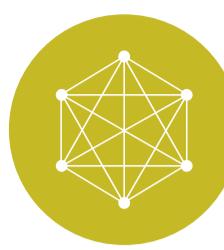


# medianet

BUSINESS PROMOTION



15. Jahrgang  
No. 2004  
Euro 4,-  
Freitag,  
18. September 2015



**326 mal das Riesenrad:**  
Toyota Hybrid spart  
80.000 Tonnen CO<sub>2</sub> **II-III**

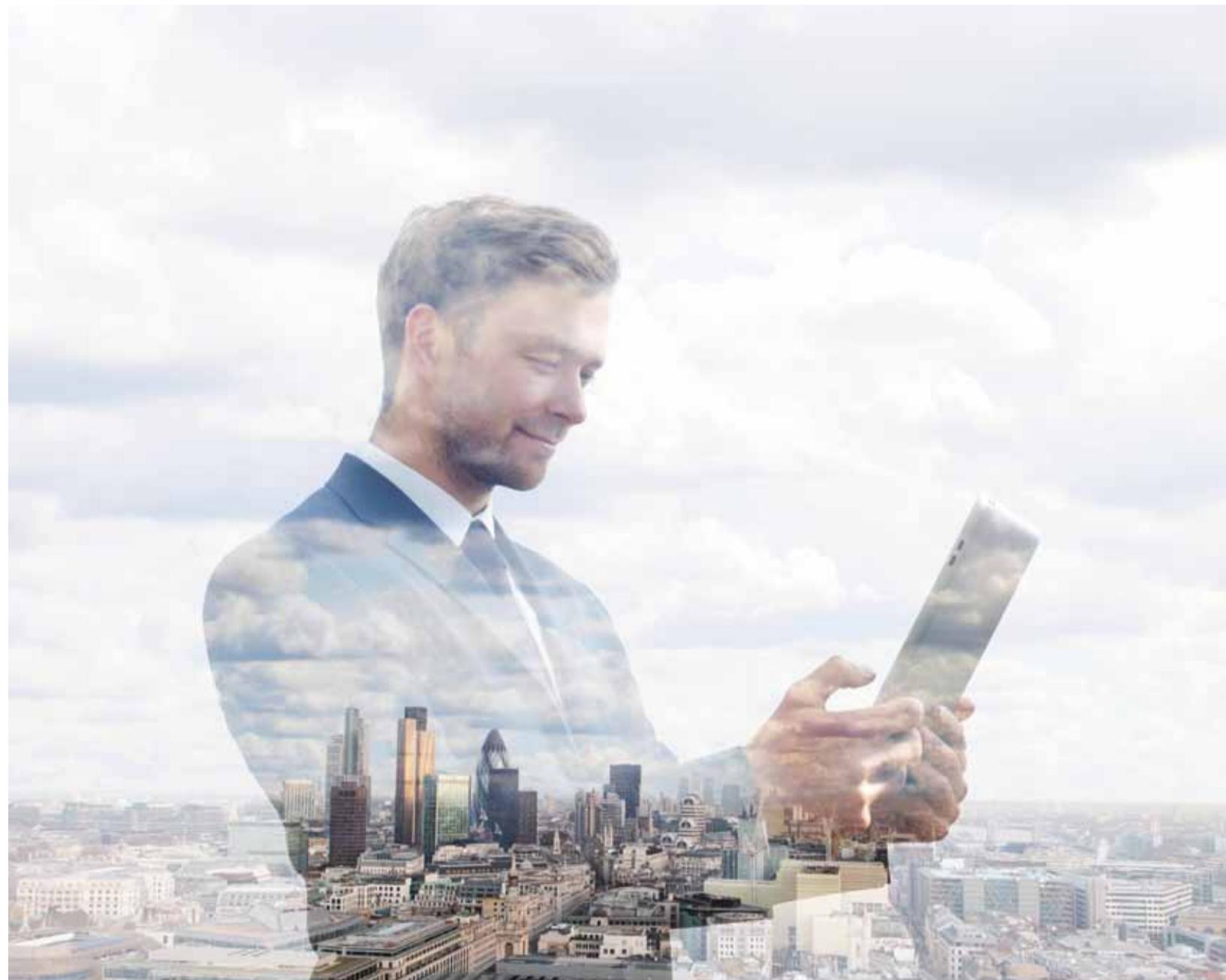
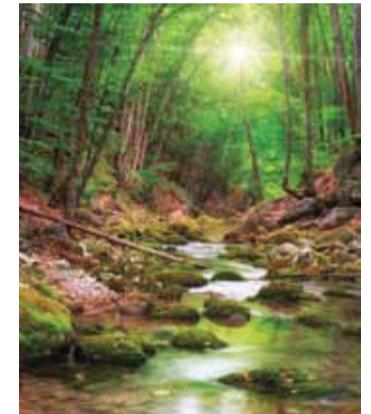
**Sieben Toyota-Modelle**  
unter 100 g/km, drei  
unter 80 g/km! **IV-V**

**Neuer Avensis mit**  
Toyota Safety Sense und  
Diesel aus Österreich **V**

**Mirai ab Ende 2016:**  
keine NoVA, Vorsteuer-  
abzug, kein Sachbezug **V**

## Suchen Sie auch ein neues Auto, liebe/r medianet-Leser/in?

Ab 2016 müssen Arbeitnehmer höhere Steuern für ihr Firmenauto bezahlen. Nur Autos mit sehr niedrigem Verbrauch sind ausgenommen. **II**



**BUSINESS-MARKE TOYOTA**  
*Grünste Marke,  
höchste Qualität,  
niedrige Kosten*

Als grünste Automarke mit höchster Qualität und niedrigen Betriebskosten ist Toyota ein idealer Partner für Unternehmen. Mit dem Firmenkundenservice Toyota Business Plus kümmert sich ein spezielles Team um individuelle Lösungen und Rundumservice. Die Vorteile für Flotten-Kunden sind zahlreich: Speziell durch das fortschrittliche Toyota Hybridsystem sinken die laufenden Kosten massiv. In Sachen Qualität belegen unabhängige Statistiken Toyotas Führungsposition. Hinzu kommt die Vorbildrolle: Toyota hat seit 1997 über acht Millionen Hyridfahrzeuge verkauft und der Umwelt damit viele Millionen Tonnen CO<sub>2</sub> erspart. In einem 360-Grad-Ansatz reduziert Toyota schädliche Auswirkungen auf die Umwelt nicht nur im Fahrzeug, sondern auch in den „unsichtbaren“ Ebenen wie Entwicklung, Produktion und Entsorgung. Mit drei Siegen bei der Interbrand-Studie „Best Global Green Brands“ gilt heute Toyota als grünste Marke weltweit, quer durch alle Branchen.



**Sparen durch Innovation** Elf von 13 Toyota-Modellen unterschreiten CO<sub>2</sub>-Grenzwert für den Sachbezug neu. **IV**

**Hybrid, Diesel, Benzin** Toyota kann drei Antriebsarten anbieten. **III**



© Toyota (5)

## Sachbezug neu: Fast alle Toyota-Mo

Firmenautos werden immer ökologischer, und zwar per Gesetz: Nur die fortschrittlichsten Modelle sind von der neuen Steuererhöhung ausgenommen. Toyota ist in der Vorbildrolle. Mit elf von 13 Modellen können Dienstnehmer die empfindliche Erhöhung des Sachbezugs umgehen.

**B**ei der aktuellen Steuerreform werden Fahrer von Dienstautos zur Kasse gebeten. Der Sachbezug für Firmenfahrzeuge, die auch privat genutzt werden, steigt ab 2016 von einhalb auf zwei Prozent. Das klingt nicht dramatisch, ist aber für jeden Arbeitnehmer im Geldbörse spürbar. Ein Beispiel: Für ein Firmenauto, das 30.000 Euro kostet, muss der Arbeitnehmer künftig 600 Euro statt 450 Euro pro Monat versteuern. Der maximale Sachbezug wurde auf 960 Euro pro Monat angehoben. Durchschummeln ist weiterhin ausgeschlossen: Wie bisher gilt bereits die Fahrt zur Arbeit als privat, es müssen also de facto alle zahlen.

### Zahlreiche Fahrzeuge bis zur Mittelklasse unter 130 g/km

Bei Toyota können Dienstnehmer mit elf von 13 Modellen die empfindliche Erhöhung des Sachbezugs umgehen. Durch besonders sparsame Antriebe unterschreiten zahlreiche Fahrzeuge bis hinauf zur Mittelklasse in ihren sparsamsten Varianten den CO<sub>2</sub>-Grenzwert von 130 g/km: Aygo, Yaris, Auris, Auris Touring Sports, Verso, Avensis, Avensis Touring Sports, RAV4, Prius, Prius+, Prius Plug-in. Ab dem Jahr 2017 wird der CO<sub>2</sub>-Grenzwert für den Sachbezug um drei Gramm pro Jahr gesenkt, sodass er schon im Jahr 2020 bei 118 g/km liegt. Toyota unterschreitet diesen Grenzwert bereits heute mit neun von 13 Modellen und zeigt, dass seine Technologie

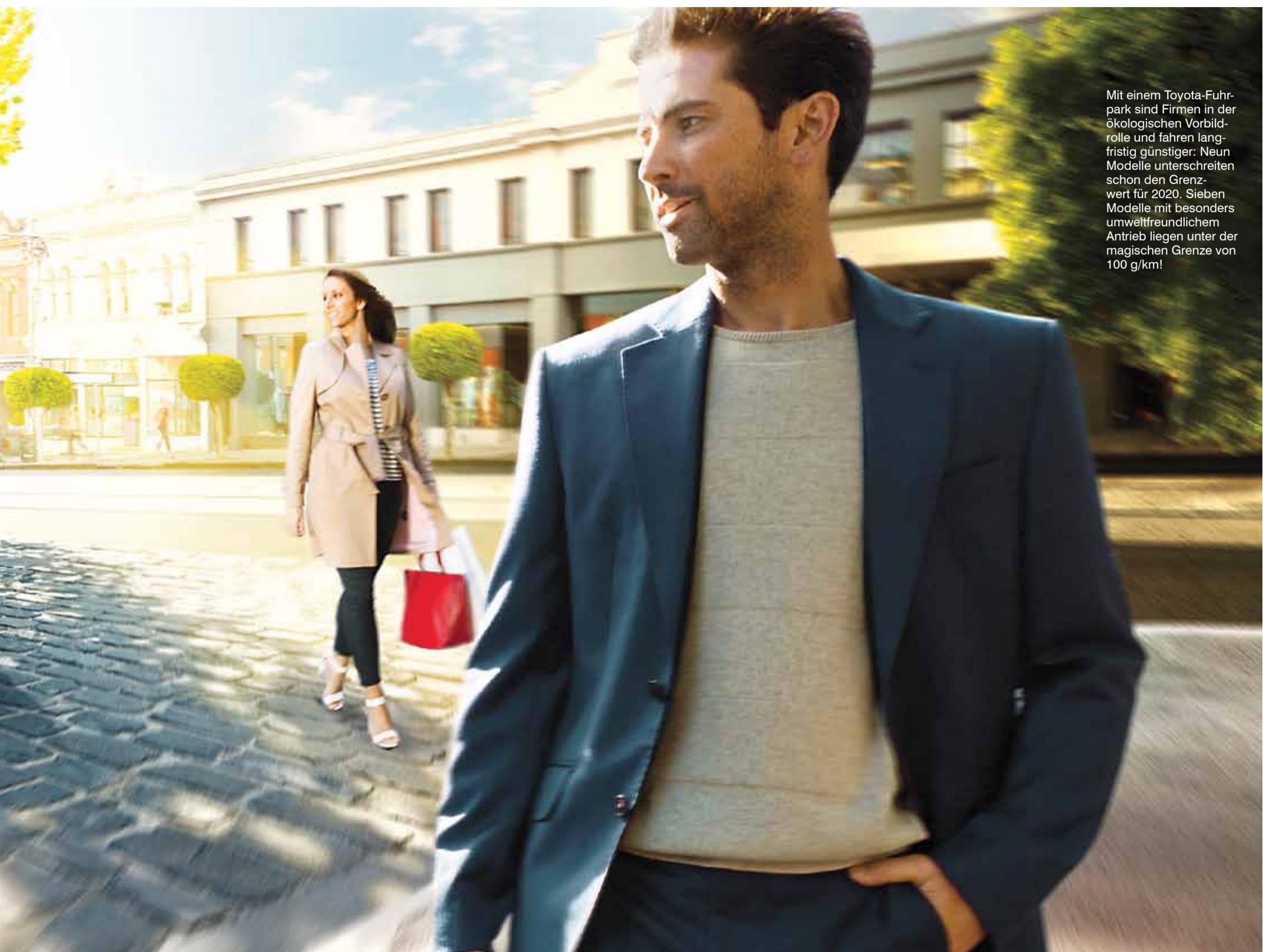
der Entwicklung um Jahre voraus ist. Innovative Technik, speziell Hybrid, senkt den CO<sub>2</sub>-Ausstoß sogar bei sieben Modellen unter die magische Grenze von 100 g/km. Drei Modelle unterschreiten 80 g/km.

### Einziger Hersteller mit drei Antrieben auf breiter Basis

Als einziger Hersteller kann Toyota drei Antriebsarten auf breiter Basis quer durch die Modellpalette anbieten – jede Antriebskraft hat ganz besondere Vorteile. Die effizienten Benzинmotoren brillieren mit besonders attraktiven Einstiegspreisen und hervorragendem Preis-Leistungs-Verhältnis, ganz besonders in den kleineren Klassen. Die sparsamen Dieselmotoren sind ideal für die Langstrecke. Sie stammen aus eigener Produktion oder aus der Kooperation mit BMW. Die Selbstzündler für Auris und Avensis wer-

den zum Teil in Österreich gefertigt und leisten einen beachtlichen Beitrag zur heimischen Wertschöpfung. Hybrid überzeugt mit Eco-Rekorden und niedrigen Betriebskosten, bringt aber vor allem die Fahrfreude zurück in den stressigen Verkehr: Herrlich gleichmäßig und unglaublich leise, entsteht ein entspanntes Komforterlebnis, das andere Antriebe nicht bieten. Das Drehmoment des E-Motors ermöglicht zugleich kraftvolle Beschleunigung und ein dynamisches Fahrgefühl. In Österreich entscheidet sich bereits jeder vierte Toyota-Kunde für den innovativen Hybridantrieb. Zwei Drittel aller in Österreich verkauften Hybridfahrzeuge sind von Toyota. Durch die Toyota-Hybridmodelle kam es in Österreich bisher zu einer CO<sub>2</sub>-Einsparung von 80.000 Tonnen, das entspricht dem 326-fachen Gewicht des Wiener Riesenrads.





Mit einem Toyota-Fahrpark sind Firmen in der ökologischen Vorbildrolle und fahren langfristig günstiger: Neun Modelle unterschreiten schon den Grenzwert für 2020. Sieben Modelle mit besonders umweltfreundlichem Antrieb liegen unter der magischen Grenze von 100 g/km!

# delle unterschreiten den Grenzwert

## Fakten

### Sachbezug für Dienstautos steigt

Der Sachbezug für Firmenfahrzeuge, die auch privat genutzt werden, steigt ab 2016 von eineinhalb auf zwei Prozent. Beispiel: Für ein Firmenauto, das 30.000 Euro kostet, muss der Arbeitnehmer künftig 600 Euro statt 450 Euro pro Monat versteuern. Der maximale Sachbezug wurde auf 960 Euro pro Monat angehoben. Wichtig: Auch der Weg in die Arbeit gilt bereits als private Nutzung. Fährt der Arbeitnehmer nachweislich weniger als 500 Kilometer pro Monat privat, kann er den halben Sachbezug ansetzen.

### Wie man die Erhöhung umgeht

Man kann die Erhöhung des Sachbezugs umgehen: Autos mit besonders umweltfreundlichen Antrieben sind von der Erhöhung ausgenommen und bleiben unverändert bei einerinhalb Prozent Sachbezug. Dank innovativer Technik unterschreiten bei Toyota zahlreiche Fahrzeuge bis zur Mittelklasse in ihren sparsamsten Varianten den CO<sub>2</sub>-Grenzwert von 130 g/km: Aygo, Yaris, Auris, Auris Touring Sports, Verso, Avensis, Avensis Touring Sports, RAV4, Prius, Prius+, Prius Plug-in.

## Drei Antriebe – spezifische Vorteile

Als einziger Hersteller kann Toyota drei Antriebsarten auf breiter Basis quer durch die Modellpalette anbieten – jede Antriebsart hat ganz besondere Vorteile.

### Hybrid – einzigartiges Fahrgefühl, niedrige Betriebskosten

Hybrid überzeugt mit Eco-Rekorden und niedrigen Betriebskosten, bringt aber vor allem die Fahrerfreude zurück in den stressigen Verkehr: Herrlich gleichmäßig und unglaublich leise, entsteht ein entspanntes Komforterlebnis, das andere Antriebe nicht bieten.



### Diesel – ideal für die Langstrecke, in Österreich produziert

Die sparsamen Dieselmotoren stammen aus eigener Produktion oder aus der Kooperation mit BMW, der Großteil wird in Österreich produziert. Ideal für die Langstrecke.



### Benzin – attraktive Einstiegspreise für die kleinen Klassen

Die effizienten Benzinmotoren brillieren mit besonders attraktiven Einstiegspreisen und hervorragendem Preis-Leistungs-Verhältnis.



# Toyota-Familie in der Vorbildrolle

Bestwerte beim CO<sub>2</sub>-Ausstoß: Die Toyota-Flotte bleibt bis zur Mittelklasse unter 110 g/km, in den meisten Fällen sogar unter 100 g/km. Mit einem Toyota-Fuhrpark sind Firmen in der ökologischen Vorbildrolle und fahren langfristig günstiger.



© Toyota (13)



REVOLUTION IN DER STADT

## Yaris

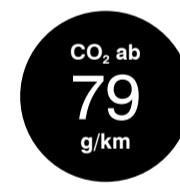
Neben den sparsamen Benzin- und Dieselfahrzeugen sorgt der einzigartige Hybridantrieb von Toyota für Aufsehen: Er macht den Yaris zu einem der sparsamsten Großserien-Stadtautos der Welt. Sensationelle Normverbrauchswerte unter vier Liter und einzigartig niedrige Emissionen schocken die Konkurrenz. Die niedrigen Betriebskosten brechen alle Rekorde. Der durch das X-Design markante Yaris Hybrid revolutioniert den Stadtverkehr aber auch mit seinem komfortablen Fahrstil: Er fährt gleichmäßig wie kein anderer Kleinwagen und fast ohne Geräusch.

### STARK WIE NIE

#### Auris

#### Auris Touring Sports

Mit dem Hybridantrieb gleitet der Auris extrem leise und entspannend, aber auch kraftvoll – ein neuer Komfortmaßstab. Die Dieselmotoren mit Normverbrauchswerten ab 3,9 Liter und der 1,2 Turbo Benzinmotor sind ebenfalls besonders sparsam. 2015 wurde der Auris überarbeitet und ist seither stark wie nie: Chromspannen und scharf geschnittene LED-Scheinwerfer prägen sein Design. Im Innenraum steigern hochwertige Oberflächen, sportliche Rundinstrumente und ein TFT-Farbdisplay die wahrnehmbare Qualität. Das Multimedia-System Toyota Touch 2 setzt mit Tablet-Anmutung und Funktionen wie Rückfahrkamera und Internet-Apps Maßstäbe. Und mit der Sicherheitstechnologie von Toyota Safety Sense macht der Auris die Kompaktklasse zu attraktiven Preisen sicher wie noch nie. Der Toyota Auris Touring Sports bietet großzügige 530 bis 1.580 Liter Kofferraumvolumen. Die Rücksitze sind im Verhältnis 60:40 umklappbar, das Toyota Easy-Flat-System garantiert leichte Bedienung und eine ebene Ladefläche.



### GO FUN YOURSELF

#### Aygo

Mit 3,45 Metern Länge setzt der neue Aygo konsequent auf urbanes Design. Gleichzeitig sorgt er mit spektakulärem X-Design, markanter LED-Lichtsignatur und hexagonal geformtem Heck für Aufsehen. Die Individualisierung von Karosserie und Innenraum macht jeden Aygo einzigartig. Zum Sonnenanbetern wird der Aygo mit dem großen, elektrisch bedienbaren Textil-Faltdach. In das Multimediasystem Toyota x-touch lässt sich das eigene Smartphone einbinden. Die hochfeste Sicherheitskarosserie und die konsequente Sicherheitsausstattung schützen die Passagiere.





## PRESTIGE UND EFFIZIENZ

*Avensis**Avensis Touring Sports*

**Avensis**  
Mittelklasse

Das Design des neuen Avensis verbindet eine dynamische Formensprache mit souveräner Eleganz. Die innovativen Voll-LED-Scheinwerfer zeichnen eindrucksvolle Lichtsignaturen. Einen starken Eindruck hinterlassen aber auch der neue, hochwertige Innenraum, die umfangreiche Serienausstattung und der Langstreckenkomfort. Mit Normverbrauchswerten ab 4,2 Liter besonders effizient sind die Diesel-Motoren mit 112 und 143 PS – sie kommen beide aus österreichischer Produktion.

Das innovative Sicherheitskonzept umfasst automatisches Fernlichtsystem, Verkehrszeichen-Assistent, Spurwechselwarner und Pre-Collision-System. Ob als Touring Sports oder Limousine, ob im Beruf oder in der Freizeit: Der neue Avensis überzeugt.

**Avensis**  
Touring Sports  
Mittelklasse



## SINNVOLLE ALTERNATIVE ZU ELEKTROAUTOS

*Prius Plug-in Hybrid*

Plug-in? Man hört dieses Wort jetzt immer öfter. Auf Deutsch heißt es so viel wie: anschließen, einstecken. Gemeint ist ein Auto, das neben dem normalen Verbrennungsmotor auch einen Elektromotor hat – und dazu Batterien, die man wie beim Handy am Stromnetz aufladen kann. Damit ist Plug-in Hybrid die sinnvolle Alternative zu Elektroautos, weil es keine Probleme mit der Reichweite gibt: Ein Elektroauto hängt mit gut 100 Kilometern Reichweite am Ladekabel wie ein Hund an der Leine. Ein Plug-in Hybrid hat eine normale Reichweite wie alle anderen Autos. Im Gegensatz zum normalen Prius können die Batterien des Prius Plug-in Hybrid über das Stromnetz extern geladen werden. Wenn seine Akkus voll sind, kann man mittellange Strecken rein elektrisch fahren. Ist die Batterie leer, fährt man im Hybridmodus normal weiter und hat keine Probleme mit der Reichweite. Und der Prius bleibt im Gegensatz zu anderen Plug-in-Hybrid-Fahrzeugen auch abseits des Elektromodus extrem sparsam, bei ganz normaler Fahrweise lassen sich dann Drei- und Vier-Liter-Werte erzielen.



**Prius**  
Plug-in Hybrid  
Mittelklasse



## GEHÖRT ZUR FAMILIE

*Verso*

Zwischen den Extremen – also sieben Sitze oder ebene Riesenladefläche – bietet der Verso 32 verschiedene Konfigurationen, weil er bis ins Detail durchdacht ist. Die Sitze versenkt man mit wenigen Handgriffen im Boden. Zum modernen Familienfreund macht ihn auch der sparsame 1,6 D-4D Dieselmotor aus Österreich. Das Cockpit überzeugt mit der neuen Generation von Toyotas Multimedia-Systemen, weichen Oberflächen und harmonisch eingefügten Chromleisten. Durch das riesige Skyview-Panoramadach wird das Ambiente auf Wunsch noch individueller.



**Verso**  
Van



## MODERNES FAMILIEN-SUV

*RAV4*

Der neue Allradantrieb mit Sporttaste steigert die Fahrdynamik massiv, während beispielsweise der 2,0 D-4D Motor mit knausigen 4,9 Liter Normverbrauch glänzt. Die neue Generation ist auf 4,57 Meter Länge gewachsen und hat sich als großes, elegantes SUV für die Familie etabliert. Im hochwertigen Innenraum wird auf Wunsch sogar das Armaturenbrett mit Leder bezogen. Das Platzangebot für Passagiere und Gepäck überzeugt mit Bestwerten. Über das Multimedia-System Toyota Touch 2 & Go sind Features wie Google Local Search, Rückfahrrkamera und Internet-Apps verfügbar.

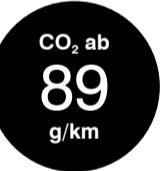


**RAV4**  
SUV

## LIEBLING DER STARS

*Prius*

Wie kein anderes Auto symbolisiert der Prius den technischen Vorsprung von Toyota. Heute ist der Prius ein Prestigeobjekt in den großen Weltmetropolen, auch weil er zur Designikone wurde: Im Streben nach dem geringsten Luftwiderstand haben die Designer einen ganz neuen Stil entwickelt. Stars lieben das Original: Cameron Diaz, Leonardo DiCaprio, Giselle Bündchen und Sting sind Fahrer der ersten Stunde.



**Prius**  
Mittelklasse



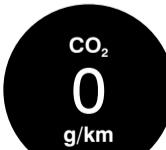
## PERFEKTE RAUMLÖSUNG

*Prius+*

Der siebensitzige Prius+ ist auf Familien und Freizeitsportler zugeschnitten: Hinter der zweiten Sitzreihe mit drei umklappbaren Einzelsitzen bietet eine dritte, ebenfalls geteilt umklappbare Sitzreihe zwei weiteren Personen Platz. Das Gepäckraumvolumen ist riesig. Der Prius+ übernimmt die unverwechselbare Designlinie des Prius und erzielt mit 4,1 Liter Normverbrauch einen Bestwert in dieser Klasse. In das Jahr 2015 ist der siebensitzige Hybrid-Van mit neuem Elan gestartet: Das Design wurde komplett modernisiert, was den Prius+ noch dynamischer macht. Die neuen Innenmaterialien fühlen sich gut an, und die neueste Generation des Multimedia-Systems Toyota Touch 2 mutet nun wie ein Tablet-PC an.



**Prius+**  
Van



**Mirai**  
Mittelklasse

## DIE ZUKUNFT BEGINNT ENDE 2016

*Mirai*

- Vorsteuerabzug möglich
- Keine NoVA
- Kein Sachbezug bei Dienstwagen

Der Mirai ist der Startschuss für ein neues Zeitalter, ein Wendepunkt in der Geschichte des Automobils: Das erste in Großserie gefertigte Brennstoffzellenfahrzeug ebnet den Weg für eine schadstofffreie Mobilität: Während der Fahrt stößt das 4,89 Meter lange Auto weder  $\text{CO}_2$  noch andere Schadstoffemissionen aus, bietet aber eine ähnliche Reichweite und Fahrleistungen wie konventionell angetriebene Fahrzeuge. Auch der Tankvorgang ist mit drei bis fünf Minuten fast genauso kurz wie bei Autos mit Verbrennungsmotor. Eine Revolution – bei der Entwicklung profitierte der japanische Automobilhersteller von seiner langjährigen Erfahrung in der Hybridtechnik. Höchste Umweltfreundlichkeit trifft im Mirai auf bewährte Toyota-Zuverlässigkeit, Fahrspaß und Steuerersparnis: Fahrzeuge mit 0 g  $\text{CO}_2$ -Emission sind in Österreich ab 1.1.2016 vorsteuerabzugsberechtigt. Zudem fällt beim Kauf keine NoVA an, auch der Sachbezug bei Dienstwagen entfällt gänzlich!

# Ein Partner für Ihr Business

Als grünste Automarke mit höchster Qualität ist Toyota ein idealer Partner für Unternehmen. Das Firmenkundenservice Toyota Business Plus bietet individuelle Lösungen, Rundumservice und einen persönlichen Ansprechpartner für effiziente Zusammenarbeit.





**W**artungskosten werden durch das einzigartige Toyota Hybridsystem stark reduziert: Kupplung, Anlasser, Lichtmaschine und andere Komponenten entfallen. Bremsbeläge halten doppelt so lange. Weder Keil- noch Zahnriemen werden benötigt. Der Hybrid-Technologieführer Toyota setzt zudem Maßstäbe bei der Wirtschaftlichkeit: Der Normverbrauch liegt 40 Prozent unter vergleichbaren Benzinmodellen und 20 Prozent unter vergleichbaren Dieselmodellen. Durch den geringen CO<sub>2</sub>-Ausstoß fällt für die Hybrid-Modelle keine NoVA an. Weniger Versicherungssteuer fällt an, weil nur die Leistung des Benzinmotors versteuert wird, die Leistung des Elektromotors ist steuerfrei. Auris Hybrid, Auris Touring Sports Hybrid, Prius,

## Niedrige Betriebskosten

Speziell durch das fortschrittliche Toyota Hybridsystem sinken die laufenden Kosten massiv.

Prius+ und Prius Plug-in Hybrid sparen gegenüber gleich starken Dieselfahrzeugen bei der Versicherungssteuer bis zu 227 Euro pro Jahr.

**Taxis steigen auf Hybrid um**  
In den Städten haben mehrere Taxi-Unternehmen umgestellt und fahren zum Teil nur noch mit Hybrid-Fahrzeugen. Der Grund: Speziell im urbanen Raum sind die laufenden Kosten unschlag-

bar niedrig, Betreiber berichten von über 50 Prozent niedrigeren Betriebskosten. Wie keine andere Marke kann Toyota auch die Anhebung des Sachbezugs für Firmenfahrzeuge ausbremsen: Bis in die SUV- und Van-Klassen sind die meisten Toyota-Modelle von der Erhöhung ausgenommen, weil der CO<sub>2</sub>-Ausstoß unter 130 g/km liegt. Auch gegen die bereits fixierte Verschärfung der Grenze in den kommenden Jahren ist man abge-

sichert: Die Toyota-Flotte bleibt bis zur Mittelklasse unter 110 g/km, in den meisten Fällen sogar unter 100 g/km. Interessant sind auch die Förderungen für Unternehmer. Die führende Hybridtechnologie von Toyota wird österreichweit unterstützt: Hybrid mit 750 Euro in Graz und österreichweit mit 400 Euro. Plug-in-Hybrid mit bis zu 1.500 Euro in Graz, bis zu 3.750 Euro in Niederösterreich und 1.000 Euro österreichweit.



## Legendäre Qualität

Unabhängige Statistiken belegen Toyotas Führungsposition bei der Qualität.

**A**ls Toyota in den 50er- und 60er-Jahren von Japan aus in die Welt zog, musste man feststellen, dass die Gegner in Europa und den USA sehr etabliert waren. Aus der Not heraus konzentrierte man sich zunächst auf Südamerika sowie den Mittleren und Fernen Osten. Dort wurden die Autos extrem gefordert, was letztlich den bis heute legendären Qualitätsanspruch der Marke beflogt hat. Heute ist die legendäre Zuverlässigkeit von Toyota in zahlreichen Qualitäts-Studien dokumentiert. Toyota ist die erfolgreichste Marke im TÜV-Report 2015, der die Fahrzeuge mit den geringsten Mängeln erhebt. Bestätigt wird das Ergebnis vom *Auto Bild Qualitätsreport 2014*: Die Rangliste für Zuverlässigkeit, Langzeitqualität und Kundenzufriedenheit führt – wie bereits 2013 – Toyota an. Auch bei der alljährlichen J.D. Power Kundenzufriedenheitsstudie, bei der 18.000 Autofahrer befragt werden, konnte Toyota einen souveränen Mehrfach-Erfolg einfahren.

Besonders zuverlässig sind die Hybridmodelle: Laufleistungen



von über einer Million Kilometer im Kundeneinsatz sind heute Realität. Neben den Gelben Engeln vom ÖAMTC setzen besonders viele Taxiunternehmer auf Toyota. Bei einem Prius-Taxi überschritt der Kilometerzähler kürzlich die Millionengrenze, ohne dass Reparaturen angefallen sind.

Mit Toyota-Qualität spart man über das ganze Autoleben: Auch

die sechs- bis elfjährigen Modelle der Marke sind im TÜV-Report extrem zuverlässig. In der Wertehaltung wirkt sich die besondere Zuverlässigkeit ebenfalls aus: Die Experten von bähr & fess forecasts haben 2014 die Modelle mit dem höchsten Restwert gekrönt. Toyota gehört mit zwei Klassensiegen und einem zweiten Platz erneut zu den erfolgreichsten Marken.

## Grünste Marke

Toyota hat sich enormen Entwicklungsvorsprung erarbeitet und ist zum grünen Technologieführer aufgestiegen.

**L**ange bevor die grüne Mobilität zum Thema wurde, hat Toyota den Umweltschutz als Kernziel definiert: „Wachstum im Einklang mit der Natur. Auf allen Geschäftsfeldern sämtliche Emissionen vermeiden“, wurde in der Toyota Earth Charta von 1992 festgeschrieben. Die Eco-Vision hat Toyota zum Technologieführer gemacht. 18 Jahre nach dem ersten Prius ist der einzigartige Toyota Hybridantrieb immer noch ohne direkte Konkurrenz.

Der Entwicklungsvorsprung ist enorm: Während die anderen Hersteller am Anfang der Entwicklung stehen, hat Toyota eine Hybridfamilie mit sechs Modellen gegründet. Im Premium-Segment bieten sieben Hybridmodelle von Lexus ebenfalls führende Techno-



logie. Seit dem Jahr 1997 konnte Toyota über acht Millionen Hybirdfahrzeuge verkaufen. Jetzt setzt sich der Technologieführer richtig durch: Zuletzt waren es schon über eine Million verkaufte Hybirdfahrzeuge innerhalb von zehn Monaten.

Heute gilt Toyota als grünste Marke weltweit und quer durch alle Branchen: Viermal hat das Interbrand-Institut die Studie „Best Global Green Brands“ bisher veröffentlicht – Toyota ging dreimal als Sieger hervor und wurde einmal zweiter. In einem 360-Grad-Ansatz reduziert Toyota schädliche Auswirkungen auf die Umwelt nicht nur im Fahrzeug, sondern auch in den „unsichtbaren“ Ebenen wie Entwicklung, Produktion und Entsorgung.



