Zukunft auch mehr Frauen für Mercedes begeistern: „Frauen sind das nächste China!"

Volkswagen Der deutsche Autohersteller will sich in den kommenden Monaten eine völlig neue Konzernstruktur und -organisation verpassen

Mit vier Einheiten in die Zukunft

Die dpa vermutet Neuausrichtung mit vier Säulen.

MORITZ KOLAR

Wolfsburg. Für den Volkswagen-Konzern wird es schwieriger: Erst mussten sich die Wolfsburger bis Anfang Mai mit der wochenlangen Führungskrise herumschlagen. Dann – just als der Machtkampf zwischen dem VW-Großaktionär Ferdinand Piech und Konzernboss Martin Winterkorn ausgestanden war – beförderte das Alltagsgeschäft eine kritische Zahl ans Tageslicht: Im April, so musste Volkswagen Mitte Mai einräumen, fiel der Konzernabsatz gegenüber dem Vorjahresmonat um 1,3 Prozent, und im Mai ging das Geschäft aufgrund der anhaltenden Nachfrageschwäche in Osteuropa und Südamerika um weitere 2,6 Prozent zurück. Kein Wunder, dass die Führungsriege des Massenherstellers nun über einer neuen Konzernstruktur brütet, mit der das Wettrennen um die Nummer 1 als größter Automobilhersteller der Welt neu aufgenommen und Toyota endlich überholt werden soll.

VW, Skoda & Seat als Familie

Informationen der Deutschen Presse-Agentur (dpa) zufolge laufe dabei alles auf eine neue Viererstruktur hinaus, bei der die Massenmarken VW-Pkw, Skoda und Seat eine der großen Säulen bilden. Mit den Worten „man denkt in diese Richtung" zitiert die dpa einen Konzerninsider, zusammen machen die drei Marken rund 60 Prozent des Konzernabsatzes von zuletzt 10,2 Mio. Fahrzeugen aus. Gemeinsamkeiten von VW-Pkw, Seat und Skoda liegen aber auch im Modularen Querbaukasten (MQB), der quer durch die drei Marken viele Milliarden Euro pro Jahr sparen soll und das zum Teil auch schon tut. Die kalkulierten 1.000 Euro Ersparnis pro Fahrzeug habe man dpa-Angaben zufolge aber noch nicht erreicht, zumindest die Zahl der auf dem MQB gefertigten Fahrzeuge ist aber im Steigen begriffen und soll laut Konzernchef Martin Winterkorn 2018 die Grenze von sieben Mio. Fahrzeugen jährlich überschreiten.

Entscheidung im Sommer

Die zweite wichtige Säule im VW-Imperium soll laut dpa das Luxuswagengeschäft rund um Porsche, Bentley und Bugatti umfassen, Audi soll gemeinsam mit Lamborghini und Ducati Säule Nummer drei bilden. Bereits beschlossen ist eine Einheit aus den zwei Nutzfahrzeugmarken MAN und Scania, zu der eventuell auch noch das Geschäft von VW-Nutzfahrzeuge kommt. „Entschieden ist da aber noch gar nichts", sagte der Insider laut dem dpa-Bericht. Möglich sei demnach auch eine Neuaufstellung von VW nicht entlang von Marken, sondern von Modellen.

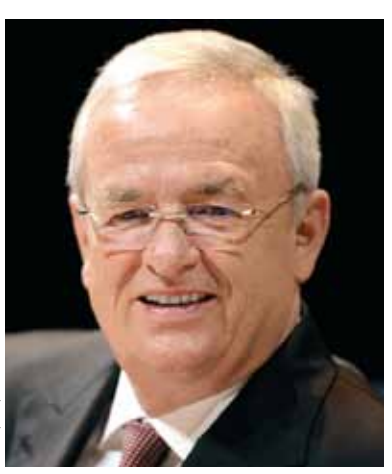
So könnten etwa alle SUV-Modelle eine Säule bilden, was aber markenübergreifend eine völlige Neuausrichtung des Herstellers bedeuten würde. In der Folge sind auch Änderungen im Vorstand, der sich teils entlang der neuen Struktur organisieren müsse, vorstellbar.

Wie dem auch sei, in den kommenden Wochen soll Klarheit über die zukünftige Organisationsstruktur des Konzerns herrschen, im Spätsommer soll die neue Organisation beschlossen werden.



© dpa/Jochen Lübke

Mehr Output und weniger Kosten: VW möchte mit der Neustrukturierung Weltmarktführer Toyota endgültig vom Thron stoßen.



© APA/EPA/Bernd Weissbrod

Konzernchef Martin Winterkorn will den VW-Konzern völlig neu aufstellen.

PROMOTION

Kundenbindungsprogramm Der BP Bonus Club zählt mittlerweile 670.000 aktive Mitglieder, Tendenz steigend

Punktlandung für den beliebten BP Bonus Club

Top: Mitglieder schätzen feine Auswahl an BP-Prämien und diverse Zahlungsvarianten.

Wien. Am 5. September 2011 erfolgte der Startschuss zum BP Bonus Club. Demgemäß feiert das Energieunternehmen im heurigen Herbst den vierten Geburtstag des Kundenbindungsprogramms. Wie lange es gedauert hat, bis sich der Club etabliert hat? Nicht lange, heißt es aus der Unternehmenszentrale. Die Tankstellen-Partner und deren Mitarbeiter hätten den Mehrwert des Clubs sofort erkannt und ihn seit dem Kick-off an ihre Kunden weitergetragen.

Fazit: Die Firma kann sich auf die beste Art der Werbung verlassen – auch, weil Mitarbeiter an ihrer Tankstelle vor Ort von „ihrem" Bonus Club so überzeugt sind, dass sie gern darüber sprechen. Mittlerweile zählt das Unternehmen über 670.000 aktive BP Bonus Club-Kunden.



© BP

Einfache Handhabung, großer Mehrwert: Die BP Bonus Club-Karte verschafft Eintritt in eine wundervolle Prämienwelt.

Anmeldung leicht gemacht

Der Erfolg des Kundenprogramms hat mehrere Gründe.

Einer davon: Die Anmeldung ist sehr simpel. Tanken oder Shoppen, dabei die Karte lösen.

„Viele Kunden wünschen sich Sofortvorteile. Auch die gibt es im BP Bonus Club – die Vorteilstage zum Beispiel oder die Sofortprämien."

IVANA KULENKAMPFF-THOMANN
BP MARKETING MANAGER

Dann einfach und bequem von zu Hause aus online auf www.bpbonusclub.at die Registrierungsdaten eingeben oder das Anmeldeformular ausfüllen, beim nächsten Besuch an der Tankstelle abgeben oder per Post einschicken – und schon sammeln Kunden wertvolle Punkte.

Zur Online-Registrierung schenkt BP sofort 200 Punkte. Beim Tanken gibt's einen Punkt pro Liter Benzin, beim Shoppen (bei BP, im Merkur inside Shop, Car wash und Wild Bean Cafe) einen Punkt pro konsumiertem Euro. Für Castrol- und BP-Motorölgebinde werden zehn Punkte eingebucht. Dann geht es flott weiter, denn für die zweite und dritte Tankung bekommen die Kunden automatisch doppelte Punkte gutgeschrieben.

Gemeinsam sammeln

Beliebt sind die Schlüsselanhängerkarten; drei Stück können zusätzlich zur Hauptkarte verwendet werden. Der Vorteil: Alle Punkte, die mit diesen vier Karten erworben werden, lassen sich auf dasselbe Konto gutschreiben. Wenn etwa eine vierköpfige Familie Punkte auf ein Konto sammelt, ist die Wunschprämie sehr schnell erreicht.

Breites Prämien-Portfolio

Apropos Prämie: Die Auswahl im Katalog ist so gestreut, dass garantiert jedes Clubmitglied fündig wird. Die Palette reicht vom Keramik-Messerset über eine Schmuckbox für Kinder bis hin zu einer Stichsäge.

Zu den beliebtesten Produkten zählen u.a. das Burago Spielzeugauto, die Power Bank Omega – ein mobiler Akku für Smartphones und Tablets – sowie ein Armband mit Swarovski-Elementen.

Zusätzlich bietet BP seinen Bonus Club-Kunden drei verschiedene Zahlungsvarianten an. Dank dem Extraservice sind BP-Kunden in der Wahl der Prämien noch flexibler.

Modus 1: Nur mit Punkten, Modus 2: mit wenig Punkten und geringer Aufzahlung – oder Modus 3: noch weniger Punkte mit einer etwas höheren Aufzahlung.

Auch die Spendemöglichkeiten für das Rote Kreuz und die Ronald McDonald Kinderhilfe sind gefragt, weiß man im BP Head Office. In Zukunft hat BP mit seinem Club noch einiges vor. Das Prämien-Portfolio soll ständig weiterentwickelt werden – ob bei materiellen Prämien oder Gutscheinen von Kooperationspartnern.

Noch Fragen?

Von bundesweit knapp **300 BP**-Tankstellen sind fast alle beim Club dabei. Die teilnehmenden Standorte und alle Detailinfos zum Club finden Sie unter **www.bpbonusclub.at** unter der Service-Nummer **0800/080645** oder unter **info@bpbonusclub.at**

SHORT

Kompaktklässler mit mehr Dampf



© xdefxx

Mehr Würze für den braven Pulsar: mit 190 PS-Motor ab 26.216 Euro.

Wien. Mit dem Pulsar greift Nissan seit letztem Jahr wieder in der Kompaktklasse an. Das vor allem auf geräumige Platzverhältnisse getrimmte Fließheck war bis dato mit zwei Aggregaten bis 115 PS aber genauso zurückhaltend und seriös motorisiert, wie die optische Gestaltung des Fahrzeugs wirkt.

Eine Marktlücke schließt nun die neue Variante mit dem 190 PS starken 1,6 l Turbobenziner. Die zwar nach GTI-Segment klingenden Eckdaten des Modells sind genauso dezent in einen Pulsar verpackt wie bei den schwächeren Motorisierungen. Nur weiße Ziernähte im Innenraum, ein optisch präsentes Auspuffendrohr und in der voraussichtlich am häufigsten gewählten Top-Ausstattung „Tekna" inkludierte 18-Zoll Aluräder machen auf das 1,6 DIG-T genannte Modell aufmerksam.

Erhältlich ist der unauffällige Kraftprotz ab 26.216 Euro, die Top-Variante Tekna mit Ledersitzen und Assistenzsystempaket ab 28.939 Euro. *(red)*

Allradantrieb mit Benziner beim SUV



© xdefxx

Dem Sondermodell Celebration vorbehalten: „Cosmos-Blau".

Wien. Dacia erweitert mit einer neuen Antriebsvariante das Angebot beim Budget-SUV Duster und feiert 10-jähriges Jubiläum mit einem Sondermodell. Die vor allem wegen ihres gnadenlosen Preis-/Leistungsverhältnisses erfolgreiche Marke ergänzt das Portfolio mit dem Dacia Duster TCe 125 4x4.

Bislang war nur die Dieselvariante mit dem smarten 4x4-System, das über einen automatischen Allradmodus, eine Lock-Funktion für unbefestigten Untergrund und einen kraftstoffsparenden 2WD-Modus verfügt, erhältlich. Die von Allianzpartner Nissan entliehene 4x4-Technik passt gut zum 4-Zylinder Downsizing-Turbobenziner mit 1,2 l Hubraum und 125 PS, der neben einer angenehm drehmomentstarken Motorcharakteristik dank Stop-/Start-System auch mit einem Normverbrauch von 6,4 l auskommt.

In der „normalen" Top-Version „Laureate" ist der TCe 125 4x4 ab 17.490 Euro erhältlich. Zum 10-jährigen Jubiläum von Dacia ist nun ein „Celebration"-Sondermodell am Markt, das um weitere 500 Euro allerhand optischen Aufputz wie getönte Scheiben beinhaltet. *(red)*

Mercedes CLS Shooting Brake Auch eine Heckklappe kann dem Design des viertürigen Coupé nichts anhaben

Laderaum für stilsichere Entscheidungsträger

Mit einem Nischenprodukt zum Verkaufserfolg: Das praktischste Coupé der Welt wurde aufgefrischt.

GREGOR JOSEL



© xdefxx

Der praktische und trotzdem formschön verpackte Dienstwagen für Chefs mit Stil: CLS 400 Shooting Brake 4Matic mit 333 PS.

Wien. Auch wenn die Mixtur aus einem viertürigen Coupé, das seit einiger Zeit auch als Kombi erhältlich ist, abwegig klingt: Das Ergebnis ist durch und durch stimmig und kann ganz klar überzeugen. Das beweist der CLS Shooting Brake nicht nur durch seine muskulös-gespannte Optik. Jeder, der die Chance hat, das „praktischste Coupé aller Zeiten" aus der Nähe zu erleben, sollte sich das keinesfalls entgehen lassen. Der CLS Shooting Brake erstaunt schon durch seine extravagante Modellbezeichnung. Ein schnödes „Kombi" nimmt sich der CLS mit Laderaum zu Herzen. Sein Name kommt aus der adeligen Jagdgesellschaft, für die ein Auto mit Schrägheck und Platz für Gewehre wichtig war. Dass der CLS Shooting Brake mehr kann, als nur Dinge in seinem 590 Liter großen, auf Wunsch von der Designo-Veredelungssparte mit edlem Holz ausgelegten, Kofferraum zu verstauen, versteht sich von selbst.

Lichttechnik der Zukunft

Nach der vor Kurzem erfolgten Überarbeitung der Baureihe verfügt der CLS serienmäßig über ein LED-Lichtsystem. Die sogenannten „Multibeam"-LED-Scheinwerfer sind mit dem Fahrzeug hochgradig vernetzt und wissen aus verschiedenen Informationsquellen, was sie zu tun haben, um die Straße optimal auszuleuchten. Ein adaptiver Fernlichtassistent, der kamerabasiert entgegenkommende und vorausfahrende Verkehrsteilnehmer aus dem Lichtkegel ausblendet, ist das Kernstück der Technologie. Die Leuchtweite und Leuchtkraft wird auch auf der Landstraße oder Autobahn variiert, Informationen über einen Kreisverkehr, der wiederum anders beleuchtet wird, entnimmt die Scheinwerfersteuerung dem Navigationssystem. Das Kurvenlicht leuchtet kamerabasiert geschwungene Wege vorausschauend aus. Dieser Fortschritt in der Lichttechnik wird durch 24 Hochleistungs-LED-Chips realisiert, die getrennt von einander elektromisch angesteuert werden können und so den Lichtkegel auf all die unterschiedlichen Anforderungen adaptieren kann.

Neue Motoren

Alle fünf zur Auswahl stehenden Motorisierungen entsprechen dem neuesten Stand der Motorentechnik und erfüllen demnach auch die Abgasnorm Euro 6: Zwei Vierzylinder-Diesel mit 170 PS (CLS 220 BlueTec, 4,9 l/100 km) oder 204 PS (CLS 250 BlueTec, 5,0 l/100 km), im CLS 350 BlueTec (5,7 l/100 km) ein 3-Liter Sechszylinderdiesel mit 258 PS sowie zwei dicke Benzinaggregate (CLS 400 mit 3,5 Liter V6-Biturbo und 333 PS oder CLS 500 (V8 mit 408 PS, 8,8 l/100 km). Optional für die beiden stärkeren Diesel und beide Benziner erhältlich: der Allradantrieb 4Matic. Der Nachteil des Allwetter-Antriebs (und der CLS 400-Motorisierung): Man verzichtet auf die Weiterentwicklung des famosen Mercedes-Automatikgetriebes mit 9 Gängen. Für die anderen Antriebsversionen ist nach wie vor die Version mit 7 Gängen im Einsatz, ein Schaltgetriebe gibt es auch für Geld und gute Worte nicht.

Preise des CLS 5-Türers

Dass ein formschöner, exklusiver 5-Türer wie der CLS Shooting Brake als Premium- als auch Designprodukt seinen Preis hat, liegt leider in der Natur der Sache. Die Preise beginnen für den 170 PS-Einstiegsdiesel bei stolzen 61.150 Euro, der im Business-Betrieb gern gewählte 6-Zylinder Diesel flüstert erst ab 71.400 Euro. Immerhin kann man ihm zugutehalten, dass dann zahlreiche Features wie ein Tempomat, Freisprecheinrichtung, eine elektrische Heckklappe und das Automatikgetriebe serienmäßig sind.

Mazda CX-3 Auch Mazda möchte ein Stück vom Kuchen und drängt mit einem Kompakt-SUV auf den Markt

Neuer City-SUV im schneidigen Blechkleid

Wien. Der Erfolg der SUVs und Crossovers mir ihrer robusten Optik ist nach wie vor ungebrochen. Somit arbeiten beinahe alle Hersteller mit Hochdruck daran, SUVs in allen „Geschmacksrichtungen" und Größen auf den Markt zu bringen. Mazda sorgt nun mit dem CX-3 für einen neuen Impuls in der Klasse der kompakten SUV, ergo „Golfklasse" (4,27m lang) und heftet sich dabei vor allem Fahrspaß und Design, aber auch moderne Technologien an die Fahnen. Dass Mazda den Weg immer etwas anders bestreitet, spiegelt auch die Motorenpalette wider. Entgegen dem überall herrschenden Trend zum Downsizing und zur Turboaufladung aller Motoren sorgt Mazda mit optimiertem Verdichtungsverhältnis in der Brennkammern der Vierzylinder-Aggregate (sogenannte Skyactiv-Technologie) für Effizienz. Die drei zum Marktstart erhältlichen Motorisierungen leisten 105 PS (1,5 Liter Diesel, ab 4,0 l/100 km), 120 PS (2-Liter-Saugbenziner, ab 5,8 l/100 km) oder 150 Benzin-PS aus ebenfalls 2 Litern Hubraum bei einem Verbrauch von 6,3 l/100 km und serienmäßigem Allradantrieb. Für die Dieselmotorisierung ist der Allrad mit variabler Kraftverteilung optional erhältlich, für alle Antriebsvarianten auf Wunsch auch ein Automatikgetriebe.



© Mazda

Mit frechem Design zu mehr SUV-Fahrspaß: Der CX-3 startet ab 17.990 Euro.

Expressives Design

Neben weitreichenden Verstellmöglichkeiten der vorderen Sitze und guter Ergonomie ist auch noch Platz für einen 350 Liter großen Kofferraum, der mit ebener Ladefläche und einem doppelten Boden mit zusätzlichem Laderaum glänzt. Auch die Sicherheit kommt, mit sowohl klassisch passiven Einrichtungen sowie modernen Assistenzsystemen wie einem Notbrems-, Spurwechsel-, Licht- und Parkassistenten, nicht zu kurz.

Der derzeitigen Mazda-Designsprache „Kodo" entsprungen, präsentiert sich der Mazda CX-3 optisch geschärft und dynamisch. Aggressiv zusammengekniffene Scheinwerfer (ab mittlerer Ausstattungsvariante mit LED-Technik) flankieren den charakteristischen Mazda-Grill, die Dachlinie ist flott gestylt. Zum fortschrittlichen Look passen auch die fünf möglichen Ausstattungslinien. Die Basis-Versionen „Emotion" und „Challenge" locken durch einen günstigen Einstiegspreis ab 17.990 Euro.

Verkaufsstart im Juli

Der voraussichtliche Beststeller ist die mittlere Ausstattung „Attraction", bereits mit Navi ausgerüstet. Die höchsten Ausstattungen „Revolution" und „Revolution Top" können mit klassenunüblichen Features wie Head-up-Display und radargestütztem Tempomat aufwarten. Die Top-Asführung sorgt mit zweifärbigem Leder und einer Bose-HiFi-Anlage für Flair auf kleinem Raum, mit dem in Österreich gern gekauften Diesel und Allrad beträgt der Preis mit Vollausstattung 29.390 Euro. Der Verkauf des CX-3 startet im Juli. *(red)*

AURIS TAGE

AB JETZT!

TOYOTA

NICHTS IST UNMÖGLICH

Lässt Ihr Herz höher schlagen.

Der neue Toyota Auris.



Es gibt viele Gründe, warum Ihnen der neue Toyota Auris Fahrspaß der besonders exklusiven Art bietet: Markantes Design, hochklassige Ausstattung – und neue Motoren, die Sie so richtig begeistern werden. **Erfahren Sie jetzt mehr auf toyota.at**

Toyota Frey Austria

Normverbrauch kombiniert/Palette: 3,5 – 5,6 l/100 km, CO_2-Emission: 79 – 130 g/km. Symbolfoto.

SHORT

willhaben.at präsentiert neuen Kaufkraft-Check



© Gerhard Faktor

Markus Auferbauer ist Leiter des willhaben.at-Motornetzwerks.

Wien. willhaben.at hat in ihrem aktuellen Kaufkraft-Check recherchiert, welche Gebrauchtwagen momentan in Österreich zu definierten Budgets gekauft werden können.

In der niedrigsten Budgetklasse mit 7.000 Euro kann beispielsweise ein Alfa Romeo MiTo aus dem Jahr 2008 mit einem Stand von 40.000 km und 58 kW erworben werden, und in der in Österreich beliebten Preisspanne rund um 10.000 Euro findet sich auf dem Portal etwa ein Opel Agila aus dem Jahr 2014 mit 50 kW und einer Laufleistung von weniger als 9.000 km aus Händlerhand.

Markus Auferbauer, Leiter des willhaben.at Motornetzwerks, resümiert: „Online-Gebrauchtwagenbörsen machen Autopreise transparent und verschaffen binnen Minuten einen nahezu vollständigen Marktüberblick. Das Gebrauchtwagen-Angebot von gewerblichen Händlern als auch Privatpersonen ist in Österreich riesig. Wie unsere kleine Recherche zeigt, lassen sich in praktisch allen gängigen Preisklassen ausgezeichnete Fahrzeuge finden." *(red)*

Umfrage: Wer soll E-Tankstellen bezahlen?



© panthermedia.net/kasto

Eindeutiges Ergebnis: Steuerzahler soll Stromtankstellen finanzieren.

Wien. Laut einer europaweiten Umfrage der Online-Plattform AutoScout24 sind 35 Prozent der Europäer dafür, dass die flächendeckende Aufstellung von Stromtankstellen vom Steuerzahlern beglichen wird. 27 Prozent meinen, es sollen die zahlen, die E-Mobilität nicht nutzen,18 Prozent wollen die Nutzer zur Kasse bitten, und ebenfalls 18 Prozent die Auto-Hersteller. Eine Citymaut wird im Rahmen der Umfrage übrigens von 59 Prozent abgelehnt. *(red)*

Goodyear bekommt Green Business Award

Luxemburg. Goodyear wurde bei den „Luxembourg Green Business Awards" im Mai zum dritten Mal innerhalb von fünf Jahren mit dem Luxembourg Green Product Award ausgezeichnet. Der Hersteller erhielt den Preis für den rollwiderstandsoptimierten Lkw-Lenkachsreifen Fuelmax S mit innovativen IntelliMax Groove Technology. *(ampnet,red)*

novora.at Mit Fahrzeugen von Autoversteigerungsplattformen sollen österreichischen Kunden Geld sparen

Start-up partizipiert an Großhändler-Auktionen

Geschäftsführer Nicolas Jany hält dabei einen Preisvorteil von bis zu 15 Prozent für realistisch.

MORITZ KOLAR

Mattsee. Einen spannenden Ansatz hat das Salzburger Start-up novora.at gewählt: Das Internet-Unternehmen will den Kauf von jungen Gebrauchtfahrzeugen zu Großhandelspreisen ermöglichen, indem es Privatkunden die Möglichkeit gibt, Gebote an den großen europäischen Autoversteigerungsplattformen abzugeben. „Unsere Kunden profitieren beim Autokauf von den günstigen Großhandelspreisen im europäischen Ausland."

NICOLAS JANY, NOVORA.AT

günstigen Großhandelspreisen im europäischen Ausland und haben keinen Aufwand bei Import- und Zulassungsformalitäten", erklärt novora.at-Geschäftsführer Nicolas Jany, der das Unternehmen gemeinsam mit Vater Johann, Bruder Julian und IT-Experte Bernhard Altendorfer gegründet hat.



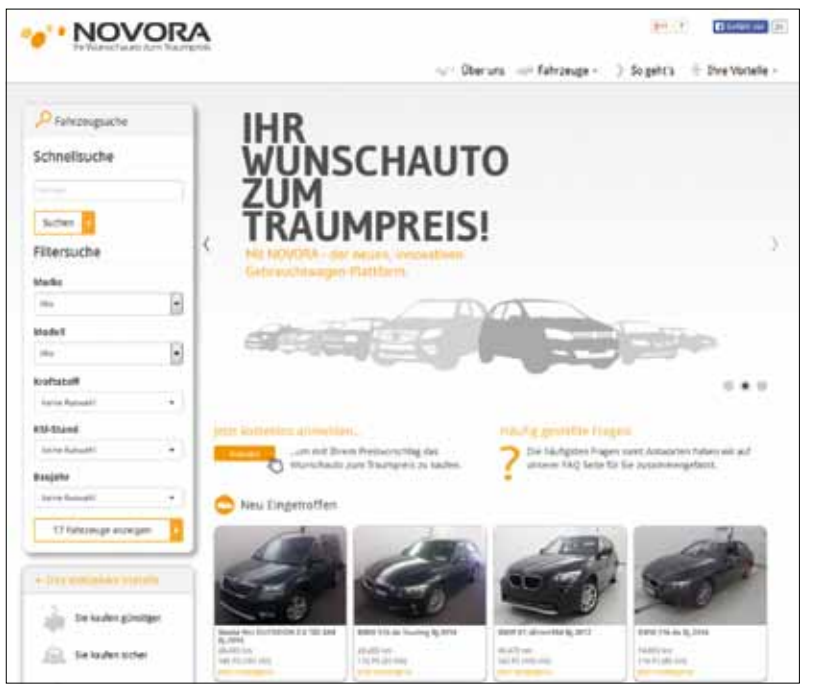
© novora.at (2)

Beschäftigen sich seit 2013 mit dem Aufbau von novora.at: Julian Jany, Johann Jany, Bernhard Altendorfer & Nicolas Jany (v.l.n.r.).

Deutliche Preisersparnis

„Wir liefern das ersteigerte Fahrzeug direkt vor die Haustür des Käufers. Als zusätzliche Sicherheit bieten wir eine Gebrauchtwagengarantie und auch ein 14-tägiges Rückgaberecht, sollte das Fahrzeug doch nicht den Erwartungen entsprechen", sagt Nicolas Jany. Der Ablauf funktioniere denkbar einfach: novora.at-Mitarbeiter klappern große europäische Auktionsplattformen nach attraktiven Fahrzeugen ab und präsentierten diese auf ihrer Website. Die Fahrzeuge haben wenige Kilometer und stammen von Leasinggesellschaften, Banken oder größeren Firmen und Organisationen. Registrierte Kunden können nun Preisvorschläge abgeben, die an die Auktionsplattformen weitergeleitet werden.

Bei erfolgreichem Zuschlag kümmert sich die Firma um alle weiteren Formalitäten und liefert das Fahrzeug direkt an den Kunden. Im abgegebenen Gebot sind bereits alle Zusatzkosten wie Nova, Gebühren, Transport und die Provision für novora.at abgedeckt, Geschäftsführer Nicolas Jany hält eine Preisersparnis von bis zu 15 Prozent für möglich.



Auf der Website werden Fahrzeuge der Auktionsplattformen präsentiert.

car2go Der Carsharing-Anbieter hat das Handling der Fahrzeugmieten vereinfacht & plant weitere Verbesserungen

Leichterer Zugang und schnellere Abläufe



© Car2go

Rund ein Drittel der car2go-Nutzer öffnet die Fahrzeuge bereits via Smartphone.

Stuttgart/Wien. Seit rund einem halben Jahr ist bei der Daimler Carsharing-Tochter car2go die Miete und das Öffnen der Fahrzeuge auch via Smartphone möglich, und eine erste Zwischenbilanz fällt positiv aus: Laut Angaben von car2go findet mittlerweile rund ein Drittel aller Mietvorgänge mit dem Smartphone statt. In neu gestarteten Standorten, wie dem norditalienischen Turin, öffnet bereits jeder zweite Nutzer die Fahrzeuge mit der App. In Hamburg und Wien wird der Anteil neuer Fahrzeuge, die ausschließlich mit dem Smartphone gemietet werden, ausgebaut. An Alster und Elbe lässt sich mit 450 von 700 Fahrzeugen bereits die Mehrzahl der Flotte ausschließlich mit dem Smartphone anmieten, in Wien sind es aktuell rund 300 car2go-Smart.

Neue Windows-App

Um den gesamten Mietprozess weiter zu vereinfachen, enthält die car2go-App neue Features und wird demnächst auch in einer Windows-Phone-Variante verfügbar sein. Die App ist damit nicht nur Schlüssel zum Fahrzeug, sondern auch Schaltzentrale der gesamten Nutzung. So ist seit Mai die Registrierung über das Smartphone möglich. Die „Radarfunktion", mit der Nutzer benachrichtigt werden, wenn in einem bestimmten Suchradius ein car2go frei wird, wurde ebenfalls ausgebaut, und es lassen sich jetzt bis zu zehn Radien zu verschiedenen Zeitpunkten einstellen. Der Vorteil liegt in der besseren Planbarkeit: Am Abend lässt sich bereits die Radarsuche für die Fahrt am nächsten Tag einstellen.