# Saubere Leistung: 80.000 Tonnen CO<sub>2</sub>-Ersparnis mit Toyota Hybrid.

HYBRID BALD AUCH  
IM RAV4: AB 2016



Im Vergleich zu Fahrzeugen mit Benzinmotor und vergleichbarer Größe bzw. Leistung, von Sommer 1997 bis Juni 2015.  
Errechnet von TMC aus der Zahl der gemeldeten Fahrzeuge x gefahrener Reichweite x Kraftstoffverbrauch  
(landesspezifisch in Österreich) x CO<sub>2</sub>-Umrechnungsfaktor. Weltweit wurden 51 Millionen Tonnen CO<sub>2</sub> eingespart.

Erfahren Sie mehr: [toyota.at](http://toyota.at)

Toyota Frey Austria



# medianet



15. Jahrgang  
No. 2004  
Euro 4,-  
Freitag,  
18. September 2015

**Great Moments**  
verspricht der ORF für  
die TV-Saison **10**

**Salam Orient!** Musik,  
Theater, Poesie aus  
orientalischer Kultur **26**

**No tea time, my dear**  
Miese Arbeitsbedingungen  
auf Teeplantagen **34**

**Der Schwarm wächst**  
Immer mehr Plattformen  
für Crowd-Investing **50**

**Hürden für Reformen**  
Sparbemühungen der  
Kassen stocken **68**

**Kein Publikum für Kunst**  
Wehklagen bei Art Austria,  
Viennafair & Co. **92**

## Germany's Next Wirtschaftswunder

In Deutschland ist die Asyldebatte ein Stück weiter als hierzulande.  
Im Fokus: Konsequenzen für Konjunktur und Arbeitsmarkt. **2**



Großformate  
jetzt easy  
online drucken  
**XLweb2print.com**

[www.plakativ-werbetechnik.at](http://www.plakativ-werbetechnik.at)

**PLAKATIV**  
Green Printing

[www.bellutti.at](http://www.bellutti.at)

**BELLUTTI**  
Out of Home



*Hotspots  
der Innovation*

**Innovationskongress Villach**

Am 12. und 13. November 2015 treffen in Villach beim bedeutendsten Innovationskongress Europas Unternehmer und Führungskräfte auf Spitzenreferenten aus Wirtschaft und Wissenschaft, u.a. US-Autor und Zukunftsforscher John Naisbitt (Bild).

**UNICREDIT**

### Kreditschwemme statt Kreditklemme

MAILAND. Während die Bank Austria-Mutter UniCredit am neuen Entwicklungsplan feilt, der im November vorgestellt wird, will die Mailänder Großbank eine stärkere Rolle bei der Kreditvergabe spielen. 100 Mrd. € will man in den kommenden drei Jahren verteilen: 60 Mrd. € an Unternehmen, 40 Mrd. € an Private, berichtete die Mailänder Wirtschaftszeitung *Sole 24 Ore* am Donnerstag. Zwischen Jänner und Juni 2015 sind die vergebenen Kredite um 33% gegenüber 2014 gestiegen.

### Kundenbeziehungen endlich entschlüsseln

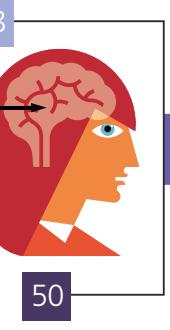
TRIM ist der weltweit führende Forschungsansatz, um Kundenbeziehungen zu verstehen und zu managen.

Entschlüsseln Sie, welche Elemente Ihres Leistungsangebots für Ihre Kunden wirklich wichtig sind und investieren Sie effektiver. Plus: Die Einbindung in Ihre Benchmarking-Systeme ist möglich. Erfahren Sie mehr - jetzt!

TRIM - mehr wissen, mehr verkaufen.

**TNS Info Research Austria**

**TNS**



Tel.: 01-526 55 84  
[office@tns-austria.com](mailto:office@tns-austria.com)  
[www.tns-austria.com/TRIM](http://www.tns-austria.com/TRIM)

## JUNG UNTERNEHMER TAG

**13. Oktober 2015, 8.30-17.30 Uhr**  
**MESSE WIEN CONGRESS CENTER**  
**[www.jungernehmertag.com](http://www.jungernehmertag.com)**  
**EINTRITT FREI!**



# Krisenfall und Konjunkturpaket

„Mehr Wachstum durch Flüchtlinge“ prognostizieren deutsche Ökonomen. In Österreich lässt man sich noch nicht zu Euphorie hinreißen.

3.322

••• Von Sabine Bretschneider

WIEN. Rund 800.000 Flüchtlinge werden in diesem Jahr in Deutschland erwartet; gut 80.000 sollen es laut aktuellsten Prognosen in Österreich werden. Während aber Österreich noch atemlos über „Grenzen auf, Grenzen zu“ diskutiert, setzt man sich in Deutschland schon intensiv mit den ökonomischen Konsequenzen der verstärkten Zuwanderung auf BIP und Arbeitsmarkt auseinander: Mehrausgaben von etwa 5,4 Mrd. € (pro Jahr) und ein



**Doris Ritzberger-Grünwald**

OeNB

„Bedenken muss man auch, dass in Österreich in den letzten Jahren eine signifikante Einwanderungsbewegung aus den CESEE-Ländern stattgefunden hat.“



**Margit Schratzenstaller**

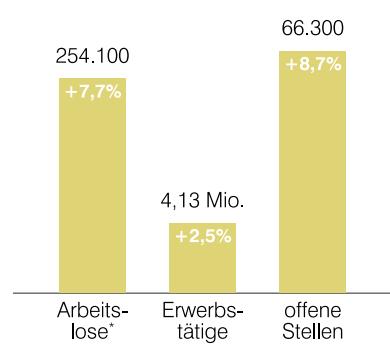
Wifo

„Der Anstieg der Flüchtlingszahlen wird für die öffentliche Hand zumindest kurzfristig Mehrausgaben verursachen.“

## Österreichs Arbeitsmarkt

2. Quartal 2015

Veränderung zum Vorjahresquartal



80.000

**Asylwerber**  
Geschätzte Zahl  
der Asylwerber,  
die heuer nach  
Österreich kom-  
men.

BIP-Plus zwischen 0,2% (2015/16) schätzt die Nordea-Bank, 1,7% (2015-2020) die UniCredit Deutschland – und die Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt unseres großen Nachbarn sehen Ökonomen mehrheitlich vorsichtig positiv.

Das bestätigte am Mittwoch auch das Berliner DIW-Institut: Das Wirtschaftswachstum werde 2016 rund einen Viertelpunktpunkt stärker ausfallen als ohne diese Zuwanderer; faktisch ein „Mini-Konjunkturpaket“. Allerdings nur, konkretisiert das Essener Wirtschaftsforschungsinstitut RWI, wenn insbesondere die vielen jungen Zuwanderer, die die Sozialsysteme entlasten könnten, auch entsprechend in den Arbeitsmarkt integriert werden. Daimler-Chef Dieter Zetsche sieht im aktuellen Flüchtlingsstrom „im besten Fall“ eine „Grundlage für das nächste deutsche Wirtschaftswunder“.

**Zu früh für Prognosen?**  
In Österreich werden diese Debatten erst leise geführt. Zwar sprach Finanzminister Hans Jörg Schelling vergangene Woche davon, dass man „nicht nur die Auswirkungen auf den Stabilitätspakt durch die Ausgaben für Flüchtlinge evaluieren“ müsse, sondern auch, „was die Migranten wirtschaftlich den einzelnen Ländern bringen könnten“. Allerdings sollten aber auch „die späteren Folgekosten der Flüchtlingsaufnahme miteinberechnet werden“. Euphorie klingt anders.

Ein Rundruf unter heimischen Ökonomen ergab ein ähnliches Bild: Für seriöse Antworten zu diesem Themenkreis sei es noch zu früh, erklärt OeNB-Chefvolkswirtin

420  
Mio.

**Mehrkosten**  
Finanzminister Schelling beziffert die „Mehrkosten“ für die Grundversorgung von Flüchtlingen.

22%

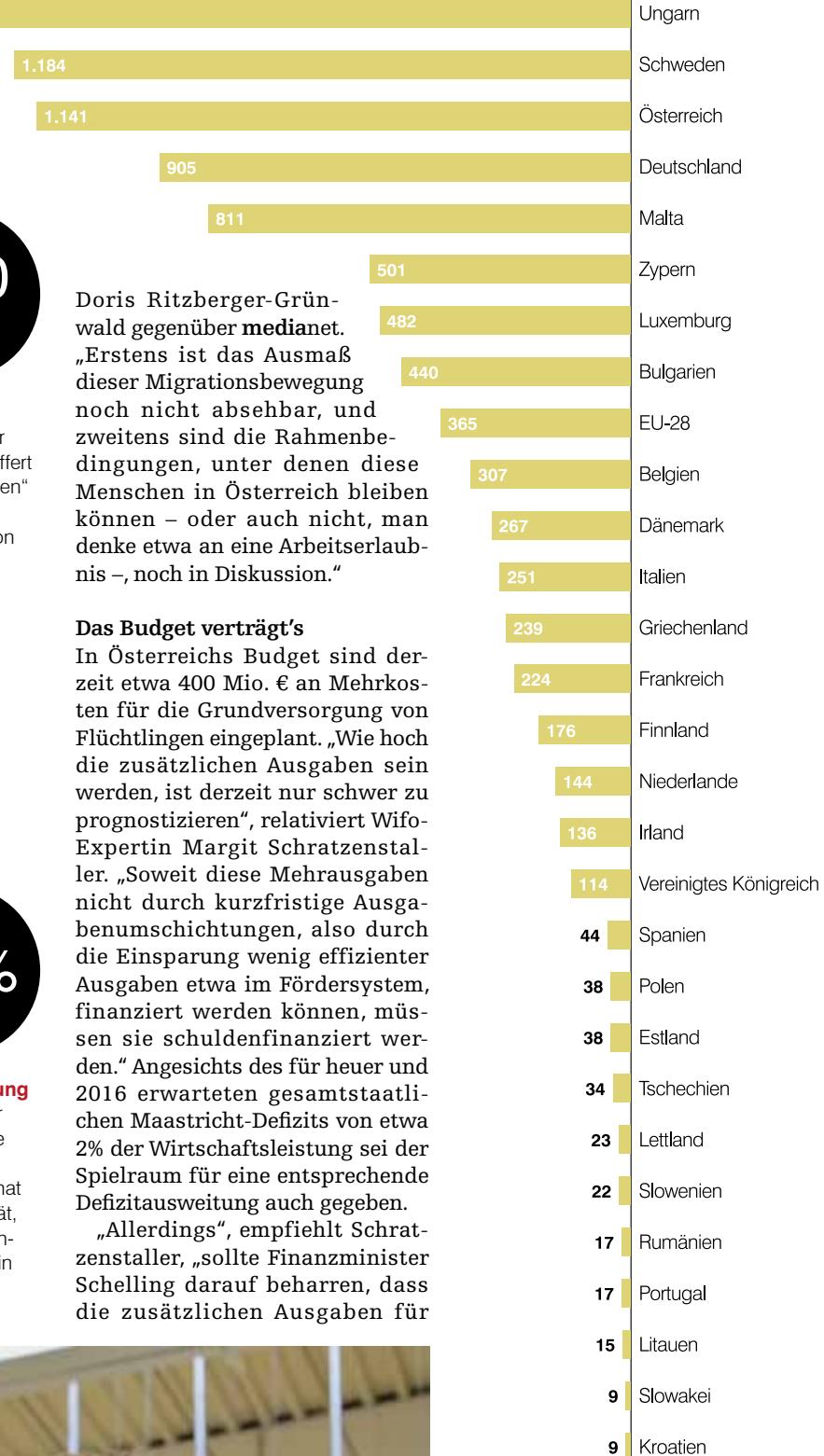
**Höhere Bildung**  
Mehr als jeder fünfte syrische Flüchtling in Deutschland hat eine Universität, eine Fachhochschule oder ein Gymnasium besucht.

## Fluchtziel Europa

### Asylwerber in Ländern der EU

Anzahl je eine Mio. Einwohner in den Ländern der EU im 1. Quartal 2015

Quelle: Eurostat, statista.de



Österreich ebenso wie für die anderen EU-Länder, die Flüchtlinge aufnehmen, als außerordentliche Ausgaben aus dem strukturellen Defizit herausgerechnet werden, um nicht gegen die EU-Budgetkonsolidierungsvorgaben zu verstossen und somit für die Aufnahme von Flüchtlingen „bestraft“ zu werden.“

### Arbeit gäbe es ...

In die Debatte über eine Arbeitserlaubnis für Asylwerber ist zuletzt Bewegung gekommen: Wirtschafts- und Landwirtschaftskammer, Gewerkschaftsbund und Industriellenvereinigung setzen sich für einen „erleichterten Zugang zum Arbeitsmarkt“ in interessenabhängigen Facetten ein. LK-Präsident Hermann Schultes etwa wünscht sich ein Sonderkontingent für Saisonarbeiter in Wald- und Forstwirtschaft sowie für Erntehelfer: „Schließlich steht die Weinlese an.“

Hinzu kommt, dass ein Teil des Geldes, das für Flüchtlinge ausgegeben wird, direkt wieder in die Staatskassen zurückfließt – in Form der Mehrwertsteuer etwa. Mehr Verbraucher geben mehr aus.

# Spitzenforschung braucht Teamwork

**Serie „Intellectual Capital“** Die Bedeutung von Kooperationen für die moderne Forschung, dargestellt am Forschungsnetzwerk des FWF zum Thema „Rigorous Systems Engineering“.

••• Gastkommentar von Thomas Henzinger

WIEN. In meinem zuletzt in medianet publizierten Kommentar („Geht's der Wissenschaft gut“, 28. 8.2015) hatte ich dargestellt, wie Wachstum – im Speziellen jenes der „Wissenschaftstadt Wien“ – gesellschaftlich verträglich und ökonomisch profitabel gestaltet werden sollte. Heute möchte ich mit dem Nationalen Forschungsnetzwerk des Wissenschaftsfonds FWF zum Thema „Rigorous Systems Engineering“ (RiSE) ein Paradebeispiel für die Bedeutung von Kooperation in der modernen Forschung darstellen.

#### Keine Chancen vergeben

RiSE konnte sich kürzlich eine weitere vierjährige Förderung bis 2019 in der Höhe von 3,7 Mio. € sichern. Das Netzwerk besteht aus Forscherinnen und Forschern in ganz Österreich, wobei mehrere im Großraum Wien tätig sind: an der Technischen Universität Graz, der TU Wien, dem IST Austria, der Johannes Kepler Uni Linz und der Paris-Lodron-Universität Salzburg. Die Gruppe wurde zu einem internationalen Netzwerk mit prestigeträchtigen Projekten in Deutschland (AlgoSyn, PUMA) und den USA (CMACS, ExCAPE) erweitert. RiSE lockte viele junge Forscherinnen und Forscher an und führte unter anderem zur Berufung von Radu Grosu zum ordentlichen Professor an der TU Wien. Für internationale Anerkennung sorgte auch die Ausrichtung der „Summer of Logic“-Konferenz 2014 in Wien, zu der RiSE-Mitglieder wichtige Beiträge lieferten.

Rigorous Systems Engineering versucht in einer Welt steigender Komplexität von Rechensystemen bereits im Stadium der Softwareentwicklung Programmfehler zu verhindern, wobei es nicht nur um die Zuverlässigkeit von PC-Programmen geht, sondern auch um

#### Klosterneuburger Wissenskapital

##### Intellectual Capital

„Intellectual Capital“ als Gegenstand der neueren Wissensökonomie beschreibt ein Thema, dessen Konzeption seinen Ursprung in Österreich hat. Ende der 1990er wurde am Forschungszentrum Seibersdorf (heute: AIT Austrian Institute of Technology) unter der Leitung des damaligen Chefs Günter Koch die Idee entwickelt, das in dieser Organisation versammelte Wissen in Form einer Wissensbank zu sammeln. <http://ist.ac.at>

jene von sicherheitskritischen Anwendungen in Flugzeugen, Autos und Energieverteilungssystemen. Die Erforschung mathematischer Werkzeuge und Modelle wird den Weg für eine computergestützte Qualitätssicherung in der Programmierung bereiten und zu besserer

Software führen. RiSE ist somit in Beispiel für die Bedeutung der Grundlagenforschung für die Gesamtwirtschaft – und damit auch für den Wirtschaftsstandort Wien.

Thomas Henzinger ist seit 2009 Präsident des IST Austria.



© IST Austria  
IST Austria-Präsident Thomas Henzinger (re.) neben dem früheren Wissenschaftsminister Karlheinz Töchterle und Ex-Finanzministerin Maria Fekter.



## Wonne statt Tonne! Lebensmittel sind kostbar.

**Jedes verschwendete Lebensmittel ist eines zu viel.** Daher setzt SPAR vielfältige Maßnahmen, um möglichst alle angebotenen Lebensmittel in bester Qualität bis zum Kunden zu bringen. Produkte, die kurz vor dem Ablaufdatum stehen, werden **um -25 oder -50% abverkauft**. Insgesamt kann bei **SPAR nur rund ein Prozent** der angebotenen Produkte nicht verkauft werden. Über **95 Prozent** der SPAR-Filialen kooperieren bereits mit **Sozialorganisationen**, die Lebensmittel an Bedürftige weitergeben. Und was von Menschen nicht mehr gegessen wird, wie etwa altes Brot, findet in der Landwirtschaft als **hochwertiges Tierfutter** Verwendung und bleibt so dem Lebensmittelkreislauf erhalten.



[www.spar.at/zeichensetzen](http://www.spar.at/zeichensetzen)

**L**eise surrt die Drohne ganz nach oben auf die Alm und liefert dem Bergbauern sein Werkzeug oder eine Kiste Bier. Mit Bildern wie diesen wird der alltägliche Einsatz von Drohnen skizziert, seitdem Amazon ihn angekündigt hat. Aber bis auf Weiteres ist der Kurierfahrer mit seinem Sprinter auf der Autobahn deutlich schneller, seine Reichweite ist erheblich höher und sein Wagen ist in der Anschaffung günstiger. Und was den Bergbauern beglückt, ist noch lange kein Geschäftsmodell und kein Anreiz für Entwickler, Hersteller und Handel, stärkere und größere Drohnen auf den Markt zu bringen. Dennoch werden Drohnen bald schon unverzichtbarer Bestandteil der Wertschöpfungsketten in der Logistik sein.

**Der Mangel an öffentlicher Infrastruktur**  
Absehbarer Treiber der Entwicklung ist ein Mangel an zukunftsfähiger Infrastruktur. Prominentestes Beispiel: Brücken. Zahllose Brücken, z.B. in Deutschland, sind marode, viele Bahnbrücken sehen nicht besser aus. Die Logistikbranche muss sich mit der Perspektive vertraut machen, dass im kommenden Jahrzehnt massenhaft Straßen für den Schwerlastverkehr gesperrt werden. Die Konsequenz: Umwege, Verzögerungen, Ausfälle – und derjenige Logistiker, der den Fluss, die Bahnstrecke, das Tal anders und aus eigener Kraft überwinden kann, besitzt einen entscheidenden Vorteil. Über Jahre hat die Logistikbranche in die Leistungstiefe investiert und an der Integration ihrer Angebote in die Prozesse der Kunden gearbeitet. Der reine Transport schien ausgereizt, standardisiert,

„

*Supermärkte werden Kunden den Einbau von Smart Windows bezahlen, um der eigenen Drohne ungehinderten Zugang zu gewähren.*

austauschbar. Dies reißt nun wieder auf. Die lückenlose Verbindung zwischen zwei Punkten wird in Kürze wieder zum Mehrwert. Wer die Elbe auch nach der Sperrung der wichtigsten Brücken noch kreuzen kann, verfügt über eine Grundlage für die Geschäftsmodelle von morgen. Hier ist die Drohne einem Fährbetrieb schon heute überlegen; ihre vermeintlichen Schwächen sind nicht von Belang: Kurze Reichweite? Kein Problem. Flugsicherheit? Im abgesperrten Bereich beiderseits des Ufers leicht regelbar. Akkulaufzeit? Systeme mit Wechselakkus sind längst marktfähig. Selbstverständlich bedeutet dies Investitionen für Logistiker. Es ist das Prinzip Suezkanal: Kein Reeder ist gezwungen, 300.000 € one-way für die Durchfahrt zu bezahlen. Aber die Route um Afrika herum ist nicht marktfähig. Daher lohnt es sich für Ägypten, in den Ausbau zu investieren und die kurze Route zu vermarkten. Ebenso werden in Europa Logistiker antreten, die Lücken in der öffentlichen Infrastruktur schließen.

**Wie Drohnen den Kühlschrank vergrößern**  
Das zweite Feld, auf dem lukrative Geschäftsmodelle die Entwicklung von Drohnen vorantreiben werden, ist die Zukunft



© APA/Keystone/Jean-Christophe Bott

des Smart Home. Zunächst im urbanen Raum ermöglichen Drohnen die Lieferung kleinsten Mengen über kurze Distanzen. Das Kühlregal im Supermarkt erweitert so den heimischen Kühlschrank. Das erste Szenario: Kühlschrank und Handy kommunizieren darüber, welche Standardprodukte fehlen. Der Mensch bestellt per 1-Klick bei seinem üblichen Lieferdienst, woraufhin der Supermarkt die Einkäufe zusammenstellt. Das Handy meldet selbsttätig an den Supermarkt, wann der Mensch in seiner Wohnung angekommen ist, und die Drohne macht sich auf den Weg. Im nächsten Schritt übernimmt der Kühlschrank oder ein anderes smartes Gerät die Bestellung gleich selbst. Denn nicht nur merkt der Kühlschrank, wann der Käse zur Neige geht. Er kann den Verbrauch abschätzen, diesen automatisiert mit der bevorstehenden Reise abgleichen, die aktuellen Angebote der bevorzugten Supermärkte auswerten und – hier kommen die Drohnen ins Spiel – eigenständig kaufen und liefern lassen. Das Haus lernt und passt sein Verhalten an. Dafür hat das vernetzte Haus von morgen neben der Katzenklappe die Drohnenklappe, mit Direktverbindung zu Kühlschrank und Lagerraum. Supermärkte werden ihren

Kunden den Einbau von Smart Windows bezahlen, um der eigenen Drohne ungehinderten Zugang zu gewähren. Sie möchten keinen Droneneingang? Dann wird der Supermarkt die Sackerln zusammenstellen und Ihr Smartphone fragen, wo Ihr Auto gerade steht. Das Handy stattet die Drohne mit den Koordinaten des Autos und dem Öffnungscode für den Kofferraum aus: Lieferung frei Kofferraum.

Mehrere internationale Automobilkonzerne arbeiten daran, den Kofferraum auf diese Weise zu vernetzen; hier entsteht eine Arbeitsteilung zwischen autonom fahrenden Autos und Drohnen. Selbst fahrende Autos kommen und sie werden Branchen und Geschäftsmodelle verändern, natürlich auch in der Logistik. Die Branche wird dabei die beiden großen Potenziale heutiger Autos erschließen: ungenutzte Zeit und ungenutzten Raum. So werden autonom fahrende Autos in ihrer Freizeit in Lieferketten integriert werden. Allerdings ist ihr Einsatz für das einzelne Tetrapak Milch schlicht zu teuer. Aber erst wenn auch diese Micro-Transporte automatisiert und integriert möglich werden, wird der Supermarkt zur Erweiterung des eigenen Kühlschranks zum externen Haus-

# Nie mehr meine

Welche Geschäftsmodelle die Zukunft morgen aussehen – und warum

••• Von Sven Gabor Janszky

wirtschaftsraum. Ein vergleichbares Potenzial entsteht im Bereich der medizinischen Versorgung: Die Drohne, mit der die Apotheke die tägliche Medikamentendosis gekühlt und korrekt dosiert ausliefert – gerade auf dem Land als notwendige Infrastruktur der kommenden Telemedizin.

**Erst Drohnen ermöglichen das Smart Home**  
Unternehmen unterschiedlichster Branchen treiben das Thema Smart Home voran: Technologieunternehmen, die Softwarebranche, Heizungs-, Klima- und Sanitärfirmen, Mobilfunkriesen. Sie ermöglichen es, am Mittelmeerstrand die Beleuchtung zu Hause zu regulieren und aus dem Kinositz nachzuschauen, ob der Herd auch *wirklich* ausgeschaltet ist. Doch der Reiz solcher Gimmicks wird schnell verblassen. Auf Dauer geht es nicht um Steuerung des Hauses aus der Ferne. Das Smart Home spielt seine eigentlichen Stärken erst aus, wenn die Bewohner anwesend sind und es sich im Alltag als das bessere Haus erweist. Kunden werden erst dann in großem Umfang dafür zu gewinnen sein, ihre Daten freizugeben – zu investieren –, wenn ihr Leben im vernetzten Haus dadurch angenehmer, leichter, bequemer, günstiger wird.

# immer ohne Drohne

Entwicklung von Drohnen vorantreiben, wie die Drohnen sie sich durchsetzen werden.

Deshalb werden wir Aufräumdrohnen im Kinderzimmer sehen.

Die Staubwischdrohne wird sich im Wohnzimmer die Arbeit mit dem Staubsaugerroboter teilen, so wie sich im Garten automatischer Rasenmäher und Heckenschneiderohne ergänzen. Eine treibende Rolle der Entwicklung werden aber die Lieferdrohnen einnehmen; hier ist die Motivation für den Einsatz am unmittelbarsten greifbar – wenn der Kauf von Lebensmitteln und Gütern des täglichen Bedarfs genauer an den Verbrauch angepasst ist und die Kosten der Haushaltsführung dadurch sinken; wenn der eigene Carbon Footprint durch optimierte Versorgung schmilzt; wenn der Stress des Alltags sinkt. Die persönlichen Prioritäten variieren, der Effekt bleibt: Das Smart Home wird erst dann für den Massenmarkt attraktiv, wenn auch die Lieferung kleinsten Mengen gesichert und integriert ist. Kleine Last, kurze Wege, überschaubare Reichweite? Das Thema ist jetzt schon vertraut: Diese angeblichen Beschränkungen heutiger Drohnen fallen auch hier nicht ins Gewicht. Die automatisierbare Steuerung, der robuste Einsatz, die Möglichkeit der Integration in komplexe Bestell- und Lieferketten sind bereits heu-

te Realität. Erst mit diesem Baustein wird das Smart Home tatsächlich attraktiv. Die Supermärkte können auf diese Weise Lagerflächen reduzieren, die eigenen Lieferketten

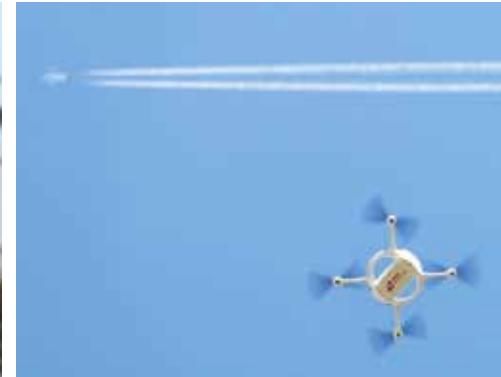
optimieren und den Einsatz von Frischwaren verlustfreier planen und umsetzen – im seit Jahren margenschwachen Lebensmittelhandel ein bemerkenswerter Effekt.

## Die USA lassen abheben – oder auch nicht



### Die Fakten

Die Luftfahrtbehörde FAA hat 2015 in den USA den Einsatz von 324 kommerziellen Drohnen bewilligt. Die Drohnen dürfen nicht höher als 150 Meter und nicht schneller als 160 km/h fliegen.



### Was sich daraus ergibt

Weil die Drohnen nicht über die Köpfe von Unbeteiligten, nur tagsüber, in Sichtweite des Piloten oder Boden-Beobachters fliegen dürfen, sind Langstreckenflüge und Amazon-Einsätze faktisch ausgeschlossen.



### Womit die FAA rechnet

Die FAA rechnet damit, dass in den kommenden drei Jahren 7.000 Unternehmen eine Drohnen-genehmigung beantragen werden. Ein Drohnenpilot muss 17 Jahre alt sein und von der FAA lizenziert werden.

Aber neben diesen unmittelbaren Folgen ist der wichtigste Treiber der Entwicklung von Drohnen ein alter Bekannter der digitalen Revolution: der Wettstreit um den unmittelbaren Kundenkontakt. Wem es gelingt, die regelmäßige Versorgung von Kunden mit Waren des alltäglichen Bedarfs zu übernehmen, gewinnt den Zugriff auf lukrativste Kundendaten und kommt dem Schritt, das Betriebssystem des Lebens seiner Kunden zu werden, einen wichtigen Schritt näher. Dabei ist es aus Sicht des Kunden völlig austauschbar, ob der Kühlschrank, das Kundenprofil beim örtlichen Supermarktbetreiber oder der Mobilfunkanbieter diese Entwicklung treiben, steuern und vernetzen. Der Kunde wird sich für ein Unternehmen entscheiden, dem er vertraut. Und wer hier kein Vertrauen fassen kann, setzt die eigene Drohne ein.

Doch warum sollte ein Supermarkt die etablierten Distributions- und Verkaufswege aufgeben und stattdessen auf Drohnen setzen? Die Kunden sind doch schließlich daran gewöhnt, zu festgelegten Öffnungszeiten zu Fuß durch die Gänge zu streifen und die Auslieferung selbst zu übernehmen, per Auto, Fahrrad oder Hackeporsche. Weit wahrscheinlicher ist es, dass diejenigen Unternehmen Lebensmittel und Waren des täglichen Bedarfs per Drohne ausliefern werden, die nicht über eigene Filialen und Verkaufsfächern verfügen. Aus deren Sicht gesprochen: diese auch nicht benötigen und nicht refinanzieren müssen. Das Spektrum der Akteure reicht vom digitalen Pizzaservice bis zum Logistikriesen wie Amazon.

Offene Fragen der Regulierung wirken bremsend, keine Frage. Solange Drohnen nur auf Sicht gesteuert werden dürfen, Überflugrechte im privaten Raum nicht verhandelt sind, und die Versicherungs- und Haftungsfragen nach Aussagen großer Konzerne zwar ohne Weiteres lösbar, aber noch nicht gelöst sind, bleiben Hürden für den breiten Einsatz – allerdings Hürden auf Zeit. Wir erwarten: Trotz aller offenen Fragen bei der Regulierung werden allein diese beiden Use Cases – private öffentliche Infrastruktur als Business Case und die umfassende Realisierung von Smart Homes auf dem Weg zur direkten Kundenbeziehung – das Potenzial haben, Drohnen breit zum Einsatz zu bringen und Herstellern Anreize zu geben, ihre Drohnen tragfähiger und smarter zu machen. Mit dieser kritischen Masse lohnt sich die Entwicklung leistungsstärkerer Drohnen, die dann auch das Potenzial haben, auf weiteren Feldern der Logistik überlegen zu sein. In diesem Sinne führt in den kommenden Jahren an der Drohne kein Weg vorbei, nur darunter durch.

*Sven Gabor Janszky ist Trendforscher und Direktor des 2b Ahead ThinkTanks. [www.2bahead.de](http://www.2bahead.de)*



© Saxo Bank

## Wenig gelernt aus Lehman et al.

**Steen Jakobsen, Chef volkswirt der Saxo Bank**

Vor sieben Jahren ist Lehman Brothers zusammengebrochen. Anstatt dieses Ereignis als eine Möglichkeit zu nutzen, sich mit den Exzessen, den laxen Strukturen und dem fehlenden Fokus auf Produktivität auseinanderzusetzen, wurde die damalige Pleite der US-amerikanischen Investmentbank für die politischen Entscheidungsträger stattdessen zu einem Katalysator einer Pretend-and-Extend-Politik („so tun, als ob und erweitern“).

Der Zusammenbruch von Lehman Brothers ist somit eine vertane Chance für politische Entscheidungsträger gewesen. Auf das Wachstums- und Stimmungsdefizit haben sie mit geöffneten Geldhähnen reagiert – und dies hat dann zu einem Anstieg des globalen Schuldenbergs um rund 57 Billionen US-Dollar, respektive 17 Prozent des BIP, geführt.

Aber es ist noch nicht alles verloren. Obwohl die nächsten sieben Jahre mager sein werden, werden sie in positivem Sinne positiv mager sein. Die Kapitalkosten werden steigen, unproduktive Investments werden beseitigt werden und vielleicht die Aktienmärkte irritieren, die sichere Häfen in den fetten Jahren des „pretend-and-extend zum Quadrat“ geworden sind. Aber das sind gute Nachrichten.



Am 1. Jänner 2016 wird es ernst, nicht nur für Gastronomie und Handel: Start der Registrierkassenpflicht. © APA/Roland Schläger

# „Genug gejammt!“

Registrierkassen: Lange wurde über die Spezifikationen diskutiert, anfänglich an der Praxis vorbei. Jetzt gibt es akzeptable Lösungen – Zeit, sie auch umzusetzen.

••• Gastkommentar von  
Markus Knasmüller

WIEN. Die Einführung der Registrierkassenpflicht mit 1.1.2016 ist fix, ergänzt durch die „Registrierkassensicherheitsverordnung“ (RKS-V), die ab 1.1.2017 die Kassen manipulationssicher machen soll. Lang umkämpft, soll diese Maßnahme laut BMF-Berechnungen 900 Mio. jährlich an Steuermehr-einnahmen bringen. Über diese Zahl – wirklich nachvollziehbar ist sie sicherlich nicht – kann viel diskutiert werden, genau wie über den Zickzackkurs der letzten Monate.