Bessere Identifikation

Einen deutlichen Geschwindigkeitsvorteil haben Nutzer der iOS-Version, da sich auch der per Touch-ID gespeicherte Fingerabdruck anstelle des Codes für die Identifikation bei der Automiete verwenden lässt. Nicht zuletzt haben die car2go-Städte individualisierte Icons erhalten, um sie leichter auf der Karte identifizieren und die Fahrzeug-Auswahl beschleunigen zu können. *(ampnet, red)*

destination

ÖAMTC | SCHUTZBRIEF GLEICH BESTELLEN: ✆ 0800 120 120


SHORT



© Hogast/Andreas Hauch

Anif. Die Einkaufsgenossenschaft hogast und ihre Tochterunternehmen konnten im Geschäftsjahr 2014/2015 den Umsatz erneut steigern. CEO Barbara Schenk (Bild) freut sich über den Umsatzsprung auf mehr als eine Mrd. Euro.

„Kompetenz, Beratung und zeitliche Entlastung sind wesentliche Faktoren, entscheidend sind aber nach wie vor Kosteneinsparungen", so Schenk über die Motive der rund 5.000 hogast-Mitglieder. Der Genossenschaftsgedanke zieht sich durch viele innovative Produkte wie z.B. LED Kontingenteinkäufe, etc. *(gb)*



© casino-urlaub.at

Wien. Vor 20 Jahren wurde „Casino-Urlaub" gegründet, um in den schönsten Urlaubsregionen Österreichs unvergessliche Abende in den jeweiligen Casinos und Übernachtungen in nahe gelegenen Top-Hotels zu kombinieren.

Dazu Peter Buocz, Präsident der Marketingkooperation und Gründungsmitglied (oben im Bild 2. von re.), anlässlich der 20-Jahr-Feier im Hotel Sacher Salzburg: „Eines unserer Ziele ist die weitere Expansion, zumal im kommenden Jahr in Zell am See ein neues Casino eröffnet wird; diese Urlaubsform begeistert immer mehr Menschen." *(gb)*



© Niederösterreich-Card/Weinfranz

St. Pölten. Tausende Schüler zählen die Tage bis zum Ferienbeginn. Damit keine Langeweile aufkommt, bietet die Niederösterreich-Card das optimale Zeugnisgeschenk: 331 Ausflugsziele, darunter 40 Freibäder, Tierparks und Kindererlebniswelten sind dabei. Die 150.000-Marke wurde kürzlich geknackt, was einen neuen Rekord für die All Inclusive-Karte bedeutet. *(gb)*

Österreichs Hotellerie ist schwer unter Druck



© Panthermedia.net/Mladen Mitrinovic

Diskussion Hotel- und Gastronomieverbände in Europa stehen vor ähnlichen Herausforderungen, doch Österreich nimmt eine Sonderstellung ein: In keinem anderen Land wird ein so großes Belastungspaket geschnürt. **Seite 62**

Erste Bank Studie 61% machen Urlaub in der Eurozone

Österreicher geben 5,5 Mrd € aus



© Panthermedia.net/Aleksandra Abu Haltam

Bezahlen im Urlaub: 74% der Österreicher schwören auf Bargeld im Urlaub.

Wien. 2015 sind die Österreicher wieder in Reiselaune. Laut einer Studie von Integral im Auftrag der Erste Bank planen 58% im Sommer eine Urlaubreise; im Vergleich zu 2014 ist das ein Plus von vier Prozent. Vor allem Personen mit einer guten Ausbildung sowie höherem Einkommen beziehungsweise Berufstätige wollen verreisen.

35% machen in Österreich Urlaub, 61% bleiben in der Eurozone, 18% außerhalb der Eurozone. Manfred Bartalszky, Leiter Produktmanagement der Erste Bank: „Im Schnitt wollen die Österreicher 1.100 Euro p.P. ausgeben.; das sind beachtliche 5,5 Mrd. Euro." *(gb)*



KOMMENTAR

Landesausstellung ist großer Erfolg



GEORG BIRON

Das Konzept der Themenausstellungen „Ötscher:Reich – Die Alpen und wir" ist betörend einfach, doch die Umsetzung ist wirklich gut gelungen und ein großer Publikumserfolg.

Seit 25. April 2015 steht das alpine Mostviertel ganz im Zeichen der Niederösterreichischen Landesausstellung. Zwei Ausstellungsorte, Neubruck und Frankenfels-Laubenbachmühle, sowie das neue Naturparkzentrum Ötscher-Basis in Wienerbruck geben einen Einblick in das Alltagsleben der Menschen in den Alpen.

Ausgehend von der Region rund um den Ötscher, werden Fragen aus der Vergangenheit, aber auch von heute und die Zukunft betreffend gestellt.

174 Regionspartnerbetriebe, 33 Kulturvermittler, 83 Naturvermittler, 15 Stationen, zwei Rundwanderwege, ein Naturparkzentrum und die Mariazellerbahn: Das ist die Niederösterreichische Landesausstellung 2015, die noch bis zum 1. November läuft.

Die Verantwortlichen haben alles richtig gemacht: Landesausstellungen haben das Ziel, nachhaltige Investitionen in der Region zu tätigen, um die Regionalentwicklung zu fördern, die regionale Wertschöpfung zu steigern und Arbeitsplätze zu sichern.

Und selbstverständlich ist eine Landesausstellung immer auch ein starker Impuls für den Kulturtourismus.

hotelleriesuisse Branchentreff deutschsprachiger Hotellerie- und Gastronomie-Profis in Bad Ragaz in der Schweiz

Herausforderungen im internationalen Tourismus

Siegfried Egger, Obmann des WKO Fachverbands: „Grenzenübergreifende Synergieeffekte nutzen!"

GEORG BIRON

Wien/Bad Ragaz. Rund 30 Spitzenvertreter der Verbände aus Deutschland, Liechtenstein, Luxemburg, Österreich, Südtirol und der Schweiz trafen sich zum alljährlichen Jahrestreffen der deutschsprachigen Hotellerie- und Gastronomieverbände in Bad Ragaz und Zürich.

Gastgeber der diesjährigen Veranstaltung, bei welcher der Austausch über die Schwerpunkte der Verbandsaktivitäten im Mittelpunkt stand, waren in diesem Jahr die Schweizer Verbände gastrosuisse und hotelleriesuisse.



© GastroSuisse

Branchenexperten aus Deutschland, der Schweiz, Südtirol, Liechtenstein, Luxemburg und Österreich diskutierten in der Schweiz.

Sharing Economy im Fokus

Siegfried Egger, Obmann des Fachverbands Hotellerie in der Wirtschaftskammer Österreich (WKO), ist überzeugt: „Diese traditionellen Jahrestreffen haben sich zu einer fest etablierten Plattform für den Dialog und den Austausch von Erfahrungen, Know-how und Informationen zur unabdingbaren Unterstützung in unserer Interessenvertretung entwickelt."

Der Fachverband Hotellerie in der WKO vertritt 17.000 Beherbergungsbetriebe mit 1,05 Mio. Betten. Mit knapp 37 Mio. Ankünften und 133 Mio. Nächtigungen leistet die heimische Hotellerie einen wesentlichen Beitrag zur direkten und indirekten Wertschöpfung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in der Höhe von rund 46,5 Mrd. Euro. Das sind 14,8% des BIP.

„Die Treffen sind von gelebter Gastgeber-Mentalität und höchster Kompetenz geprägt. Da werden Trends mit einer gesunden Portion Optimismus und einer noch höheren Dosis an Kompetenz erörtert", so Michaela Reitterer und Gregor Hoch, die Präsidenten der Österreichischen Hoteliervereinigung (ÖHV), über das Branchentreffen in Bad Ragaz.

„Die Hotel- und Gastronomieverbände in ganz Europa stehen vor ähnlichen Herausforderungen, doch Österreich nimmt eine Sonderrolle ein", so Hoch. „Aus keinem anderen Land ist ein vergleichbares Belastungspaket bekannt", betonten die Teilnehmer des europäischen Meetings.

Egger: „Gerade im Tourismus machen die Herausforderungen an der Ländergrenze nicht halt. Deshalb macht es Sinn, grenzenübergreifende Synergieeffekte zu nutzen. Denken wir an das Phänomen der sharing economy; unablässig entstehen dort neue Angebote."

Besonders die Online-Plattform Airbnb sorgte unter den Tourismus-Experten für Diskussionen. So fordern die deutschsprachigen Branchenverbände – wie auch schon seit Jahren der Fachverband Hotellerie – gleiche Wettbewerbsbedingungen bei Registrierung, Sicherheit, Hygiene und Abgaben.

Die Politik ist gefordert

„Es ist ein Unterschied, ob ich mit einer Weltmarke und großen Geldgebern im Rücken in einen Markt gehe oder als Einzelkämpfer auftrete", verweist Reitterer auf die systematische Steuervermeidung bei Airbnb & Co. Außerdem würden Arbeitsplätze durch höhere Steuern für gewerbliche Anbieter gefährdetet: „Die Politik sieht zu, wenn Steuergesetze umgangen und Arbeitsplätze vernichtet werden", hält Reitterer fest.

Verdorben wurde die Stimmung durch Berichte über das Belastungspaket in Österreich: „Alle Kollegen drücken uns die Daumen, dass die zugesagten Nachbesserungen realisiert und weiterer Schaden von der Branche abgewendet werden kann", so Hoch.

Die Beherbergung wird in Zukunft mit 13% statt wie bisher mit 10% MwSt. versteuert. Eine kleine Erleichterung konnte bei Pauschalangeboten von Zimmer mit Frühstück bzw. Halb- oder Vollpension erreicht werden. Hier wird auch zukünftig das Frühstück mit 10% Mwst. angesetzt.

50 Jahre Jubiläum

Hideaways mit Geschichte

Salzburg. Die Koop Schlosshotels & Herrenhäuser bietet nach 50 Jahren ihres Bestehens rund 90 historische Anwesen in Österreich, Deutschland, Italien, Slowenien, Kroatien, Ungarn, Tschechien und der Slowakei.

Jetzt ist der Schlosshotelführer als Jubiläumsausgabe erschienen. Bestellung gratis unter Tel: +43/62 45/90 123. *(gb)*



© Schlosshotels & Herrenhäuser

Die edle Jubiläumsausgabe des neuen Schlosshotel-Katalogs ist da.

Kohl & Partner Marketing Day 2015 Rund 120 touristische Führungskräfte erhielten Tipps von namhaften Experten

Kohl & Partner Marketing Day in Spielberg

Spielberg. Mit direktem Blick auf die Zielgerade der Formel 1-Strecke von Spielberg erhielten am Marketing interessierte Hoteliers und touristische Führungskräfte geballtes Know-how mit wertvollen Erfahrungen und Tipps.

Technik und Herzlichkeit

Die wichtigste Message des Marketing-Day zog sich wie ein roter Faden durch alle Expertenaussagen – und zwar: „Macht das Marketing professionell. Begnügt euch nicht mit 70%-Lösungen, sondern macht das, was ihr macht, 100%ig. Aber vergesst eines nicht: Die Branche lebt von der Beziehung von Mensch zu Mensch – trotz aller Digitalisierung. Marketing managen und Gastlichkeit leben. Sich liebevoll um Gäste kümmern und ein strukturiertes Marketing organisieren. Die Welt der Technik – kombiniert mit wahrer Herzlichkeit. Das ist die Kombination, die den Lebensnerv des Hotels trifft. Diese Balance zwischen online und offline zu beherrschen, ist eine der Schlüsselaufgaben."

Veranstalter Manfred Kohl, Geschäftsführer des Hotel- und Tourismus-Consulting-Unternehmens Kohl & Partner, zog sein Resümee und erzählte, was ihn persönlich am meisten beschäftigt. Seine Aussage: „Marketing kann die Seele des Hauses nicht ersetzen!"

Aber: Erfolgreiches Marketing kann nur auf Basis einer gut entwickelten Unternehmens-Strategie funktionieren. Diese sollte in fünf Sätzen leicht erklärbar sein und auf einem Post-it Platz haben. Und Online-Marketing sollte mit Offline-Marketing kombiniert werden.

Offline im Urlaub angesagt

„Im Zeitalter der Digitalisierung erlebt die Offline-Beziehung eine Renaissance. Der Urlaubserfolg wird von Emotionen bestimmt – und daher kommt Offline jetzt wieder groß heraus", so Kohl.



© Kohl & Partner

Das Motto des Meetings war „Online-Marketing ist Pflicht, Offline-Marketing ist Kür".

Potenzielle Gäste können sich heute schlecht entscheiden und suchen Entscheidungshilfen. Im Sales-Gespräch wurden vor zehn Jahren Daten und Fakten weitergetragen. Jetzt sind individuelle Gespräche mit Ehrlichkeit und Wertschätzung notwendig.

„Wenn wir pro Tag von 6.000 bis 13.000 Werbebotschaften getroffen werden, wehren wir uns mit selektiver Wahrnehmung. Geschichten mit Emotionen können jedoch die Brücke zur Wahrnehmung beim Gast schaffen", so Kohl.

KTM-Rahmenprogramm

Begeistert hat die Teilnehmer auch das hochtourige Rahmenprogramm des Kohl & Partner Marketing Day am Red Bull Ring in Spielberg, wo u.a. Führungen durch die Boxengasse, regionale kulinarische Köstlichkeiten und KTM X-Bow-Race-Taxifahrten geboten wurden. Insgesamt zehn Taxifahrten mit dem revolutionären Sportwagen KTM X-Bow wurden unter den Teilnehmern verlost. *(gb)*

Indonesien Münchner Veranstalter Lotus Travel Service setzt in unserem Hochsommer auf die Inseln Bali und Lombok, weil das Klima dann ideal ist

Paradies-Feeling in den Tropen

„Balis kleine Schwester“ Lombok hat einsame Regenwälder, Traumstrände und Unterwasserwelten.

GEORG BIRON

München. Unvergessliche Erlebnisse und auch herrliche Strandurlaube versprechen die Urlaubsziele Bali und Lombok. Denn unsere Sommermonate sind die beste Reisezeit für diese Inseln in Indonesien. Es gibt glitzerndes Wasser, tropische Vegetation und angenehm warme Temperaturen mit nicht so hoher Luftfeuchtigkeit wie in den Wintermonaten.

Rundreise und Badeurlaub

Die Inseln sind für ihre Vielfalt der Kulturen, ihre Rituale und Mythen, aber auch ihre facettenreiche Landschaft mit den üppigen Reisfeldern, Seen, Stränden, Schluchten, Bergen und Dschungeln sehr bekannt geworden.