Zuerst hätte etwa auch jeder Kaugummiautomat einen Beleg ausgeben müssen, dann nur elektronische Automaten (damit auch Kaffeeautomaten), endgültig sind es nur solche mit Einzelumsätzen über 20 € (z. B. Tankautomaten). Umsätze von Webshops waren ursprünglich genauso betroffen, dann wären Betriebe, die nur Online-Umsätze haben (z.B. Amazon) ausgenommen gewesen, jetzt sind Online-Umsätze generell von der Registrierkassenpflicht ausgenommen.

### Viele Erleichterungen

Schon aus diesen Beispielen ist ersichtlich, dass die Regelungen erleichtert und angepasst wurden. Genauso ist es bei der technischen Sicherheitseinrichtung, die zum Zweck der Manipulationsverhinderung ab 1.1.2017 nötig ist: War ursprünglich das deutsche System INSIKA (das allerdings auch dort nicht zum Einsatz kam) favorisiert, wurde nun ein auf qualifizierten Signaturen beruhendes, offenes System vorgeschrieben, das mit vernünftigem Aufwand realisiert werden kann.

Natürlich kann auch hier noch über viele Einzelheiten diskutiert werden, aber es wurde genug gejammt, die Registrierkassenpflicht ist fix, die verbleibende Zeit ist knapp genug und sollte auch genutzt werden.



### Markus

**Knasmüller** ist Abteilungsleiter für Software-Entwicklung und Prokurst bei BMD-Systemhaus in Steyr sowie gerichtlich zertifizierter Sachverständiger, unter anderem für Kassensoftware. Er ist auch Leiter und Sprecher des UBIT-Arbeitskreises für Kas-sensoftware.

Noch sind viele Detailfragen zu klären; etwa hat der UBIT-Arbeitskreis Kassensoftware ca. 100 Fragen dem Finanzministerium vorgelegt. Die betreffen allerdings fast nur technische Details und sind für die Anwender wenig relevant.

Anders aber folgende Thematik: Für jeden verkauften Artikel wird der Andruck der handelsüblichen Bezeichnung auf dem Bon verlangt. Hardliner verstehen darunter, dass nicht 1 kg Äpfel, sondern etwa 1 kg Golden Delicious angeführt werden müssen. Für einen Supermarkt mit Lagerhaltung natürlich kein Problem, kleinere Geschäfte mit großem wechselndem Sortiment, wie etwa Marktstände, werden hier aber viel Aufwand mit der Wartung von Daten haben, und auch die ganz billigen Kassen, die meist nur einige Hundert Artikel verwalten können, nicht verwenden können.

Andiskutierte Lösungen, die Bezeichnung in entsprechende freie Felder einzugeben, werden in der Praxis kaum möglich sein, weil dafür beim Kassieren, insbesondere bei Touch-Systemen, ganz einfach die Zeit fehlt. Da wird es noch Verbesserungen brauchen.

### Habe ich Handlungsbedarf?

Wichtig ist, dass jetzt jeder Unternehmer überlegt, ob er Handlungsbedarf hat. Und da ist Vorsicht angebracht, derzeit wird fast nur von Handel und Gastronomie gesprochen. Aber jeder Unternehmer mit einem Gesamtumsatz von mehr als 15.000 € (also fast jeder) und Barumsätzen von mindestens 7.500 € (auch Bankomat, Kreditkarte und Gutscheine sind Barumsätze) benötigt eine Kasse und muss ab Anfang 2016 jede Barbezahlung mit entsprechendem Beleg quittieren.

Ab Anfang 2017 muss die Kasse auch „manipulationssicher“ sein, wobei dies nicht durch Speicherungen in der Cloud oder sonstige Maßnahmen gewährleistet werden kann, sondern einzig, indem die durch die RKS-V vorgeschriebene Implementierung einer Umsatzverkettung in Zusammenhang mit qualifizierten Zertifikaten umgesetzt wird – eine Lösung, die sämtliche Kassenhersteller erst implementieren müssen.

Dadurch werden alle, die jetzt eine Kasse kaufen, wohl ohne Upgrade diese eben erworbene Kasse ab 2017 nicht mehr verwenden dürfen. Wichtig ist es daher, Produkte eines Herstellers zu kaufen, dem ich auch vertraue und bei dem es die Garantie gibt, dass das Upgrade im Laufe des nächsten Jahres geliefert wird. Auch ein Wartungsvertrag ist wohl Pflicht.

### Bestehende Systeme anpassen

Diese Verordnung führt aber auch dazu, dass niemand seine derzeit im Einsatz befindliche Kasse in dieser Form über 2017 hinaus weiter verwenden kann; es wird entweder ein Update oder aber eine Neuanschaffung nötig sein. Übrigens gilt das auch im Falle eines geschlossenen Systems. Für diese sind ab 30 Kassen Erleichterungen vorgesehen. Es ist eine, wenn auch wenig aufwendigere, Programmänderung nötig.

Es ist dabei zu erwarten, dass wohl die meisten Kassenhersteller – zumindest die mit großen Marktanteil in Österreich – für die meisten ihrer Produkte in irgendeiner Form ein Update anbieten werden. Aber es ist Vorsicht geboten, denn auch für Rechnungen mit einem Fakturierungsprogramm, die derzeit häufig bei Barzahlung einfach mit einem Stempel „Bar bezahlt“ versehen werden, ist nun eine Kasse nötig. Ob deren Hersteller aber alle die nötigen Anpassungen machen, ist fraglich. Daher sollte unbedingt rasch Kontakt mit dem Hersteller gesucht werden, um offene Fragen zu klären.

**Wie weiß ich, ob die Kasse passt?** Auch hier ist Vertrauen notwendig. Denn wirklich wissen, ob alles passt, wird man wohl erst im Juli. Dann wird über FinanzOnline die Infrastruktur zur Inbetriebnahme der Kassen zur Verfügung stehen. Jeder kann dann seine Kasse anmelden, die Seriennummer des Zertifikats hinterlegen und mit der Kasse den ersten Beleg ausdrucken; der sich darauf befindende QR-Code kann eingescannt und geprüft werden. Liefert FinanzOnline hier ein „OK“, kann der Kassenanwender auf die Ordnungsmäßigkeit seiner Kasse vertrauen. Bis zu dieser Gewissheit ist also noch etwas Zeit, aber Zeit, die genutzt werden sollte, denn ansonsten wird es wohl sehr eng. Daher: Genug gejammt, lassen wir die Kasse klingeln!

## SCHELLING

### Strukturelles Nulldefizit 2016

WIEN. Finanzminister Hans Jörg Schelling (ÖVP) sieht das Budgetziel für das kommende Jahr gesichert: „Das strukturelle Defizitziel wird 2016 halten“, sagte der Ressortchef am Dienstag im Budgetausschuss des Nationalrats. Anlass waren die von Fiskalratpräsident Bernhard Felderer im Ausschuss neuerlich geäußerten Bedenken hinsichtlich des Budget-Fahrplans. Debattiert wurde u.a. der bereits im Juli vorgestellte Bericht des Fiskalrats über die „Öffentlichen Finanzen 2014“, in dem das Gre-mium Probleme bei der Einhaltung der EU-Budgetregeln im Jahr 2016 ortete. Der Fiskalrat glaubt demnach nicht an das im Finanzrahmen angekündigte strukturelle Null-Defizit für die Jahre 2016 bis 2019. (APA)

Schon aus diesen Beispielen ist ersichtlich, dass die Regelungen erleichtert und angepasst wurden. Genauso ist es bei der technischen Sicherheitseinrichtung, die zum Zweck der Manipulationsverhinderung ab 1.1.2017 nötig ist: War ursprünglich das deutsche System INSIKA (das allerdings auch dort nicht zum Einsatz kam) favorisiert, wurde nun ein auf qualifizierten Signaturen beruhendes, offenes System vorgeschrieben, das mit vernünftigem Aufwand realisiert werden kann.

Natürlich kann auch hier noch über viele Einzelheiten diskutiert werden, aber es wurde genug gejammt, die Registrierkassenpflicht ist fix, die verbleibende Zeit ist knapp genug und sollte auch genutzt werden.

# Nur noch kurz die Welt retten

Ali Mahlodji erzählte bei einem Vortrag in Wien von eigener beruflicher Inspiration und jener der Jungen. Über die praktischen Umsetzungsoptionen gaben Valerie Höllinger und Franz-Josef Lackinger (BFI Wien) Auskunft.

••• Von Sabine Bretschneider

WIEN. Früher wollte er die Welt retten, erzählt Ali Mahlodji bei einem Vortrag im Rahmen des Tages der offenen Tür des Bildungsinstituts BFI Wien. Dann schraubte er seinen Anspruch ein Stück weit zurück: 26% der Weltbevölkerung sind jünger als 15 – und zumindest sie bei seinem Rettungsversuch ins Auge zu fassen, schien vernünftig. Also gründete er whatchado.com („What do you do?“).

Heute ist das Karriere-Portal whatchado vier Jahre alt, 4.500 Menschen haben in zehn verschiedenen Sprachen zum „Handbuch der Lebensgeschichten aus aller Welt“ beigetragen, wie es Gründer und „Chief Storyteller“ Mahlodji beschreibt. Es ist auch ein Handbuch der Berufsbeschreibungen, das mittlerweile nicht nur von Jugendlichen gern „gelesen“ wird. Der Wiener mit persischen Wurzeln schilderte seinen Weg vom Traiskirchner Flüchtlingskind zum erfolgreichen Unternehmer – gewürzt mit einer Prise „Traut's euch was!“

Inspiration und Orientierung auf einem zunehmend komplex und enger werdenden Arbeitsmarkt anzubieten, war auch der rote Faden des diesjährigen Schnuppertags im Wiener Bildungsinstitut.

**Ledig, jung, sucht ...**

medianet führte dazu ein Gespräch mit den BFI Wien-Chefs Valerie Höllinger und Franz-Josef Lackinger.

**medianet:** „Orientierung im Bildungsdschungel“ ist der Titel der



diesjährigen Veranstaltung. Aber schafft eine Plattform wie whatchado Orientierung – oder verwirrt sie noch mehr? Es gibt ca. 50.000 Berufsbezeichnungen. Brauchen junge Menschen dann nicht erst recht eine Form von „Ausbildungs-Nachbetreuung“?

**Valerie Höllinger:** Vielleicht ist Inspiration hier das Schlagwort. Ich würde whatchado nicht als Orientierungsplattform sehen – ebenso wenig wie unseren Tag der offenen Tür, sondern als ein Zur-Verfügung-Stellen. Und wenn die Phase der Orientierung beginnt, dann sind wir da und betreuen dann auch entsprechend.

**Franz-Josef Lackinger:** Das eine tun, das andere nicht lassen. Es ist ein pädagogischer Prozess. Die Theorie interessiert nur selten, deswegen ist Inspiration der richtige Begriff. Aber die Erfahrung zeigt, dass gerade junge Menschen mehr Begleitung und praktisches Ausprobieren benötigen. Deswegen sind vernünftige Praktika nötig, und Gespräche mit Arbeitgebern.

**medianet:** Gibt es in Österreich genügend Möglichkeiten zum „praktisch Ausprobieren“?

**Höllinger:** Das AMS macht da schon einiges. Für Lehrlinge etwa gibt es Erprobungsphasen; da kann man in einen Job hineinschnuppern und muss sich nicht sofort entscheiden.

**Ali Mahlodji** flüchtete als Kind mit seinen Eltern aus dem Iran nach Österreich. Er brach die Schule ab, studierte aber später und gründete nach mehr als 40 Jobs die Berufsorientierungsplattform whatchado.com.

Das Bewusstsein der öffentlichen Hand ist stark gestiegen, in der beruflichen Orientierung gerade bei den Jüngeren anzusetzen.

**medianet:** Andere Länder gehen andere Wege und verlängern die schulische Ausbildung. Ist man mit 14, 15 nicht zu jung für berufliche Entscheidungen?

**Lackinger:** Jede Ausbildung ist besser als keine. Der österreichische Weg ist schon gut. Jene Länder, die bei den PISA-Tests gut abschneiden und einen längeren Bildungsweg haben, haben eine höhere Jugendarbeitslosigkeit – in Finnland etwa liegt sie bei über 20 Prozent.

**medianet:** Was sind derzeit die gravierendsten Veränderungen am Markt der Weiterbildung?

**Höllinger:** Im privaten Bereich zeigt sich, dass das Bewusstsein, sich weiterbilden zu wollen und zu müssen, gestiegen ist. Früher waren Unternehmen mit Weiterbildungsmaßnahmen großzügiger.

Heute ist das mehr und mehr zu einer individuellen Entscheidung geworden – die auch genutzt wird. Wir denken derzeit auch über Finanzierungsmöglichkeiten in Kooperation mit Banken nach, damit wir kostengünstige Angebote machen können. Was einschränkend wirkt, sind natürlich auch die finanziellen Beschränkungen der öffentlichen Hand.

**medianet:** Schlagwort Digitalisierung. Welche Pläne werden diesbezüglich an Ihrem Institut gewälzt?

**Höllinger:** Wir beschäftigen uns intensiv mit dem Thema Digitalisierung, vor allem mit Blended Learning ... und auch mit entsprechenden Kooperationen. Reines eLearning geht nicht auf, aber momentan zeigt viel in Richtung Video. Auch der soziale Faktor, das Peering, ist wichtig, das muss man auch in der digitalen Welt abbilden. Wenn man das schafft, dann entstehen tatsächlich sinnvolle neue Lehrformen. Videos können allerdings nicht Lehrer oder Kurse ersetzen.

**Lackinger:** Ich glaube an das Prinzip des Lernens und an das, was schon seit dem Mittelalter institutionalisiert ist: Dass der Meister gemeinsam mit dem Lehrling arbeitet. Das ist durch nichts zu ersetzen. Man kann nur ergänzen. Alles andere entwickelt sich rund um dieses Prinzip – Lernplattformen, Vervielfältigung von Lernmaterialien, Video, usw. Aber ich habe noch niemanden getroffen, der vom Wohnzimmer aus Jus studiert hat und später ein wirklich guter Anwalt war.

**medianet:** Noch ein Themenwechsel: Gibt es Notfallpläne für die Flüchtlingssituation?

**Lackinger:** Auf jeden Fall. Wir sind gewohnt, schnell Kapazitäten aufzubauen ...

**Höllinger:** ... gerade auch bei der Organisation von Trainern, die mehrsprachig sind. Das ist für uns kein Problem.

**Lackinger:** Es gab diesbezüglich auch schon erste Maßnahmen – wie etwa Kompetenzchecks für Asylwerber. Da werden wir sicherlich im nächsten Jahr noch mehr machen, auch im Deutschkursbereich – wenn man uns damit beträut.

26%

**Welt der Jungen**  
Mitte des Jahres 2015 waren 26% der Weltbevölkerung unter 15 Jahre alt. Am höchsten ist der Anteil mit 41% in Afrika (über 64 Jahre: 4%); 16% sind es in Europa (über 64: 17%).

© BFI Wien/PA-Fotoservice/Höllinger (2)



## PISA-Erfolg/Jobs f. Junge

Länder	PISA '12* arbeitslos**
Finnland	1 24,5%
England	2 16,1%
Frankreich	3 24,1%
Italien	4 40,5%
Tschechien	5 13,4%
Deutschland	6 7%
Österreich	7 10,8%
Schweden	8 20,9%
Slowakei	9 24,8%
Polen	10 20,1%

\*Kompetenz „Problemlösen“/Eur. Staaten im OECD-Rankings

\*\* 15-24 Jahre, Stand Juni 2015; Quellen: Eurostat, OECD.

# TOPAKTION

## NUR NOCH 3 TAGE! BIS 20. SEPTEMBER!

7x in WIEN | 2x in LINZ | STEYR | GRAZ



[www.johnharris.at](http://www.johnharris.at)

**John Harris**  
Fitness

# Eintopf, Anstand und ein Löffel Güte

Ein Ratgeber verrät, wie Politiker es anstellen, bei ihren Zuhörern Empfindungen hervorzurufen, die diese oft gar nicht verdienen.



## Leitartikel

••• Von Sabine Bretschneider

SIEG NACH PUNKTEN. Das Rezensionsexemplar ist kürzlich in der Redaktion gelandet: „Talking Points oder die Sprache der Macht“ (Ein PR-Profi erklärt, was Politiker wirklich sagen.) Nun, nach einigen Seiten Lektüre muss man allerdings schon korrigierend eingreifen: *Tatsächlich* dreht es sich – Lass alle Hoffnung fahren! – nicht darum, was Politiker wirklich sagen, sondern darum, wie sie sagen, was wir hören sollen ... Der Autor formuliert das eleganter: „Jede öffentliche Handlung eines Politikers kann in uns Politikzuschauern theoretisch eine Vielzahl von emotio-

nalen Reaktionen hervorrufen. ‚Talking-Points‘, psychologisch geplante Trigger-Formulierungen, steuern unsere emotionale Reaktion“ – d.h. unsere Gefühle werden planbar gemacht. Klingt komisch, ist auch so – um mit der Sendung mit der Maus zu sprechen.

Faszinierenderweise ist die sprachlich doch oft ungeliekt wirkende Angela Merkel ein rhetorisches „Testimonial“ für effektive Sprachwaffen: „Vor lauter Globalisierung und Computerisierung dürfen die schönen Dinge des Lebens wie Kartoffeln oder Eintopf kochen nicht zu kurz kommen.“ Dieses Zitat stammt jetzt nicht aus dem Buch; es ist eine Merkel-Wikiquote – ein wunderschönes Beispiel dafür, wie es die deutsche Kanzlerin schafft, auch kalten Technospeak-Themen einen Unterton von Wärme und Güte zu verleihen.

Überhaupt: Güte! Die Empfindung von Güte ist einer der Haupteffekte, die die Talkingpoints „triggern“ sollen. Sie gilt, schreibt der Autor, Dushan Wegner, als „wichtigste der zu maximierenden positiven Eigenschaften“, falls man denn die öffentliche Funktion des Politikers anstrebt. Denn: „Güte ist die Legitimation der Macht.“ Aber das sollte man nicht missverstehen: Güte ist in diesem Konzept nicht mit Anstand gleichzusetzen. Ein Zitat zu diese trennscharfen Definition? „Ein anständiger Mensch kümmert sich um das Wohl der eigenen Familie“, zumindest

um das Wohl jener, die er persönlich kennt. Ein Gütiger sorgt sich um das Wohl von Familien, die er gar nicht kennt. Das heißt wiederum: Der Mächtige muss sich nicht anständig verhalten, um sich Güte auf den Leib zu schneidern. Er sollte nur vehement für den kleinsten gemeinsamen Nenner der potenziellen Wählerschaft eintreten: den „Menschen“ an sich, „Kinder“, insoweit als ohne sie unser Fortbestand einstweilen noch nicht gesichert werden kann – und für ein Minimum an Herzenswärmе über ideologische und soziale Grenzen hinweg. Im letzten Kapitel geht es per „Inspiration“ auf eine „Heldenreise“ wie etwa JFKs Mondprojekt. Bescheidenheit ist keine Zier für den, der an die Türen der Macht klopft. Ein Lesetipp.

## Sie sind unter uns

Das Flüchtlingsthema lässt auch uns nicht los: Wie in der heutigen Covergeschichte nachzulesen ist, stehen wir uns mit dem Ansatz, nur ja keine falsche Entscheidung zu treffen, besser: gar keine, selbst im Weg. Schritt eins, die anständige Behandlung jener, die bei uns stranden, ist vollzogen. Jetzt müssen wir darüber nachdenken, wie wir Güte und Anstand auch auf die erstrecken, die hierbleiben wollen – oder schon länger da sind. Ein positiver strategischer Ansatz in der Auseinandersetzung mit dem Thema ist derzeit noch nicht fassbar.

## Zitat des Tages

Eine Welser ÖVP-Kandidatin wirbt auf Facebook mit einem Koran-Zitat

„

Aus euch soll eine Gemeinschaft (von Gläubigen) entstehen, die zum Guten aufrufen, das Rechte gebieten und das Verwerfliche verbieten. Das sind die, denen es wohl ergeht.

“

## 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/Redaktionsleitung:** Mag. Sabine Bretschneider, Stv.: Dinko Fejzuli

### Kontakt:

Tel.: +43-1/919 20-0

[office@medianet.at](mailto:office@medianet.at) | Fax: +43-1/298 20 2231

**Fotoredaktion:** [fotored@medianet.at](mailto:fotored@medianet.at)

### medianet prime news

([primenews@medianet.at](mailto:primenews@medianet.at))

**Chefredakteurin:** Mag. Sabine Bretschneider (sb – DW 2173)

**Chef vom Dienst:** Rudolf Grüner (rg – DW 2176)

**medianet marketing & media**

([medianet@medianet.at](mailto:medianet@medianet.at))

**Chefredakteur:** Dinko Fejzuli (fej – DW 2175/ Medien)

**Redaktion:** Mag. (FH) Jürgen Hofer (hof – DW 2171)

### medianet retail

([retail@medianet.at](mailto:retail@medianet.at))

**Stv. Chefredakteur:** Christian Novacek (nov – DW 2161)

**Redaktion:** Nataša Nikolić (nn – DW 2174), Daniela Prugger (dp – DW 2228)

**medianet financenet & real:estate**

([financenet@medianet.at](mailto:financenet@medianet.at))

**Chefredakteurin:** Mag. Linda Kappel (lk)

### medianet advisory

([advisory@medianet.at](mailto:advisory@medianet.at))

**Chefredakteur:** Paul Christian Jezek (pj)

**medianet technology & industrial technology**

([technology@medianet.at](mailto:technology@medianet.at))

**Chefredakteur:** Peter Mosser (pm)

**Leitender Redakteur:** Chris Haderer (hc)

**medianet destination**

([destination@medianet.at](mailto:destination@medianet.at))

**Chefredakteur:** Peter Mosser (pm)

**medianet automotive business**

([automotive@medianet.at](mailto:automotive@medianet.at))

**Chefredakteur:** Peter Mosser (pm)

**medianet health economy**

([healtheconomy@medianet.at](mailto:healtheconomy@medianet.at))

**Chefredakteur:** Martin Rümmele (rm)

**medianet career network**

([careernet@medianet.at](mailto:careernet@medianet.at))

**Chefredakteur:** Paul Christian Jezek (pj)

**Lektorat:** Mag. Christoph Strolz (**Grafik**)

**Konzept:** Verena Govoni (**Grafik/Produktion:** Raimund Appl, Peter Farkas) (**Lithografie:** Beate Schmid, Berat Qelaj) (**Anzeigenproduktion:** Aleksander Milenkovic) (**Druk:** 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:** wöchentlich (Fr)

**Erscheinungsort:** Wien **Einzelpreis:** 4,- €

**Abo:** 179,- € (Jahr) (inkl. Porto & 10% MWSt.)

**Auslands-Abo:** 229,- € (Jahr). Bezugsmeldung 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/>



Abo, Zustellungs- und

Adressänderungswünsche:

[abo@medianet.at](mailto:abo@medianet.at)

oder Tel. 01/919 20-2100

## Die Kardinalfehler von KMU und EPU

Auswege aus dem Teufelskreis falscher Prioritätensetzung.

### Gastkommentar

••• Von Jochen Ulbing

WIEN. Rund 26 Insolvenzen pro Werktag, ein Medianeneinkommen von 11.000 € netto pro Jahr und eine durchschnittliche Arbeitsbelastung von rund 12 Stunden pro Tag – dies sind die erschütternden Zahlen, mit denen österreichische Unternehmer zu kämpfen haben. Unweigerlich stellt sich hier die Frage, welche Ursachen diesen Statistiken zugrunde liegen: Zunächst beschäftigen sich Kleinunternehmer zu sehr mit den dringenden Dingen und zu wenig mit den wichtigen, d.h. sie stecken viel Zeit in den Unternehmensalltag und zu wenig Zeit in die Planung der Unternehmenszukunft. Oftmals fehlt ihnen eine Vision, da der Drang, finanziell überleben zu müssen, im Vordergrund steht. Eine klare Positionierung sollte jedoch die oberste Priorität sein: Mein Kunde muss deutlich erkennen, inwiefern ich mich vom Wettbewerb unterscheide und welchen Nutzen ich damit vermitteln möchte.

### Zeit und Geld sind Mangelware

Hinzu kommt, dass Zeit und Geld meist Mangelware sind. Somit scheint der Ausweg aus dem berüchtigten Teufelskreis kein leichter zu sein. Gleichzeitig hat offensiver Verkauf hierzulande einen derart schlechten Ruf, dass sich die wenigsten Unternehmer ernsthaft mit ihrem Verkaufsprozess und dessen Optimierung beschäftigen. Zudem sind Klein- und Kleinstunternehmer oft nicht in der Lage, Arbeit oder Verantwortung abzugeben, weil sie entweder den Schritt vom EPU zum Arbeitgeber scheuen oder weil sie zu wenig Know-how auf dem Gebiet der Unter-



© ZUG/Karl Zoller

### Nachhaltig beraten

Jochen Ulbing ist Geschäftsführer von Z|U|G (Zentrum für nachhaltige Unternehmensentwicklung in der Gruppe), Unternehmensberater, Wirtschaftstrainer und Coach für Unternehmensstrategie.

nehmensführung mitbringen.

Viele Unternehmer scheitern, weil sie immer noch glauben, dass man nur mit Fleiß Erfolg haben kann. Fleiß ist eine wichtige Grundlage, aber ohne eine Unternehmensstrategie, eine Unterscheidung vom Mitbewerb und die Möglichkeit, diese auch zu kommunizieren, ist Erfolg eine Illusion. Die Welt ist heutzutage im ständigen Wandel begriffen, d.h. man muss sich und sein Unternehmen immer wieder neu erfinden. Das erkennen viele Unternehmer nicht.

Daher gilt es, an effizienten und professionellen Unterstützungs möglichkeiten zu niedrigen Kosten zu arbeiten – etwa in Form von Entwicklungspartnerschaften.

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



# marketing & media

**Digital** Der ORF stellt eine Fußball-App und ein neues Sportstudio vor **11**

**Hotspot** Der DigitalCity. Wien-Aktionstag für Wiens Wahrnehmung **14**

**Upgrade** Die Cooper's Crew setzt auf den digitalen Aufbau **15**

**Messe** DMX Austria & eCom World Vienna heuer mit neuen Formaten **15**



**Verleihung** Neben dem Programm gabs auch die ORF-Awards **16**

© leadersnet.at/Christian Mikes



© ORF/Roman Zach-Kiesling

## „Great Moments“ für die neue TV-Saison im ORF

Vieles neu: Magazine, Comedy, Austroserien & -filme ebenso wie Informationsschwerpunkte und die größten Sportevents. **10**

### AUSZEICHNUNG

*Herold ist gekürter Top-Arbeitgeber*

**MÖDLING.** Mithilfe von Mitarbeiterbewertungen hat die Arbeitgeber-Bewertungsplattform kununu.com die Top-Arbeitgeber der Medienbranche in Österreich und der Schweiz ausgezeichnet. Auf Platz eins landete Herold Business Data mit einer durchschnittlichen Bewertung von 3,70.

Für Herold ist das nicht die erste Auszeichnung in diesem Jahr: Erst kürzlich wurde das Unternehmen von Great Place to Work zum besten Arbeitgeber in Niederösterreich gekürt.

**FIFTEEN DAYS OF ARABELLA**

15 Jahre Radio Arabella – 15 x MEHR!

- +25% Frees on top\*
- Spotproduktion inklusive
- Werbewirkung garantiert

Alle weiteren Vorteile der 15 x MEHR Initiative – unserem Verständnis von Service, Qualität und Effizienz – sowie den speziellen 15 Days of Arabella finden Sie auf [www.arabella.at/15days](http://www.arabella.at/15days)

**15 Jahre** +25% Frees on top

DONE BY IDCOM

# „Wer Angst hat, ist hier falsch“

Der ORF stellte vergangenen Dienstag sein künftiges Programm vor und vergab außerdem seine begehrten Awards, wie den ORF-Werbehahn.

••• Von Dinko Fejzuli  
und Gianna Schöneich

WIEN. Am Dienstagabend wurde im ORF-Zentrum am Küniglberg die Programmvorstellung des ORF für die TV-Saison 2015/2016 gefeiert. Neben künftigen Inhalten kam aber auch die Werbung nicht zu kurz. So wurden der ORF-Top Spot, der ORF-Werbehahn und der ORF-Onward an diesem Abend verliehen (siehe Seite 16).

Ganz im Sinne der jüngsten Fußballerfolge der österreichischen Nationalmannschaft war auch der Trailer zur Programmvorstellung dem Fußball gewidmet und ließ Züge eines kommentierten Spieles erkennen.

#### Unter dem Fußballstern

Die Rückkehr der UEFA Championsleague in den ORF und die Europameisterschaft 2016 unterstrichen die gewählte Thematik zusätzlich. Doch auch ganz abseits vom Sport hat der ORF einiges zu bieten.

Unter dem Motto „Great Moments“ gibt es Folgendes zu sehen: Neue Austroserien und -filme, neue Hochglanzdokus, Magazine und Comedy, Informationsschwerpunkte, die größten Sportevents und besten Hochkulturreignisse sowie etliche Top-Blockbuster und -Serien. Zusätzlich bleibt Altbewährtes im Programm: Die erfolgreichen „Vorstadtweiber“ werden ebenso wieder auf den Bildschirmen erscheinen wie auch die neue

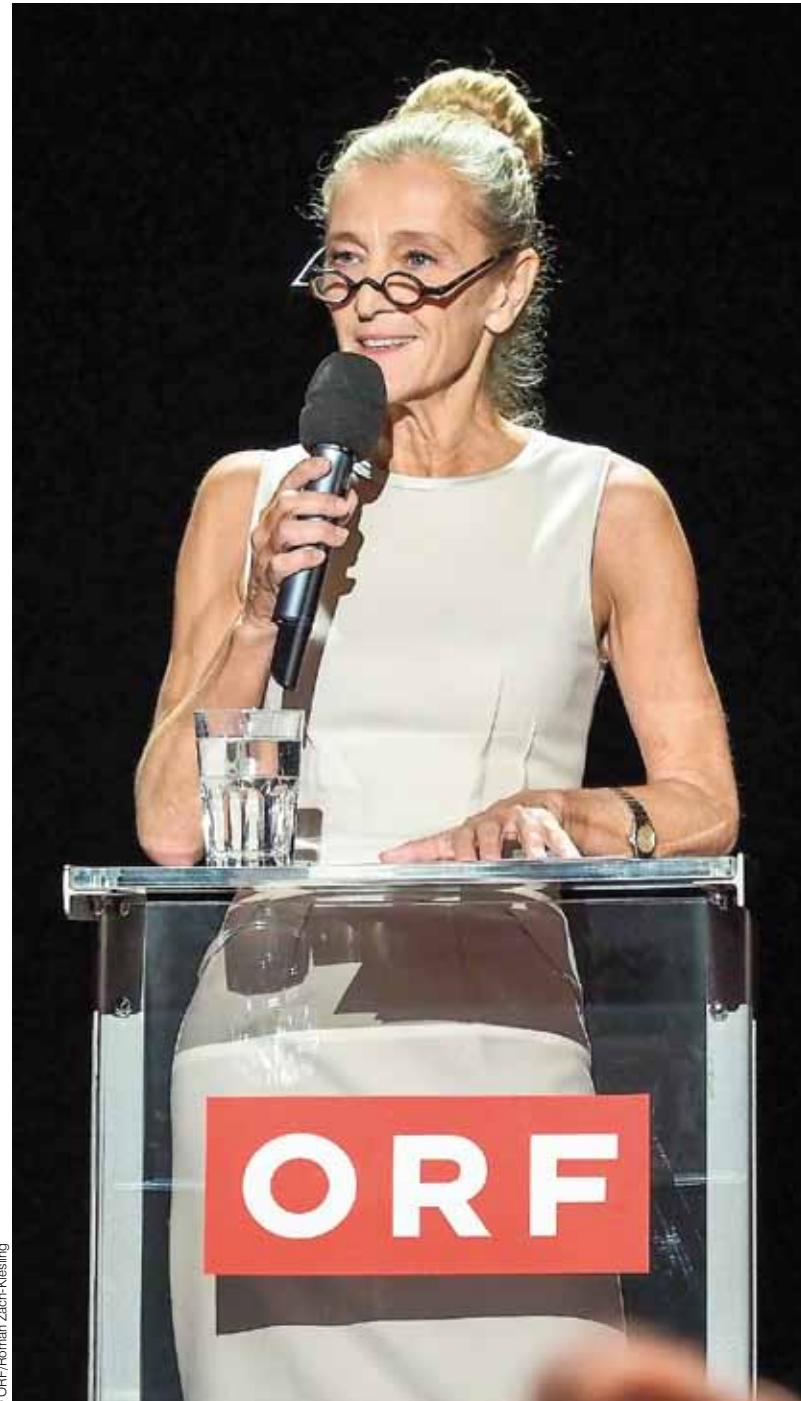
Produktion „Altes Geld“, eine achtteilige Familiensaga.

Vom Ziel, in jedem Genre mit einer Eigenproduktion zu glänzen, ist der ORF zwar noch entfernt, dennoch habe man stets Innovation bewiesen: „Das ist die DNA der Fernsehproduktion“, so die ORF-Fernsehdirektorin Kathrin Zechner. „Wir leben in einer feigen Jetzeit. Was gut funktioniert, wird so lange genutzt und immer wieder verwendet, bis der Lebenszyklus des Formats am Ende ist“, so Zechner schon am Montag im Rahmen eines Press-Previews.

Im Gegensatz dazu wolle der ORF mutig vorangehen.

Und genau diesen Mut beweist der ORF mit dem Start des Frühstücksfernsehens, welcher für den 29. März 2016 angesetzt ist: Mit „Guten Morgen Österreich“ schließe man „die letzte Lücke“, erklärte Alexander Wrabetz, Generaldirektor des ORF.