Der Münchner Asienspezialist Lotus Travel Service bietet vor Ort die viertägige Rundreise „Feuerberge & Göttersitze“ auf Bali schon ab 375 € p.P. im DZ an, ehe im Anschluss die Hideaways Como Shambala Estate und Villa Flow beste Entspannung versprechen.

Im Reisebaustein enthalten sind die Übernachtung in ausgewählten Hotels der Mittelklasse mit Halbpension, die Fahrt im Pkw mit Klimaanlage und Englisch sprechendem Fahrer, das Besichtigungsprogramm während der Rundreise inklusive aller Eintrittsgebühren, Transfers und Steuern sowie ein Englisch oder Deutsch sprechender Reiseführer vor Ort.

Eine Kombination aus Rundreise und Strandurlaub wartet auch auf der Nachbarinsel Lombok mit dem dreitägigen Reisepaket „Lombok – stille Schönheit“: Zum Ab-Preis von 535 € p.P. heißt es hier die Insel erkunden, ehe das Fünf Sterne Hotel Tugu Lombok lockt – mit 18 Bungalows, Villen und Suiten.

Reiseleiter ist inklusive

Das Haus bietet atemberaubende Ausblicke auf den Ozean und empfängt Gäste in stilvollem Ambiente mit antiken Türen, Zeremonienhallen, Teichen, Pavillons und Skulpturen. 18 Bungalows, Villen und Suiten versprechen absoluten Komfort, während exzellente Therapeuten im „Hening Swarga-Spa“ mit balinesischen Massagen, Peelings, Blütenbädern und Schönheitsbehandlungen sowie Yoga und Meditation verwöhnen.

Das Lombok-Package ist bereits ab 535 € p.P. buchbar. Darin enthalten sind der Flug ab Bali nach Lombok und zurück, alle Transfers und anfallenden Steuern, die Fahrt im Pkw mit Klimaanlage und einem Englisch sprechenden Fahrer, die Übernachtungen mit Halbpension, das Besichtigungsprogramm inklusive aller Eintrittsgebühren und selbstverständlich einem Englisch oder Deutsch sprechenden Reiseführer vor Ort.



© Lotus Travel Service

Villa Flow auf Bali: Hideaway mit einem privaten Strand und gutem Service.

Kroatien Einsame Strände

Rad-Urlauber

Rab. Die kroatische Adriainsel Rab punktet mit einem ganz besonderen Badeerlebnis: Wer stille Buchten für sich allein bevorzugt, der radelt per Bike zu seinem ganz persönlichen Robinson-Strand oder lässt sich einfach von einem Taxiboot hinbringen.

Berühmt ist Rab nicht nur für die malerische Altstadt mit den markanten vier Türmen, sondern auch für die herrlichen Badestrände und Bikerouten. Insgesamt stehen für Radurlauber rund 157 km mediterrane Wege bereit (und zusätzliche 144 km Spazier- und Wanderwege). Vorbei an historischen Kulturdenkmälern und malerischen Orten, eröffnen sich dabei immer wieder prächtige Panoramablicke auf stille Buchten für einen entspannenden Sprung ins Meer.

Darüber hinaus verführen die gemütlichen Restaurants und urigen „Konobas“ (Landgasthäuser) mit traditionellen Fischgerichten und Meeresfrüchten zum genussvollen Zwischenstopp.

Gemächlichere Radfahrer bevorzugen eine gemütliche Tour entlang der Küstenpromenaden, etwa zwischen der Altstadt von Rab und Barbat. Insgesamt gibt es auf Rab sieben Ortschaften. Die gleichnamige, von einer Stadtmauer umgebene Inselhauptstadt gilt als eine der schönsten Altstädte im Adria-Raum. Im stilvollen Ambiente finden zahlreiche klassische Konzerte statt, und die beleuchtete Promenade präsentiert sich bei Sommerfesten und Fischernächten besonders stimmungsvoll. *(gb)*



© TVB Kvarner

Die Insel Rab eignet sich auch perfekt für abwechslungsreiche Radtouren.



SHORT

Kongress-Stadt Wien auf Platz 3 weltweit



© panthermedia.net/kasto

Wien ist einer der gefragtesten Orte für internationale Kongresse.

Wien/Amsterdam. Nach der ICCA (International Congress and Convention Association), deren Ranking 2014 Wien auf dem zweiten Platz als internationale Kongress-Destinationen weltweit ausweist, hat nun auch die UIA (Union of International Associations) ihre Statistik publiziert; hier belegt Wien, wie schon im Vorjahr, Platz 3.

Platz 1 hält Singapur vor Brüssel, nach Wien landete Paris auf Platz 4. Es folgen Seoul, Tokio, Madrid, Barcelona, Bangkok und Berlin. Im Länderranking landete Österreich mit 583 Veranstaltungen auf dem 7. Platz. Der Wien-Anteil am gesamtösterreichischen Ergebnis beträgt 72%. *(gb)*

Forststraßen-Öffnung für die Mountainbiker

Innsbruck. Der Bundesausschuss des Alpenvereins sagt „Ja" zum Mountainbiken auf Forststraßen. Diese wurden für das Befahren von tonnenschweren Lkws angelegt und öffnen somit ohne Aufwand viele Straßenkilometer zum Radfahren.

„Es ist höchste Zeit: Im Vergleich zu Bayern, Südtirol und der Schweiz hinkt Österreich hier deutlich nach", so Andreas Ermacora, Präsident des Österreichischen Alpenvereins, der die Gleichstellung von Wanderern und Radfahrern auf Forststraßen fordert. *(gb)*

Traditionsunternehmen sponsern Hotelzimmer



© Hotel Donauwalzer

Das Hotel Donauwalzer in der Ottakringer Straße 5 hat Themenzimmer.

Wien. Einzigartig ist das neue Raumgestaltungskonzept des Wiener Hotels Donauwalzer, das zwölf namhafte Traditionsbetriebe der Bundeshauptstadt mit einbezieht. Der gesamte 5. Stock ist ab sofort ganz im Zeichen von „Wiener Originalen" designt: von Cafe Landtmann und dem Schwarzen Kameel über die Porzellanmanufaktur Augarten, Sissy Ringl Fiakerunternehmen und Piatnik bis hin zu Staud's Marmeladen oder der Ottakringer Brauerei.

Jedes der zwölf Unternehmen hat ein Zimmer gesponsert, es dekoriert und gewidmet bekommen. „Die Zimmer sind einmalig und spiegeln den Geist und die Tradition der jeweiligen Firma wider", betont Katharina Kluss, Direktorin und Gastgeberin im Hotel Donauwalzer. *(gb)*

Convention Bureau Tirol Die Tiroler Tagungsprofis zelebrierten 10 Jahre Jubiläum in den Swarovski Kristallwelten

Tagungswirtschaft in Tirol

Zahlreiche Touristiker folgten der Einladung, um Rückschau auf ein erfolgreiches Jahrzehnt zu halten.

DINO SILVESTRE

Innsbruck/Wattens. Grund zum Feiern gab es am vergangenen Wochenende für die gesamte Tiroler Tagungswirtschaft: Das Convention Bureau Tirol (CBT) zelebrierte seinen ersten „runden" Geburtstag.

Rund 180 Gäste aus Tourismus und Wirtschaft bzw. der österreichischen Kongress-Branche waren der Einladung des Convention Bureaus Tirol gefolgt, um passend zur Sommer-Sonnenwende einen funkelnden Abend im Zeichen der Tagungswirtschaft zu feiern.

Neben einem informativen und launigen Rückblick auf die zehnjährige „Erfolgsgeschichte" und einem Ausblick auf die Zukunft stellte die Auszeichnung der Partner der ersten Stunde einen der Höhepunkte des Abends dar.

Ganz besonders bedankten sich die Verantwortlichen bei Georg Lamp, dem ehemaligen Geschäftsführer des Congress Innsbruck, der wesentlich zur Entstehung des Convention Bureaus beigetragen hat und über die Jahre ein wertvoller Begleiter war.

Starkes Segment geschaffen

„Ohne Georg Lamp gäbe es das Convention Bureau Tirol nicht. Er war einer der wichtigsten Geburtshelfer, der sich unermüdlich dafür einsetzte, dass die Tagungswirtschaft im touristischen Gesamtkonzert ihre wichtige Stelle erhält – der Erfolg gibt ihm recht", so Josef Margreiter (Tirol Werbung).

Im Jänner 2005 formierten sich 32 Tiroler Partner unter der Federführung der Tirol Werbung zum Convention Bureau Tirol. Erklärtes Ziel: Den Seminar-, Tagungs-, Kongress- und Incentive-Tourismus unter fachkundiger Führung zu bearbeiten, damit Tirol in diesem Segment stärker reüssieren kann.



© Convention Bureau Tirol

In Feierlaune (von li.): Harald Gohm (Standortagentur Tirol), Christine Stelzer (CBT Bureau Tirol), Georg Hechenblaikner (Alpbach), Stefan Isser (Kristallwelten).

Zehn Jahre später können die Verantwortlichen auf eine echte Erfolgsgeschichte zurückblicken und nützen diesen Anlass für einen Branchentreff.

„Für uns alle ist es selbstverständlich, dass sich das CBT Tag für Tag um die Tagungswirtschaft kümmert", so Margreiter.

Mehr als 300 spezielle Anfragen pro Jahr bearbeitetet das Team rund um Christine Stelzer, die das Convention Bureau Tirol seit der Gründung leitet.

St. Martins Therme & Lodge European Health & Spa Award ging an die Anlage im burgenländischen Seewinkel

St. Martins ist das „beste Thermenresort"



© Agency for Health & Wellness/European Health & Spa Award

Markus Pfeffer (Leiter Marketing & Sales), Olivia Peter (Moderatorin), Florian Perteneder (Leiter Thermen & Treatments) und Klaus Hofmann (Geschäftsführer; von li.).

Frauenkirchen. Er gilt als „Oscar" der Gesundheits- und Wellnessbranche und ab sofort ist er auch im Seewinkel zu Hause: Bei der Verleihung des European Health & Spa Award 2015 konnte sich die burgenländische St. Martins Therme & Lodge, ein Resort der Vamed Vitality World, als Gewinner in der Kategorie „Bestes Thermenresort" (Best Thermal Resort) gegen nationale wie internationale Konkurrenten durchsetzen.

Die European Health & Spa Awards werden von der Agency for Health & Wellness in zehn Kategorien vergeben: vom „besten Day Spa" über die „besten Behandlungen" bis hin zur umfassenden Kategorie „bestes Thermenresort". Die einreichenden Betriebe werden dabei von einer Fachjury im Rahmen eines Mystery Checks auf Herz und Nieren geprüft.

Ebenso werden Aspekte wie das Gesamtkonzept, der Webauftritt und die Positionierung auf dem Markt und gegenüber den Gästen evaluiert.

Vier „Brillanten" erreicht

Zusätzlich zu Titel und Platzierung werden die Betriebe je nach Punktezahl auch mit ein bis vier „Brillanten" ausgezeichnet.

„Auch hier kann sich die St. Martins Therme & Lodge über vier von vier möglichen Brillanten freuen", freut sich Klaus Hofmann, Geschäftsführer der St. Martins Therme & Lodge. *(gb)*

Sommer-Events In acht Ferienorten wurden Angebote zum Thema „Wandern mit der ganzen Familie" präsentiert

Salzburger Sportwelt eröffnet Almsommer

Flachau. In den acht Ferienorten der Salzburger Sportwelt (Flachau, Wagrain-Kleinarl, St. Johann-Alpendorf, Radstadt, Altenmarkt-Zauchensee, Eben und Filzmoos) weiß man, dass ein Urlaub genau am schönsten ist, wenn der Alltag weit weg und der Himmel nah ist.

Auf den Spuren der Kräuter

Bestens markierte Wanderwege, mehr als 30 Almen, neun Bergbahnen, 14 Themenwanderwege und zwei Erlebnisberge sorgen heuer für ein authentisches Almsommer-Erlebnis.

Bereichert wird der Urlaub in der Region durch geführte Kräuter-, Orchideen- oder Kraftplatzwanderungen sowie abwechslungsreiche Events.

Der Salzburger Almsommer ist ein durch und durch authentisches Urlaubsvergnügen: Bestens markierte Wanderwege aller Schwierigkeitsgrade führen zu romantischen Almen und hinauf zu markanten Gipfeln.

Auf den urigen Hütten warten hausgemachte Köstlichkeiten und naturnahe Übernachtungsmöglichkeiten – etwa für jene, die auf dem 350 km langen Salzburger Almenweg unterwegs sind.

Mit der Bahn zum Gipfel

Die Salzburger Sportwelt verfügt über ein vielfältiges Angebot für Groß und Klein: Besonders praktisch sind die neun Bergbahnen, die Wanderer ohne große Anstrengung in Gipfelnähe befördern. Für jede Menge Abwechslung sorgen 14 Themenwanderwege; viele von ihnen sind kinderwagentauglich und können auch mit Kleinkindern gut bewältigt werden.

Moderne Berg-Inszenierung

Zwei Themenberge versprechen ein Bergabenteuer der besonderen Art: Auf dem Geisterberg in Sankt Johann geht's ins Reich der Wasser-, Feuer-, Erd- und Luftgeister. In der Natur- und Bergerlebniswelt Wagraini's Grafenberg erwartet Besucher eine Berg-Inszenierung mit mehr als 30 Abenteuerstationen auf 1.700 m Seehöhe.



© Markus Berger/TVB Flachau

„Hinauf auf die Alm und hinein ins Urlaubsvergnügen!" lautet das Motto im Sommer.

Mit dem „Post-/Wanderbus"

Radstadt z.B. ist ein Etappenort des Almenweges. Der örtliche TVB bietet dazu an, vier oder sieben der 31 Etappen des Wegs kennenzulernen. Zu den Höhepunkten der Wanderung zählen u.a. die Südwienerhütte, die Oberhütte am Oberhüttensee, der Aussichtsberg Roßbrand mit Blick auf mehr als 150 Alpengipfel und der Tappenkarsee als höchstgelegener Bergsee der Ostalpen.

Bei Übernachtung auf der Hütte braucht man nicht das ganze Gepäck mitzunehmen, sondern kann es ohne Aufpreis während der gesamten Aufenthaltszeit im Quartier in Radstadt lassen. Die Ausgangspunkte der Etappen sind zudem ideal mit dem Post-/Wanderbus zu erreichen. *(gb)*

Gartensommer Niederösterreich Als Pflanzen verkleidete Pantomimen erwecken die Gärten mit Tänzen zum Leben

Wenn die Pflanzen in den Gärten lebendig werden

Tourismuslandesrätin Bohuslav: „Gartentourismus ist fixer Bestandteil unserer Tourismusstrategie".