Einher geht diese Lückenschließung mit einer Personalaufstockung in verschiedenen Bereichen. Insgesamt sind rund 30 Vollzeitäquivalente vorgesehen, die neu angelegt werden sollen, wobei zwei auf jedes Landestudio entfallen, drei auf die „Zeit im Bild“-Mannschaft sowie neun auf die Guten Morgen Österreich-Redaktion. Im Oktober soll das Casting für zwei Moderatoren stattfinden, die abwechselnd mit Moderatoren der Landestudios durch das Format führen werden. Punkten will der öffentliche Rundfunk mit dem ersten



© ORF/Roman Zach-Kiesling  
Die ORF-Fernsehdirektorin Kathrin Zechner sprach im Rahmen der ORF-Programmvorschau über künftige Inhalte der TV-Saison.

mobilien Studio Europas, welches für das Frühstückfernsehen in ganz Österreich unterwegs sein wird.

Laut dem ORF-Generaldirektor sei das Zuschauerpotenzial für dieses nicht ganz so innovative TV-Format vorhanden. Denn die Frühzone, in der Guten Morgen Österreich stattfinden wird, werde an Bedeutung gewinnen, so Wrabetz.

Dass Mut nicht immer belohnt wird, musste der ORF mit seinem Relaunch des Musikantenstadl als „Stadlshow“ erfahren; die Koproduktion von ORF, ARD und SRF erhielt neben geringen Quoten auch einschlägige Kommentare in den Sozialen Netzwerken.

Dennoch hält man an dem Konzept fest: „Wir sind der Meinung, dass zu viele Sendungen mit zu wenig Schlagerstars arbeiten. Das ist ein Phänomen der feigen und kommerziellen Welt“, so Zechner. Wie lange die Show mit den Schlagersternchen erhalten bleibt, ist bisher nicht entschieden. Neben diesen zahlreichen Neuheiten greift der öffentliche Rundfunk auch gern auf bestehende Marken zurück und wolle diese laut Zechner auch pflegen.

Und genau solche etablierten Formate wie „Die Nacht“, „Wir sind Kaiser“ oder „Dancing Stars“ werden das Publikum weiterhin erfreuen. Mit Armin Assinger sei man bezüglich der Millionenshow bereits in konstruktiven Verhandlungen für eine Verlängerung.

**ORF eins bei Jungen ganz groß**  
Der öffentliche Rundfunk ist mit seinen Marken erfolgreich, und auch der als häufig populär bezeichnete Sender ORF eins schreibt positive Zahlen und könnte mehr als nur Unterhaltung liefern, so Zechner: „Der Marktanteil von ORF eins liegt bei den 12- bis 29-Jährigen zwischen 12 und 15 Prozent. Das ist ein Anteil, den bis auf Pro7 kein anderer Sender besitzt.“

Dass der Erfolg nicht nur von Serien wie „The Big Bang Theory“ oder „Die Simpsons“ röhrt, zeige die Dokumentationsreihe „Dok-eins“; diese würde die Zuschauerquote von Austria's Next Topmodel schlagen, so Zechner kämpferisch.

**60 Jahre Fernsehen**  
Bei der Programmpäsentation feierte man auch gleichzeitig 60 Jahre Fernsehen in Österreich. Mit dem Format „Great Moments“ will man ab Oktober auf auf diese sechs Dekaden zurückblicken. In sechs Folgen werden Mirjam Weichselbraun und Andi Knoll als Moderatoren durch die Sendung führen. Im Mittelpunkt stehen dabei drei prominente Paare, die in Quizrunden ihr Wissen zu verschiedenen Themen unter Beweis stellen müssen.

Übrigens: Schon vor 60 Jahren konnte man nicht in die Zukunft blicken, und so bleibt auch heute offen, welche Formate erfolgreich werden oder bleiben. Man könnte sich immer irren, so die ORF-Fernsehdirektorin. Furcht kennt sie diesbezüglich aber nicht: „Wenn ich Angst hätte, dann wäre ich falsch in der Fernsehwelt.“

## xpert.network – Jury tagt

Jurysitzung mit hochkarätigen Juroren am 24. September; Start weiterer Portale noch für dieses Jahr avisiert.

WIEN. Am 24. September findet die erste Jury-Sitzung im Rahmen der xpert.network-Bewertung statt, bei der sich die teilnehmenden Agenturen mit ihren besten Arbeitern beweisen müssen. Zahlreiche hochrangige Experten, bestehend aus Auftraggebern von Werbeleistungen und Vertretern der Branche, haben ihr Kommen für diesen Termin bereits zugesagt.

**Portalfamilie wächst weiter**  
Agenturen werden hier einem ganzheitlichen Auditing-, Rating- und Zertifizierungsprozess unterzogen. Ziel ist, für jeden potenziellen Auftraggeber die Overall-Qualifikation, die Leistungsfähigkeit und Verlässlichkeit einer Agentur sowie deren Skills nachvollziehbar, transparent und fair darzustellen – komprimiert

ausgedrückt in Form des xpert.network Punkteratings. Ergebnisse und einen Nachbericht zur Jurysitzung lesen Sie in medianet.

Neben den bereits verfügbaren Portalen für Werbeagenturen, PR-Agenturen und seit Kurzem auch für Media-Agenturen gehen dieser Tage auch die Portale für Live-Marketing-Agenturen und Eventmanager und jenes für Digitalagenturen in den Testbetrieb; hier können dann die Player dieser Sektoren ihre Dienstleistungen und ihr Portfolio präsentieren. Damit ist die Welt der „Agenturportale“ zunächst abgeschlossen.

Im heurigen Jahr ist noch die Portalfamilie der Zulieferbranche der Kreativindustrie am Plan – unter anderem Druckereien, Grafiker, Designer und Marktforscher.

2016 folgt das Medien-Portal mit den Subkategorien „TV“, „Print“, „Radio“, etc., die Medien die Chance gibt, sich mit all ihren Kennzahlen und Leistungsdaten zu präsentieren.

### Premiumagenturen im xpert.network

#### Werdeagenturen

Freude  
GPK Advertising  
McCann – Erickson move 121  
Sery Creative Communications  
Mark & Mark  
Warda Network  
Habesohn, Doucha DJW Werbeagentur  
TBWA|Wien

#### SPS Marketing

Reichl und Partner Werbeagentur pjure isobar MMS Lowe GGK kraftwerk FCB Neuwien DDB Wien PKP BBDO

#### PR-Agenturen

Sery Creative Communications Reichl und Partner PR Grayling Kobza Integra Unique Ketchum Publico Kinz Kommunikation ikp The Skills Group Himmelhoch Aigner PR

#### Mediaagenturen

mediestrategen Media 1 Arena Media Reichl und Partner Maxus pilot@media.at media.at Dentsu Aegis Network

Mediabizz OMD Omnimedia MEC Media Planning Group Mindshare



Am 24. September findet die erste Jury-Sitzung der xpert.network-Bewertung statt

# Eine App für die Königsklasse

Die neue Fußball-App des ORF bündelt mit vorweggenommener Trimedialität umfangreiches Sport-Wissen; die Champions der Ligen „spielen“ im neuen Studio im ORF-Zentrum.

••• Von Jürgen Hofer

WIEN. Pünktlich zum Start der Champions League, die seit dieser Saison fix für drei Jahre wieder im ORF zu sehen sein wird, präsentierte der ORF vorab nicht nur das neue Studio, sondern vor allem das erweiterte digitale Sportangebot.

Kernstück des Angebots ist die Fußball-App für iOS und Android, deren Inhalte online gespiegelt werden, wie ORF-Generaldirektor Alexander Wrabetz bei der Präsentation betonte – eine rechtlich notwendige Vorgangsweise, immerhin wurde man ja für die Schladming-App bestraft, weil diese Inhalte anbot, die auf der Website nicht zu finden waren.

#### Diverse Content-Angebote

Unter [sport.orf.at/fussball](http://sport.orf.at/fussball) sowie nach Download in den jeweiligen App-Stores bietet man News, Spielstände, Tabellen, Statistiken, eine Social Wall mit ausgewählten Posts der Fußballstars, Streams der aktuellen Übertragungen, On-Demand-Highlights sowie einen TV-Guide, der auch Programm-Punkte der Privatsender inkludiert.

„Die Trimedialität, die wir mit dem neuen News-Room bieten werden, wird hier praktisch schon vorweggenommen“, verwies Wrabetz auf die Zusammenarbeit verschiedenster Redaktionen, eine „gemeinsame Kraftanstrengung“. Federführend agierte dabei der TV-Sport, der erstmals auch die Verantwortung für Online übernimmt und sich „seinen Second Screen selbst gestaltet“.

Inhaltlich liegt der Fokus natürlich am heimischen Fußball mit einem Blick über den Tellerrand zu internationalen Spielen sowie den bekannten Topligen. Man wolle das Angebot, so Wrabetz, „in Abstimmung mit den Behörden vertiefen“. Denkbar sei eine Integration des Amateur-, Frauen- oder Schulfußballs. Realisiert wurde das Projekt unter der Gesamtleitung von Franz Manola, Alexandra Fida und Thomas Prantner.

#### Jede Menge Fläche

Seinen Platz findet der Fußball ab sofort nicht nur digital, sondern auch im neuen Champions League-Studio. 200 m<sup>2</sup> groß, sticht vor allem eine 32:9-Full-HD-LED-Wand mit 11,25 m<sup>2</sup> bei 4,15 Mio. Pixeln ins Auge, die größte dauerhafte ihrer Art in ganz Europa, so der ORF. Neben der Champions League werden auch „Sport am Sonntag“ sowie Sommer- und Wintersport-



Zur Rückkehr der Champions League in den ORF gibt es ein neues Studio gleich dazu.

Live-Events hier abgehandelt werden. Rainer Pariasek mit Experte Herbert Prohaska und Taktik-Analytiker Roman Mählich nehmen hier wahlweise mit einem Gast Platz; ein Studiopublikum wird es dagegen keines geben. „Wir besinnen uns auf unsere journalistische

Kompetenz, es wird dabei keine Tänzerinnen geben“, verwies TV-Sportchef Hans Peter Trost auf die kritisierten Samba-Tänzerinnen im Studio zur Fußball-Weltmeisterschaft. Zu den Kosten des Projekts wollte der ORF keine Angaben machen. [sport.orf.at/fussball](http://sport.orf.at/fussball)



Die neue ORF-Fußball-App: Termine & News, Social Media & Live-Spiel; alles ist dabei.

LWmedia

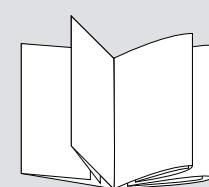
## „Staunen macht Spaß“

**Drucken, falzen, stanzen, perforieren – bei NP DRUCK trifft Produktivität auf Kreativität.**  
Das Ergebnis: keine „Stangenware“, sondern Folder, Prospekte und Magazine, die Raum für beeindruckende Produktpräsentationen mit hohem Wiedererkennungswert bieten. Dank Erfahrung und modernster Technik bringt NP DRUCK Vielfalt und Kreativität zurück in die Welt der Druckprodukte. Damit Print Spaß macht!

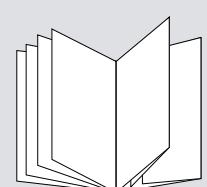


### Wir entfalten Ihre Möglichkeiten!

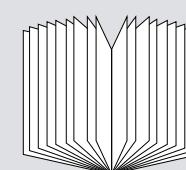
NP DRUCK bietet viel mehr Falz-Stanz-Perforier-und-so-weiter-Möglichkeiten, als hier Platz hätten. Drei Beispiele sehen Sie unten, für mehr rufen Sie +43 (0)2742/802-1297 oder scannen Sie den nebenstehenden QR-Code.



4 Panorama Slim Wickelfalz



9 Panorama A4



17 Delta 36 Seiten

**NPDRUCK**  
NIEDERÖSTERREICHISCHES PRESSEHAUS  
[www.np-druck.at](http://www.np-druck.at)



© Panthermedia.net/Luis Ludo

# Im Blindflug durch das Social Web

Auch 2015 fehlt vielen Unternehmen eine Social Media-Strategie. Dabei wären nur fünf kritische Schlüsselfaktoren zu berücksichtigen.

••• Von Björn Tantau

**H**aben Sie eine Social Media-Strategie? Ich muss das einfach fragen, denn auch im Jahr 2015 sehe ich immer noch Unternehmer im Blindflug durch das Social Web jagen. Es ist teilweise dramatisch, wie viel Potenzial und Energie verschwendet wird, nur weil sich diese Leute nicht einfach mal hinsetzen und ein paar Stunden ihrer Zeit investieren, um eine Social Media-Strategie zu entwickeln. Worauf es ankommt? Es gilt fünf kritische Schlüsselfaktoren für Ihre erfolgreiche Social Media-Strategie zu berücksichtigen.

**Investieren Sie die Zeit in sinnvolle Kanäle**  
Seien Sie dort, wo Sie die meisten User erreichen. Problem: „User“ ist nicht gleich „User“. Welche die *richtigen* User sind, das ergibt sich aus Ihrer thematischen Ausrichtung. Wenn Sie also zum Beispiel ein digitales Infoproduct verkaufen, das sich mit dem Aufbau von Systemen zur Lead-Generierung beschäftigt, *kann* der Ort für diese Zielgruppe Facebook sein – muss er aber nicht. Speziell bei diesem Thema lohnt sich der Blick auf andere, vor allem berufliche Netzwerke. Damit wären wir bei LinkedIn oder für den deutschen Sprachraum (noch immer bevorzugt) Xing. Hier dürften Ihre Chancen deutlich



besser sein, Ihr Produkt zu verkaufen – vor allem dann, wenn es auf B2B ausgerichtet ist. Letztendlich ist das auch nur ein Beispiel von vielen. Das Prinzip ist aber deutlich geworden: Es gibt unterschiedliche Orte, an denen Ihre Verkaufschancen in Social Media variieren. Mehr noch, auch wenn Sie einfach nur Branding machen oder Ihr Publikum grundsätzlich unterhalten wollen, können die Ergebnisse sehr unterschiedlich sein.

#### Nur der konkrete Nutzen zählt

Aus diesem Grund ist es so wichtig, dass Sie Ihre Zeit wirklich nur dort investieren, wo Sie auch einen konkreten *Nutzen* haben. Zeit ist Geld, und wenn Sie den ganzen Tag auf Facebook aktiv sind, dort aber nicht auf die richtigen User treffen, dann haben Sie nicht die korrekte Social Media-Strategie. Aus meiner eigenen Erfahrung kann ich Folgendes berichten: Als Pinterest aufkam, hab ich mich damit intensiv beschäftigt; entsprechend habe ich dort ein Profil und eine gewisse Zeit habe ich dort auch investiert. Auf Dauer aber erkannte ich, dass sich Pinterest für meine Social Media-Strategie nicht lohnt, weil meine Inhalte nicht so bildlastig und visuell sind. Überlegen Sie sich also, in welche Netzwerke sie investieren wollen. Dafür müssen Sie ein paar Tests fahren und so erkennen, wo sich der Aufwand für Sie lohnt.

**Lernen Sie Ihre Zielgruppe exakt kennen**  
Sie wissen jetzt, wo Sie aktiv sein müssen, um Ihre Zeit nicht zu vergeuden. Allerdings werden Sie auch nicht erfolgreich sein, wenn Sie nicht ganz genau wissen, was Ihre Zielgruppe will und wer in Ihrem Zielmarkt schon aktiv ist. Das heißt für Sie: Recherche! Besonders wichtig ist dabei: Welche Themen funktionieren gut und welche nicht? Selbst wenn Sie schon herausgefunden haben, in welchem Zielmarkt Sie aktiv sein wollen und genau wissen, wer sich in Ihrer Zielgruppe tummelt, bedeutet das nicht, dass Ihr Produkt, Ihre Fotos, Ihr Content entsprechend gut ankommt. Wenn Sie in Ihrer Zielgruppe niemanden finden, der sich für Sie oder Ihre Produkte interessiert, dann funktioniert ihre Social Media-Strategie nicht. Also zurück zur Recherche: Wenn Sie wissen, wie Sie vorgehen müssen, werden Sie sehr schnell erkennen, welche Themen im Detail funktionieren und welche Personen schon vorgelegt haben, bzw. „wichtig“ für Ihre Zielgruppe sind. Die Daten und Infos, die Sie brauchen, sind alle öffentlich, Sie finden sie über diverse Kanäle. Google ist einer davon. In wenigen Sekunden sehen Sie, wer in diesem Zielmarkt bereits aktiv ist, erkennen, was darüber geschrieben wurde, und merken, welche Themen besonders interessant sind. Sie sehen vor allem aber auch, welche Websites es zu dem The-

## Die Erfolgs-Grundlagen

### Die Vorbereitung

Seien Sie vorbereitet und passen Sie Ihre Aktivitäten Ihrem eigentlichen Ziel an. Es gilt, die richtigen Leute innerhalb Ihrer Zielgruppe zu erreichen. Probieren ist dabei wichtig – aber investieren Sie Ihre Zeit nicht in bestimmte Kanäle, nur weil andere das auch machen.

### Die Unersetlichkeit

Es gibt nur ein Ziel: Sie müssen für Ihre User unersetzt werden. Wenn sie nicht auf Sie verzichten wollen, weil Sie sich schon so nützlich gemacht haben, dass es ein echter Verlust wäre, wenn sie wieder auf Sie verzichten müssen, dann sind Sie auf dem richtigen Weg.

### Der Erfolg

Die „Erfolgskurve“ ist ein Auf und Ab, und es gibt regelmäßig Rückschläge. Wenn Sie aus Fehlern lernen und Ihre Social Media-Strategie weiterentwickeln, bekommen Sie mit der Zeit einen hochentwickelten und für Ihre Bedürfnisse optimal strukturierten Fahrplan.

ma gibt. Diese Websites (oder auch Blogs) klappern Sie ab und schauen, welche Inhalte dort im Detail veröffentlicht werden – wie oft erscheinen neue Artikel, von wem werden Inhalte kommentiert, und in welcher Art und Weise passiert das? Um zu verifizieren, ob es sich lohnt, ihre Social Media-Strategie auf ein Thema auszurichten, können Sie den Google Keyword Planner einsetzen. Sagt Google Ihnen, dass niemand nach dem Thema sucht, mit dem Sie durchstarten wollen, lassen Sie die Finger davon! Daneben ist selbstverständlich auch Facebook eine extrem große Fundgrube. Sie können direkt nach Fanpages zu Ihrem Thema suchen und schauen, ob dieses Thema dort gut frequentiert wird. Oder Sie gehen in den Facebook AdManager, tun so, als würden Sie eine Anzeige schalten wollen, und schauen, wie viele aktive User Sie zu bestimmten Themen erreichen. Daneben gibt es noch diverse andere Möglichkeiten für eine genaue Recherche. Ein Beispiel wäre Udemy. Auf Udemy werden Kurse angeboten, das Angebot lässt sich durchsuchen. Und genau das sollten Sie tun, denn auf diese Weise erkennen Sie sehr schnell, ob es einen konkreten Bedarf für ein Thema gibt. Mehr noch: Wenn Sie die Ergebnisse filtern und gezielt nach Preis und Bewertungen clustern, wissen Sie sogar, wie beliebt einzelne Themen *wirklich* sind und wie viel Geld die Leute bereit sind, auszugeben. Wenn ein Kurs hochpreisig ist und viele positive Bewertungen hat, dann ist das ein exzellentes Zeichen dafür, dass das Thema an sich perfekt geeignet ist.

### Erstellen Sie Inhalte, die geteilt werden

Taugt Ihr Content nichts, können Sie Technik, Sitespeed, Social Timing oder Posting Frequency vergessen. In erster Linie muss er *nützlich* sein (für andere, nicht für Sie) und haargenau auf Ihre Zielgruppe ausgerichtet – wie Sie diese Zielgruppen und vor allem die Themen, auf die sie stehen, punktgenau ermitteln, habe ich schon beschrieben. Wenn Sie immer und immer wieder durch nützlichen Content auffallen, dann werden Sie auch gehört. Genau das ist die Voraussetzung dafür, aus der Masse hervorzustechen und eine hochgradig treue Community aufzubauen. Der Aufbau einer solchen Community muss einer der zentralen Aspekte Ihrer Social Media-Strategie sein. Sehen Sie sich Websites wie Mashable oder Moz an – sie sind nicht einfach so über Nacht groß geworden, sondern weil sie über einen langen Zeitraum nützliche, interessante und hilfreiche Inhalte veröffentlicht haben. Und: Sie alle haben eine Social Media-Strategie, bei der das *Teilen* von Inhalten eine sehr große Rolle spielt. Auch heute noch setzen Website-Betreiber Sharing-Buttons von Facebook oder Twitter viel zu zaghaft ein. Genau das ist aber ein großer Fehler, zumal es Anbieter wie sumome.com gibt – die das Problem mit den Sharing-Buttons elegant lösen und dazu noch nützliche *Statistiken* liefern, die zeigen, welche Inhalte Ihre User bevorzugt teilen. Geben Sie Ihnen genau davon mehr, bekommen Sie mehr Shares, mehr Reichweite. Gestoppt wird dieser Prozess nur noch, wenn Sie selbst weniger Content produzieren. Übrigens: Lange, detaillierte und fachlich sehr fundierte Inhalte werden von den Usern überdurchschnittlich viel geteilt. Wenn Sie in der Lage sind, Content zu produzieren, der das Zeug zum *Dauerbrenner* hat („Evergreen Content“), dann stehen die Chancen sehr gut, dass Sie z.B. auch gute Rankings bei Google bekommen. Und auch die tragen dazu bei, dass Sie mehr Shares bekommen. Journalisten zum Beispiel informieren sich sehr viel via Google. Es sind aber nicht nur Journalisten, die Sie als Multiplikatoren nutzen können – jeder User, der Sie via Google

findet, muss von Ihrem Content so begeistert sein, dass er ihn sofort teilt. Wenn Ihnen das gelingt, dann werden Sie einen dauerhaften Strom von Usern erzeugen können, die Ihre Inhalte immer wieder finden und konsumieren. Arbeiten Sie dann noch mit Incentivierungen und Lead-Magneten, mit denen Sie z.B. einen Newsletter aufbauen, dann binden Sie diese User dauerhaft. Genau das ist die treue Community, von der ich immer spreche.

**Verschenken Sie Ihr Wissen und Ihre Zeit**  
Wenn Sie wirklich erfolgreich sein wollen, müssen Sie bereit sein, Ihr Wissen weiterzugeben. Verschenken Sie es, ebenso wie Ihre Zeit! Stellen User auf Ihrem Blog Ihnen z.B. erweiterte Fragen zu Ihrem Content, dürfen Sie diese User nicht ignorieren. Natürlich ist das Wissen, das Sie sich über Jahre hinweg angeeignet haben, Ihr Kapital. Doch Sie können sich sehr nützlich machen, wenn Sie immer mal wieder „Kostproben“ verteilen. Wenn es später darum geht, dieses Wissen in sinnvolle Strukturen und Prozesse zu bringen, wird Ihre Großzügigkeit Früchte tragen. Je mehr Sie Ihrer Community helfen, desto eher wird es Leute geben, die Sie bei anderen Problemen um Rat fragen. Spätestens dann wird es geschäftlich, und Sie können auf dieser Basis sogar ein komplettes Business aufbauen.

Mit diesen Maßnahmen arbeiten Sie an Ihrer Reputation und mit der Zeit werden Sie als Autorität wahrgenommen. Aus diesem

„“

*Wenn Sie wirklich erfolgreich sein wollen, müssen Sie bereit sein, Ihr Wissen weiterzugeben. Verschenken Sie es!*

Grund ist das „Verschenken“ von Wissen und Zeit wichtig für Ihre Social Media-Strategie.

**Lassen Sie kontinuierlich von sich hören**  
Es gibt so lustige Sprüche wie „Willst was gelten, mach dich selten!“ Bei Leuten wie Herbert Grönemeyer mag das stimmen; solche Menschen füllen auch nach fünf Jahren Pause immer noch riesige Konzerthallen. Aber macht BMW das, oder hören Sie zwei Jahre lang nichts von Nutella? Es ist wichtig, dass sie eine bestimmte Frequenz entwickeln. Die meisten Menschen schätzen es, wenn sie sich auf etwas (oder jemanden) verlassen können. Machen Sie sich nicht absichtlich ohne Grund rar. Wenn Sie etwas Nützliches zu berichten haben, wenn Sie eine Chance sehen, Ihrem Publikum etwas zu erklären und dafür zu sorgen, dass ein Problem gelöst werden kann, halten Sie sich nicht zurück. Auf der anderen Seite: Reden Sie nicht um des Redens Willen – dann wird man schnell von Ihnen gelangweilt sein.

**Björn Tantau** macht seit 15 Jahren digitales Marketing, ist Keynote-Speaker, Blogger, Buchautor, Podcaster, Referent und Coach. In Sozialen Netzwerken folgen ihm mehr als 45.000 User. [www.bjoerntantau.com](http://www.bjoerntantau.com)

# Wien soll digitaler Hotspot werden

Die Aktivitäten rund um den DigitalCity.Wien Aktionstag am Montag dieser Woche sollen die Wahrnehmung der Donaumetropole stärken.



••• Von Michael Fiala

WIEN. Um die Wahrnehmung Wiens als Metropole im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) zu stärken und ihre Notwendigkeit und Bedeutung in der Smart City Wien noch stärker sichtbar zu machen, veranstaltete die DigitalCity.Wien-Initiative, im Schulterschluss mit der Stadt Wien, auch heuer wieder am 14. September einen DigitalCity.Wien-Aktionstag.

Beim Event, im Rahmen des Wiener Forschungsfests der Wirtschaftsagentur Wien am Naschmarkt, stand die Eröffnung des virtuellen Campus durch Vizebürgermeisterin Renate Brauner und IKT-Stadträtin Sandra Frauenberger im Vordergrund. Weiters fand der erste DigitalCity.Wien-Slam statt. Ein weiterer Schwerpunkt des Aktionstags waren die gebotenen Workshops (u.a. aus dem Projekt „Smart Kids“ des Wiener Bildungsservers in Kooperation mit der ICT Austria) und Schulbesuche durch IKT-Vertreter, die bei den Schülerinnen und Schülern sehr guten Anklang fanden.

Koordiniert wurde der Aktionstag vonseiten der Stadt durch TINA Vienna, Smart City Wien Agentur, einem Unternehmen der Wien Holding.

#### Digitale Innovation in Wien

„Nachdem wir letztes Jahr mit über 1.500 Personen am Stephansdom-Platz und im Rathaus ein Mission Statement an die Wiener Politik und Verwaltung übergeben konnten, arbeiten wir eng mit der Stadtverwaltung im Sinne der Unterstützung der Smart City Wien-Rahmenstrategie zusammen und engagieren uns insbesondere in drei Bereichen“, sagt Martin Giesswein, Mitbegründer der DigitalCity.Wien Initiative und Initiator des VCampus, auf Anfrage von medianet.

So soll einerseits gezeigt werden, wie viel digitale Innovation Wien bereits hat. „Das ist die digitale Vi-



© Ch. Fürthner/TINA Vienna (2)

“

*Wir haben positive nationale und internationale Reaktionen bekommen.*

“

sitenkarte zu unseren Themenbereichen Smart City – Informations-technologie und Startups im internationalen Städtewettbewerb“, so Giesswein. Als zweite Säule soll IT verstärkt in die Schulen gebracht werden, „mit Aktionstagen und vielen Schulbesuchen, z.B. gemeinsam mit dem Projekt „Smart Kids“ des

Wiener Bildungsservers in Kooperation mit ICT Austria“.

Als dritter wichtiger Bereich gilt „Industry meets Makers“. „Eine Challenge, geleitet von DigitalCity. Wien-Vertreterin Sandra Stromberger, die Industriebetriebe, Innovatoren und individuelle Produktentwickler zusammenbringt.“

Inwiefern die Aktivitäten für das digitale Image förderlich sind, kann man nur schätzen. DigitalCity.Wien ist unter anderem ein Leuchtturmprojekt der Digitalen Agenda der Stadt Wien. Diese hat bereits zwei Auszeichnungen in Deutschland bekommen für gelebte e-Partizipation. „Wir haben keine 100%-Messung zum Wiener Image als digitaler Hotspot, aber sehr positive internationale und lokale Reaktionen. Aber erfolgreich können wir nur sein, wenn wir die breite Öffentlichkeit von den Vorteilen der Informationstechnologie

zum Wohle der Bevölkerung einer Smart City begeistern können“, ergänzt Giesswein.

#### Fortsetzung 2016

Die Aktion soll auch 2016 fortgesetzt werden. „Ja, wir arbeiten weiter. Wir arbeiten weiterhin flexibel für die IT-Betriebe, die Smart City Wien und ihre Bevölkerung und treiben die wichtigsten Projekte privatwirtschaftlich im Schulterschluss mit der Verwaltung voran. Die konkreten Ausbaustufen sind im Bereich Bildung, Industrie 4.0 und Standort-Promotion geplant“, sagt Giesswein. Auch der virtuelle Campus soll erweitert werden. Die Formate werden unter anderem physische Veranstaltungen, Social Media-Arbeit, Medienkooperationen und bald ein eigener Virtueller Showroom der Innovationsleistung der Stadt und ihrer Unternehmen sein.

15

#### Schulaktionstag

Heute fand erstmals ein Schulaktionstag mit Workshops für 15 Schulklassen am Forschungsfest und zusätzlichen Besuchen in Schulen statt.

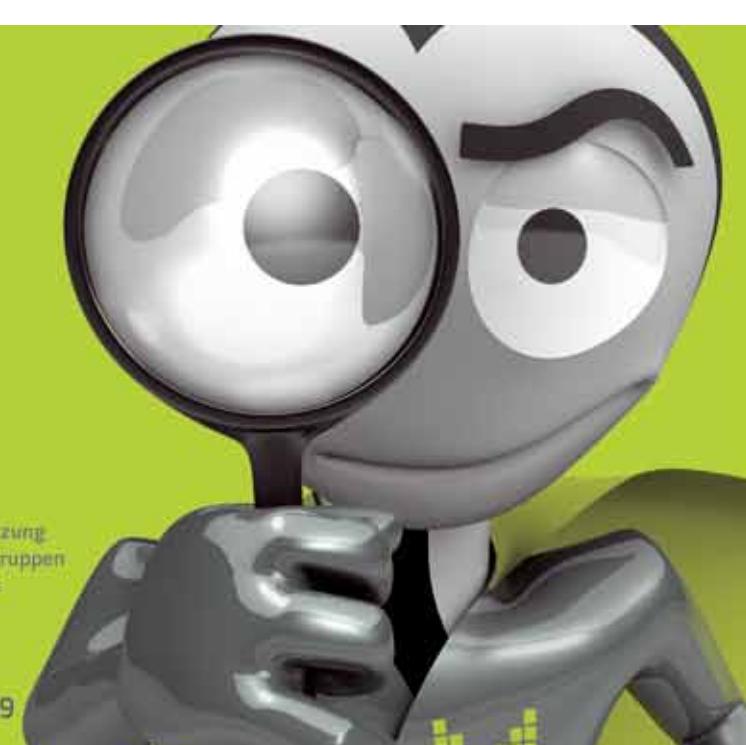
## MARKEAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

### Schnell, verlässlich und ISO-zertifizierte Qualität

Werbemittelstudien | Marken-Kernwert-Analysen | Brand-Positioning | Marktsegmentierung | Zielgruppenanalysen | Potenzialschätzung  
Online Conjoint-Measurement | Kunden- und Mitarbeiterbefragungen | Interception Surveys und OnSite-Befragungen | Online Fokusgruppen  
Ad- & Brand-Tracking | Usage & Attitude Studien | Motiv-Analysen | Ideenscreening | Testimonial-Tests | Konzept- und Produkttests  
Verpackungstests | Regaltests | Online Home-Use-Tests | Logo- und Namenstests | Claim- und Slogantests | Pricing-Forschung

Marketagent.com online reSEARCH GmbH | info@marketagent.com | +43 (0)2252 – 90 90 09



# Digital Upgrade mit Cooper's Crew

Die Agentur Cooper's Crew hilft Marken beim digitalen Aufbau, setzt dabei auf Analysen, langfristige Lösungen und stockte hierfür aktuell das Team auf.

• Von Gianna Schöneich

WIEN. Die Cooper's Crew startet „Cooper's Digital Upgrade“ und holte sich hierfür mit Alexandra Neubauer-Bichler Verstärkung an Bord.

Ziel des Digital Upgrade soll sein, markenführende Agenturen bzw. Marketingabteilungen, die ihre Wurzeln primär in der klassischen Werbung haben, mit einem fundierten digitalen Angebot zu unterstützen.

„Um erfolgreich Marken führen zu können, kann längst nicht mehr in ‚klassischen‘ oder ‚digitalen‘ Kommunikationsmaßnahmen gedacht werden. Nur wer es schafft, seine Strategie selbstverständlich über alle Kanäle zielgerichtet umzusetzen, kann am Markt erfolgreich reüssieren“, erklärt Neubauer-Bichler.

Astrid Pfaffenwimmer, Geschäftsführerin bei Cooper's Crew, holte sich mit Neubauer-Bichler eine digitale Verstärkung: „Ich freue mich, mit Alexandra Neubauer-Bichler einen Digital-Profi der ersten Stunde gewonnen zu haben. Denn um der Branche die bestmögliche Beratung auf die sich laufend ändernden Kommunikationsanforderungen bieten zu können, beginnt man am besten bei sich selbst“, so Pfaffenwimmer.

Neubauer-Bichler ist seit 22 Jahren in der Webbranche in verschiedenen Unternehmen und Positionen tätig.

**Analysen und Langfristigkeiten**  
Für das digitale Upgrade will Cooper's Crew bestehende Organisationsstrukturen sowie vorhandenes Know-how analysieren und gemeinsam mit dem Kunden ein lang-

fristiges Personalstruktur-Konzept entwickeln, so die Agentur in einer Aussendung.

Dies umfasse die Analyse & Beratung, in welchen Know-how-Bereichen bestehende Mitarbeiter bestmöglich geschult werden sollen, und wo fixe oder freie Mitar-

beiter mit spezifischem Digital-Know-how gezielt eingesetzt werden sollten. Passend zum digitalen Upgrade, so die Agentur, biete man hierzu das Recruiting sowie im Rahmen der Cooper's Academy Schulungen an.

[www.coopers-crew.at](http://www.coopers-crew.at)



Astrid Pfaffenwimmer und Alexandra Neubauer-Bichler bilden jetzt die Cooper's Crew.

**LANGE NACHT DER  
MUSEEN**  
SA | 3. OKT | 2015  
IN GANZ ÖSTERREICH AB 18:00  
LANGENACHT.ORF.AT

**ORF**  
**WIE WIR.**

**MESSE DMX AUSTRIA**  
Auf zu neuen  
Formaten

WIEN. Die Fachmesse für Digital Marketing und eBusiness, DMX Austria & eCom World Vienna, geht am 1. und 2. Juni 2016 in der Messe Wien in die nächste Runde. Gruppendiskussionen, die „CampusTalks“, sollen in Kooperation mit der Fachhochschule St. Pölten ab 2016 den Erfahrungsaustausch unter den Fachbesuchern fördern. „Wir freuen uns, dass wir mit der Fachhochschule St. Pölten einen exzellenten Partner gefunden haben, mit dem wir die Formate ‚MeetingPoint‘ und ‚CampusTalk‘ nun auch bei der DMX Austria & eCom World Vienna in Wien umsetzen können“, freut sich Projektleiterin Sandra Helmstädtter.

© Leopold Museum

**Kronen  
Zeitung**  
[www.krone.at](http://www.krone.at)

**ÖBB**



© ledersnetaufchristianmiles.at/Christian Miles (8), ORF/Günter Pichlerhofer



5



6



7



8



9



10

1. Die Sieger des Abends:  
2. Agenturboss Mariusz Jan Demmer; 3. Martin Radjaby (Jung von Matt); 4. ORF-Unterhaltungschef Edgar Böhm; 5. Antonia Tritthart (Traktor), Richard Grasl (Kaufm. Dir. ORF); 6. Michael Götzhaber (Techn. Dir. ORF) & Skilegende Karl Schranz; 7. IP-Chef Walter Zinggl und ORF-Online-Direktor Thomas Prantner; 8. Johannes Bruckenberger (APA-GF), Gerald Grünberger (GF VÖZ); 9: ORF-Enterprise-Boss Oliver Böhm, Claudia Reiterer (ORF) und ÖFB-Nationalteamtrainer Marcel Koller; 10. ORF Programmdirektorin Kathi Zechner & ORF-GD Alexander Wrabetz.

## AWARDS & PROGRAMMPRÄSENTATION

### ORF zeichnet kreative Werbung aus

WIEN. Im Rahmen der ORF-Programmpräsentation am Dienstag, dem 15. Februar 2015, wurden im ORF-Zentrum am Küniglberg nicht nur „Great Moments“ der 60-jährigen Geschichte des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Österreich und die Rückkehr der UEFA Champions League in den ORF gefeiert, sondern auch die begehrten ORF-Awards für die besten TV- und Hörfunk-Spots sowie Online-Kampagnen verliehen.

### Die Sieger des Abends

ORF Top Spot 2015	Spot	Kreativ-Agentur	Media
National Gold	Big Mac „groß genug“	DDB Wien	OMD
National Silber	JUHÜ! „Werner“	JvM/Donau	MediaCom
National Bronze	„Denk Uniqua“	Springer&Jacoby	Mindshare
International	Nespresso	Craft London	Optimedia
Social Advertising	Licht für die Welt – Christoffel	PKP BBDO	

ORF Werbehahn 2015	Spot	Kreation	Media
National Gold	„Schweinsbraten“	D.M&B	Media1
National Silber	„Werbewunder Radio Fleisch“	Pausz/Claus	
National Bronze	Gartenfrüchte	Wien Nord	UM Panmedia
Regional	Frühjahrsputz	Unique	MA 53
Social Advertising	Spendenaufruf Syrien	Wien Nord	Media1

ORF-Onward 2015	Sujet	Kreation	Media
Displaywerbung Gold	VW Passat „Fußgänger“	Holzhuber	Porsche Werbem.
Displaywerbung Silber	Ikea Küchen	Tunnel23	MediaCom
Displaywerbung Bronze	tele.ring „Tarif Max Plus“	Tunnel23	MediaCom
Social Advertising	Licht für die Welt – Christoffel	PKP BBDO	

Quelle: xxxx



1



2



3

## VERLEIHUNG

### Oh yes, it's ladies night

GEWONNEN. Dieser Abend gehörte den Frauen. In zehn Kategorien wurden Power-Frauen bei Jenny Fellners Leading-Ladies-Award geehrt. Es kamen zahlreiche Gäste, und viele Preise wurden auch heuer wieder bei dem Award 2015 im Palais Niederösterreich vergeben.

#### Zahlreiche Gewinnerinnen

Die Vorarlbergerin **Julia Bösch** wurde für ihr Unternehmen Outfittery ausgezeichnet. Nicht minder freute sich die russische Staatsopern-Sopranistin **Aida Garifullina** über ihren Preis im Bereich Kultur. Das internationale Topmodel **Nadine Leopold** reiste aus New York an, um den Fashion-Award entgegenzunehmen. Ministerin **Sabine Oberhauser** gewann in der Kategorie „Gesundheit“. Weiters wurden **Elisabeth Auersperg-Breunner**, die Modebloggerin **Madeleine Alizadeh**, die TV-Serie „Vorstadtweiber“ und der DSDS-Star **Mandy Capristo** im Rahmen des Gala-Abends gewürdigten. Als „Stärkste Frau des Jahres“ wurde **Kira Grünberg** geehrt. Weitere Frauen des Jahres wurden **Mahsa Ghafari**, **Anahita Tasharofi** und **Nadia Rida**.

1. Jenny Fellner (Bildmitte) feierte mit ihren Gästen einen fulminanten Abend; 2. Mandy Capristo, Wolfgang Fellner; 3. Toni Mörwald, Christine Reiler und Oliver Voigt.

## KARRIERE



**Gerhard Pruwasser**



**Michael Taborsky**



**Armin Nowshad**

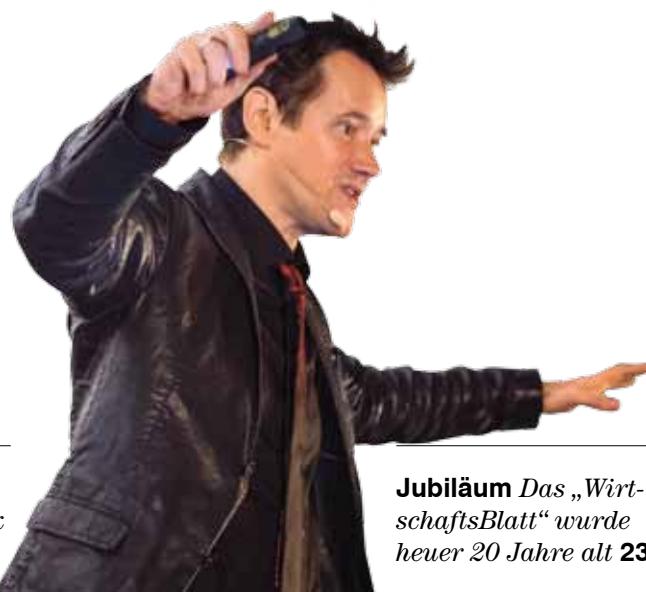
**Wechsel** Der gebürtige Salzburger ist seit 20 Jahren im Verkauf und seit mehr als 15 Jahren im Vertrieb tätig, davon seit knapp vier Jahren im Weekend Verlag. Pruwasser war bereits maßgeblich am Aufbau des Magazins *Weekend Style* beteiligt, das im Herbst 2013 erstmals auf den Markt kam, und übernimmt ab sofort die neue Rolle als Vertriebsleiter.

**Einstieg** Michael Taborsky ist ab sofort als PR-Assistent bei der Wiener PR-Agentur BrandensteinCom tätig. Der 27-jährige Wiener schloss vor Kurzem erfolgreich sein Bachelorstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften an der Universität Wien ab und war zuvor u.a. bei der Hamburger Media-Agentur Pilot im Community Management beschäftigt.

**Verstärkt** Deloitte Österreich verstärkt das Kommunikationsteam: Seit September ist Armin Nowshad in leitender Funktion für die PR-Agenden des führenden Anbieters für Professional Services in Österreich verantwortlich; seine Erfahrung umfasst ein breites Spektrum, das von Corporate PR über Krisen- und Litigation PR bis zur Finanzkommunikation reicht.



# marketing & media



**PR** Das Restaurant „Il Melograno“ setzt auf ikp Wien **19**

**Kampagne** Rotes Kreuz-Etat geht an Zum goldenen Hirschen **22**

**Show** Mit Dietmar Dohmen geht es heuer zurück an die Universität **19**

**Jubiläum** Das „WirtschaftsBlatt“ wurde heuer 20 Jahre alt **23**

**Vorschau** IP Österreich stellte vergangene Woche sein Programm vor **24**

© Benedikt Weiss Photography/Überall scene development



© medianet

Isabella Reichl (Austrian Airlines) lässt mit Jana Wiedemann und Fred Koblinger von PKP BBDO die AUA so österreichisch erscheinen, wie es der Name verlangt.

© Cityfoto/Schenk/Epamedia



**Erik Maier**

**Epamedia**

Erik Maier verstärkt Epamedia als Creative Director und wird Kunden bei kreativen Sonderumsetzungen unterstützen sowie den eigenen Markenauftritt präzisieren. Der 33-jährige Niederösterreicher arbeitete zuvor für Unternehmen wie Pfeiffer Holding und Holmes Place.

© Wiener Städtische



**Hermann Fried**

**Wiener Städtische**

Der Aufsichtsrat der Wiener Städtischen Versicherung hat Hermann Fried mit Wirkung vom 1. Jänner 2016 zum Mitglied des Vorstandes bestellt. Der Wiener wird das Ressort Marketing und Vertrieb übernehmen. Derzeit ist er als Landesdirektor tätig.

## Die AUA setzt künftig auf den Österreich-Faktor

Speziell österreichisch soll es werden; Umsetzung und Idee der neuen AUA-Werbelinie stammen dabei wieder von PKP BBDO. **18**



© Koelnmesse/Thomas Klerk

**Digital** medianet-Redakteur Jürgen Hofer berichtet direkt von der dmexco 2015 aus Köln. **22**



**Debatte** Dem Wirtschaftsjournalismus fehlt es an Nachfrage. **23**

# „Speziell österreichisch“

Die neue Werbelinie der Austrian Airlines, seit Anfang September on air, setzt verstärkt auf den „Österreich-Faktor“. Idee und Umsetzung stammen wieder von PKP BBDO.

WIEN. Seit 1. September sieht Österreichs bekannteste Airline „Rot-Weiß-Rot“. Die neue Marketing-Kampagne der Austrian Airlines setzt auf österreichische Werte und Individualismus, zurück zum Ursprung lautet dabei die Devise. medianet traf Isabella Reichl, Marketingchefin der Austrian Airlines, sowie Fred Kobligner und Jana Wiedemann von der umsetzenden Agentur PKP BBDO und sprach mit ihnen über die Rekonstruktion der Marke und die Herausforderungen für die Airline im Zeitalter „2.0“.

Mit dem Wegfall der Tyrolean Airways mit April 2015 bot sich Platz zur Reorientierung. „Die Marke Austrian Airlines steht für österreichische Gastfreundschaft, Gastlichkeit; dafür sind wir bekannt, im In- und Ausland, und setzen verstärkt auf diesen ‚Österreich-Faktor‘. Im Herzen der Airline stand immer schon der ‚Österreich-Faktor‘ und diesen galt es aufzupolieren“, eröffnete Marketing-Direktorin Reichl.

Doch was genau ist dieser „Österreich-Faktor“? „Das ist österreichischer Service“, antwortete Jana Wiedemann, Verantwortliche für das Strategic Planning der PKP BBDO.

## Neu: „My Austrian“

„Austrian Airlines steht für exzellenten Service mit österreichischem Charme. Es ist eine Tonalität, die ganz speziell österreichisch ist. Man kann sie nicht wirklich in Worte fassen. Es geht uns um die zwischenmenschliche Ebene. Den Unterschied macht die Art und Weise der Austrian-Mitarbeiter beim Service aus.“

Die neue Kampagne legt den Fokus auf die Individualisierung von Kundenbedürfnissen, der Differenzierung der Austrian Airlines



© Austrian Airlines/PKP BBDO (3)

zu anderen Mitbewerbern und auf eine verstärkte Kommunikationspräsenz.

„Jeder würde sofort unterschreiben, dass der ‚Österreich-Faktor‘ allein optisch definitiv verstärkt worden ist und inhaltlich stark das Thema der Individualität transportiert werden soll. Ganz entscheidend war die Veränderung des Markennamens zu ‚My Austrian‘“, konkludiert Reichl. Des Weiteren zeigt sich dies im neuen Tarifkonzept der Airline. Zukünftige Kunden haben die Möglichkeit, zwischen drei Produktpaketen zu wählen. „Die neuen Tarife sind auf die Bedürfnisse der Kunden abgestimmt. Manche Passagiere wollen nur mit Handgepäck fliegen. Anderen ist eine Sitzplatzreservierung wichtig, und wiederum andere wollen die Flexibilität zum Umbuchen haben, ohne dass zusätzliche Gebühren anfallen“, erläutert Wiedemann.

Der Trend zur Online-Abwicklung von Buchungen wird in der neuen Kampagne ebenfalls berücksichtigt. Mehr als 50% des Aus-

11,2  
Mio.

## Partner

Die Austrian Airlines hat im Jahr 2014 über 127.000 Flüge durchgeführt und dabei laut Eigenangaben rund 11,2 Mio. Passagiere befördert. Werblich vertraut man dabei seit Dezember 2013 nach sieben Jahren mit Jung von Matt/Donau auf die Dienste der Agentur PKP BBDO.

trian-Umsätze werden mittlerweile online generiert. Um in der virtuellen Welt am Ball zu bleiben, wird auch hier weitgehend investiert. „Wenn man keine Marktanteile verlieren möchte, dann muss man im reichen Angebot von Online-Reisebüros und Metasearchmaschinen vertreten sein. Man muss sich nur bewusst sein, in welchem ‚Regal‘ die Austrian stehen möchte und zu welchem Preis. Die Entwicklung geht wirklich sehr stark in Richtung Distributionspolitik“, so Reichl.

Da Passagiere nicht nur online buchen möchten, sondern auch fernab ihres Computers, wurde dem App-Segment besondere Aufmerksamkeit geschenkt. „Unsere Kunden bevorzugen den ständigen Zugang zu Informationen, deshalb bieten wir Apps für alle Endgeräte an“, so die Airline-Verantwortliche weiter. Die Kunden von heute seien dynamischer und um einiges anspruchsvoller als noch vor zehn Jahren. „Das Anspruchsniveau steigt enorm. Das Konsumenten-

## Markenzeichen

Die Marke Austrian Airlines steht für österreichische Gastfreundschaft und Gastlichkeit. Genau das spiegelt die aktuelle Kampagne wider.

verhalten ist so schnell geworden, dass der Kunde es nicht mehr akzeptiert, wenn er nicht sofort dorthin kommt, wo er hinzöchne“, ergänzt Fred Kobligner, Agenturchef der PKP BBDO.

Eine Schlüsselfunktion der neuen Kampagne war der Übergang von reiner Destinationswerbung zu einer *Angebotswerbung*. Man habe versucht, den Gedanken der Kunden beim Buchen nachzuvollziehen und ihn bei seinen Bedürfnissen abzuholen. „Wir haben versucht, Kunden einen Anlass zu geben, auch zu den Destinationen, welche wir anbieten, hinzufliegen. Es geht um den Consumer Insight, also um die Frage, *warum* der Kunde mit uns fliegen soll und nicht wohin“, schildert Kobligner. Um diesen genau zu identifizieren, war die Synergie zwischen PKP BBDO und der Austrian Airlines essenziell. „Manchmal sieht man aus einer externen Perspektive die Dinge wirklich anders und kann interne Bilder etwas zurechtrücken“, berichtet Wiedemann. (hof/ctu)

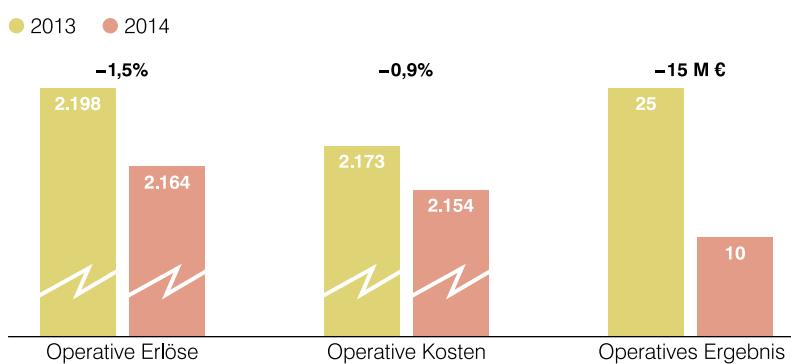


Fred Kobligner, PKP BBDO: „Kunden einen Anlass zu einem AUA-Flug geben.“

## Kostenmanagement

### Striktes Kostenmanagement hilft dem Ergebnis

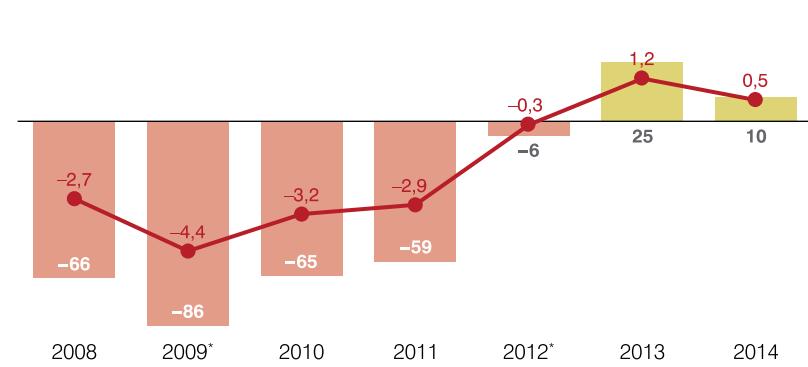
Angaben in Mio. €



## Operatives Ergebnis

### Trotz Einmalbelastungen zweites Jahr in Folge operativ positiv

Verlauf operatives Ergebnis in Mio. € und operative Marge in %



## Ausblick 2015

### Streckennetz

Neben dem Ausbau der interkontinentalen Strecken wie Mauritius, Miami und Newark nimmt man Odessa und Menorca in den Flugplan auf und sucht zudem auch für die Zukunft weiter nach touristisch interessanten Destinationen.

### Produkt/Flotte

Mit Herbst 2015 wurden neue Tarifmodelle eingeführt, wie etwa der Light-Tarif; es erfolgt die Umflottung von Fokker auf Embraer 195; ein weiteres Langstreckenwachstum steht ebenfalls am Plan.

# Bitte kein Frontalvortrag

Mit Dietmar Dahmen kommt eine Show auf die Bühne, die zwar Marketing und Sales Know-how vermittelt, mit einem normalen Vortrag aber nichts gemein hat.



Dietmar Dahmen steht für einen innovativen Vortrag mit viel Know-how.

WIEN. Bereits zum dritten Mal findet die Dietmar Dahmen Show Marketing & Sales Know-How im Gartenbaukino in Wien statt, jetzt aber mit neuem Programm und Konzept. Der Top 100 European Speaker Dietmar Dahmen steht mit seiner Fachshow für 350 Marketing & Sales Manager des D-A-CH-Raums auf der Bühne.

2014 fand die Show unter dem Motto „Electrify your business“ statt. Heuer wird die Dietmar Dahmen University – Marketing & Sales Class eröffnet; in lediglich vier Semestern werden die Zuschauer mit umfangreichem Marketing & Sales-Fachwissen versorgt.

#### Neues Format

„Wir sind stolz, ein neues Format entwickelt zu haben, welches den Frontalvortrag revolutioniert. Wir waren von der großen Nachfrage überwältigt und freuen uns, die Premiere der Dietmar Dahmen Show in Hamburg am 16. Oktober verkünden zu dürfen“, so Initiatorin Sindy Amadei, CEO von Überall scene development.

Die Mobile Devices haben uns erreicht, und alles läuft unter dem Motto „Connect or Die“. Doch wie schafft man es, mit dem Tempo der Innovation mithalten? Antwort-

ten, Anregungen, Case Studies und Insights möchte Dietmar Dahmen mit seiner University – Marketing & Sales Class nahebringen.

Der Entertainmentcharakter der Show wird unter anderem durch typische Elemente der University hergestellt wie Cheerleader oder Square-Caps zum Werfen.

Sind diese geworfen, erhalten die Besucher eine Mitschrift und ein Diplom als Zertifikat.

Im Anschluss an die Show gibt es eine Aftershowparty mit der Möglichkeit auf ein Meet & Greet mit Dietmar Dahmen. (gsö)

#### Info

##### Wann, wo, was

9.10.2015 ab 9 Uhr, Gartenbaukino, Parkring 12, 1010 Wien;  
Programm & Tickets: [www.dd-show.com/a/](http://www.dd-show.com/a/)  
Über die Show:  
Die Dietmar Dahmen Show ist eine Fach-Show für Marketing- und Sales Manager, für Entscheider, die nach Marketingstrategien Ausschau halten und neue Cashcows entwickeln wollen. Im Mittelpunkt dieser Show steht das Know-how einer Persönlichkeit mit über 20 Jahren Erfahrung in Digital Marketing: Dietmar Dahmen. Web: [www.dd-show.com/a/](http://www.dd-show.com/a/)

**ZUSAMMENARBEIT**  
*Il Melograno setzt künftig auf ikp*



© diefotografin.at/Il Melograno  
Chef Roberto d'Atri freut sich über die Zusammenarbeit.

WIEN. Nach dem Umzug in die Blumenstockgasse und der Neueröffnung im August baut das Restaurant „Il Melograno“ bei seiner Kommunikation auf die ikp Wien.

Das Restaurant setzt auf süditalienische Zutaten und alte Familienrezepte und ist aus der Wiener Restaurantkultur nicht wegzudenken.

„Im Zuge der Neueröffnung unseres Restaurants haben wir uns entschieden, die Kommunikation nach außen in die erfahrenen Hände von ikp Wien zu legen; die persönliche und kompetente Betreuung hat uns als Familienbetrieb überzeugt“, erklärt Roberto d'Atri den Hintergrund der Zusammenarbeit mit ikp Wien.

## WÄHLEN UND GEWINNEN! WIE SIEHT IHR SIEGER-FLUGBLATT AUS?

97%\* der Empfänger lesen Flugblätter, und 62%\*\* nutzen diese zur Information vor Kaufentscheidungen. Doch welche Flugblätter kommen besonders gut an? Bis 13.10.2015 können Sie als Flugblatt-Konsument Ihre Lieblingsflugblätter wählen und tolle Preise gewinnen.

#### DAS VOTING:

Online **von 23.09.-13.10.2015** unter: [www.postprospektaward.at](http://www.postprospektaward.at) oder mittels Stimmkarte (3,1 Mio. Stimmkarten werden dem KUVERT am 23./24. September beigelegt).

## POST PROSPEKT AWARD '15

#### 1. PREIS: NISSAN NOTE

Das Sondermodell Look&Feel. Elegant, geräumig und vollgepackt mit smarter Technologie, im Wert von EUR 17.993,-



Symbolfotos

#### 2.-11. PREIS: iPHONE 6

64 GB, vertragsfrei



VON 23.09.2015-13.10.2015:  
LIEBLINGSFLUGBLÄTTER WÄHLEN  
[WWW.POSTPROSPEKTAWARD.AT](http://WWW.POSTPROSPEKTAWARD.AT)



 Post

[www.postprospektaward.at](http://www.postprospektaward.at)

\*Quelle: Flugblattstudie Marketagent, Juli 2015, \*\*Quelle: Gallup Branchenmonitor LEH, April 2015



**Bernd  
Reichart**

VOX-Geschäftsführer

**Legendär und populär**

Wir wissen, dass unsere Zuschauer Lust auf noch mehr und noch vielfältigere Formate mit der VOX-eigenen Handschrift haben. Wir auch! Deshalb haben wir unser Programmangebot für die kommende Season erneut erweitert: Dazu gehören u.a. ein neues Primetime-Format mit unserem populären Sendergesicht Guido Maria Kretschmer, das international begehrte Hitformat *Real Men*, noch mehr hochkarätige US-Serien-Hits und unsere erste eigenproduzierte Serie *Club der roten Bänder*. Darüber hinaus haben wir natürlich auch neue Staffeln von VOX-Highlight-Formaten wie *Die Höhle der Löwen*, *Grill den Henssler* und *Sing meinen Song – Das Tauschkonzert* im Programm, die bereits viele Fans gefunden haben und auch in der neuen Season wieder beste Unterhaltung garantieren.



**Walter  
Zinggl**

Geschäftsführer IP Österreich

**Mut bei der Programmplanung**

VOX ist in Österreich bei den Reichweiten und Marktanteilen schon sehr nah an das Flaggschiff RTL herangekommen. Dies vor allem durch den Mut zu außergewöhnlicher Programmfarbe und -planung – am besten demonstriert am Beispiel monothematischer Dokumentationen, die mehr als vier Stunden am Samstag-Hauptabend einnehmen. 2015 wagt VOX den Weg in die eigenproduzierte Fiktion – mit dem *Club der roten Bänder*. Wir hoffen auf ähnlichen Erfolg wie bei *Sing meinen Song – Das Tauschkonzert*. Eigenproduzierte Fiktion ist teuer, aber gleichzeitig der einzige Weg zu einer unverwechselbaren Sender-Marke.

# Lust auf mehr: VOX dreht auf!



Starke Quoten, beste Imagewerte, neue TV-Landmarks: Qualitätssender zündet den Turbo.



© panthermedia.net/Wavebreakmedia Ltd  
Nicht nur Ladys schalten regelmäßig ein: VOX lockt auch immer mehr männliche Fans vor den Fernseher.

reich.“ Und der heimische TV-Konsument wird garantiert nicht enttäuscht werden, zumal die Pipeline für 2015/2016 gut gefüllt ist, vor allem mit bewährten Quotengarantien – zeitgeistig eingekocht oder musikalisch neu interpretiert – oder mit frischen Eigenproduktionen in bewährter VOX-Manier. U.a. schlüpft Star-Designer Guido Maria Kretschmer in seine nächste Paraderolle.

**Ambitioniert, mutig, unique**

Neben der Mode regieren die Muckis: Die neue Sportler-Doku *Ewige Helden* soll alte Entertainment-Rekorde einstellen – und neue knacken. Mit dem *Club der roten Bänder* (mehr dazu auf der rechten Seite!), einer Hommage an die Magie der Hoffnung und der Freundschaft, steht erstmalig eine eigenproduzierte VOX-Serie am Sendestart. „Wir zeigen auf, bleiben ambitioniert, mutig und unique“, so Reichart anlässlich der letztwöchigen Programm-Präsentation in Wien. „VOX bleibt VOX. Aber wir haben sehr viel Lust auf ‚Mehr‘.“

KÖLN/WIEN. Frech, sympathisch, – einfach einzigartig und unverderstehlich: VOX ist nicht nur in der weiblichen Zielgruppe ganz oben auf der „Must see“-Liste, sondern holt auch bei Männern

mit ehrlicher und hochqualitativer Formatausrichtung weiter auf. Laut jüngstem Imagebarometer trifft die starke Nummer zwei der Mediengruppe RTL am Austromarkt den Geschmack eines immer

breiteren Publikums. Das macht natürlich Gusto auf „Mehr“ – wie auch die angelaufene VOX-Kampagne verspricht: „Man traut uns viel zu“, freut sich Geschäftsführer Bernd Reichart, „auch in Öster-

## Sing meinen Song – Staffel 3

TV-Reise zu musikalischen Höhenflügen.



Allstars der zweiten Staffel: Musikalische Reise wurde zum VOX-Quotenbringer.

Stimm- und stimmungsgewaltig: Diese Musik-Event-Reihe ist ein echter Chartbreaker – das hat *Sing meinen Song – Das Tauschkonzert* dieses Jahres erneut eindrucksvoll bewiesen. Mit neuen Top-Quoten, einem Album mit Platinstatus, einem starken Plus

bei Videoabrufen und Zigtausenden Facebook-Fans konnte das mit dem Deutschen Fernsehpreis und einem Echo ausgezeichnete Format an die erste Staffel erfolgreich anschließen. 2016 steht das Tauschkonzert zum dritten Mal auf dem Programm. Gastgeber Xavier

Naidoo wird einmal mehr mit sechs neuen Music-Acts zum Songtausch nach Südafrika aufbrechen. Ihr mu-

sikalisches Ticket schon fix in der Tasche haben Sascha Vollmer und Alec Völkel von *The BossHoss*.



## Geschickt eingefädelt

Er ist der King der *Shopping Queen*, Liebling der Ladys – kritisch-humorvoll, bekannt für seine spitzen Kommentare: Für VOX schlüpft Star-Designer Guido Maria Kretschmer nun in die nächste Format-Rolle. Der TV-Darling präsentiert ab diesem Herbst den ersten Nähwettbewerb im deutschsprachigen Fernsehen. Bei *Geschickt eingefädelt – Wer näht am besten?* sucht er mit fachkundiger Unterstützung sechs Folgen lang nach dem talentiertesten Hobby näher. Auf die Nadel, fertig, los!

## Kitchen Impossible

Duell am Herd: Tim Mälzer kehrt 2016 auf den VOX-Bildschirm zurück und stellt sich in der Koch-Competition *Kitchen Impossible* einem Herausforderer aus den eigenen Reihen. Die Küchen-Kontrahenten reisen ins kulinarische Abenteuer. In fernen Ländern serviert ihnen ein Koch das Lieblingsgericht seiner Stammgäste. Die Challenge: Noch am selben Abend müssen beide dieses Gericht auf den Tisch zaubern – ohne Zutatenliste und ohne Rezept. Mahlzeit!

## Die Beet-Brüder

„Wir fahren zusammen in einen Garten, in dem wir alle noch nie gewesen sind – und den wollen wir in sieben Tagen komplett verändern“, fasst Diplom-Biologe Claus (in der Bildmitte) die Aufgabe für *Die Beet-Brüder* zusammen. Gemeinsam mit Garten-Guru Ralf Dammasch (rechts) und Handwerker-König Ralle will er den berühmten grünen Daumen unter Beweis stellen. Seit Sonntag, dem 6. September, hat das umtriebige Trio acht Folgen lang alle Hände voll zu tun, um mit kleinem Budget und guten Ideen Schandflecke in moderne Gärten Eden zu verwandeln.

## Grill den Henssler

Rauchende Köpfe, heiße Töpfe: Spektakuläre und schweißtreibende Kämpfe am Herd sind vorprogrammiert, wenn Promis dem Kochprofi Steffen Henssler wieder so richtig einheizen wollen und den Löffel schwingen: Ab 18. Oktober zeigt VOX jeweils sonntags zur Primetime acht neue gschnackige Folgen. In der insgesamt fünften Staffel von *Grill den Henssler* greifen u.a. Uwe Ochsenknecht, Verona Pooth, Christine Neubauer, Hella von Sinnen und Guido Horn zur Schürze. Wer kann den Henssler einkochen? Wer lässt alles anbrennen? Einfach einschalten und genießen!

# Fernsehhits für anspruchsvolle Seher

Mit Unterhaltungsformaten, Haltung und viel Hintergründigem legt VOX die TV-Latte erneut hoch. Samstag bleibt Doku-Tag.

KÖLN/WIEN. TV-Darlinge, außergewöhnliche Seriencharaktere, heiße Unterhaltung – verstärkt am Herd –, Doku-Time am Hauptabend und zuverlässige, niveauvolle Informationen: Der Erfolgsmotor bleibt auch in der neuen Programmperiode auf Touren. Verlässliche Quotenbringer gehen bei VOX in die Verlängerung, Staffelstarts und Serien-News schärfen den Markenkern.

Bei VOX – der „unübersehbaren Stimme“ am deutschsprachigen TV-Himmel – liegt auch in der neuen Saison Musik in der Luft. *Sing meinen Song – Das Tauschkonzert* geht 2016 mit neuer Starbesetzung in die bereits dritte Runde. Auf klingende Münze hoffen hingegen Business-Greenhorns in der *Höhle der Löwen*. Weniger verflift, dafür zugenährt kommt der neue Hauptabend mit Guido Maria Kretschmer daher.

**Neue Wege am Serienmarkt**  
Für Serien-Nachschatz sorgen diesen Herbst *How to Get Away with Murder* (Motto: gnadenlos), *Night Shift* (army-proofed) und *Chicago P.D.* (korrupt).

Im November geht mit der Dramedy-Serie *Club der roten Bänder* die erste fiktionale Eigenprodukti-



© VOX/Martin Rotenkolber (2)

Zusammenhalt, Hoffnung, Kampfgeist, Freu(n)de – trotz aller Krankenhaus-Tristesse: VOX macht mit beim *Club der roten Bänder*.

## How to Get Away with Murder



Vor Gericht ist sie eine brillante Strafverteidigerin, im Hörsaal eine charismatische Jura-Professorin. Doch Annalise Keating (Viola Davis) hat auch eine unberechenbare und gefährliche Seite, die seit Anfang September auch die VOX-Seher kennenlernen. Denn der Top-Anwältin ist nahezu jedes Mittel recht, um ihre Klienten vor einer Verurteilung zu schützen – selbst wenn diese Mörder sind.