DINO SILVESTRE

St. Pölten. Heuer haben sich 60 Gartensommer-Partner das Ziel gesetzt, unter der Dachkampagne von „Natur im Garten", der ecoplus, der NÖ-Werbung und der „Gärten Niederösterreichs" die Sommergefühle ihrer Gäste zu stimulieren. Unter dem Motto „Das Paradies so nah" sollen Besucher zum Entspannen und Entdecken verführt werden.



© Niederösterreich Werbung/Hartringer

Präsentation des Gartensommer Niederösterreich-Programms unter dem Motto „Das Paradies so nah" (von li.): Living Plant-Mimose, Christoph Madl, Geschäftsführer Niederösterreich-Werbung, Tourismuslandesrätin Petra Bohuslav und Living Plant Rose.

Mit großer Liebe zur Natur

„Der Garten ist für viele Menschen ein Synonym für Lebensqualität geworden: Er dient als Erholungsort, Treffpunkt für Familien, Nahrungsmittellieferant, Wohnort für viele Nützlinge sowie als Spiel- und Entdeckungsfläche für Kinder. Dementsprechend sollten wir den Garten mit viel Liebe zur Natur pflegen. Beim Gartensommer in Niederösterreich zeigen die Schaugarten-Besitzer, Partnerbetriebe sowie Profis von ‚Natur im Garten', wie das am besten gelingt", so LH-Stellvertreter Wolfgang Sobotka.

> „Die Vollmondnächte bilden den Höhepunkt des Gartensommers Niederösterreich. Im Vorjahr kamen rund 7.500 Besucher."
>
> **CHRISTOPH MADL**
> **GESCHÄFTSFÜHRER**
> **NIEDERÖSTERREICH-WERBUNG**

Der Gartensommer Niederösterreich umfasst über 300 Veranstaltungen für Familien, Paare, Singles und Genießer. Kulinarische Köstlichkeiten über kulturelle Veranstaltungen bis hin zu Übernachtungs-Packages werden geboten.

Dazu Niederösterreichs Tourismuslandesrätin Petra Bohuslav: „Der Gartentourismus ist ein fixer Bestandteil unserer Tourismusstrategie. Lebenslust und Wohlbefinden sind zwei der drei verfolgten Stoßrichtungen, die auch Besucher der Gärten in Niederösterreich erleben."

Dem Gartensommer haben sich mehrere Initiativen der NÖ-Werbung angeschlossen: Zwölf Wirtshauskultur-Betriebe, fünf Top-Heurige und neun Genießerzimmer-Gastgeber stellen ihre Gärten – ob Gastgarten oder Weingarten – in den Sommermonaten in den Mittelpunkt, um ihre Gäste mit Sommergefühlen zu verwöhnen.

„Living Plants" treten auf

Erstmals dabei ist die einzigartige Veranstaltungsreihe „Living Plants – bewegende Pflanzengeschichten": Als Pflanzen verkleidete Künstler streifen durch den Garten und erwecken ihn durch pantomimische und tänzerische Darstellungen zum Leben.

Diese Live-Programme finden in den Sommermonaten insgesamt 36 Mal bei den Gartensommer-Partnern statt. Alle Infos zum Gartensommer Niederösterreich findet man unter gartensommer.info.

Vollmondnächte im Garten

Am 2. Juli, 31. Juli und 29. August 2015 offerieren die Gartensommer-Partner ganz besondere, ausgesuchte Programme für die Familie oder romantische Stunden sowie ausgesuchte kulinarische und kulturelle Erlebnisse.

„Die Vollmondnächte sind eindeutig der Höhepunkt des Gartensommers Niederösterreich. Im letzten Jahr besuchten allein diese drei Veranstaltungen rund 7.500 Besucher", so Christoph Madl, Geschäftsführer NÖ-Werbung.

Erlebnisplan GmbH Familiendestination setzt neue Benchmark mit 12 Mio. € Invest

Größter Erlebnispark der Alpen

Serfaus/Luzern. „Wir haben den Erlebnispark Hög als in sich schlüssige und konsequente Sommerinszenierung des neu errichteten Beschneiungsteichs konzipiert. Nach zwei Jahren Bauzeit und einer Investitionssumme von rund 12 Mio. Euro wurde der ganzheitliche Themenpark nun feierlich eröffnet", so Roberto Di Valentino vom Schweizer Kreativbüro Erlebnisplan GmbH in Luzern.

Serfaus als Vorreiter

Mit mehr als 20 Attraktionen rund um das Thema Almkultur und Holzwirtschaft ist die Bezeichnung „Erlebnispark" bei Besuchern aller Altersklassen Programm.

Rund um den als Badesee bewilligten Beschneiungsteich begeistert jetzt eine neu errichtete Gastronomie, die 1,5 km lange Sommerrodelbahn Schneisenfeger, ein Flößerteich über einer versunkenen Almwirtschaft sowie eine zerfallene Stallung, die als Balancierpfad dient.

Dazu Di Valentino: „Dieses Attraktionsangebot, gepaart mit einer schlüssigen Alpkultur-Story und verpackt im Versprechen eines Erlebnisparks, wird die Benchmark für zukünftige Entwicklungen sein – und zwar weg vom klassischen Themenweg hin zur durchdachten touristischen Freizeitanlage. Noch nie wurde ein solches Projekt in diesem Umfang und dieser Stringenz umgesetzt. Die Familiendestination Serfaus bleibt damit ihrer Vorreiterrolle treu."

Seit sechs Jahren konzipieren Matthias Imdorf und Di Valentino mit ihren zehn Mitarbeitern touristische Attraktionen im deutschen Sprachraum. So tragen neben dem Erlebnispark Hög noch weitere österreichische Inszenierungen die Erlebnisplan-Handschrift, etwa der Langenlois Weinthemenweg und die Turracher Höhe Almzeit. Allein diesen Sommer folgen acht weitere Eröffnungen. *(gb)*


© erlebnisplan.com

Die Schweizer Erlebnisplan-Macher haben eine Attraktion in die Landschaft gestellt.

SHORT

Awards für das größte Passagierwachstum


© Flughafen Wien

Nach der Verleihung der Airline Awards gab's Branchen-Small-Talk.

Wien. Der Flughafen Wien hat nun zum dritten Mal Airline Awards verliehen: Die diesjährige Auszeichnungen gehen an niki/airberlin, Ethiopian Airlines und Air China. Diese Fluglinien verzeichneten 2014 das höchste Passagierwachstum am Standort Wien.

„Das Wachstum erfolgt im touristischen Segment – z.B. nach Spanien und Griechenland", so Thomas Suritsch, niki-Geschäftsführer. *(gb)*

Kristallwelten in Tirol haben länger geöffnet

Wattens. In der Ferienzeit verlängern die Swarovski Kristallwelten in Tirol ihre Öffnungszeiten. Von 9. Juli bis 12. September 2015 ist täglich von 8:30 bis 19:30 Uhr geöffnet, jeden Donnerstag, Freitag und Samstag sogar bis 22:00 Uhr.

Dazu gibt es für die Besucher sommerliche Highlights: Am 14. August findet ein Dinner im Garten statt, am 29. August werden die Kristallwelten bei einer Mondscheinführung in silbriges Licht getaucht. *(gb)*


© Swarovski Kristallwelten

Feine Stimmungen gibt es durch die längere Öffnungszeit in den Ferien.

Angerichtet

„Backhendlsalat" von Hühnerstreifen in Sesampanade, mit Kernöl-Espuma

Zutaten für 4 Personen

600 g Hühnerbrust, in Streifen
400 g Pflücksalat
20 g Sesam, 300 g Kartoffeln
125 ml Schlagobers
6 cl Kürbiskernöl
Mehl, Brösel, Ei zum Panieren
Essig, Öl, 2 EL Zucker
Zwiebel, Cherrytomaten, Schnittlauch, Petersilie


© Schick Catering (2)

Zubereitung

Kartoffeln in der Schale kochen, warm schälen und in Scheiben schneiden. Zucker und Essig verrühren, über die warmen Kartoffeln gießen. Mit etwas Öl (evtl. Rindsuppe) vermengen, mit Schnittlauch, Petersilie, Salz und Pfeffer abschmecken. Sesam und Brösel vermengen, Hühnerbruststreifen panieren und ausbacken. Espuma: Schlagobers und Kernöl in der ISI-Flasche aufschäumen. Kartoffelsalat anrichten, Blattsalat darüber verteilen, mit Olivenöl und Cherrytomaten marinieren. Espuma in Gläser füllen, Hühnerbruststreifen auf dem Salat drapieren.

Sommer im Hofgarten des Hotels & Restaurants Stefanie!



www.schick-catering.at
Schick Hotels & Restaurants Wien
Taborstraße 12, 1020 Wien
Tel. +43 1 211 50 520
bankett@schick-hotels.com

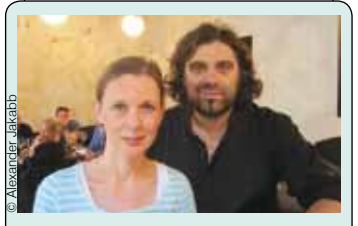
Ihr Catering-Spezialist für Firmenfeiern und Events

GOURMET-CORNER



ALEXANDER JAKABB

Aufgetischt



© Alexander Jakabb

Manuela und Konstantin Filippou in ihrem neuen Bistro „o boufés".

Wien. Sternekoch Konstantin Filippou hat schon länger ein Faible für Natural Wines, die auch in seinem Restaurant dominieren. Ein Lokal ist nicht genug, deswegen hat er ein Bistro namens „o boufés" (griechisch Buffet) gleich nebenan letzte Woche eröffnet. Dort gibt es ein Sammelsurium von „Raw"-Weinen aus Nah und Fern und zahlreiche auch glasweise. Diese „anderen" Weine sind für Filippou ideale Begleiter zu seinem Kochstil. Puristisch gestaltet, werden auf zwei Ebenen mit einem „Schankraum" auch neue Kreationen „Bistro"-like kredenzt, wobei neben heimischen SchmankerIn der hellenistische kulinarische Einfluss eine Rolle spielt, wie Rinderbackerl Stifado, marinierter Schweinebauch mit Erbsenpüree, Hühnerinnereien mit Ei, Gebackenes Kalbsbries mit Verjus, Gefüllte Wachtel mit Linsenragout und Gänseleber oder sein Klassiker Sepia mit Blunze und das zu wohlfeilen Preisen. Ideal für den schnellen coolen Business Lunch-Treff.

o boufés
Dominikanerbastei 17 | 1010 Wien
Tel. 01 512222910
www.konstantinfilippou.com

Mo-Fr 12-14, 18-22:30 Uhr
Wochenende & Feiertage geschlossen

Bewertung (1–10; 10 = top):

Genuss:	**Business**
Küche: 8	Kommunikation: 8
Service: 8	Lage/Parkplatz: 7
Getränke: 7	Image/Publikum: 8
Ambiente: 8	Frequenz: 8
Preis: 9	Webinfos: 8

Berufsweltmeisterschaften Besonders in touristischen Berufen zählt Österreich zur Weltspitze

Das Team Austria für die WorldSkills in Brasilien

35 Österreicher gehen in Sao Paulo im August an den Start, um ihr Können unter Beweis zu stellen.

ALEXANDER JAKABB



© Alexander Jakabb

WKO-Präsident Christoph Leitl, flankiert von der Tourismusberufe-Delegation Alexander Stockl, Thomas Penz, Elisabeth Schlechtriemen sowie Franziska Ehgartner und Rudolf Wolfschluckner.

Wien/Sao Paolo. Österreichs Vertreter haben in den letzten Jahren bei den Berufs-Europa- oder Weltmeisterschaften immer sehr gut abgeschnitten. Letztes Jahr im französischen Lille wurde Österreich mit insgesamt 19 Medaillen Berufs-Europameister.

Im August werden über 1.000 Teilnehmer aus über 70 Nationen ihre handwerklichen Fertigkeiten in knapp 50 unterschiedlichen Berufen bei den WorldSkills unter Beweis stellen. Ziel dieser weltweiten Plattform der Berufe ist es, junge Fachkräfte zu fördern und neue, innovative Wege der Berufsbildung zu entwickeln.

„Mit unserer Berufsausbildung zählen wir zur Weltspitze und das werden wir heuer in Sao Paulo einmal mehr unter Beweis stellen", postuliert die Sonderbeauftragte der WKO für WorldSkills und EuroSkills, Renate Römer.

Dabei sein ist alles

Das Team Austria wird von fünf weiblichen und 30 männlichen Teilnehmern, die höchstens 22 Jahre alt sein dürfen, vertreten. Ermittelt wurden die talentierten Damen und Herren bei den jeweiligen österreichischen Staatsmeisterschaften in ihrem Berufszweig. Mit auf der Reise sind 31 Fachdisziplin-Experten, die sich mit ihren Schützlingen um die Vorbereitung auf den Wettbewerb kümmern. „Genau diese jungen, motivierten Menschen sind es, die den Wirtschaftsstandort Österreich auszeichnen", freut sich WKO-Präsident Christoph Leitl bei der Verabschiedung der Teilnehmer.

Für den Kochberuf wird Thomas Penz die rot-weiß-rote Fahne hochhalten; Erfahrung mit Wettbewerben hat der junge Tiroler schon: bei EuroSkills 2014 in Lille konnte er die Auszeichnung „Medaillion for Excellence" entgegennehmen und erkämpfte mit dem österreichischen Team die Goldmedaille. Dem Hotelierssohn wurde der Kochlöffel schon in die Wiege gelegt, sein Vater selbst Koch, ist er im eigenen Betrieb „The Penz" quasi in der Küche aufgewachsen. Er hat die Tourismusschule Villa Blanka in Innsbruck mit Matura absolviert. Praktische Erfahrung konnte Thomas während den Ferien im 3-Michelin-Sterne Restaurant Vendome, Bergisch Gladbach und im Steirereck, Wien sammeln.

Normalerweise dürfen nur ausgelernte Lehrlinge bei den internationalen Berufsmeisterschaften antreten, aber mit Begehrlichkeit, Interesse und mit Unterstützung hat er es doch geschafft. Trainiert wird mit Alexander Stockl von der TS Klessheim und auch vom Wifi Innsbruck kommt Unterstützung.

Parkhotel Pörtschach

In der Berufskategorie „Restaurant Service" konnte sich Franziska Ehgartner qualifizieren, die ihre duale Berufsausbildung im Parkhotel Pörtschach und in der Berufsschule in Warmbad Villach, die vierjährige Lehre zur Gastronomiefachfrau mit Maturaabschluss absolviert hat. Bei den letzten WorldSkills 2013 in Leipzig holte Anja Omann, ebenso aus dem Parkhotel Pörtschach, einer gute Kaderschmiede, in der selben Disziplin die Bronzemedaille für Österreich.