## Night Shift

Nachtschicht im neuen Medical-Drama bei VOX – mit Ärzten, die wirklich nichts mehr erschüttern kann. Geschult und gestählt in Army-Fronteinsätzen, kämpft ein Teil der Mannschaft der San Antonio Memorial-Klinik mit ungewöhnlichen Methoden um das Leben ihrer Patienten. Zurück aus Afghanistan, steht auch Dr. TC Callahan (Eoin Macken, im Bild rechts) seinen Mann. Doch der das Chaos gewohnte Adrenalinjunkie eckt in der Krankenhausnormalität an.



## Rizzoli & Isles

© VOX/Warner Bros. International Distribution

Das Morden in New England geht weiter, der Kampf von Detective Jane Rizzoli (Angie Harmon) und Gerichtsmedizinerin Dr. Maura Isles (Sasha Alexander) gegen das Unrecht duldet auch in der aktuellen Staffel keine Pause. Die beiden ungleichen Kolleginnen zeigen in *Rizzoli & Isles* erneut ihre unschlagbaren, ganz individuellen Fähigkeiten zur Verbrechensbekämpfung. Unterstützung erfährt das Duo in bewährter Weise von erfahrenen Kriminalisten.

## Chicago Fire

Wenn's brennt, rücken sie sofort aus: Die harten Männer und Frauen des Chicago Fire Departments 51 riskieren täglich alles, um das Leben der anderen zu retten. Als Team können sie sich blind aufeinander verlassen. Das schafft eine besondere Verbindung. Doch ihr beinharter Beruf und die vielen Gefahren führen im Privatleben der unerschrockenen Helfer häufig zu großen Problemen. Fazit: Viel Zündstoff für brandheiße TV-Unterhaltung!



## Chicago P.D.

© VOX/NBC Studios

TV-News von der Chicago-Crime-Front: Rivalisierende Drogenkartelle, skrupellose Mörder und Räuber überrollen die Midwest-Metropole. Doch das Police Department im Bezirk 21 hat den Kriminellen den Kampf angesagt: Der eigenwillige Sergeant Hank Voight (Jason Beghe, Bildmitte) setzt als Leiter der Intelligence Unit alles daran, aus Chicago eine sichere Stadt zu machen – und nimmt das Gesetz auf seine Art in die eigene Hand ...

## Die Höhle der Löwen

Geniale Geschäftsideen und packende Pitches – Zuschauer und Kritiker konnten im Herbst 2014 von *Die Höhle der Löwen* nicht genug bekommen. Mitte August ist die überaus erfolgreiche und für den Grimme-Preis 2015 nominierte Gründer-Show endlich in die zweite Saison gestartet. Wieder auf Beutezug: das konzentrierte Unternehmer-Quintett, bestehend aus Vural Öger, Judith Williams, Frank Thelen, Lencke Steiner und Jochen Schweizer (v. li.n.re.).



on des Kölner Senders on air. VOX will damit in einer der Königsdisziplinen des Fernsehens eine neue Landmark setzen.

### Bewegende Botschaft

Die packende Geschichte, basierend auf dem Bestseller „El mundo amarillo“ von Albert Espinosa, der darin seine Kindheit mit Krebs verarbeitet hat, war bereits in Spanien ein Fernsehserfolg.

In der VOX-Version finden sechs an sich grundverschiedene Teenager – alle schwer krank – in der tristen Krankenhausrealität zu einander, geben sich selbst und

einander nicht auf, sondern kämpfen gemeinsam für eine mögliche Zukunft, Freundschaft inklusive.

Weitere Highlights der angegangenen Programmperiode 2015/2016: Die bei einer immer größer werdenden Fernseh-Familie beliebten, aufwendig recherchierten, mehrstündigen Dokumentationsstrecken – wieder fix gebucht für den Samstagabend (von Musik-History bis zu zeitgeschichtlichen Schwerpunkten), die zweite Staffel der Highland-Saga *Outlander* sowie das adaptierte dänische Erfolgsformat *Real Men*.

## ROTES KREUZ-KAMPAGNE

### Goldene Hirschen leisten Erste Hilfe

WIEN. Anfang 2015 sicherte sich die Agentur Zum goldenen Hirschen den Etat des Roten Kreuzes, seit Kurzem ist auch die erste Arbeit zu sehen. Thema: Erste Hilfe. Der Kampagnen-Slogan lautet dabei „Zu 99% geht alles gut“.

Die Kampagne behandelt dieses 1% auf 100%, das eben doch schief gehen könnte, und empfiehlt die Auffrischung des Erste Hilfe-Kurses. Zu sehen ist die Kampagne im TV, im Kino, Outdoor, in Printmedien und digital. Die Kampagne wird von Hansaplast und Raiffeisen finanziell unterstützt.

## ALMDUDLER-KAMPAGNE

### Digital Affairs dudelt Instagram

WIEN. In Österreich wird die Freigabe der Vermarktung auf Instagram erwartet, in Deutschland ist dies schon seit Kurzem möglich. Das nutzte das österreichische Unternehmen Almdudler und machte mit einer Instagram-Kampagne in Deutschland auf sich aufmerksam.

Digital Affairs zeichnete für die Kampagne verantwortlich und erreichte in mehr als fünf Wochen über 1,55 Millionen deutsche Instagram-Nutzer. Laut Eigenangaben war Almdudler damit die erste österreichische Marke mit einer Kampagne auf Instagram überhaupt.

## ROTE NASEN-KAMPAGNE

### Laufen, bis die Nasen glühen

WIEN. Bereits zum siebenten Mal fand diese Woche im Wiener Prater der Rote Nasen Lauf statt. Mehr als 2.500 Läufer fungierten dabei als Markenbotschafter im Dienst der guten Sache.

Durch die absolvierten 18.000 Kilometer aller Teilnehmer kamen insgesamt rund 40.000 Euro an Spenden für Rote Nasen-Clownbesuche bei kranken und leidenden Menschen zusammen.

# Göttlicher Algorithmus

Was bewirkt der digitale Wandel, wen betrifft er, und wie geht die Werbeszene mit diesem Umstand um? Ein erster Bestandsbericht direkt von der dmexco 2015.

••• Von Jürgen Hofer

KÖLN. Exakt 881 Aussteller auf 75.000 Quadratmetern, verteilt auf vier Hallen, mehr als 500 Speaker und Zehntausende Besucher, die allesamt einen eint: die Vorliebe für digitales Marketing und die Suche nach den Brücken, die (digitale) Welten verbinden – gemäß dem Motto der diesjährigen dmexco 2015, „Bridging Worlds“.

Nicht nur anhand dieser Dimensionen lässt sich die Bedeutung der digitalen Welt messbar machen, nein, auch die harten Fakten prognostizieren weiterhin Aufwind für digitale Display-Werbung in Deutschland um 6,5%, die Umsätze digitaler Werbung für Online und Mobile belaufen sich auf 1,7 Mrd. Euro, wie der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) in Köln am Mittwoch verlautbart. Dabei werden – wir sprechen nach wie vor vom deutschen Markt – die Nettowerbeinvestitionen in digitale Display-Werbung und Suchmaschinenmarketing 27,6% des Netto- werbekuchens ausmachen.

**Digitale Spendings steigen global**  
Ein Trend, der weder in Deutschland begann noch hier endet, wie auch der wohl prominenteste Speaker des ersten Tages in seiner Eröffnungs-Keynote betonte: Die digitalen Werbespendings würden weltweit weiter wachsen, die größten Sprünge werde Mobile verbuchen, so Martin Sorrell, CEO der weltgrößten Werbeholding WPP. Wenig überraschend, auch weil hier die Spendings die Nutzungssituation bei Weitem noch nicht abbildet. Weltweit würden 24% der Konsumenten ihre Mediennutzungszeit mit dem Smartphone verbringen, die Investments der Werbetreibenden Unternehmen in Sachen Werbung auf diesen Devices läge aber bei vergleichsweise nur 8%. In der WPP werde man sich dem digitalen Wandel noch intensiver widmen, der Aufstieg von Schwellenländern werde das bisher bekannte Werbebusiness in den USA und Europa noch einmal durchröhren. „Machtverhältnisse werden sich dramatisch ändern“, so Sorrell.

Die beiden Veranstalter Christian Muche und Frank Schneider et-



Über 500 Speaker und Zehntausende Besucher tummeln sich aktuell im Mekka für digitales Marketing auf der dmexco in Köln. © Koelnmesse/Thomas Klek

wa gaben gar ein White Paper zum Thema heraus, das sich der Suche nach dem „göttlichen Algorithmus der Digiconomy“ widmet. In fünf Schritten erfolgt eine Anleitung, beginnend vom Wechsel der „old“ zur „new“ economy bis hin zur Vernetzung und Verbindung von ganzen Kulturreisen und Kontinenten. (Eine nähere Erläuterung wie detaillierte Ausführungen zu folgend angeführten Themen lesen Sie im Übrigen im Sonderthema der nächsten medianet-Ausgabe am 25. September.)

#### Inhalt als Konstante

Eine Konstante im digitalen Wandel sei immer noch der Inhalt, betonte etwa Havas-CEO Yannick Bolloré: „Gute Kreativität navigiert besser in diesem Ozean an Inhalten“, so der Holding-Boss, der aber auch die notwendige Neuausrichtung der Agenturgruppe mit einem Ende des Silodenkens nicht nur in der Planung ansprach. Ein weiterer Mitstreiter im digitalen Wandel betonte die notwendige Simplifizierung: „Es geht primär um Vereinfachung in dieser komplexen Welt“, mahnte Babs Ranaiyah, Vice President Global Media

24%

**Mediennutzung**  
Weltweit verbringen 24% der Konsumenten ihre Mediennutzungszeit mit dem Smartphone.

Innovation & Ventures bei Unilever. Dass Komplexität und Speed rasant zunehmen würden, war überhaupt Grundton quer durch die verschiedensten Panels, die als Vorträge, Diskussionsrunden oder Seminare abgehalten wurden.

Wie Digital in die „klassische“ Welt vordringt und vice versa, beziehungsweise die beiden miteinander verschwimmen, zeigten zwei Diskussionsrunden einerseits zum Thema gemeinsame Währung für Bewegtbild-Reichweiten im TV und Online sowie eine Runde zur Power von Bewegtbildcontent. Wie auch in Österreich basteln die Deutschen an einem „Megapanel“, welches am 1. Oktober gattungsübergreifend Daten ausspucken und 2016 am Markt etabliert werden soll. Was eben dieser Bewegtbildcontent, eingebettet in einem Mediaplan, zu leisten vermag, zeigte ein Viralvideo der Firma Henkel zum Valentinstag.

*Lesen Sie vertiefende Insights zu den angesprochenen Themen von der dmexco in der kommenden Ausgabe von medianet am 25. September in einem ausführlichen Sonderthema..*

# FIFTEEN DAYS OF ARABELLA

15 Jahre Radio Arabella – 15 x MEHR!

- +25% Frees on top\*
- Freie Sendezeitenwahl
- Unschlagbare Produktvielfalt

Alle weiteren Vorteile der 15 x MEHR Initiative – unserem Verständnis von Service, Qualität und Effizienz – sowie den speziellen 15 Days of Arabella finden Sie auf [www.arabella.at/15days](http://www.arabella.at/15days)

# Schlechter Ruf, gute Qualität

Die Qualitätsdebatte zur österreichischen Wirtschaftsberichterstattung von IFWK und IQ zeigt: Wirtschaftsjournalismus beweist Tiefgang und gute Qualität, Problem ist der Mangel an Nachfrage.

••• Von Corinna Kelz

WIEN. Im Rahmen des Forums „Qualität im Wirtschaftsjournalismus“ am 9. September befassten sich Experten mit dem Status quo der Qualität des österreichischen Wirtschaftsjournalismus und den Anforderungen an facheinschlägige Journalisten. Es luden ein: die Initiative Qualität im Journalismus (IQ), das Internationale Forum für Wirtschaftskommunikation (IFWK) und APA-Campus.

Nach kurzer Begrüßung von Rudolf J. Melzer (IFWK) und Johannes Bruckenberger (IQ) lieferten die kontroversen Vorträge von Reinhard Christl (APA) und Josef Seethaler (ÖAW) ausreichend Gesprächsstoff für die Diskutanten.

Unter der Moderation von Engelbert Washietl (IQ, IFWK) debattierten Matthias Karmasin (Universität Klagenfurt, ÖAW), Julia Wippersberg (Universität Wien, APA), Hans-Peter Siebenhaar (*Handelsblatt*) und Bettina Gneisz-Al-Ani (Corporate Advisor) über die österreichische Wirtschaftsberichterstattung.

Eine eher kritische Ansicht veranschaulichte Christl anhand seiner Erläuterungen zum Thema „Warum guter Wirtschaftsjourna-

lismus in Österreich fast unmöglich ist“ und schöpfte dabei aus seinem Erfahrungsschatz. Kaum ein Studienanfänger wolle Wirtschaftsjournalist werden, es sei quasi „chic, nichts von Wirtschaft zu verstehen“, so der Leiter des APA-Campus-Wirtschaftslehrgangs.

Zurückzuführen sei dies mitunter auf ein Versäumnis der Gymnasien. „Dort gibt es das Fach Geografie und Wirtschaftskunde. Das ist österreichisches Unikum und absurd.“ Chancen sehe er darin, dass eine wirtschaftliche Allgemeinbildung notwendig sei, um tagesaktuelle Meldungen zu verstehen, und eine Wende hin zu „constructive news.“

**Professionalität als Grundstein**  
Demgegenüber standen Ergebnisse der Studie von RTR und ÖAW zur Qualität der österreichischen Wirtschaftsberichterstattung. Untersucht wurde das tagesaktuelle Informationsangebot des Jahres 2014 in 36 österreichischen Medien aus Presse, Fernsehen, Radio und Online. Der Anteil an Wirtschaftsbeiträgen sei höher als erwartet, Quellentransparenz und Objektivität gut; lediglich bei der Vielfalt der Positionen gäbe es De-



© Michael Heinzmannseder  
Rudolf J. Melzer, Johannes Bruckenberger, Reinhard Christl, Julia Wippersberg, Matthias Karmasin, Bettina Gneisz-Al-Ani, Josef Seethaler, Hans-Peter Siebenhaar, Engelbert Washietl.

fizite, so Seethaler. Für die Zukunft prognostizierte er den Wandel vom Objektivitäts- zum Diskursindex, die Öffentlichkeit wolle mit Hintergrundinformationen versorgt werden. „Die Qualität der Medien ist ein Spiegel der Qualität unserer Demokratie.“

Zu Beginn der Podiumsdiskussion konstatierte Karmasin, dass es „in jedem Feld, in dem es um gesellschaftliche Macht und Interessen geht“, verschiedene Ansichten gäbe, „wie viel Aufklärung notwendig wäre“. Neben dem le-

bensweltlichen Bezug sei für den Wirtschaftsjournalismus wesentlich, ehrlich zu agieren und „kein bewusstes Non-Reporting“ zu betreiben. Gneisz-Al-Ani fügte an, dass auch Unternehmen gut ausgebildete Journalisten präferieren. „Wenn Journalisten eine Bilanz lesen können und Manager / PR-Leute haben, die auf den Diskurs eingehen, dann ist das konstruktiver Journalismus.“

## Differenzierte Betrachtung

Während Wippersberg forderte, „die“ Wirtschaft differenziert zu betrachten, unterstützte sie Christl mit Berichten aus Erfahrungen mit Studenten: „Wirtschaftsjournalismus ist generell pfui.“ Als anwesender Branchenstellvertreter wies Siebenhaar darauf hin, dass Wirtschaftsjournalisten keine Analysten wären und der Journalismus „keine pädagogische Einrichtung“ sei. Obwohl Verbesserungswürdig, beweise die österreichische Wirtschaftsberichterstattung Qualität und Tiefgang. Mit dem Begriff „Constructive News“ müsse man jedoch vorsichtig sein.

Der gemeinsame Nenner des Abends: „Die Grundfrage ist, ob's a G'schicht ist“, so Karmasin. Und ob es eine sei, sollen lieber gut ausgebildete Journalisten entscheiden.

36

## Dialog auf Augenhöhe

Veranstaltungshighlight für die Marketing-Branche: DMVÖ Columbus Arena 0.15 am 15. Oktober in der Burg Perchtoldsdorf.

WIEN/PERCHTOLDSDORF. Der Countdown läuft: Am 15. Oktober steigt die neu konzipierte DMVÖ Columbus Arena 0.15 – eine Fachkonferenz für die Kommunikationsbranche; eingegliedert ist die Verleihung des Columbus-Awards. In der Burg Perchtoldsdorf wird das Geheimnis gelüftet, welche Dialog Marketing-Kampagnen aus dem deutschsprachigen Raum mit Österreichs größtem Dialog Marketing-Preis ausgezeichnet werden. 52 Kampagnen in 13 Kategorien schafften es auf die Shortlist und gehen ins Rennen um die begehrten Columbus-Trophäen in Gold, Silber und Bronze. Erneut vergeben die Initiatoren auch zwei Sonderpreise für Innovation. „Der DMVÖ Columbus Award ist eine spezielle Anerkennung für erstklassige Kommunikation, die nur an wahre Dialog-Kaiser vergeben wird“, sagt Wolfgang Hafner, DMVÖ-Vorstand und Juryvorsitzender der Expertenjury zur Ermittlung der Columbus-Preisträger.

### Möge die Macht des Dialogs mit Dir sein

Der neue Kombi-Event lässt den Tag zur Gala-Nacht werden und bietet neben der Columbus-Preisverleihung internationalen Wissenstransfer inklusive Gala-Lunch. Auch technisch spielt die Veranstaltung alle Stückeln. So ermöglichen die Organisatoren Networking 2.0 mit NFC-fähigen Schildern und Live-Votings via Tablets, die bei der Preisverleihung zum Einsatz kommen.

Erstmalig ist die Award-Präsentation in ein abwechslungsreiches Vortragsprogramm eingebettet, das unter dem Mot-



Verantwortlicher DMVÖ-Vorstand: Wolfgang Hafner, GF dialogic.

to „Möge die Macht des Dialogs mit Dir sein“ steht. U. a. am Plan: vier spannende Keynotes von Michel Falcon, Igor Beuker, Soulaima Gourani und Niki Ernst sowie zahlreiche Topic-Sessions mit B2B-Schwerpunkt, die den Austausch von Experten anregen sollen. Auch das Networking auf Augenhöhe wird beim Event in der Burg Perchtoldsdorf nicht zu kurz kommen.



**DMVÖ Columbus Arena 0.15**  
15. Oktober 2015, Burg Perchtoldsdorf  
Info/Tickets: <http://columbus-area.at>  
Standard-Ticket inkl. Gala Lunch, Vorträge, Topic-Sessions: 390 € (Sonderpreis/DMVÖ-Mitglieder: 59 €, unter [office@dmvoe.at](mailto:office@dmvoe.at) erhältlich).

FOR  
SALE Fachtagung  
Verkauf

## Verkaufstagung mit Top-Speakern



Thorsten Havener



Monika Matschnig



Robert Seeger



Tim Taxis

Wann?  
Wo?

Donnerstag, 15. Oktober 2015, 9.00 – 16.30 Uhr  
Casineum Velden, 9220 Velden am Wörthersee

Tagungspass inkl. Welcome-Kaffee und Business-Lunch: € 279,- exkl. 20 % MwSt.  
Gruppenermäßigung: 5 + 1

**Infos & Anmeldung:** [www.forsale-tagung.at](http://www.forsale-tagung.at)

Veranstalter:

**STENITZER  
MARKETING**

Medienpartner:

**WOCHE**

**medianet**  
Inside Your Business. Today.



1



2

## IP ÖSTERREICH

**IP präsentiert seine Programm-Highlights**

**SPANNEND.** IP Österreich organisierte vergangene Woche für die Medien- und Werbebranche eine große IP-Programmparty in der Spanischen Hofreitschule. Dort präsentierte der österreichische Vermarkter der Mediengruppe RTL und Sky Sport Austria/HD die Programm-Highlights 2015/16 der Sender RTL, Vox, Super RTL, RTL Nitro, RTL II und Sky Sport Austria/HD. Durch den Abend führte RTL-Moderator Oliver Geissen, und Live-Act war Christina Stürmer. Die Programmchefs Frank Hoffmann (RTL), Bernd Reichart (Vox), Claude Schmit (Super RTL), Oliver Schabitzki (RTL Nitro), Andreas Bartl (RTL II) und Dieter Jaros (Sky Sport Austria/HD) verrieten, worauf sich die Zuseher in den kommenden Monaten freuen dürfen. Neben den bereits bekannten Formaten gibt es einige neue, darunter die Tanzshow „Stepping Out“, das deutsch-deutsche Agenten-Drama „Deutschland 83“ und „Club der roten Bänder“. Sky Sport Austria HD widmet sich nach wie vor dem Fußball. Die kommende Saison stehe unter dem Motto „alles ist bunter, interessanter und innovativer als in der vorherigen Saison – schließlich reden wir ja von TV!“ sagt Walter Zinggl (GF IP Österreich). (red)

1. Andreas Bartl (RTL II), Oliver Schabitzki (RTL Nitro), Bernd Reichart (Vox), Frank Hoffmann (RTL), Claude Schmit (Super RTL), Dieter Jaros (Sky), Walter Zinggl (IP Österreich); 2. RTL-Moderatoren: Katja Burkard, Oliver Geissen und Frauke Ludowig.

## TERMINE

**RTR Pressekonferenz** „Studie: Qualität des tagesaktuellen Informationsangebots in den österreichischen Medien“  
21.9., 10 Uhr, Mariahilfer Straße 77–79, 6., Wien

**Österr. Medientag** „Digitale Pragmatik. Mehr Wertschöpfung durch Kommunikation“  
22.–23.9., Campus WU, Welthandelsplatz 1, 2., Wien

**ORF-Stiftungsrat** Nicht medienöffentliche 24.9., 10 Uhr, ORF-Zentrum, Würzburgergasse 30, 13., Wien

**PK Focus Institut** „Politische Werbung im Vorfeld der Wien-Wahl – Prospektnutzung – Aktuelle Werbebilanz 2015“  
6.10., 10 Uhr,

Presseclub Concordia, Bankgasse 8, 1., Wien

**Jubiläumsfeier** „Fünf Jahre Presserat“  
7.10., 18:30 Uhr, Palais Epstein, Dr.-Karl-Renner-Ring 3, 1., Wien

**Podiumsdiskussion** „Verantwortungsvolle Berichterstattung für ein gewaltfreies Leben“  
8.10., 19 Uhr, Republikanischer Club, Rockhagstraße 1, 1., Wien

**Medienkarriere** „Tag der Marktkommunikation“, WK Wien, Anmeldung erforderlich  
13.10., 15 Uhr, Marx Halle, Karl-Farkas-Gasse 19, 3., Wien

**Geburtstagsfest** Straßenzeitung Augustin „20 Jahre Augustin“  
16.10., Veranstaltungszentrum Donaustadt, Düsseldorf/D

Schrödingerplatz, 22., Wien

**Festival Prix Europe** Wettbewerb für Fernseh-, Hörfunk- und Online-Produktionen  
17.–23.10., Berlin/D

**Veranstaltung** Fernsehforum Arbeitsgemeinschaft Teletest (agt)  
28.10., 13:45 Uhr, Novomatic Forum, Friedrichstraße 7, 1., Wien

**Preisverleihung** „MedienLöwin 2015 in Gold und Silber“, Anmeldung erforderlich  
2.11., 19 Uhr, Haus der Industrie, Schwarzenbergplatz 4, 3., Wien

**Fachmesse** Int. Fachmesse für visuelle Kommunikation „viscom Düsseldorf“  
4.–16.11., Messegelände, Düsseldorf/D

## KARRIERE



**Sabine Radl**

**Verstärkung** Sabine Radl, Geschäftsführerin von Sanofi Österreich, verstärkt nun den Vorstand der Französisch-Österreichischen Handelskammer (CCFA). Radl wird die Präsenz und wirtschaftspolitischen Aktivitäten der Handelskammer mitgestalten und das Netzwerk französischer Unternehmen in Österreich stärken.



**Wolfgang Hesoun**

**Erneut** Wolfgang Hesoun, Vorsitzender des Vorstands Siemens AG Österreich, wurde vom Vorstand als Präsident der Industriellenvereinigung Wien wiedergewählt. In Bezug auf die anstehenden Landtags- und Gemeinderatswahlen appellierte Hesoun an die Verantwortlichen in der Politik, dass der Wahlkampf nicht zu einem Stillstand der notwendigen Arbeit für den Standort führen dürfe.



1



3



4



2



5

## JUBILÄUMSFEIER

**„WirtschaftsBlatt“ wurde 20**

**JUBILÄUM.** Letzte Woche feierte das *Wirtschaftsblatt* 20-jähriges Jubiläum auf der Summerstage in Wien. Die beiden *Wirtschaftsblatt*-Geschäftsführer Herwig Langanger und Rudolf Schwarz begrüßten u.a.: Wirtschaftskammer-Präsident Christoph Leitl und Generalsekretärin Anna-Maria Hochhauser, Justizminister Wolfgang Brandstetter, Ex-Finanzminister Hannes Androsch, Bankhaus-Spängler-Vorstandssprecher Helmut Gerlich, Capital-Bank-Vorstand Constantin Veyder-Malberg, Casinos-Austria-Boss Karl Stoss und Vorstandskollegin Bettina Glatz-Kremsner, Notariatskammer-Präsident Ludwig Bittner, Lebensmittelgroßhändler Julius Kiennast, Adelheid Moretti (Vorsitzende von Frau in der Wirtschaft) und Vöslauer-Chef Alfred Hudler. (red)

1. Styria-Boss Markus Mair, Justizminister Wolfgang Brandstetter und Nationalratsabgeordneter Matthias Strolz; 2. Summerstage-Patron Ossi Schellmann; 3. Hofburg Messen-Chefin Alexandra Hoffmann-Graski; 4. Casinos-Vorstand Bettina Glatz-Kremsner und Wiener Städtische-Generaldirektor Robert Lasshofer; 5. Herwig Langanger, Rudolf Schwarz, Christoph Leitl, Eva Komarek, Birgit Kuras und Markus Mair.



1



2

## VERANSTALTUNG

**Motto: „Nimm mich!“**

**WELCOME.** Die Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation der Wirtschaftskammer Wien lud vor einigen Tagen zur Welcome Lounge in den Saal der Labstelle. Unter dem Motto „Nimm mich! Werbung und PR in EPU-eigener Sache“ begrüßte die Fachgruppe neue Mitgliedsunternehmen und diskutierte zusammen mit Branchenexperten über Erfolgsfaktoren, Businesschancen und Akquisitionsstrategien.

Wie komme ich zu Aufträgen? Wie akquiriere ich gezielt? Welche Strategien setze ich dafür ein? Und setzen geltende Ausschreibungsbedingungen Grenzen in der Vergabe für EPU? Über diese und viele weitere Fragen diskutierten EPU-Vertreter sowie Agentur- und Unternehmensexperren. Sigrid Krupica, Geschäftsführerin Grayling Austria, Manuela Renner, Geschäftsführerin Unverblümt, Peter Schiefer, Leitung Corporate Communications und Sustainability Telekom Austria, und Sonja Zant, Gründerin Frauenwirtschaftswunder, besprachen, welche Positionierungsstrategien für Jungunternehmern aus Werbung, PR und Marketing verfolgt werden müssen, um erfolgreich zu sein. Bettina Pepek moderierte die Veranstaltung.

**Viele Gäste** Es diskutierten im Saal der Labstelle: (v.l.n.r.) 1. Sonja Zant, Sigrid Krupica, Peter Schiefer, Bettina Pepek und Manuela Renner; 2. Peter Schiefer, Manfred Pichelmayer, Geschäftsführer Fachgruppe Werbung Wien.



# entertainment biz

**KlezMore Festival** Im November wird jüdische Musik zelebriert **27**

**Lieder im Hotel** Das Wimberger am Gürtel startet Eventreihe **28**

**Kinderspiel** Die Jugendtheater zeigen ein breites Herbstprogramm **29**

**Kinosensation** Cineplex bringt Dolby Cinema-System nach Linz **30**



**Stadt der Spiele** Wiener Rathaus wird im Oktober zur „Game City“ **32**

© Emilio Naranjo/EPA/picturedesk.com



© Alias



**Überraschungen  
in Venedig**

**Georg Biron**

Bei den 72. Filmfestspielen von Venedig hätte man sich heuer mit gezielten Wetten auf die Sieger eine goldene Nase verdient – die Löwen sind quer über alle Quoten gelaufen und sorgten für Freude, aber auch für Kopfschütteln. Klar ist seit den Preisverleihungen in Venedig eines: Die lateinamerikanischen Filmemacher haben diesmal die US-Kollegen in den Schatten gestellt. Das Homosexuellen-Drama „Desde allá“ des venezolanischen Regisseurs Lorenzo Vigas heimste den Goldenen Löwen ein. Und die Raubkatze in Silber ging ebenfalls nach Südamerika: Paolo Trapatiero konnte die Jury mit seinem argentinischen Politthriller „El Clan“ überzeugen. Für mich persönlich war die größte Überraschung von Venedig aber die Verleihung des bei jungen Schauspielern sehr begehrten Marcello-Mastroianni-Preises an den 15-jährigen Abraham Attah aus Ghana, der in „Beasts of No Nation“ sehr überzeugend einen traumatisierten Kindersoldaten spielt; produziert wurde das Movie von der Internetplattform Netflix. Und dass bei so einem renommierten (Kino-) Filmfestival ausgerechnet eine Streamingproduktion einen Preis erhält, ist schon verblüffend ...

## Grenzüberschreitungen beim Salam.Orient Festival

Vom 14. bis 31. Oktober 2015 werden in Wien Musik, Tanz, Theater und Poesie aus orientalischen Kulturen präsentiert. **26**



**Let'S CEE Film Festival** Spiel-, Dokumentar- und Kurzfilme aus Zentral- und Osteuropa in Wien. **31**

**3DTV.marketing**

**Content:** Videoproduktion in 2D, 3D und VR

**Imagefilm, Doku & Werbespot** für TV, Kino, Web

**Display:** Hologramm-Plakat weltweit einzigartig

**3D-ohne-Brille Screens** für Messe, Event und Shop

www.3DTV.marketing  
1040 Lambrichtg 16  
tel 0664 43 28 430

Wir bringen Euch in den Raum

# Künstler überschreiten Grenzen

Vom 14. bis 31. Oktober 2015 präsentiert das Festival Salam.Orient in Wien wieder Musik, Tanz, Theater und Poesie aus orientalischen Kulturen.

••• Von Dino Silvestre

WIEN. „Künstler leben vom Überschreiten von Grenzen“, sagt Salam.Orient Festivaldirektor Norbert Ehrlich. „Grenzen schaffen Spielregeln, Sicherheiten. Wir sind drinnen, die anderen sind draußen. Grenzüberschreitungen verunsichern – im privaten Gespräch, in weltweiten Flüchtlingsströmen. Künstler brechen Tabus und entwickeln neue Sichtweisen. Wo das nicht möglich ist, brechen sie aus und verlassen ihre Umgebung, Stadt und Gesellschaft.“

Vom 14. bis 31. Oktober 2015 werden in Wien in der Brunnenpassage, in der Diplomatischen Akademie, in der Hauptbücherei, in der Sargfabrik, im Odeon Theater, Porgy & Bess, Club Schwarzbberg, Stadtteilzentrum Bassena, Theater Akzent, am Viktor Adler-Markt und beim Wohnprojekt Wien am Bednarpark Musik, Tanz und Poesie aus dem Orient präsentiert.

## Heimstätte des Unerhörten

„Die Besetzungslisten vieler Ensembles mixen ungeniert Kulturen, Sprachen und Spielformen. Das mag Verwirrung stiften, schafft zugleich aber auch unerwartete neue Komplexitäten, Sounds und Spielweisen“, so Ehrlich. „Aus dem vermeintlichen Chaos entsteht eine andere Art von Ästhetik. Der Orient wird hier einmal nicht als Brutstätte von Gewalt und Krisen gezeigt, sondern als Heimstätte des Unerhörten, als Quelle für eine andere Form des Miteinander. Ich denke, wir brauchen solche Ermittigungen. Hier und heute. Auch und gerade bei uns.“

Eine breite Palette unterschiedlicher Programmpunkte zeichnet das Salam.Orient Festival heuer aus und zeigt den Nahen Osten im Dialog mit westlicher Kultur.

Saeid Shanbehzadeh und sein Sohn Naghib sind Musiker am persischen Golf im Süden des Iran. Sie



© Marc Grotz

Palästina und nehmen auf poetische, musikalische, nachdenkliche wie berührende Art Stellung zu einem Thema, für das es scheinbar keine Lösung gibt. Zeitgenössische Poesie, eigene Prosa und Lieder stehen im Mittelpunkt dieser Performance.

## Natacha Atlas live

„I Put A Spell on You“: Der Magie des 1956er-R&B-Klassikers von Screamin' Jay Hawkins kann sich auch Natacha Atlas nicht entziehen. Wer hört, wie sie zu flirren-

**Palästina-Musik**  
Die Brüder Samir, Adnan und Wissam Joubran (von li.) aus Galiläa (Palästina) sind virtuose Oudspieler (arabische Laute). Sie führen die Musik der arabischen Welt zu neuen Höhen.

ter Maffay, Yasmin Levy oder Jah Wobble – sie alle waren schon mit ihr live auf der Bühne.