Auch Franziska Ehgartner hat im seinerzeitigen elterlichen Betrieb schon Gasthaus-Atmosphäre schnuppern können und wusste von klein an, dass sie sich diesem Genre verschreiben wird. Ihre Betreuer sind die Experten Rudolf Wolfschluckner und Elisabeth Schlechtriemen von der Berufsschule Altmünster/OÖ.

WORLDSKILLS

Die österreichische Delegation für WorldSkills 2015 wird von den Wirtschaftskammern Österreichs, den Bundesministerien für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft, für Bildung und Frauen sowie für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz finanziert.

WorldSkills International ist eine Organisation mit Sitz in den Niederlanden, die alle zwei Jahre die Berufsweltmeisterschaften ausrichtet. SkillsAustria koordiniert als nationales Sekretariat innerhalb der Wirtschaftskammerorganisation.

medianet wünscht allen österreichischen Teilnehmern ein erfolgreiches Abschneiden in Brasilien.

Eingeschenkt

Scheiblhofer Shiraz Perfection 2012
Vater Johann und Sohn Erich Scheiblhofer sind in der Gunst, aus dem besten Lagen Andaus im Seewinkel vollmundige, fruchtbetonte Weine mit perfektem Trinkfluss zu keltern. Ihre bekanntesten Weine sind Big John, Jois, Legend und der Battonage, eine Cuvée des gleichnamigen Clubs der „Fünf Wein-Musketiere". Die Scheiblhofers sind seit Jahren verwöhnt, da sie bei zahlreichen Wettbewerben ganz vorn dabei sind oder überhaupt gewinnen. So wie der Shiraz 2012, der in Barrique ausgebaut wurde und sich international messen kann.



© Weinplanet/F. Liepe

Scheiblhofer Shiraz
14% vol./trocken/Kork/Ausbau: Holz/ab Hof 26 €.
Milchschokolade, tiefgründige intensive Nase. Heidelbeere, kompakte Frucht, konzentrierter Saft, extraktsüß, herzhafte Säure, feines Tanningerüst, ausgewogen. Lange anhaltend, toller Wein.

Weingut Scheiblhofer
7163 Andau
02176/2610
www.scheiblhofer.at

WEIN GUIDE

Salon Österreich Wein Präsentation für Weinliebhaber

Tournee-Auftakt im Casino Baden

Baden bei Wien. Am Mittwoch, dem 24. Juni und Donnerstag, dem 25. Juni 2015, war es wieder einmal so weit: Die schönsten Weine des Landes konnten im Casino Baden verkostet werden.

Der Salon Österreich Wein geht nach seiner Erstpräsentation und Prämierung in Wien auf Tournee durch sechs Casinos in ganz Österreich und machte dabei jetzt den ersten Stopp im Casino Baden. 250 Weine und 10 Sekte warteten im feierlichen Rahmen des Festsaals auf die vinophilen Besucher.

Härtester Weinwettbewerb

Der Salon Österreich Wein wird zu Recht als härtester Weinwettbewerb des Landes bezeichnet.

Die scharfen Auswahlkriterien machen die Sieger des Salon zu gefeierten Mitgliedern des exklusivsten Weinkreises in Österreich.

Eine Nominierung aus mehr als 7.000 Weinen können nur die Weine erlangen, die sich durch die Landesprämierung des Weinbaugebiets durchgekämpft haben. Zum Zug kommen meistens international bekannte Weingüter, die einen großen Exportanteil haben. Sie sind für das positive Image im Ausland verantwortlich.

Das Nachschlagewerk - das Salon Buch - erscheint am 27. Juni in Trafiken und im Fachhandel.

Die nächsten Termine: 1. und 2. September : Casino Velden; 7. September: Casino Kleinwalsertal; 10. und 11. September Casino Innsbruck; 15. und 16. September Casino Salzburg; 29. und 30. September Casino Linz. *(gb)*



© Anna Stöcher

Die besten Weine Österreichs wurden gestern im Casino Baden verkostet.

Weingut Höpler Rot und Weiß aus dem Burgenland

Wein in der Trapp Family Lodge

Breitenbrunn. Johannes von Trapp, der jüngste Sohn der legendären Trapp Family Singers, ist seit 40 Jahren mit dem Weingut Höpler eng verbunden. Das US-Jubiläumswochenende auf Einladung Christof Höplers in der Lodge in Vermont vereinte zwei Familien und Unternehmen. Für geladene US-Partner des Winzers war es ein geschmacklicher und informativer Ausflug nach Österreich; dem Weinmacher brachte es geballtes Feedback aus dem US-Markt.

Export-Erfolge in den USA

Das Weingut hat eine Exportquote von 70%. Die USA sind das wichtigste Exportland – gefolgt von UK, den Niederlanden, Skandinavien, dem Baltikum und Deutschland..

Top-Restaurants wie das French Laundry im Napa Valley oder das Georges in La Jolla, beide in Kalifornien, kredenzen den Saft der burgenländischen Reben.

2014 wurden mit 90.000 Flaschen rund 10% mehr in die USA exportiert als 2013. Heuer, Jänner bis April, wurden 56% mehr Flaschen verkauft als im vorjährigen Vergleichszeitraum. Winzer Höpler verbringt jedes Jahr zehn Wochen in den USA, um Großhändler und Restaurantkunden zu besuchen. In 37 Bundesstaaten ist er vertreten.

2016 will Höpler mit Trapp kooperieren: In der Trapp Brauerei soll Bier in burgenländischen Weinfässern gelagert werden und als Spezialität auf den Markt kommen; auch ein gemeinsames Weinprojekt ist im Entstehen. *(gb)*



© hoepler.at

Der burgenländische Winzer Christof Höpler beliefert Gastronomie in USA.

careernetwork


© Verkehrsbüro Group


© JKU

NEUER UNI-LEHRGANG IN LINZ
„Real Estate Finance“ widmet sich der richtigen Bewertung von Immobilien **Seite 70**


© Christian Jungwirth

GENERIC MANAGEMENT
Lehrgangsleiter Hubert Biedermann erklärt das neue MBA-Programm in Leoben **Seite 71**

HANS-DIETER TOTH
VERKEHRSBÜRO


© J. Hornig

Das Beste aus jeder Kaffeebohne herausholen

Profil Johannes Hornig (29) macht das Grazer Familienunternehmen „röstfrisch“. **Seite 68**

Heißes Match Im Wettkampf mit Wifi und VHS hat das BFI Wien seine Marktposition weiter ausgebaut. **Seite 70**


© APA/EPA/Diwakant Solanki

GROSSER MANGEL
Kein „hausgemachter“ Trend – gut ausgebildete Fachkräfte fehlen nicht „nur“ bei uns, sondern auf der ganzen Welt. **Seite 69**

Offensive Aufstellung Rund 30 Profifußballer suchen einen neuen Arbeitgeber

Arbeitslose Kicker im VdF-Camp

Steinbrunn. Seit einigen Tagen gibt es wieder das Camp für arbeitslose Ballesterer der Vereinigung der Fußballer (VdF), einer Fachgruppe der Gewerkschaft der Gemeindebediensteten – Kunst, Medien, Sport, freie Berufe (GdG-KMSfB).

Im Doppelpass mit dem AMS erhalten Fußballer, die derzeit arbeitslos sind, im Landessport-Zentrum VIVA die Gelegenheit, sich fit zu halten und für neue Arbeitgeber zu empfehlen. Mehr als zwei Dutzend und somit zumindest zwei komplette Mannschaften haben sich bereits angemeldet. „Die Liste ändert sich beinahe stündlich, je nachdem, ob Spieler einen Verein finden oder plötzlich einen neuen suchen müssen“, meint Oliver Prudlo, der für die sozialen Belange zuständig ist.


© APA/EXPA
Auch Peter Hlinka würde über einen neuen Arbeitgeber jubeln.

Karriere danach

Geleitet wird das Training im Camp von Cheftrainer Paul Gludovatz, assistiert von Gerhard Schweitzer und Tormann-Trainer Werner Pentz.

Parallel zu den Trainingseinheiten werden die Spieler von der Organisation Kada (Karriere danach) unterstützt und beraten. *(pj)*



Alles andere als „kalter Kaffee“

Gründer Johann Hornig I. hätte es vermutlich gefreut: Dank Johannes IV. – Geschäftsführer seit 2011 – heißt „seine“ Firma auch nach 103 Jahren noch immer J. Hornig





© J. Hornig (2)

PAUL CHRISTIAN JEZEK

Wien. Er ist noch keine 30 jung und beschäftigt mehr als ein halbes Hundert Mitarbeiter in einer österreichischen Spezialitätenrösterei mit mehr als einem Jahrhundert Tradition – die Rede (eigentlich: Schreibe) ist von Johannes Hornig, der 2011 als 26-Jähriger zum Geschäftsführer des Familienbetriebs J. Hornig ernannt wurde.

Trotz der beinahe schicksalhaften Ausgangsposition war sich der Grazer BWL-Student damals im Gegensatz zu seinem gesamten Umfeld absolut nicht sicher, dass er jemals die Rösterei, die sein Urgroßvater gegründet hatte, übernehmen würde. Doch seine Interessen haben sich schließlich voll und ganz mit dem Potenzial überschnitten, das ein solches Unternehmen mit sich bringt. Und: Er konnte sein persönliches Credo einbringen, das da lautet: „Schluss mit: ‚Das haben wir immer so gemacht!‘“

Vor vier Jahren also startete Johannes Hornig der IV. mit einem kompletten Rebranding und Repositioning der Marke. 2008 war der Röstprozess komplett digitalisiert, und die Qualitätssicherung der Produktion damit auf Jahre hinweg gesichert worden. „Es ist immer noch das alte, sorgfältige Trommelrösten, nur leicht futuristischer“, lächelt Hornig. Heuer konnte der Electronic Dance Music-Fan seine Mission „weg von den alten Spielregeln“ nun tatsächlich realisieren: Er launchte ein völlig neues, nachhaltiges Produkt, das sich höchster Kaffeequalität in Verbindung mit „Direct Trade“ verschreibt und das, weil es eine Herzensangelegenheit ist, Hornigs eigenen Namen trägt: „Joho’s“.“

„Geschmack und Qualität stehen dabei im Mittelpunkt“, erklärt Hornig im Gespräch mit **media**net. „Dazu kommt die neue Entwicklung hin zu Nachhaltigkeit und fairen Bedingungen, die vor allem schon bei der jungen Generation von Bedeutung ist – und alle diese Punkte vereint der aktuelle Kaffee-Trend, die ‚Third Wave of Coffee‘. Surfer auf dieser Welle bevorzugen hochwertige Produkte und nachhaltigen Umgang mit Ressourcen.“

> „Mein Führungsstil ist kollegial und dabei feedback- und zielorientiert.“
>
> **JOHANNES HORNIG**

Mit Joho’s habe man diesen Entwicklungen Rechnung getragen, fasst Johannes Hornig das Konzept der neuen Spezialitätenlinie zusammen. Joho’s umfasst drei Kaffees aus Brasilien, Äthiopien und Guatemala. Die Bohnen werden im direkten Handel von den Produzenten im Ursprungsland bezogen – ganz ohne Umwege. „Direct Trade“ also, was Sicherheit für den Farmer ebenso wie für den Röster bedeutet. Die beiden vereinbaren einen *stabilen* Abnahme-Preis für den Kaffee; so können beide Seiten langfristig planen. „Direct Trade bedeutet aber auch, dass wir uns regelmäßig mit dem jeweiligen Kaffeefarmer austauschen“, sagt Johannes Hornig. Das ist auch der Grund, warum der Produzent für den Joho’s-Produktlaunch eigens aus Brasilien angereist ist.

„Mich verbindet mit J. Hornig ein gemeinsames Ziel: Wir wollen den bestmöglichen Geschmack aus den Bohnen herausholen“, sagt Kaffeebauer Ismael Andrade – auch er ist Familienunternehmer, wenn auch „erst“ in der dritten Generation. „Die Kirschen, die später die Bohnen für den Joho’s Brasilien liefern, heißen Yellow Icatu und reifen auf der Fazenda Sao Silvestre in 1.200 Meter Seehöhe.“ Diese Arabica-Varietät sei bekannt für ihre ausgeprägte Süße. Nach der Ernte werden die Früchte sortiert und getrocknet, das Fruchtfleisch entfernt und die Bohnen erneut zum Trocknen aufgelegt. Das nennt sich „Pulped Natural“. „Anschließend schicke ich die Bohnen direkt nach Graz“, sagt Ismael Andrade.

Schonender Trommelwirbel

In der steirischen Hauptstadt angekommen, wird der Rohkaffee weiterverarbeitet. Seit 1912 schwört J. Hornig auf die traditionelle Trommelröstung. „Durch dieses besonders schonende Verfahren wird das geschmackliche Potenzial der Kaffeebohne mit allen 1.000 Aromastoffen voll ausgeschöpft“, erklärt Johannes Hornig.

Schonend ist das Verfahren deshalb, weil nur bei niedrigen Temperaturen geröstet wird. Dass dieses Verfahren seine Zeit dauert, ist klar – bis zu 20 Minuten verbringen die Bohnen in der Trommel.

Doch das Warten zahlt sich aus: Die Röstmeister können die Temperatur variieren und so auf die Besonderheiten des Rohkaffees eingehen. Andrades Joho’s Brasilien hat ein nussiges Aroma und einen sehr süßen, ausbalancierten Geschmack mit guter Fülle und leichter Säure. Äthiopien (aus Didu) besticht durch ein blumiges, fruchtiges, würziges Aroma und zeigt sich im Geschmack mit guter Fülle und dezenter Säure. Guatemala (aus Lampocoy) riecht hingegen schokoladig und entfaltet beim Trinken eine mittlere Fülle, mit würzigem Körper und einer guten Säure.

> „Von Mitarbeitern erwarte ich Eigeninitiative und hohe Identifikation mit dem Unternehmen.“
>
> **JOHANNES HORNIG**

„Ich will den besten Geschmack aus jeder Kaffee-Bohne herausholen“, beschließt Johannes IV. das Gespräch – das zumindest haben die Hornigs „schon immer so gemacht“ …

ZUM UNTERNEHMEN

1912 wurde „Hornig, vormals Schnürch“ als Kolonial- und Specerei-Fachgeschäft eröffnet. Schon ein Jahr später spezialisierten sich Johann und Luise Hornig auf Kaffee (und Tee). Nach dem 2. Weltkrieg wandelte Johann II. das Firmenhauptquartier in ein Großhandelsgeschäft um. Nach dem Umzug ins neue Gebäude in der Waagner-Biro-Straße 1960 verfügte man über die damals größte ebenerdige Lagerhalle Österreichs, eine Teepackerei und eine riesige Kühlanlage. Eine neue Großrösterei wurde gebaut – bis dahin war immer noch mit der Trommel von 1928 geröstet worden. 1983 führte man 160 Geschäfte und suchte eine neue Herausforderung. So expandierte Hornig Kaffee in ganz Österreich.
2005 folgte die Kehrtwendung, als sich die Familie nach dem erfolgreichen Aufbau entschloss, den Großhandel, die Gastronomie und das Spezialitätengeschäft abzugeben und sich (wieder) nur noch auf Tee und vor allem auf Kaffee zu konzentrieren. *www.jhornig.at*

10 Fragen

AN JOHANNES HORNIG

Als Kind wollte ich immer schon …
… mehr über die Wirtschaft wissen.

Erfolg ist …
… mit aller Konsequenz das zu machen, was einen ausfüllt. Erfolg ist, seiner Begeisterung nachzugehen.

Für die Karriere ist wichtig …
… Fokus, Fleiß, Begeisterungsfähigkeit, Teamfähigkeit.

Mein Lebensmotto:
Mit Vergnügen rösten.

Jungen Menschen würde ich raten …
… den Blick über den Tellerrand zu wagen. Sich international zu informieren, zu reisen und immer offen für Neues zu sein. Die Veränderungen in der Welt sind jeden Tag in unserem kleinen Land erlebbar. Wir brauchen weltoffene Leute, die sich diesen Veränderungen stellen.

Die Bedeutung von Geld ist:
… ein Hygienefaktor. Besser man hat’s, als man hat es nicht. Menschliches Glück ist allerdings nur bis zu einem gewissen Grad käuflich.

Ein Buch, das mich berührt hat:
… „Siddhartha“ von Herman Hesse.

Wohin ich unbedingt reisen möchte …
Malaysia.

Woran ich glaube …
Leistungsprinzip und Chancengleichheit.

In 20 Jahren werde ich …
… ca. die Hälfte meiner Karriere hinter mir haben :-)

ZUR PERSON

Johannes Hornig (geb. am 18.11. 1985) hat einen BWL-Bachelor (KF Uni Graz) sowie einen Master an der European Business School London. „Beruflich würde mir auch die Unternehmensberatung Spaß machen – oder europäische Politik“.
Hobbies: Reisen, Wirtschaft, Geschichte, Sport (Laufen, Tennis, Cross Fit).

ManpowerGroup-Studie Höchster globaler Wert seit Beginn der Wirtschaftskrise, leichte Entspannung in Österreich

Zu wenig Handwerker

Alle reden über den Fachkräftemangel – hier gibt's die aktuellen konkreten Daten & Fakten dazu.

Wien. Weit mehr als ein Drittel – konkret: 39% – der österreichischen Arbeitgeber hat aktuell aufgrund des Fachkräftemangels Schwierigkeiten bei Stellenbesetzungen. Die gute Nachricht: Diese Zahl ist im Vergleich zum Vorjahr um drei Prozentpunkte leicht gefallen und liegt nur mehr knapp über dem globalen Durchschnitt.

Weltweit ist der Prozentanteil jener Arbeitgeber, die Schwierigkeiten bei der Besetzung offener Stellen haben, hingegen weiter gestiegen: Waren es 2014 noch 36, sind es 2015 38%.



© Manpower Group

Erich Pichorner, Managing Director der ManpowerGroup Österreich.

Begehrteste Berufsgruppen

Über die größten Schwierigkeiten berichten Österreichs Arbeitgeber laut aktueller Talent Shortage Survey bei der Besetzung von Facharbeitern/Handwerkern, Technikern und Fahrern.

Facharbeiter/Handwerker führen seit 2012 das Ranking der meistgesuchten Berufsgruppen in Österreich an. Techniker sind 2015 vom 3. Platz auf den 2. Platz vorgewandert. Die Fahrer rutschen vom 6. auf den 3. Platz. Assistenz/Bürokräfte (4. Platz) sowie Krankenschwestern/Pfleger (10. Platz) sind 2015 neu in den Top 10. Hotel- und Gastgewerbe sowie Vertriebsleiter fallen hingegen 2015 aus den Top 10 der meistgesuchten Berufsgruppen heraus.

Etwa die Hälfte – 46% – der österreichischen Arbeitgeber gibt an, dass sich der Fachkräftemangel negativ auf die Befriedigung der Kundenbedürfnisse auswirkt (20% berichten einen starken, 15% einen mittleren und 11% einen geringen Einfluss).

Die Konsequenzen von Fachkräftemangel seien neben der verminderten Fähigkeit, Kundenbedürfnisse zufriedenzustellen (78%) eine minimierte Wettbewerbsfähigkeit/Produktivität (55%), eine geringere Mitarbeiterloyalität/Arbeitsmoral (49%), eine minimierte Innovationskraft und Kreativität (47%) sowie höhere Kompensationskosten (44%) und eine erhöhte Mitarbeiterfluktuation (43%).

Als Gründe für den Fachkräftemangel nennen österreichische Arbeitgeber das Fehlen von geeigneten Kandidaten bzw. Bewerbern überhaupt (48%) sowie den Mangel an Hard Skills (43%) und Soft Skills (20%).

„Der Fachkräftemangel nimmt weltweit zu", sagt Manpower-Chef Erich Pichorner. „Heuer wurde der höchste globale Wert erreicht, seit die Wirtschaftskrise begonnen hat." Auch wenn in Österreich die Zahl leicht zurückgegangen ist, bedeutet dies für Pichorner „keine Entspannung": „Alarmierend ist für mich, dass 31 Prozent der Befragten derzeit noch keine Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel setzen, obwohl fast jeder zweite heimische Arbeitgeber (46 Prozent) angibt, Fachkräftemangel wirke sich negativ auf die Befriedung der Kundenbedürfnisse aus."

Ein Blick rund um die Welt

Global gestaltet sich die Suche nach dem richtigen Personal für die Arbeitgeber in Japan am schwierigsten (83%). In Peru (68%) und Hongkong (65%) haben zwei von drei Arbeitgebern Probleme bei Stellenbesetzungen, in Brasilien und in Rumänien kämpfen 61% der Arbeitgeber mit Fachkräftemangel.

Zum vierten Mal in Folge sind auch weltweit Facharbeiter und Handwerker am schwierigsten zu besetzen. *(pj)*

IN ÖSTERREICH

Meistgesuchte Berufsgruppen 2015

1. Facharbeiter/Handwerker
2. Techniker
3. Fahrer
4. Assistenz/Bürokräfte
5. Manager und Executives
6. Vertriebsmitarbeiter
7. Ingenieure
8. IT-Fachkräfte
9. Finanz- und Rechnungswesen
10. Krankenschwestern/Pfleger

Zwei Sommerunis Die Themen sind Green Building Solutions sowie Alternative Economic and Monetary Systems

Nachhaltiges Bauen und Wirtschaften



© Panthermedia.net/Andriy Popov

Die OeAD-WohnraumverwaltungsGmbH veranstaltet zwei Sommeruniversitäten.

Wien. Vom 25.7. bis zum 16.8. findet zum bereits fünften Mal die Sommeruniversität „Green.Building.Solutions." gemeinsam mit Hochschulen statt: Es werden zentrale, ökologische, ökonomische, technische sowie gesellschaftliche Aspekte nachhaltigen und energieeffizienten Planens, Bauens und Wohnens aufgegriffen.

Außerdem veranstaltet die OeAD-Wohnraumverwaltungs GmbH gemeinsam mit der Universität für Bodenkultur Wien und der Gemeinwohl-Ökonomie vom 15. bis zum 31.7. zum zweiten Mal eine Sommeruniversität unter dem Arbeitstitel „Alternative Economic and Monetary Systems". Auf akademischer Ebene unterstützen neben der BOKU die Technische Universität Wien, die FH Burgenland und die Universität Tübingen das Projekt, auch Lebens- und Wissenschaftsministerium sind Partner.

Alternative Währungen

Thematischer Ausgangspunkt ist die Frage nach alternativen und innovativen Modellen eines nachhaltigen Finanz- bzw. Wirtschaftssystems. In Vorträgen, Workshops und hochkarätig besetzten Diskussionsrunden sollen die Teilnehmer neue Ideen und frische Ansätze kennenlernen und ihr Wissen vertiefen können. Aufgrund der aktuellen Griechenlandkrise ist das Thema einer Alternativwährung bei der Schulden- und Zinsproblematik wohl hochaktuell … *(pj)*

SHORT

Dieser Bildungscampus kommt gut an



© MA 19

Vorbildliche „Bildungsarchitektur" im zehnten Wiener Gemeindebezirk.

Wien. Der Bildungscampus Sonnwendviertel kann einen wahren Besucheransturm verzeichnen: Insgesamt 30 Fachdelegationen mit 260 Besuchern haben seit der Eröffnung im Oktober 2014 den innovativen Bildungsbau besucht, der architektonisch und pädagogisch Maßstäbe setzt.

„Wir konnten am Campus u.a. Delegationen aus der Schweiz, aus Pristina, Villach und Graz sowie zahlreichen Bundesländern begrüßen", sagt der Wiener Bildungsstadtrat Christian Oxonitsch. Im Vorjahr wurde der Bildungscampus auch für den Preis der EU für zeitgenössische Architektur, den „Mies van der Rohe Award", nominiert. *(red)*

AMS bewilligt keine Fachkräfte-Stipendien



© APA/Andreas Pessenlehner

Wegen hoher Arbeitslosigkeit wird das Geld anderwärtig gebraucht.

Wien. Der Sparkurs wirkt sich aus: Das Arbeitsmarktservice wird für 2016 und 2017 keine Fachkräftestipendien mehr bewilligen. Grund für die Sperre sei die gestiegene Arbeitslosigkeit und die daraus resultierende Notwendigkeit, die Fördermittel auf *arbeitsuchende* Menschen zu konzentrieren. Bereits laufende Stipendien könnten aber fortgesetzt werden.

Das Fachkräftestipendium wurde im Juli 2013 eingeführt, um es gering und mittel qualifizierten Arbeitnehmern zu ermöglichen, sich mithilfe eines Stipendiums zu Facharbeitskräften in Mangelberufen ausbilden zu lassen.

Das AMS finanziert dabei für maximal drei Jahre das Fachkräftestipendium in Höhe der Ausgleichszulage. *(red)*

job börse

Die Auf- und Umsteiger der Woche im Kurzporträt.



© Pipelife/APA/Thomas Preiss

Franz Grabner

Pipelife Austria

Franz Grabner (53) ist neuer operativer Geschäftsführer von Pipelife Austria. Er ist bereits seit 1987 im Unternehmen tätig und war zuletzt Bereichsleiter für Vertrieb und Marketing. Grabner ist verheiratet und hat drei Söhne.



© WK Wien/Gerhard Weinkirn

Erwin Pellet

Wiener Einkaufsstraßen

Der erfahrene Einrichtungsfachhändler Erwin Pellet (66) hat in der Wirtschaftskammer Wien eine neue Aufgabe übertragen bekommen: WKW-Präsident Walter Ruck bestellte ihn zum Repräsentanten der Wiener Einkaufsstraßen.



© Verkehrsbüro Group

Hans-Dieter Toth

Verkehrsbüro Group

Die zuständigen Gremien haben Hans-Dieter Toth in den Aufsichtsrat der Österreichischen Verkehrsbüro AG gewählt. Zudem übernimmt der Top Manager den Aufsichtsratsvorsitz der Tochtergesellschaft Eurotours, die er 1980 gegründet hatte.



© Weichselbaum PR

S. Weichselbaum

Weichselbaum PR

Susanne Weichselbaum wird Chefin bei sich selbst. Ab 1.7. berät sie mit der neu gegründeten Weichselbaum PR u.a. Beiersdorf und hier insbesondere Nivea. Zuvor war Weichselbaum u.a. für die BBAG Holding und für Pleon Publico tätig.

SHORT

Frischer Wind mit der trialen Ausbildung



© Jäger Bau/Hilti

Die Baubranche will den Nachwuchs für ihren Beruf „trial“ begeistern.

Wien. Viele namhafte Industrieunternehmen setzen bereits auf Bildungspartnerschaften, also auf die triale Ausbildung – z.B. der Bautechnik-Spezialist Hilti, der im Bereich Lehrlingsausbildung mit „get up!“ kooperiert.

Trainiert werden dabei sowohl die eigenen Lehrlinge von Hilti als auch Lehrlinge von Kunden. Im Fokus stehen u.a. die Persönlichkeitsentwicklung und Entrepreneurship (unternehmerisches Denken), also Social-Skills und wirtschaftliche Basis- und Spezialthemen.

Lisa Burgholzer, HR Business Partner bei Hilti Austria: „Seit Ende 2012 unterstützen wir unsere Kunden aus dem Bauhaupt- und Nebengewerbe bei der Ausbildung ihrer Lehrlinge mit spannenden Trainings z.B. in der Messtechnik.“ *(pj)*

FH Campus Wien hat die höchste Qualität

Wien. Als erste österreichische Hochschule stand die FH Campus Wien im Finale für den Staatspreis Unternehmensqualität und errang dabei den Sieg in der Kategorie „Non-Profit“.

Die Jury strich besonders Relevanz und Anwendbarkeit der Studiengänge hervor. Das Audit für die Bewerbung brachte der FH Campus Wien als erster Uni im deutschsprachigen Raum auch die höchste Stufe im Qualitätsmanagement „Recognised for Excellence – 5 Star“ ein. *(jj)*

Die Richtung für ganz Europa heißt „dual“



© Panthermedia.net/Goodluz

Österreichs duale Ausbildung hat sich zum Exportschlager entwickelt.

Wien. Am 22. und 23.6. war der Präsident des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses (EWSA), Henri Malosse, zu Gast in Österreich, um bei seinen Gesprächen mit den Sozialpartnern und mit Minister Alois Stöger nähere Details des österreichischen dualen Ausbildungssystems kennenzulernen und zu prüfen, wie weit dieses Modell auch beispielgebend und richtungsweisend für ganz Europa sein könnte.

Vice versa hat Malosse einige jener Vorschläge präsentiert, die der EWSA erstellt hat, um die Jugendbeschäftigung anzukurbeln und die Integration von Migranten in den Arbeitsmarkt zu fördern. *(red)*

Kopf an Kopf Ein heißes Match gegen Wifi und die Volkshochschulen rund um Kompetenz und Kundenzufriedenheit

Das BFI Wien baut die Marktposition weiter aus

SORA-Erhebung bescheinigt sprunghaft gestiegene Markenbekanntheit & hohe Kundenzufriedenheit.