Der Armenier Ara Dinkjian trat bereits mit fünf Jahren öffentlich auf. Er begleitete zunächst seinen Vater Onnik Dinkjian sowie John Berberian und George Mrdichian als Perkussionist. Er perfektionierte sich im Spiel weiterer Instrumente und trat 1980 auf dem Montreux Jazz Festival auf. 1986 gründete er mit Armen Donelian und Arto Tunçboyaciyan die Band Night Ark, die orientalische Musik und Jazz fusionierte. Sein Song „Dinata“ wurde bei der Abschlussfeier der Olympischen Spiele 2004 in Athen aufgeführt.

## Poesie & Musik aus dem Iran

Der Programmtitel „Liebestrunken“ ist das Motto für die Verschmelzung mehrerer künstlerisch-musikalischer Elemente der klassischen persischen Musik in diesem Projekt von Klang, Gesang und Perkussion, zu dem sich einige der besten iranischen Musiker zusammengeschlossen haben.

Der Komponist und Instrumentalist Hossein Alizadeh wird durch seine Kompositionen in Begleitung des Zarbang-Quartetts dem Publikum eine neue Richtung der persischen Klassik präsentieren.

Mit dabei: Alireza Ghorbani; er studierte Irans traditionelle Musik und ist einer der wichtigsten Sänger der jüngeren Generation.

**Aktuelle Polit-Diskussionen**  
Aber auch politische Themen ohne musikalische Begleitung sind heuer im Salam.Orient Festivalprogramm zu finden.

Heute sind Frauen in der Türkei in vielfältigen Bewegungen organisiert: „Die Muslimische Frauenbewegung in der Türkei“ ist von



© Feyza Akinerdem

## Frauen-Rechte

Feyza Akinerdem, Soziologin und Kulturschaffende aus Istanbul, diskutiert am 19. Oktober ab 19:00 Uhr über „Die Muslimische Frauenbewegung in der Türkei“ in der Diplomatischen Akademie, 1040 Wien, Favoritenstraße 15a.

besonderer Bedeutung. Der Status der Frau in muslimischen Gemeinschaften, Gewalt gegen Frauen und die parlamentarische Repräsentation von muslimischen Frauen rücken zunehmend in den Mittelpunkt der politischen Diskussion.

**Musikprogramm für Kinder**  
Im Orient und in Afrika singen, tanzen und trommeln alle: Mädchen und Buben, Frauen und Männer. Etwas von diesem Geist lässt der aus dem Senegal stammende Trommler Mamadou Ngom bei einem Workshop für Kinder und Jugendliche lebendig werden.

Eine indische Tänzerin, Kaveri Agashe-Sageder, und eine österreichische Schauspielerin, Martha Jarolin, lassen der Lust am Tanzen und Fabulieren gemeinsam freien Lauf. Glöckchen um die Fußgelenke liefern den Rhythmus ...

„Grenzen schaffen Spielregeln, Sicherheiten. Grenzüberschreitungen verunsichern – im privaten Gespräch, in weltweiten Flüchtlingsströmen.“

20

## Salam.Orient

Iraner treten mit dem DJ aus Kanada auf, die „Stimme Armeniens“ kommt aus dem US-Exil nach Wien, die Rhythmen des indischen Kathak-Tanzes messen sich mit Body Percussion aus dem Westen. Bei 20 Veranstaltungen kann man fremde Kulturen entdecken. Programm: salam-orient.at

treffen mit ihrer traditionellen Musik auf die elektronischen Sounds des kanadischen DJs und Performers Michael Red. Das Ergebnis ist eine ungewöhnliche Mischung aus archaischer, wilder, tanzbarer, aber zeitgemäßer Musik. Dem Zuhörer ist schnell egal, woher die Musik kommt: Er will sich vom Sound mitreißen lassen und tanzen.

Fernab von medialen Klischees und Stigmata zeichnen Viola Raheb und Marwan Abado ein Bild von

den Electro-Beats und orientalisch anmutenden Vokalismen aus dem R&B-Beschwörungsheuler ein veritable Stück Weltmusik macht, versteht die Faszination der multikulturellen musikalischen Begegnungen.

Die in Belgien geborene Sängerin mit Wohnsitzen in aller Welt kann auf eine weltumspannende Freundschaft zurückgreifen: Sinéad O'Connor, Jean Michel Jarre, Nitin Sawhney, Nigel Kennedy, Pe-

“

# 12. KlezMore Festival Vienna

Von 7. bis 22. November 2015 stehen Wiener Bühnen ganz im Zeichen von Traditionspflege und Neuinterpretation der Klezmer-Musik sowie der Vermittlung jüdischer Kultur.

•• Von Alice Hefner

WIEN. Friedl Preisl und sein Team laden heuer bereits zur 12. Auflage eines Festivals, das seine programmatische Ausrichtung bereits im Namen trägt. Ausgehend von tradierter Klezmer-Musik und Kultur als Reflexion und Bestandteil jüdischen Lebens in Wien, Europa und der Welt, beschäftigt sich das Festival mit dem Status quo dieser Musik und Kultur im Jahr 2015. Das KlezMore ist dabei geprägt von einem undogmatischen Zugang, der kein Interesse hat, stilistische Grenzen zu ziehen, sondern diese zu öffnen und Terrain zu erweitern.

Dazu Preisl: „Umrahmt wird das Festival von der Eröffnungsgala am 7. November mit dem Yamma Trio aus Israel und Scheiny's All Star Yiddish Revue (im Porgy & Bess) sowie den beiden Abschlussgalas am 21. und 22. November im Haus der Begegnung Rudolfsheim. Da spielt zunächst die Amsterdam Klezmer Band zum Tanzen auf. Tags darauf begibt sich Bühnenkünstler Erwin Steinhauer im Metropol zum definitiv würdigen Abschluss des Festivals in einen künstlerischen Dialog mit dem Musikern von Klezmer Reloaded Extended.“

#### Lauschgift vom Feinsten

Dazwischen liegen zahlreiche Highlights wie der Auftritt des Barcelona Gipsy Klezmer Orchestra (am 8. November im Metropol), die israelische Band The Heart And The Wellspring (am 10. November im Reigen), das Zusammentreffen des multinationalen Wahl-Wiener Musik-Kollektivs The Railroad Project mit Saxofonist Daniel Zamir (am 11. November im Porgy & Bess).

In der Sargfabrik konzertieren am 17. November die ungarischen Nigun, im Theater Akzent kann man am 18. November die Zusammenarbeit des Trompeters Paul Brody mit seiner Formation Sadawi mit Anne Bennent genießen.

#### Bratislava-Connection

Auch heuer gibt es wieder eine Kooperation mit der slowakischen Donaumetropole Bratislava, in deren Rahmen u.a. das Großmütterchen Hatz Salon Orkestar am 9. November im Stadttheater Bratislava spielt.

Außerdem gibt es eine Stummfilm-Matinee, bei der jeweils an Sonntagen um 13:00 Uhr im Kulturcafe Tachles alte, liebevoll restaurierte Schwarz-Weiß-Stummfilme wie etwa „Nathan der Weise“ (8. November) live vertont werden.

Beim Rahmenprogramm im Zentrum im Werd liest u.a. am 13. November Jennifer Teege, die Enkelin eines KZ-Kommandanten, aus ihrem Buch „Mein Großvater hätte mich erschossen“.

Die „Hauptkonzerte“ flankierend, lädt der umtriebige Musiker und Event-Organisator Roman Britschgi im Tachles am 9. und am 16. November zur Jam-Session und präsentiert am 14. November die Cafe Mocca Festival Lounge.

#### Previews und Reviews

Drei Preview- und vier Review-Veranstaltungen verlängern den Festival-Kontext über dessen eigentlichen Zeitrahmen hinaus.

So treffen etwa bereits am 28. Oktober im Reigen Dobrek Bistro auf David Krakauer, und am 23.

November spielen im Schwarzberg das Ley-Yulzari Duo und Frank London; am 7. Dezember lädt Roman Grinberg im Wiener Metropol zu „Swinging Chanukka“.

Unter klezmore-vienna.at gibt's Infos, Tickets telefonisch unter 01/88088 oder 01/96096.



© Hans Rieghofer

Erwin Steinhauer (Mitte) tritt mit Klezmer Reloaded Extended im Metropol auf.

WWW.EVENT.CINEPLEXX.AT

MACHEN SIE IHR  
EVENT ZUR  
VORSTELLUNG  
DES JAHRES.

**KONZERTHAUS****Musikalisches Tagebuch**

WIEN. Helmut Oehring hat sein Libretto zu „Gunten“ aus Fragmenten des Robert Walser-Romans „Jakob von Gunten“ zusammengestellt und folgt genau dessen Verlauf, vom Eintritt Jakobs in das zwielichtige Institut Benjamenta, wo junge Männer zum Dienst erzogen werden, über die von erotischen Wünschen unterfütterte Beziehung zwischen dem Knaben und dem Schulleiter Benjamenta einerseits und dessen Schwester Lisa andererseits.

In der verstörenden Geschichte – in Szene gesetzt von Regisseur Steffen Jäger – verzähnen sich auf packende Weise Musiker und Schauspieler und zeigen, wie Macht, Disziplin und die Perversion von Erziehung und Kontrolle in die Katastrophe führen. Karten unter ticket@konzerthaus.at

**OETICKET.COM****Relaunch der Website**

WIEN. www.oeticket.com, die Website von Österreichs größtem Ticketvertrieb, präsentiert sich ab sofort im neuen Design und mit verbesserten Funktionalitäten. Andreas Egger, Geschäftsführer oeticket.com: „Wir freuen uns, unseren Kunden einen State-of-the-Art-Webauftritt bieten zu können, der im Design moderner und vor allem noch übersichtlicher bei den Funktionen ist.“

Man hat auch die Suchfunktion auf der Website verbessert. Egger: „oeticket.com bietet jedes Jahr über 55.000 Veranstaltungen an. Damit der Kunde in diesem großen Angebot das für ihn Passende findet, gibt es nun zusätzliche Filtermöglichkeiten.“

In der Navigation wählt der Kunde gezielt nach Datum, Bundesland, Ort und Art einer Veranstaltung oder informiert sich allgemein über die nächsten Konzerte seiner Lieblingsband, aktuelle Events seiner bevorzugten Musik- und Kunstrichtung, über Sporthighlights der Saison oder Konzerte in seiner Region.

**MORGEN-CLUBBING****Wake up & Dance im Le Méridien**

WIEN. Vom Bett zum Clubbing – was in anderen Metropolen bereits ein Trend ist, erreicht jetzt auch Wien. Lustiger als Laufen gehen und kommunikativer als der Frühkaffee in der Kantine: Bei Wiens erstem Morgen-Clubbing im Hotel Le Méridien trafen sich am 17. September alle, die den Tag mit Energie und gutem Frühstück starten wollen. Hoteldirektorin Gabriela Benz: „Wir wollen einmal monatlich alle Early Birds für das frühe Aufstehen belohnen und bieten neben der tollen Location ‚Moët Bar‘ und einem gesunden Frühstück auch eine John Harris ‚Yoga-Class‘ und eine belebende ‚Massage-to-go‘ an.“



Hamburger Kultur- und Kreativhöhepunkt im September: mehr als 600 Veranstaltungen in über 80 Locations.

# Festival auf der Reeperbahn

Das Reeperbahn Festival feiert heuer seinen 10. Geburtstag und lockt vom 23. bis 26. September 30.000 Musikliebhaber auf den Hamburger Kiez.

**••• Von Michael Bär**

HAMBURG. Für viele begann die Karriere in einem der kleineren, intimen Clubs auf der Reeperbahn: Ed Sheeran, Ben Howard, Cro, Bon Iver oder Kraftclub spielten in den letzten Jahren allesamt als Newcomer auf dem größten Clubfestival Europas, heute füllen sie die großen Hallen dieser Welt.

Auf der zehnjährigen Jubiläumsausgabe des Reeperbahn Festivals spielen in über 80 Locations traditionell wieder viele Newcomerbands, aber auch einige Durchstarter der letzten Jahre.

So sind Wanda, Mac DeMarco, Palma Violets, Family Of The Year, Torres, Mirel Wagner And The Golden Choir und William Fitzsimmons mit dabei. Letzterer wird in der St. Michaelis Kirche (Michel), dem berühmten Hamburger Wahrzeichen, wohl das atmosphärisch interessanteste Konzert des Festivals spielen.

**Kirche und Striptease-Bar**  
Berühmt ist das Festival für seine Locations auf und rund um die legendäre Reeperbahn: von der Open Air-Bühne auf dem Spielbudenplatz über Kellerclubs bis zu Kir-

chen und legendäre Musikclubs, in denen schon die Beatles ihre Karriere starteten, spiegeln sie die Vielfalt des Viertels wider.

Das komplette Line-up des Reeperbahn Festivals 2015 findet sich unter [www.reeperbahnfestival.de](http://www.reeperbahnfestival.de).

Pünktlich zum Festival bereichert ein neues Highlight die kulige Meile: Das Klubhaus St.Pauli beeindruckt mit seiner Medienfasade nicht nur optisch. Das neue Epizentrum für Musikfans und Theaterfreunde bietet auf rund 5.000 m<sup>2</sup> und sechs Stockwerken Büroflächen, Musikclubs, Bars, eine Cocktailbar auf der Dachterras-

se sowie die neue Heimat für die dritte Bühne der „Schmidt Theater-Familie“: das Schmidtchen. Hier werden in Zukunft vor allem junge Künstler und Newcomer eine Bühne finden. Zudem kann das neue Theater für Veranstaltungen verschiedenster Art gemietet werden.

**Kunst, Medien und Politik**

Hamburg hat sich als europäische Plattform für die weltweite Musik- und Digitalwirtschaft etabliert. Deshalb werden sich auch 3.000 internationale Konferenzteilnehmer aus den Geschäftsfeldern Musik, Games, Mobile, Medien, IT-Design und Marketing in St. Pauli austauschen.

Auf den 150 Programmpunkten der Konferenz diskutieren neben Musikschaffenden auch Politiker, Wissenschaftler und Journalisten.

Auf einer Keynote wird Ex-Eurythmics-Mitglied Dave Stewart analysieren, wie Künstler, Marken und Agenturen besser zusammenarbeiten können.

Justizminister Heiko Maas (SPD) spricht über die urheberrechtlichen Rahmenbedingungen kreativer Produktion in Europa.

Der interdisziplinäre Austausch verschiedener Branchen des digitalen Entertainments macht die Reeperbahn Festival Conference in Europa einzigartig.

Unter dem Motto „It's a people's business“ tummeln sich an den vier Festivaltagen mehr als 30.000 Menschen auf der Reeperbahn, darunter Musiker, Labelchefs auf der Suche nach neuen Acts, junge Start-up-Konzepte mit ihren großen Ideen und natürlich jede Menge entdeckungsreudige Musikfans.

**Specials für Musikfans**

Die Hamburg Tourismus GmbH bietet mit dem aktuellen Angebot „4 für 3“ Unterkünfte, in denen Besucher vier Nächte bleiben und nur drei bezahlen. Aber man sollte schnell sein, denn gerade der Zeitraum zum Reeperbahn Festival ist heiß begehr. Dazu gibt es die Hamburg Card mit bis zu 50% Rabatt bei mehr als 150 weiteren Partnern in der Stadt.

# Traditionsreicher Ort in Wien

Heimische Künstler präsentieren im Hotel Wimberger ihre Version des Wienerlieds mit zeitgenössischen Sounds.

**••• Von Georg Biron**

WIEN. Seit 1871 besteht das Hotel Wimberger schon und gilt als eine legendäre Wiener Top-Location, in der heimische Prominente, Künstler und Weltenbummler ein und aus gingen. Das Arcotel Wimberger führt die Tradition weiter und veranstaltet u.a. seit über 20 Jahren den Jazzbrunch.

Einerseits finden sich im modernen Hotel noch Elemente des alten Gasthauses Wimberger und des Hotels der k & k-Zeit, das einst rauschende Bälle und Tanzveranstaltungen beherbergte. Andererseits wurden hier bis in die 1980er-Jahre hinein auch nationale und internationale Show- und Pop-Acts präsentiert. Ein weitläufiger Saal mit bis zu 760 m<sup>2</sup> Nutzfläche in-



Wien.Musik im Wimberger startet am 29. September mit dem Duo Wiener Blond.

klusive Technik und Tageslicht ist auch im neuen Wimberger vorhanden und kann für Veranstaltungen aller Art adaptiert werden.

Was liegt also näher, als die alten Traditionen wieder aufzugreifen und Kulinarik und Gastfreundlichkeit mit Unterhaltung und Kultur

zu verknüpfen? Jetzt wird mit der Event-Reihe Wien.Musik im Wimberger eine musikalische Attraktion gestartet. Heimische Künstler servieren in gemütlicher Atmosphäre ihre Version des Wienerlieds mit aktuellen Sounds. Zum Eintrittsticket (34 € pro Person) gibt es Wiener Schmankerln und ein gepflegtes Bier.

**Eine CD gibts gratis dazu**

Gestartet wird am 29. September mit einem extraordinären Duo, das in den letzten Monaten für Aufsehen gesorgt hat: Wiener Blond.

Bei Programm und Bewerbung wird das Hotel vom Verein Wien. Musik unterstützt, der u.a. die gleichnamige Reihe in der Roten Bar des Volkstheaters verantwortet hat. Ein gleichfalls markanter Tätigkeitsbereich ist die alljährliche Veröffentlichung der Wien.Musik-Compilation, die einen konzentrierten Überblick über die aktuelle Szene bietet.

Besucher von Wien. Musik im Wimberger dürfen sich freuen: Sie erhalten im Gesamtpaket mit Eintritt, Begrüßungsgetränk und Speisen diese CD gratis dazu.

# Theater der Jugend für Kinder ab sechs

Die neue Saison verspricht in den beiden Theaterhäusern für Kinder und Jugendliche wieder märchenhaft, spannend und vor allem unterhaltsam zu werden.

• Von Michael Bär

WIEN. Das Theater der Jugend stellt das Programm für die Saison 2015/16 vor: Acht Neuproduktionen stehen auf dem Spielplan, darunter sind die beiden märchenhaften Uraufführungen „Die automatische Prinzessin – fantastische Fabeln aus 1001 Nacht“ von Henry Manson und „Der Pirat im Kleiderschrank“ von Thomas Birkmeir, dem künstlerischen Direktor.

„Eine inhaltliche und thematische Klammer bildet die Fragestellung nach Wert und Gültigkeit des Generationenvertrags in unserer heutigen Gesellschaft“, so Birkmeir.

„Momo“ von Michael Ende

Die Saison beginnt am 9. Oktober 2015 im Renaissancetheater (7., Neubaugasse 36) mit dem Klassiker „Momo“ von Michael Ende; das Stück handelt von einem Mädchen, das gegen die grauen Diebe der Zeit antritt. Die Vorstellung ist für Kinder ab sechs Jahren geeignet.

Im zweiten Wiener Haus, im Theater im Zentrum (1., Liliengasse 3) sind Jugendliche ab elf Jahren zum Saisonstart willkommen.

Am 15. Oktober 2015 startet „Human Being Parzival“ – eine moderne Produktion über einen jungen Mann, der wie Parzival, der Held des Vers-Epos aus dem Mittelalter, über Umwege zu sich selbst findet.

Homosexualität & Cybermobbing

Auch aktuelle Themen, die Jugendliche bewegen, werden im Theater der Jugend bearbeitet: „Beautiful Thing“ von Jonathan Harvey (in der Regie von Werner Sobotka) wird erstmals in Österreich aufgeführt und geht dem Anderssein von zwei jungen Männern auf den Grund.

## THEATER-SUBVENTIONEN

**Gerald Pichowetz kassierte 550.000 €**

WIEN. 227 Mio. Euro an Subventionen hat die Stadt Wien laut dem jetzt erschienenen Kunstbericht im Jahr 2014 an Künstler, Theater und Vereine vergeben – das sind 622.000 € pro Tag.

„Gloria Theater“-Chef Gerald Pichowetz, der in Österreich v.a. dank seiner TV-Rolle als „5er“ im „Kaisermühlenblues“ bekannt ist, hat laut Kunstbericht im Vorjahr wiederum 550.000 € Kulturförderung aus Steuergeldern erhalten und daher für sein Theater in Floridsdorf, schreibt die *Kronen Zeitung*, „in zehn Jahren vermutlich mehr als fünf Mio. Euro“ erhalten.

Und auch die 150.000 € Subvention, die der „Lustspielhaus“-Macher Adi Hirschal 2014 erhielt, ruft Kritiker auf den Plan.

Sogar der ORF profitiert von der MA7-Kunstförderung: 60.000 € gab es für die Produktionsfirma der Kochsendung „Aufgetischt“.

„Netboy“ wiederum thematisiert das Thema Cybermobbing, und das Stück „Tschick“ ist ein Road-Trip durch Deutschland. Für die jungen Gäste steht in der deutschsprachigen Erstaufführung „Kalle Blomquist lebt gefährlich“ von Astrid Lindgren auf dem Programm.

**Größte Einrichtung Europas**  
Zuletzt haben 276.500 Gäste die Vorstellungen des Theaters der Jugend gesehen, was einer Auslastung von 96% entspricht. Mit 44.000 Abonnenten ist das Theater der Jugend das größte Kinder- und Jugendtheater Europas.



Theater der Jugend bringt in der Saison 2015/2016 acht neue Bühnenproduktionen.

## AKM - WEIL MUSIK ETWAS WERT IST

### Musik spricht Verstand und Emotionen an. Musik wirkt.

Daher wird bei fast allen Veranstaltungen Musik dargeboten und auch in Betrieben mit fluktuierendem Publikum, wie z.B. in der Gastronomie und im Handel, ist der gezielte Musikeinsatz weit verbreitet.

Für diese öffentlichen Aufführungen ihrer Musikwerke steht den Komponisten und Musiktextautoren gemäß Urheberrecht eine faire Bezahlung zu. Die AKM hebt diese Tantiemen treuhändig ein und gibt sie an die Musik-Schaffenden weiter.



### Die AKM ist Dienstleister für Künstler und Veranstalter:

- Die Veranstalter können die erforderliche Aufführungslizenz für beinahe das gesamte Weltrepertoire geschützter Musik und Texte zentral bei der AKM erwerben (One Stop Shop).
- Durch dieses Service der AKM ersparen sich die Veranstalter unzählige direkte Anfragen bei den Rechteinhabern im In- und Ausland.
- Eine Aufführungslizenz der AKM bietet Rechtssicherheit für den konkreten Musikeinsatz und ein gutes Gewissen gegenüber den Künstlern.

Die Einnahmen werden nach festen Regeln an die Autoren und Komponisten verteilt, deren Werke auf den Musikprogrammen zu den Veranstaltungen und Sendungen aufscheinen; dabei wird die Aufführungshäufigkeit berücksichtigt. Die AKM zieht vor der Verteilung lediglich den entstandenen Betriebsaufwand ab. Der AKM selbst bleibt kein Gewinn.

### Der Erwerb der Aufführungslizenz ist einfach:

- Melden Sie Ihre Veranstaltung bzw. Ihren Musikeinsatz im Betrieb bei der zuständigen AKM-Geschäftsstelle an! Ihren Ansprechpartner finden Sie samt Kontaktdaten auf unserer Website [www.akm.co.at](http://www.akm.co.at) unter „Geschäftsstellen AKM“.
- Nutzen Sie die Möglichkeit der Online-Anmeldung von Veranstaltungen über den Lizenzshop der AKM auf [www.akm.co.at](http://www.akm.co.at).

**akm**  
AUTOREN | KOMPONISTEN | MUSIKVERLEGER



© jurassicworldfilm.de

#### USA BLOCKBUSTER

#### USA trotzen Online-Trend

LOS ANGELES. Die Filmindustrie Hollywoods darf sich trotz des zunehmenden Trends zu Online-Videoplattformen und hohen Preisen für Kinotickets dank Produktionen wie „Jurassic World“ (Bild) über einen regelrechten „Super-Sommer“ freuen.

Wie die *Los Angeles Times* berichtet, sind in US-amerikanischen und kanadischen Kinos heuer im Sommerumgerechnet rund 3,9 Mrd. € an Ticketeinnahmen an den Kinokassen verbucht worden – das entspricht einem Plus von acht Prozent gegenüber dem Vorjahr und markiert den zweitbesten Kinosommer seit Beginn der Aufzeichnungen.

„Obwohl die Ticketpreise im vergangenen Jahr auf einen neuen Rekordwert geklettert sind, ist ein Kinobesuch im Vergleich zu anderen Aktivitäten wie dem Besuch einer Sportveranstaltung oder eines Konzerts immer noch eine der günstigsten Formen der Freizeitunterhaltung“, erklärt John Fithian, Präsident der National Association of Theatre Owners (NATO). Sogar ein Abend im Bowling-Center sei teurer, als ins Kino zu gehen.

Die erfreuliche Entwicklung soll aber auch auf eine Strategie der Hollywood-Studios zurückzuführen sein, die erkannt haben, wie wichtig es ist, gerade in der schwierigen Sommersaison einen ausgewogenen Mix an neuen Filmen anzubieten.

„Man braucht gerade in der Sommersaison eine gut ausbalancierte Palette an Filmen“, so Chris Aronson, Domestic Distribution 20th Century Fox.



© Dolby

Cineplexx investiert rund vier Millionen Euro in die Modernisierung des Cineplexx Linz.

## Dolby Cinema in Linz

Der heimische Kinobetreiber Cineplexx eröffnet Anfang November den ersten Dolby Cinema-Kinosaal im deutschsprachigen Raum.

#### ••• Von Georg Biron

WIEN/LINZ. In den kommenden Wochen werden im Cineplexx Linz alle Kinosäle umfassend modernisiert. Darüber hinaus werden sowohl der Eingangsbereich als auch der Innenbereich des Kinos umgebaut und mit modernen Designelementen neu gestaltet. Im Obergeschoss entsteht außerdem ein neuer Lounge-Bereich, zudem werden auch die Kassen, Kinobuffets und die Sanitäranlagen gründlich umgebaut und modernisiert.

„Mit der Modernisierung des gesamten Kinos und der Etablierung von Dolby Cinema machen wir das Cineplexx Linz zu einem europäischen Spitzenkino“, sagt Christian Langhammer, geschäftsführender Gesellschafter des österreichischen Familienunternehmens.

„Auch in Sachen Entertainment wird in Linz das Angebot erweitert: Das Fun Game Lasertron wird im Cineplexx Linz neu eröffnen“, so Langhammer.

**Eine neue Kino-Ära beginnt**  
Anfang November 2015, pünktlich zum Filmstart von James Bond „Spectre“, eröffnet Cineplexx den ersten Dolby Cinema-Kinosaal im deutschsprachigen Raum und positioniert sich dadurch einmal mehr als Vorreiter in Sachen Kino-technologie.

Dazu Langhammer: „Unsere Besucher im Cineplexx Linz können sich auf das spektakulärste Kinoerlebnis aller Zeiten freuen. Dolby Cinema garantiert ein völlig neues und außergewöhnliches Kino-Erlebnis und kombiniert Dolby Vision Doppel-Laserprojektion mit dem preisgekrönten Dolby Atmos Soundsystem.“

Dazu Fritz Deininger, Senior Regional Director Central Europe/Middle East/Africa bei Dolby La-

boratories: „Die Zuschauer tauchen auf einzigartige und mitreißende Art und Weise in den Film ein. Wir freuen uns, zusammen mit Cineplexx dieses neue Gefühl vermitteln zu können.“

#### Hochwertige Wiedergabe

Dolby Cinema verbindet die innovativste Bild- und Soundtechnologie mit genialem Kino-Design. Die Kombination aus Dolby Vision, der State-of-the-Art-Bildwiedergabetechnologie, und dem lebensechten Dolby Atmos Sound lässt das Publikum in das Geschehen des Films eintauchen und garantiert fesselnde Stunden im Kino.

#### Kino-Design

Der sogenannte Prelude ist ein hypermoderner Eingangsbereich, der mit Bildprojektionen bespielt wird und einen ersten Vorgeschmack zum Film bietet.



„

Auch in Sachen Entertainment wird in Linz das Angebot erweitert.

#### Paint it Black

Die Atmosphäre des Films empfängt bereits vor dem Kinosaal. Der moderne Eingangsbereich „Prelude“ stimmt das Publikum mit viel Design und Bild- und Ton-Stimmungen auf den Hauptfilm ein.

Im Saal angekommen, erwartet die Besucher eine durchgehend schwarze Bespannung, die an einen Kokon erinnert und den gesamten Saal umhüllt.

Der Dolby Cinema-Saal ist somit, inklusive Kinosessel und Boden, vollständig in Schwarz gehalten. Dadurch wird nicht nur die Aufmerksamkeit der Besucher auf die Bildwand gelenkt, sondern auch die Farbkontraste werden optimal herausgearbeitet.

Nach dem Start im Cineplexx Linz sind weitere Dolby Cinema Kinosäle in Österreich geplant.

**Spannende Erfolgsgeschichte**  
Die Cineplexx Kinobetriebe GmbH, ein Tochterunternehmen der Constantin Film Holding GmbH, entwickelte sich in einer Zeit, in der viele traditionelle Kinos in Österreich verschwanden und Multiplex-Kinos den Markt eroberten.

Im November 2002 übernahm die Familie des Mitbegründers des Filmverleihs und Kinobetreibers Constantin Österreich, Anton Langhammer, den bisherigen Anteil der Kirch-Gruppe. Die Constantin-Film Holding GmbH befindet sich seitdem im 100%igen Besitz der Familie Langhammer.

Heute ist Cineplexx mit 36 Multiplex- und 6 traditionellen Standorten in Österreich, Kroatien, Serbien, Slowenien, Montenegro, Mazedonien, Albanien und Italien vertreten und bespielt 280 Säle. 2013 erwirtschaftete man mit rund 1.100 Mitarbeitern 115 Mio. € Umsatz.

2013 begrüßten alle Cineplexx Kinos rund 10,5 Mio. Gäste.

“



© Paolo Torrisi

#### DISNEY CHANNEL

#### „Violetta“ Kinofilm für 2016

MÜNCHEN. Disney gab die Produktion des Films „Tini – El Gran Cambio de Violetta“ (OT) mit Martina Stoessel (Bild) bekannt. In dem neuen Spielfilm dreht sich alles um den Star aus der weltweit erfolgreichen Disney Channel-Telenovela „Violetta“. Im Herbst beginnen die Dreharbeiten in Italien, Produktionsfirma im Auftrag von Disney ist Gloriamundi. Der weltweite Kinostart ist für das Frühjahr 2016 vorgesehen.

Der Spielfilm erzählt, wie die junge Schauspielerin Tini durch ihre Rolle als TV-Serienstar ihr eigenes Erwachsenwerden erlebt. Gezeigt wird das reale Leben des Teenie-Stars, der aufbricht, um sich von der Welt rund um Violetta zu lösen und ein Abenteuer erlebt, das Tini schließlich zu einer neuen Persönlichkeit macht.

Die drei Staffeln der TV-Serie Violetta wurden in 130 Ländern erfolgreich ausgestrahlt. Von April bis Juni 2015 begeisterte die Telenovela 37,5 Mio. Zuschauer im EMEA-Gebiet (Europa, Naher Osten und Afrika). Nicht nur als Fernsehserie, sondern auch mit einer Reihe von Büchern, Zeitschriften und anderen Produkten wurde Violetta ein außergewöhnlicher Erfolg in Lateinamerika und Teilen Europas. Auf YouTube wird Violetta global Millionenfach aufgerufen. Die Soundtracks verkauften sich bis heute weltweit über 2,8 Mio. Mal und wurden mehrfach mit Platin ausgezeichnet.

Die Live Tour zur Serie mit der Originalbesetzung besuchten zwei Mio. Gäste in 21 Ländern Europas und Lateinamerikas.

# Ein Fest für Filme aus Osteuropa

Das Let'S CEE-Filmfestival geht in die vierte Runde. Anfang Oktober dreht sich für elf Tage alles um die neuesten Werke des zentral- und osteuropäischen Kinos.

• Von Christoph Fellmer

WIEN. 118 Filme und 129 Gäste: Das sind die Eckdaten des Let'S CEE-Filmfestivals, das heuer vom 1. bis 11. Oktober im Wiener Urania Kino, im Actor's Studio, im Village Cinema und in weiteren Spielstätten stattfinden wird. Im Mittelpunkt der vierten Ausgabe des Festivals steht der zentral- und osteuropäische Film, also Streifen, die das Publikum im regulären Kino betrieb kaum zu sehen bekommt.

„Zentrales Ziel des Festivals ist und bleibt die Förderung des mittel- und osteuropäischen Filmschaffens“, sagt die Festivaldirektorin Magdalena Zelasko. „Der Beitrag, den wir zur intra- bzw. interkulturellen Kommunikation auf inner- und zwischenstaatlicher Ebene leisten, ist allerdings in Zeiten wie diesen nicht weniger wichtig.“ Die Festivalbetreiber wollen heuer die Zahl der Besucher von 13.100 im Vorjahr auf rund 18.000 anheben.

Christof Papousek, der geschäftsführende Gesellschafter von Cineplex International und Presenting Partner des Festivals, sieht gerade in Wien einen idealen Standort für ein Festival wie Let'S CEE: „Als Kinomarktführer nicht nur in Österreich, sondern auch in der Region des ehemaligen Jugoslawiens ist es für uns selbstverständlich, Initiativen wie Let'S CEE zu unterstützen. Das Festival bietet eine unvergleichliche Möglichkeit, sich einen Eindruck über das Filmschaffen in Zentral- und Osteuropa zu verschaffen, und Cineplex freut sich, hier einen Beitrag zur Präsentation internationaler Filmkultur in Wien leisten zu können.“

**Kaum öffentliche Förderungen**  
Unzufriedenheit herrscht bei den Festivalmachern wie in der Vergangenheit mit der „Fördersituation, insbesondere was die öffentlichen Stellen in Österreich betrifft“, sagt Festivaldirektor Wolfgang P. Schwelle. „Wir wollen daher Wachstumschancen auch vermehrt außerhalb des Festivalbetriebs wahrnehmen.“ Der Plan: „Wir haben unsere Veranstaltung praktisch ohne Förderungen in nur drei Jahren zu einem mittlerweile in Österreich, aber auch international viel beachteten Event gemacht“, sagt Magdalena Zelasko. „Jetzt kommt der nächste Schritt: Let'S CEE soll zu einer Marke werden, die über das Festival hinaus das Filmschaffen aus der von uns abgedeckten Region ganzjährig promotet.“ Das Festival hat sich deshalb noch kurz vor dem Sommer ein Redesign vorgenommen, um den Neuanfang auch optisch zu vermitteln.