PAUL CHRISTIAN JEZEK

Wien. Fragt man weiterbildungsaktive Wiener nach bekannten Weiterbildungseinrichtungen, kommt 35% das BFI Wien spontan – also ungestützt – als erstes in den Sinn. Damit führt das BFI Wien erstmals den Wiener Erwachsenenbildungsmarkt im Top of Mind-Ranking an, wie eine jüngst vom SORA-Institut durchgeführte Studie belegt. Auf den Rängen folgen Wifi (Top of Mind: 28%) und VHS (Top of Mind: 11%). „Das ist nicht nur ein großes Kompliment für uns, sondern auch ein Beleg dafür, dass wir mit unserer 2011 eingeleiteten Neuausrichtung des BFI Wien auf dem richtigen Weg sind“, sagt Geschäftsführerin Valerie Höllinger, Geschäftsführerin des BFI Wien.

Klarer Kundenfokus

So konnte das Wiener Institut etwa bei der ungestützten Bekanntheit gegenüber 2008 um 21 Prozentpunkte zulegen und liefert sich in diesem Ranking ein Kopf an Kopf-Rennen mit dem Bildungsinstitut der Wiener Wirtschaftskammer. Zählt man ungestützte und gestützte Bekanntheit zusammen, liegen beide Institute gleichauf bei einer Bekanntheit von 93%. „Es gibt nur mehr wenige Wiener, die uns noch nicht kennen – unser Ziel ist es, auch diesen Menschen die große Bedeutung von Aus- und Weiterbildung näherzubringen“, setzt sich die Chefin des BFI Wien hohe Ziele. Österreichweit zeichnet sich ein ähnliches Bild; hier liegt das BFI mit einer Bekanntheit von ebenfalls 93% vor Wifi (91%) und VHS (88%).

Zurückzuführen sei dieser große Bekanntheitssprung u.a. auf die Qualitätsoffensive des eigenen Hauses: „Wir haben das Produktportfolio erweitert und optimiert, unsere Servicequalität deutlich erhöht und vor zwei Jahren mit dem Kundenorientierungsprogramm SMILE die größte Qualitätsoffensive des BFI Wien gesetzt“, sieht Höllinger in der Optimierung des Hospitality Managements und der Standortgestaltung, in der Vereinheitlichung der Trainerunterlagen, der Einführung eines Corporate Wordings, der Installation von IT-, FM-Helpdesks und eines zentralen Beschwerdemanagements sowie der permanenten Evaluation der Lerndienstleistungen entscheidende Wettbewerbsfaktoren.



© BFI Wien/Ian Ehm

BFI-Geschäftsführerin Valerie Höllinger: „Fast alle Wiener kennen uns.“

Ein wichtiger Puzzlestein für den Bekanntheitssprung sei auch die 2012 eingeführte neue Werbelinie. „Der Claim ‚Bildung. Freude Inklusive‘ spielt dabei nicht nur mit unseren Initialen, sondern bringt zum Ausdruck, dass es bei Bildung um *mehr* als nur um die bloße Wissensvermittlung geht. Und ich glaube, das hebt uns in der Diskussion über das Thema ‚Lebenslanges Lernen‘ doch vom Mitbewerb deutlich ab“, streicht Höllinger die von der Wiener Agentur Unique entwickelte Werbelinie hervor.

Ein weiterer Faktor der positiven Entwicklung des Bekanntheitsgrads sei, dass mit der neuen Werbelinie auch der Großteil der Landesorganisationen des BFI für einen einheitlichen Auftritt nach außen gewonnen werden konnte: „Hat früher jedes Bundesland marketingtechnisch seine eigene Strategie verfolgt, ziehen jetzt die meisten *gemeinsam* an einem Strang. Die Wirkung potenziert sich, denn das macht sich nicht nur bemerkbar, sondern auch bezahlt.“

Hohe Kundenzufriedenheit

Auch in Sachen Kundenzufriedenheit und Kompetenz konnte das BFI Wien laut der SORA-Erhebung reüssieren: Nicht weniger als 73% der Befragten sind mit der beim BFI Wien in Anspruch genommenen Leistungen zufrieden oder sogar sehr zufrieden.

Besonders punkten konnte man mit gutem Preis-Leistungsverhältnis, einfachem Anmeldeprozedere, guter Beratung, guten Kursunterlagen, mit Kurszeiten, die leicht mit Berufstätigkeit vereinbar sind, sowie den Fördermöglichkeiten für Seminare und Kurse. In all diesen Kategorien konnte das BFI Wien gegenüber 2008 teils zweistellige Zuwächse verzeichnen. „Dass uns 16% mehr Menschen als noch 2008 eine gute Beratung attestieren, um 19% mehr von unserer Praxisnähe überzeugt sind und auch 18% mehr Kunden von unserer einfachen Anmeldung begeistert waren, ist ein eindeutiger Indikator dafür, dass unsere Mitarbeiter den Kunden sehr genau zugehört und treffsicher auf deren Wünsche reagiert haben“, freut sich Höllinger über das positive Kundenfeedback. *(red)*

Executive-Bereich Real Estate Finance kommt

Neuer Universitätslehrgang in Linz

Linz. Der neue Universitätslehrgang „Real Estate Finance“ widmet sich der akademischen Weiterbildung in einem bisher universitär zu Unrecht eher wenig beachteten Bereich: Während das BIP nominell von 2008 bis 2012 um 7,03% gewachsen ist, hat der Immobiliensektor mit 20,9% Wachstum eine deutlich dynamischere Entwicklung gezeigt.

Zur Immobilienfinanzierung

Der Lehrgang an der Johannes Kepler Universität (JKU) richtet sich sowohl an bereits im Immobilienwesen tätige Personen zur Erweiterung und Vertiefung der relevanten Kenntnisse als auch an jene Personen, die neu in diesen Geschäftszweig einsteigen. Den Teilnehmern wird neben einem rechtlichen und volks- und betriebswirtschaftlichen Überblick eine Einführung und Vertiefung in die Immobilienwirtschaft (Immobilienrecht, Treuhandwesen, Facility Management) vermittelt.

Dieses Wissen dient den Studierenden als Bezugsstruktur für den Schwerpunkt des Lehrgangs, die Finanzierung (Hypothekarkredite, Anleihen, etc.) von Immobilien und deren Bewertung. Durch die Anwendung des theoretischen Wissens in der Analyse von Anwendungsfällen und im Immobilien-Projektmanagement sollen die beruflichen Anforderungen effizienter bewältigt werden können.

Den Absolventen wird der akademische Grad Master of Business Administration MBA (REF) verliehen. *(pj)*



© JKU

Volkswirtschaftler Günther Pöll hat den Universitätslehrgang (mit-)konzipiert.

Kooperativ Österreichs Arbeitnehmer geben sich flexibel

Arbeitszeit: Formel 12–60–24

Wien. Die Österreicher sind skeptisch, was die Idee einer Arbeitszeitverkürzung betrifft. Laut Market Institut stimmt die Hälfte der Aussage, „das Unternehmen müsste sparen und versuchen, dieselbe Arbeit in weniger Zeit unterzubringen, sodass der Stress steigt“, sehr zu, ein Drittel sorgt sich sehr ob der Auswirkungen für das eigene Unternehmen im Vergleich zum (oft internationalen) Mitbewerb.

Wenig überzeugt (19% bei Note 1) ist man hingegen davon, dass eine derartige Maßnahme zu zusätzlichen Anstellungen im Unternehmen führen würde, sagt market-GF Werner Beutelmeyer.

Keine teuren Überstunden

Auch einer Verteuerung der Überstunden kann eine Mehrheit nichts abgewinnen, so Beutelmeyer. Diese wäre aus der Sicht der Befragten ein Stressfaktor, da die meisten höheren Zeitdruck als Konsequenz sehen.

Grundsätzlich sind die Arbeitnehmer bereit, flexibler zu arbeiten (44% sagen ja, wenn sie im Gegenzug mehr Freizeit hätten, und 45%, wenn sie mehr verdienen), sehen ihre Rechte im Job gewahrt (80%) und befürworten eine Lohnnebenkostensenkung.

WKO-Präsident Christoph Leitl rät zu flexibleren Arbeitszeiten: „Wenden wir dafür die Formel 12–60–24 an: 12 Stunden maximale Arbeitszeit in maximal 60 Wochenstunden und die Möglichkeit, 24 Monate durchzurechnen.“ (Anm.: Derzeit ermöglichen die Kollektivverträge maximal 12 Monate.) *(pj)*



© Oberösterreichische Apothekerkammer/APA-Fotoservice/Pichler

W. Beutelmeyer: „Teurere Überstunden werden als Stressfaktor angesehen.“

Internationale Ausrichtung Total Quality Management (TQM), Umwelt-/Nachhaltigkeits-, Energie- sowie Risikomanagement und noch einiges mehr

Generic Management in Leoben

Lehrgangsleiter Hubert Biedermann erklärt **media**net das neue MBA-Programm an der Montanuni.

Leoben. Generic Management ist ein moderner Managementansatz, der relevante Themen besonders umfassend miteinbezieht und zu einem ganzheitlichen Managementsystem – eben Generic Management – zusammenführt.

medianet: *Herr Biedermann, wie lauten Ihre wichtigsten Themen und wer sind Ihre Zielgruppen?*
Hubert Biedermann: Themen des Programms an der Schnittstelle Wirtschaft-Technik sind u.a. Total Quality Management (TQM), Umwelt-/Nachhaltigkeits-, Energie- sowie Risikomanagement. Unser MBA-Programm „Generic Management" ist damit die wahrscheinlich umfassendste Managementausbildung, die in Österreich (vielleicht sogar in Europa) offeriert wird – und das auf einer der europaweit renommiertesten Universitäten.

Primär (aber nicht ausschließlich) sind Personen mit technischer oder naturwissenschaftlicher Ausbildung bzw. in technologieorientierten Unternehmen angesprochen, die ihr Know-how um Managementwissen und -methodik umfassend erweitern und sich auf Führungsaufgaben gut vorbereiten wollen. Darüber hinaus werden Teilnehmer spezifisch auf ihre Führungsaufgabe vorbereitet, in der sich die Themen in der Vernetzung stellen. Die Fachkompetenz wird um die entsprechenden Methoden- und Sozialkompetenzen im Rahmen der Ausbildung erweitert und ergänzt. Die Praxis zeigt, dass Absolventen nach dieser Ausbildung auch intuitiv rascher und sicherer in ihrer Führungsaufgabe entscheiden können.

Besonders praxisorientiert

medianet: *Wie lautet Ihr Ansatz in Bezug auf die unternehmerische Praxis?*
Biedermann: Es handelt sich um kein ‚statisches' Modell, sondern generisches Management wird konkret am Bedarf der Industrie und ihrer Führungskräfte ausgerichtet, adaptiert und weiterentwickelt. So sind laufend Module in Bearbeitung, wodurch dieses Managementprogramm – aufbauend auf den bestehenden Grundfächern – immer stärker spezifisch bzw. nach individuellem bzw. Unternehmens-Bedarf zusammengesetzt werden kann. Im Fokus stehen dabei jeweils Effizienz- und Effektivitätssteigerungen von Wirtschaftsbetrieben. Und: Die Modelle werden vorweg einem Sparring mit Unternehmenspartnern unterzogen.

medianet: *Das Programm ist also besonders praxisorientiert?*
Biedermann: Schauen Sie, Praxisorientierung ist auf einer Technischen Universität im Grunde eine Selbstverständlichkeit. Praxisbeispiele, Cases und Diskussionen – gemeinsam mit Führungskräften aus der Industrie – sind jedenfalls explizit Teil des Programms, genauso wie Abschlussarbeiten, die Themen aus den Unternehmen der Teilnehmer aufgreifen. Als Tool durch die Module hindurch wird eine Modellfirma eingesetzt, die ein produzierendes Unternehmen repräsentiert.

Für viele Teilnehmer ist das Programm ein direktes Sprungbrett für den nächsten Karriereschritt. Nachdem die Ausbildung berufsbegleitend zu absolvieren ist, können die Inputs direkt in die Anwendung übergeführt bzw. aktuelle Themen und Herausforderungen behandelt werden.

medianet: *Und es wird auch über die Grenzen hinausgeschaut?*
Biedermann: Die internationale Ausrichtung ist ein Basis-Ansatz der Montanuniversität sowie ihrer Ausbildung zum MBA. Dies bezieht sich auf die Ausrichtung selber, andererseits auf den Teilnehmerkreis. Die Integration der englischen Sprache in Kooperation mit dem Partner Berlitz und seiner spezifischen Trainingsmethode durch Native Speaker unterstreichen diesen Charakter.

medianet: *Wie ist das Standing von ‚Generic Management' im Markt?*
Biedermann: Laut Umfragen in der Industrie belegt die Montanuniversität mit ihrem MBA-Programm alljährlich eine Topposition; unter den anbietenden Technischen Universitäten sind wir die Nummer 1.

Darüber hinaus wird der hohe Standard unseres Managementprogramms durch das Qualitätsgütesiegel der internationalen Akkreditierungsgesellschaft FIBA bestätigt. Die Industrieumfragen heben auch immer wieder als wesentliches Element der Ausbildungen den Zugang zu einem dauerhaften Absolventennetzwerk hervor.

Teilnehmer des MBA-Programms erfahren dadurch eine Unterstützung, die weit über die Ausbildungszeit hinausreicht.

Das MBA-Programm „Generic Management" an der Montanuniversität Leoben ist viersemestrig und berufsbegleitend zu absolvieren; Unterrichtssprachen sind Deutsch und Englisch. *(pj)*
http://mba.unileoben.ac.at


© Christian Jungwirth
H. Biedermann: „Absolventen des MBA-Programms benoten es mit ‚Sehr gut'."





Extrem begehrt!

Der Universitätslehrgang Marketing & Sales[WU]

Infoabend
10. September 2015, 18 Uhr
Welthandelsplatz 1
1020 Wien

› Der „neue" Werbelehrgang
› Neues Format – geblockte Module Freitag nachmittags und Samstag ganztägig
› Parallel zur beruflichen Karriere
› 18 Monate kompakte und praxisbezogene Weiterbildung

ulg@wu.ac.at, +43-1-313 36-4816, www.executiveacademy.at/ulg



HEROLD dialog

Extreme Leistung – und das zum kleinen Preis: **MDOnline (Marketingdaten Online)** ist mit Abstand Österreichs stärkste Firmendatenbank und liefert wochenaktuell bis zu 465.000 Personen- und 350.000 Unternehmensdaten. Damit kann man seinen Außendienst effizient steuern, B2B-Zielgruppen einfach und präzise übers Web selektieren und ganz bequem mit Direct Mails beschicken. Ein Mausklick und schon kümmert sich der HEROLD um Layout, Druck und Versand. Auf Wunsch mit Geomarketing-Funktion und deutschen Daten. **Mehr Infos: http://marketingdaten.herold.at, Tel. 02236/401-38161**