Im Zentrum des vom Team der St. Pöltner Werbeagentur Heartworkers konzipierten und umgesetzten neuen Auftritts steht dabei das überarbeitete, moderne und zugleich schlicht wirkende Logo. Dessen leichte Wiedererkennbarkeit soll vor allem vielfältige Einsatzmöglichkeiten garantieren.

Gleich geblieben ist neben dem Markennamen und den Slogans auch die Farbgestaltung.

Für den Spielfilmwettbewerb wird der polnische Filmkritiker Tomasz Raczek wieder die stärksten Beiträge des CEE-Raums auswählen. Den Dokumentarfilmwett-

bewerb leitet wie in den letzten drei Jahren die Filmdozentin Rada Šešic, und für den Kurzfilmwettbewerb werden die Filmmacher Arash und Arman T. Riahi die Beiträge auswählen. Motto des Wettbewerbs: „All you need is love“.



Let's CEE-Festivalleiterin Magdalena Zelasko: „Wir bekommen kaum Fördermittel.“

© Chris Haderer

## Bühnenkunst für den Erlebnismarkt

Rozalija Gregurek kennt die Welt vor und hinter dem Scheinwerfer. Mit ihrer neuen Unterhaltungsagentur will sie Veranstaltungen künstlerisch in ein anderes Licht rücken.

“

RG Entertainment steht für Entertainment aus einer Hand – gut, dass ich zwei habe.

“

WIEN. Die Bühne ist ihr Leben, Beruf und Berufung: Im Alter von vier begann sie zu tanzen, mit acht Jahren hatte sie ihr erstes Engagement. Später zog es Rozalija Gregurek auf die Musical- und Theaterbretter. Als Super RTL-Moderatorin wechselte sie auf den Bildschirm, als Regisseurin und Host vor und hinter das Rampenlicht. Jetzt ist die diplomierte Eventmanagerin mit eigener Agentur am Start. Im Talk präsentiert die Künstlerin und Veranstaltungsexpertin die neue RG Entertainment-Show.



**medianet:** Im Juni haben Sie Ihr Event-Entertainment-Baby auf die Bühne gebracht. Wars eine leichte Geburt?

**Rozalija Gregurek, Gründerin und GF von RG Entertainment:** Es war die logische Konsequenz nach einer langen Schwangerschaft: Seit Kindertagen stehe ich auf der Bühne. Tanz, Musik und Theater sind seit jeher meine Welt. Doch ich wollte mehr – darum habe ich mich als Eventmanagerin ausbilden lassen. Bis heute habe ich im Entertainmentfach fast alles ausprobiert: on- wie offstage. Mein Baby ist die befruchtende Verbindung von beidem.

**medianet:** Was ist der RG-Wow-Effekt – welche Ideen und Konzepte stecken dahinter?

**Gregurek:** Mein Anliegen ist es, außergewöhnliche Bereiche, seien es unterschiedliche Kunstformen – wie etwa Tango und Hip-Hop – oder Kunstschauffende, auf einer Bühne zu vereinen. Dieses kreative Spannungsfeld schafft neuen Raum für Erlebnisse, die das verwöhnte Publikum begeistern. Event-Veranstalter können hier wertvolle, emotionale Punkte holen. Mein Credo: They will forget what you said, but they will never forget how you made them feel.‘

**Ein Showprofi, on- und offstage, zu Hause in vielen Kulturen**  
In Rozalija Gregurek stecken südländisches Temperament, gepaart mit Schweizer Präzision, deutsche Ordnung und österreichischer Charme.

**medianet:** Sie raten also dem Eventveranstalter, Mut zu zeigen ...

**Gregurek:** Ich will mit ihm gemeinsam über den gewohnten Bühnenrand schauen, Eventklassik mit Neuem verbinden. Mit meinem Pool an internationalen Künstlern, Acts und Partnern, mit denen ich seit Jahren zusammenarbeite, kann ich das I-Tüpfelchen auf die Veranstaltung setzen. Kunst braucht Können und Klasse – hier setzt RG an, egal ob ein neues Programm entwickelt oder eine fertige Show in ein Gesamtkonzept integriert werden soll.

**medianet:** Bühne frei, heißt es dementsprechend heuer noch ...

**Gregurek:** ... für so manchen RG-Gig im In- und Ausland. Demnächst unterstützen wir eine große Gala. Auch die ersten Weihnachtserlebnisse werden bereits

vorbereitet. Gleichzeitig geht es nach Deutschland, um verschiedene Partnergespräche zu führen. Und auch die Fußball-EM 2016 kommt mit jedem Tor einen großen Schritt näher. Im nächsten Juni wollen wir für unsere Eventkunden nicht nur das runde Leder ins Rollen bringen.

**medianet:** Der RG-Kick-off ist also geglückt?

**Gregurek:** Die Show ist toll gestartet. Jetzt wird voll aufgedreht. ...

**medianet:** Klingt nach einer Ansage. Wo wollen Sie mit RG Entertainment in einem Jahr stehen?

**Gregurek:** Ich stehe nicht, ich gehe. RG bewegt sich und andere, wo auch immer unvergessliche Erlebnisse gewünscht werden.



**RG Entertainment**

Krummgasse 3/26

A - 1030 Wien

+43/1/95 67 369

office@rg-entertainment.com

[www.rg-entertainment.com](http://www.rg-entertainment.com)

**Schwerpunkte**

- Choreografie/ Show

- Coaching/ Booking

- Moderation

- Event

PROMOTION

**PANASONIC*****Blu-ray mit gutem Audio-Niveau***

WIEN. Panasonic stellt mit dem DMP-BDT570 einen weiteren High-End Blu-ray-Player vor. Er nimmt im Line-up den Platz des mehrfach ausgezeichneten DMP-BDT500 ein, orientiert sich aber technisch und optisch am Flaggenschiff BDT700. Mit seinem 4K Upscaling, der 4K JPEG-Wiedergabe, guten Audioqualitäten und smartem Networking wird er durchaus zum Heimkino-Herzstück für Film-, Foto- und Musikfans.

Für den guten Ton sorgen High-Performance Audio-Komponenten wie der 192kHz/32bit DAC (x4), ein zweiter HDMI-Ausgang für reine Audiosignalübertragungen und ein analoger 7.1 Analogausgang.

**SAMSUNG*****Rundum-Klang in der Wohnung***

WIEN. Samsung Electronics hat drei Neuzugänge zur Lautsprecherserie Wireless Audio – 360 vorgestellt, nämlich die Modelle R5, R3 und R1, die auf der IFA 2015 ausgestellt werden. Die Lautsprecher mit 360° Rundum-Klang verfügen über ein neues Touch-Bedienfeld und sind mit der neuen, verbesserten Multiroom-App für Smartphones, Tablets und Smartwatches kompatibel.

Die patentierte „Ring Radiator“-Technologie verteilt – mit Samsungs Wireless Audio 360 Lautsprechern – den Klang gleichmäßig in alle Richtungen und ermöglichen damit ein beeindruckendes Sounderlebnis im ganzen Raum. Auch bei den Neuzugängen R5, R3 und R1 kommt diese innovative Technologie zum Einsatz.

**ROLLEI*****Neues Zubehör für Action-Cams***

MÜNCHEN/WIEN. Mit seiner neuen eGimbal-Modellreihe stellt Rollei drei Kamera-Stabilisatoren für ruhige, aus der Hand gefilmte Videos vor. Die Modelle sind speziell für das Filmen mit Actioncams entwickelt. Durch eingebaute geräusch- und bürstenlose Motoren sowie eine leichte Bauweise ist eine absolut ruhige Kameraführung jederzeit gewährleistet.

Mit einem Gewicht von 265 Gramm können der Rollei eGimbal G4 und der G4 Plus bequem über lange Zeit in der Hand gehalten werden. Die Grifflänge von 118 mm und das schlanke Design sind ergonomisch ideal, um die beiden Gimbal mit einer Hand zu bedienen. Regelmäßige Firmware-Updates sorgen darüber hinaus für eine Weiterentwicklung von Leistung und Funktionalität. Der Rollei eGimbal G4 ist dabei speziell für die Miniatur Action-Kameras Go-Pro Hero 3, 3+ oder 4 (ohne Unterwasser-Gehäuse) konzipiert und ab sofort für 399,99 € verfügbar.



„World of Warcraft“, der Klassiker unter den Massively Multiplayer Online Games, setzt große Infrastruktur-Investitionen voraus.

# Schnellere Spiele durch die Wolke

Multiplayer-Games setzen beim Anbieter eine umfangreiche Infrastruktur voraus. Ein an der Universität Innsbruck erdachtes Cloud-Modell soll den Aufwand drastisch reduzieren.

••• Von Chris Haderer

INNSBRUCK/WIEN. Massively Multiplayer Online Games (MMOG), wie etwa der Klassiker „World of Warcraft“ machen Spaß, keine Frage. Anbieterseitig sind solche Games, bei denen Millionen Nutzer ein störungsfreies und schnelles Spielerlebnis warten, eine Herausforderung für den Anbieter: Es ist eine recht umfangreiche Server-Infrastruktur notwendig, um auch Spitzenbelastungen auszugleichen.

„Um bei einer variablen Anzahl an gleichzeitigen Spielern eine sehr gute Spielqualität gewährleisten

zu können, müssen MMOG-Firmen mehr Server-Ressourcen bereitstellen, als im Durchschnitt gebraucht werden, um Lastspitzen abfedern zu können, ohne dass die Qualität darunter leidet“, sagt Radu Prodan von der Universität Innsbruck. Die Folge ist eine überdimensionierte Infrastruktur von Tausenden Rechnern, deren Besitz bis zu 40% des gesamten Spieleinkommens kosten kann. Eine schlankere, flexible Infrastruktur wäre durch eine Leistungsaufteilung von Aktivitäten der MMOG-Firmen unter Nutzung kommerzieller Cloud-Dienste möglich. Wie sich diese Rollen-

verteilung zur Zufriedenheit aller Seiten einsetzen lassen könnte, hat das Team um Prodan nun in einem FWF-Projekt erforscht.

**Verteilte Aufgaben**

Als Grundlage wurde ein Ökosystem zum Bereitstellen von MMOGs auf der Basis einer Cloud-Infrastruktur entwickelt: „Statt traditionell alle Aufgaben unter einem Dach zu vereinen – wie es die großen MMOG-Firmen tun –, werden die notwendigen Leistungsbereiche auf drei kleinere, agilere und fokussiertere Akteure aufgeteilt: Spielanbieter, Spielbetreiber und

(Cloud-)Ressourcenanbieter. Die Aufgabe der Spielbetreiber ist es dabei, eine gute Spielqualität unter veränderlichen Lastbedingungen und unterschiedlicher Ressourcenverfügbarkeit sicherzustellen“, sagt Radu Prodan.

Das im Rahmen des FWF-Projekts entwickelte, cloudbasierte Hosting-Modell ermöglicht den intelligenten Einsatz von Ressourcen. Das schont nicht nur die Umwelt, sondern erlaubt durch reduzierte Infrastrukturkosten auch geringere Steigerungen der Teilnehmergebühren für die Endkundinnen und Endkunden. Wegfallende Anfangsinvestitionen in eine eigene Infrastruktur ermöglichen es auch kleineren MMOG-Firmen, am Markt teilzunehmen und Monopolstellungen aufzubrechen. Intelligente Lastvorhersage- und Lastverteilungsmechanismen sowie Selbstheilungsmechanismen sorgen für ein hochqualitatives Spielerlebnis auch unter den nicht immer störungsfreien Bedingungen in der Verwendung von Cloud-Ressourcen. Das macht Cloud-Lösungen auch für andere, nicht spelorientierte performancehungrige IT-Anwendungen interessant.

**Kaum Ausfälle**

Um die Praxistauglichkeit dieses cloudbasierten Hosting-Modells im Rahmen eines Performance-Tests zu untersuchen, ist ein damit kompatibler Simulator entwickelt worden. Zusätzlich wurden Real-World-Daten von sechs Monaten Laufzeit auf 150 Servern von RuneScape, einem der größten MMOGs derzeit am Markt, eingespeist. Ressourcen-Eckdaten von 16 derzeitig operierenden Cloud-Anbietern wurden für den Simulator aufbereitet.

Die Simulationsdurchläufe zeigten, dass dieses selbstregulierende Hosting auch bei Cloud-Ressourcen mit eingeschränkter Verfügbarkeit zu Spielunterbrechungen von weniger als vier Minuten führt, unabhängig von der Dauer der dahinterliegenden Störung. Die Ausfälle im Test waren nur geringfügig..

# Stadt der Spiele

Anfang Oktober findet im Wiener Rathaus wieder die Spiele-Messe „Game City“ statt.

••• Von Chris Haderer

WIEN. Auf ein Neues: Auf einer Fläche von über 5.000 m<sup>2</sup> wird vom 2. bis 4. Oktober im Wiener Rathaus wieder die bewährte Game-City über gleich mehrere Bühnen gehen.

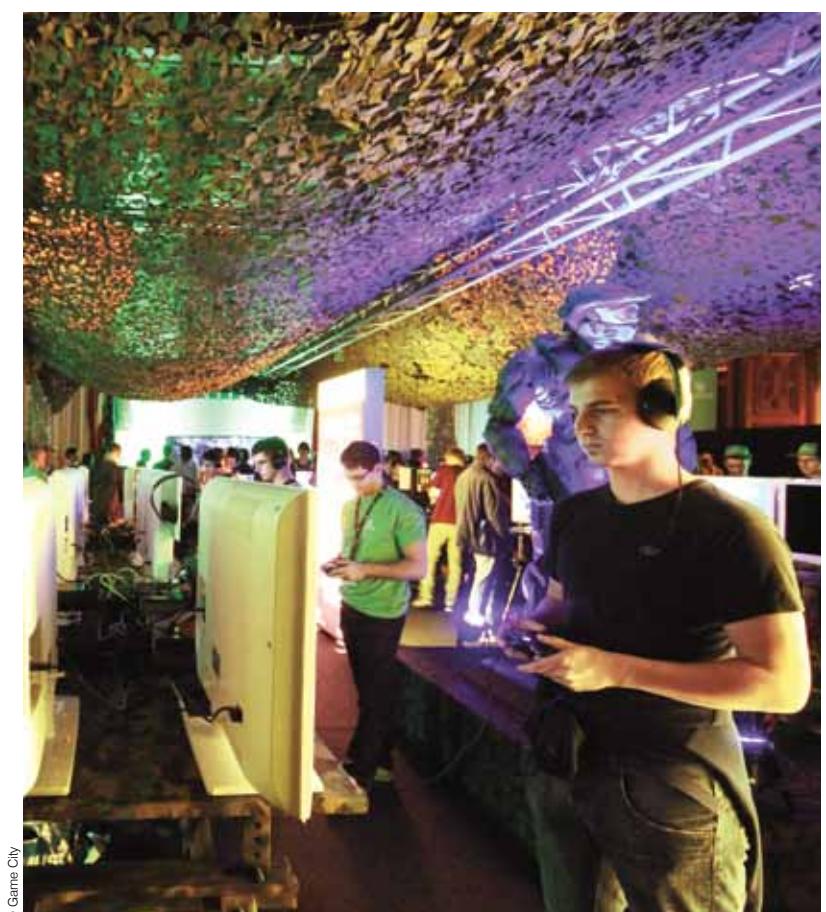
Neben der Präsentation von Neuheiten zahlreicher internationaler Aussteller für Kinder ab vier Jahren lädt die wienXtra-Kinderzone zum kreativen Spielen – nicht nur am Bildschirm – ein und bietet ein umfangreiches Informationsangebot zum Thema Gaming. Eine Reise durch 40 Jahre Game-Geschichte gibt es am Subotron-Stand zu bestaunen, und als besonderes Highlight präsentiert Circus Lumineszenz die Laserharfe Q, die Musik durch Laserstrahlen erzeugt. Unter dem Motto „Schule@GameCity“

steht die Messe am Freitag wie schon in den vergangenen Jahren interessierten Schulklassen offen.

**Retro-Gaming**

Zahlreiche Kooperationspartner unterstützen das wienXtra-Team auch heuer: Die BuPP, Bundesstelle „Information zu digitalen Spielen“, ist mit vielen Tablets vertreten und gibt bei Fragen zu empfehlenswerten Spielen oder zum richtigen Umgang mit digitalen Spielen umfassende Auskunft.

Subotron, der Shop und Treffpunkt für digitale Spielkultur im MuseumsQuartier Wien, lädt mit einem Angebot aus 40 Jahren Game-Geschichte in seiner Retro-Area ein. Auf originalen Arcade-Automaten kann in die Pixelwelten der Kindheit eingetaucht werden.



Die „Game City“ ist eine der ambitioniertesten Messen zum Thema digitale Spiele.



# retail



**Kaiser's Übernahme von KT: Bayern stellt sich hinter Edeka** 35

**Anheuser** Die Nummer 1 am Weltmarkt will SAB Miller kaufen 38

**Metro AG** Hudson's Bay sorgt für Unruhe bei Metro 39

**Shop der Woche** Superfood-Drinks im Organic Smoothie Lab 40

**Kommentar** Über Mutter-Kind-Foren und Onlineshops für Mamas 40

© APA/EPA/Jagadeesh NV



© Fairtrade Österreich

## LEH Geschäftszahlen

### Hofer

Entwicklung Outlets

2010	434
2011	438
2012	438
2013	444
2014*	452

\*Stand Dezember 2014; Quelle: The Nielsen Company



**Mathias Walser**

### Schnitten-Fan

Der bisherige Export-Vertriebsleiter Mathias Walser übernimmt ab sofort die Funktion des Vertriebsleiters Österreich bei der Josef Manner & Comp. AG. Er folgt somit Sabine Brandl nach. In der neuen Funktion berichtet der 39-Jährige direkt an Alfred Schrott, Vorstand für Marketing & Verkauf. „Meine bisherige Erfahrung im internationalen Exportgeschäft bei Manner kann ich einbringen, um das Markenwachstum in Österreich zu forcieren und uns weiterhin als verlässlichen Partner für den Handel zu positionieren“, freut sich Walser über seine neue Herausforderung. Zuvor war Walser, der an der FH Wien Unternehmensführung studierte, bei Wunderlich und Julius Meinl beschäftigt.

# Keine Tea Time für die Arbeiter der Teeplantagen

Schlechte Arbeitsbedingungen zeichnen die Teeproduktion in Asien und Afrika aus; viele Tees sind mit Schadstoffen belastet. 34



**Kinder, Kinder!** Wie der Handel unsere Jüngsten verführt und damit die Eltern zum Kauf zwingt. 36

**EPAMEDIA**

Wenn WIR  
am Rand  
unserer Plakate  
aufgehört hätten  
zu denken...

20.600 Plakatflächen  
im besten Qualitätsnetz  
[www.epamedia.at](http://www.epamedia.at)



# Tee schmeckt andernorts bitter

Fairtrade versucht, die Arbeitsbedingungen von Teeplantagen-Arbeitern zu verbessern, und Ökotest nimmt Schwarztee genauer unter die Lupe. Das Ergebnis: Knapp die Hälfte fällt durch.

••• Von Nataša Nikolic

WIEN. Das nach Wasser weltweit beliebteste Getränk ist Tee. Durchschnittlich trinkt jeder Österreicher 33 Liter Tee pro Jahr und liegt damit im europäischen Mittelfeld. Zwischen 2013 und Mitte 2014 wurden hierzulande rund 700 Mio. Teebeutel im Handel verkauft (Quelle: AC Nielsen). Spitzentreiter im Teekonsum sind die Kuwarter mit einem jährlichen Pro-Kopf-Konsum von etwa 295 Litern.

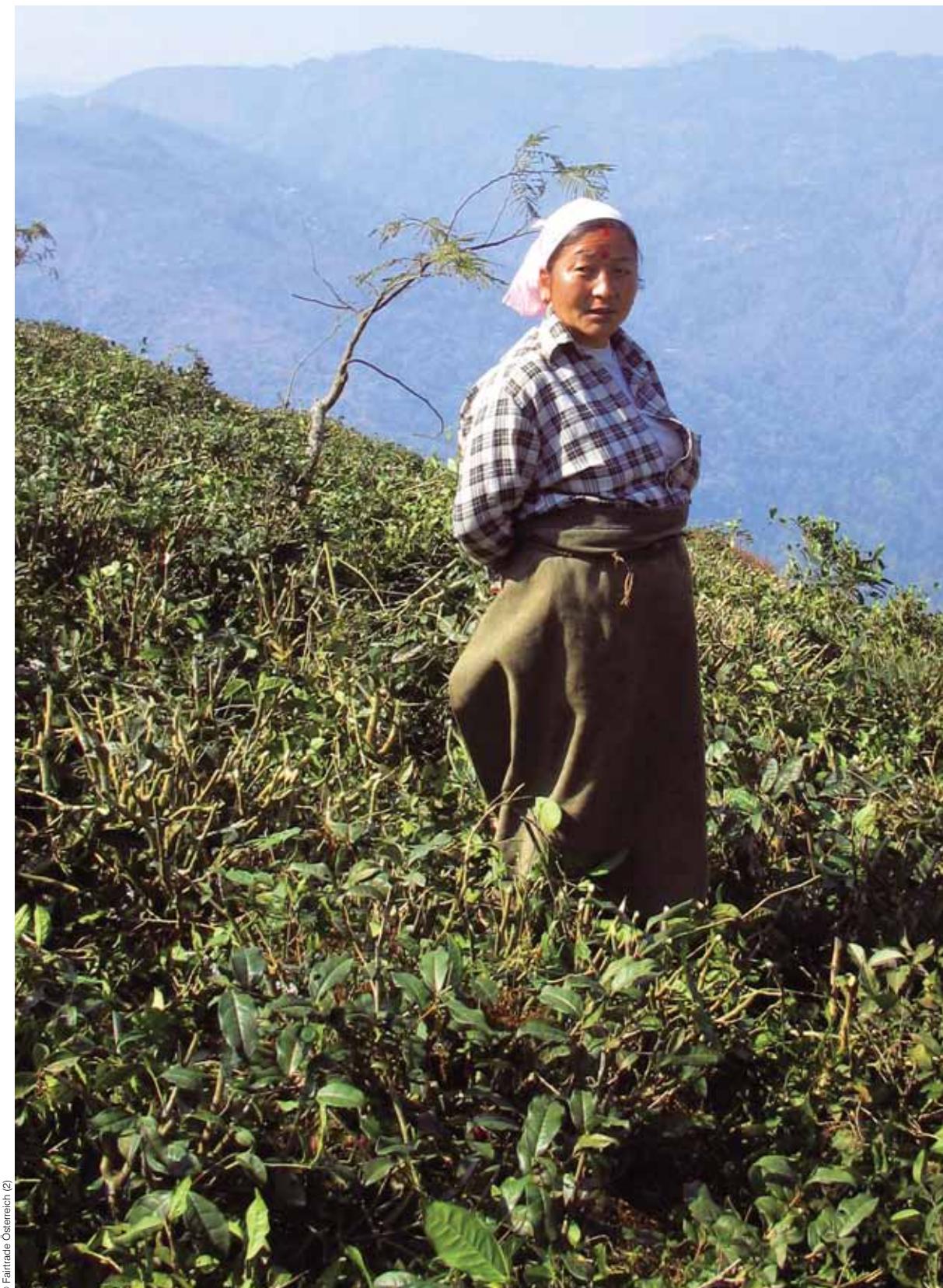
**Schlechte Arbeitsbedingungen**  
2010 waren laut Sustainable Trade Initiative (IDH) 13 Mio. Menschen weltweit im Teeanbau bzw. der Teeverarbeitung tätig. Für die anstrengende und zeitintensive Arbeit unter schlechten Bedingungen erhalten Arbeiter großteils nicht einmal 1,25 US-Dollar am Tag. Das liegt sogar unter der von der Weltbank definierten Grenze für extreme Armut. Neben den katastrophal niedrigen Löhnen, von denen die Arbeiter kaum leben können, berichten das deutsche Hilfswerk Misereor und die Menschenrechtsorganisation FIAN International in einer im Jahr 2014 veröffentlichten Studie auch über mangelnden Arbeitsschutz (besonders beim Sprühen von Pestiziden), Überstunden und über die Unterminierung von Gewerkschaften.

Auf die schlechten Arbeitsbedingungen in den Teeanbaugebieten machen viele Organisationen, darunter auch Fairtrade, immer wieder aufmerksam und versuchen Konsumenten und den Handel davon zu überzeugen, Fairtrade-Produkte zu kaufen: „Generell kann man sagen, dass es in Summe noch eine zu geringe Nachfrage nach Fairtrade-Tee in den Märkten gibt“, sagt Fairtrade Österreich-Geschäftsführer Hartwig Kirner. Die Organisation ist bemüht, die Bevölkerung und die Industrie auf die harten Bedingungen in den Teeanbaugebieten aufmerksam zu machen. „Fairtrade versucht durch Bewusstseinsbildung bei den Konsumenten, aber auch im Handel und bei den Herstellern, mehr Nachfrage im Norden und dadurch eine Erhöhung des Impacts im Süden zu erreichen.“ Diese geringe Nachfrage resultiert daraus, dass die meisten Teeproduzenten im Fairtrade-Netzwerk (abgesehen von positiven Ausnahmen wie in Malawi) durchschnittlich weniger als 10% ihrer Teeernte mit Fairtrade-Zertifizierung verkaufen können, so Kirner weiter.

## Benachteiligung von Frauen

Insbesondere Frauen und Mädchen arbeiten als Teeflückerinnen auf Plantagen und haben kaum Möglichkeiten, ihre Rechte durchzusetzen, um höhere Löhne oder bessere Arbeitsbedingungen (wie Kinderbetreuungszeiten oder angemessene Pausen) einzufordern. Für 18 bis 20 kg Teeblätter, die eine Pflückerin als maximales Tagespensum ernten kann, bekommt sie, laut Fairtrade, in Sri Lanka nur drei Euro Lohn bezahlt.

Die Erntezeit geht, je nach Region, von März bis Dezember und ist speziell in den feucht-kalten Wintermonaten mit besonderer



Anstrengung verbunden. Des Weiteren ist der Tee-Anbau stark witterabhängig: Klimaveränderungen und Trockenperioden führen immer wieder zu Ernteausfällen, da die für die Teeproduktion notwendigen Regenmengen ausbleiben bzw. durch Überflutungen, die oftmals auf lange Trockenperioden folgen, zerstört werden. Teeproduzenten werden daher immer wieder vor neue Herausforderungen gestellt, die Anbaumethoden an die wechselnden Wetterbedingungen anzupassen.

Das Fairtrade-Netzwerk hat aktuell 95 Produzentenorganisationen, die insgesamt 290.000 kleinbäuerliche Teeproduzenten und Arbeiter aus 12 Ländern vertreten. Zu den größten Tee-Lieferanten aus dem Fairtrade-Netzwerk gehören Kenia und Indien; rund 70% des zertifizierten Tees stammen aus Ostafrika. 2012/2013 wurden weltweit rund 12.200 Tonnen Tee mit Fairtrade-Gütesiegel verkauft, 8% davon in Bio-Qualität. Als gutes Beispiel gilt Malawi, wo Fairtrade die Situation der Arbeiter verbessern konnte.

10%

## Nachfrage

Die Teeproduzenten aus dem Fairtrade-Netzwerk können durchschnittlich weniger als 10% ihrer Ernte mit der Fairtrade-Zertifizierung verkaufen, da die Nachfrage seitens der Konsumenten und des Handels noch immer zu gering ist.



## Schwarztees im Test

Das Magazin Ökotest nahm sich des Tee-Themas in der September-Ausgabe an und testete 30 nicht aromatisierte Schwarztees auf Schadstoffe. Das bittere Ergebnis: Knapp die Hälfte der Tees ist durchgefallen. Grund waren u.a. Grenzwertüberschreitungen für Anthrachinon und diverse Problemstoffe in den einzelnen Produkten. Das potenziell krebserregende Anthrachinon wird bei der Papierherstellung eingesetzt und gelangt durch die Verpackung in den Tee. Seit Bekanntwerden der möglichen Gefahren durch den Stoff ist die Teebranche zwar bemüht, bei der Verpackung auf Anthrachinon-freie Materialien umzusteigen, was aber noch nicht ganz funktioniert, wie die Ökotest-Untersuchungen zeigen. Problematisch ist auch, dass Anthrachinon bei unvollständiger Verbrennung fossiler Brennstoffe entstehen und dann über die Abluft von Trocknungsanlagen auf den Tee übergehen kann. Wie die Testergebnisse zeigen, ist es den

„ „

„Generell kann man sagen, dass es in Summe noch eine zu geringe Nachfrage nach Fairtrade-Tee in den Märkten gibt.

“

Teefabriken nicht zur Gänze gelungen, diesen Eintragspfad zu schließen. Dass aber alle nachgewiesenen Anthrachinon-Gehalte noch im Rahmen liegen, erklärt, warum die Tees noch verkehrsfähig sind – mit einer Ausnahme: Ein Tee war nämlich dermaßen belastet, dass er gar nicht verkauft werden dürfen. Dabei handelt es sich um den losen Tee „Özürk Tee Yaprak Filiz Cayi“, der 20 verschiedene Rückstände enthält, darunter zwei in derart hohen Mengen, dass sie die gesetzlichen Grenzwerte überschreiten. In einem Fall wird zudem noch die erlaubte Messtoleranz geknackt, sodass Ökotest das Produkt als „nicht verkehrsfähig“ beurteilt. Ein positives Ergebnis zum Schluss: Acht der getesteten Tees waren komplett unbelastet, darunter die Hälfte aus konventioneller Produktion.

**Hartwig Kirner**  
ist Geschäftsführer von Fairtrade Österreich. Die Organisation setzt sich für faire Löhne und Arbeitsbedingungen ein.

# Bayern stellt sich jetzt hinter Edeka

Laut Bayerischem Wirtschaftsministerium sichert ein Zusammenschluss von Edeka und KT Arbeitsplätze; große Marktanteilsverschiebungen seien nicht zu erwarten.

MÜNCHEN/BERLIN. Nach Nordrhein-Westfalen haben sich nun die Bayerische Staatsregierung und der Berliner Wirtschaftssenat zur umstrittenen Übernahme von Kaiser's Tengelmann (KT) durch Edeka geäußert. Während Berlin nicht eindeutig Stellung bezieht und auf die Sicherung von Arbeitsplätzen pocht, positioniert sich Bayern deutlich im Sinne von Edeka.

– Tengelmann und Edeka haben bekanntlich die Fusion als einzige Alternative zum Arbeitsplatzabbau dargestellt. Weiters seien wegen der „schwachen Marktstellung von Kaiser's Tengelmann“ keine gravie-

renden Marktanteilsverschiebungen zu befürchten. Auch im Preiswettbewerb sei KT ohne Bedeutung; hingegen böte die regionale Ausrichtung der Edeka-Kaufleute Chancen für lokale Hersteller. (nov)



Übernahme von KT durch Edeka soll 5.500 Arbeitsplätze in Bayern sichern.

*„Der Zusammenschluss von KT und Edeka ist die Lösung, die den Gemeinwohlinteressen am besten gerecht wird.“*

“

„Der Zusammenschluss der Firmen KT und Edeka ist unter den möglichen Alternativen die Lösung, die den Gemeinwohlinteressen am besten gerecht wird“, verlautet das bayerische Wirtschaftsministerium unter Verweis auf rd. 5.500 Beschäftigte, die in Bayern von den Übernahmeplänen betroffen sind

## TEXTIL-DISCOUNT

*Verdi will Primark-Kollektivvertrag*

DÜSSELDORF. Die deutsche Gewerkschaft Verdi will bei der Discount-Bekleidungskette Primark den Tarifvertrag durchsetzen. Gibt es bei Gesprächen mit dem Management heute in Hannover keine Bewegung, könnten Primark neue Proteste der Belegschaft ins Haus stehen.

Verdi fordert für die rund 7.000 Primark-Beschäftigten in Deutschland „existenzsichernde Arbeitsbedingungen“. Dies solle über die Anerkennung der regionalen Tarifverträge für den Einzelhandel sichergestellt werden. Primark will aber laut Verdi einen Unternehmenstarifvertrag abschließen, der die Konditionen der regionalen Flächentarifverträge durchaus deutlich unterschreiten soll – etwa in der geringeren Anzahl an Urlaubstagen. (APA)

Nur unsere Erfahrung wächst nicht auf Bäumen.

Unsere Erfahrung wächst seit 1936. Darum sind wir auch einer der Marktführer bei Getränkegrundstoffen und natürlichen Fruchtsaftkonzentraten. Liefersicherheit, bester Service und höchste Qualität sind für uns genauso natürlich, wie unsere Ernte.

Your juice. Your choice!

AUSTRIA JUICE

[www.austriajuice.com](http://www.austriajuice.com)

# Kinder, Kinder!

Die Branche lässt sich allerhand einfallen, um Kinder und Mütter für sich zu gewinnen. Wir haben uns umgeschaut, wer's am besten kann.

... Von Natalie Oberholzenzer



m August ist die kleine Leonie in einem Wiener Spital auf die Welt gekommen. Noch am Tag der Geburt haben die stolzen Eltern fleißig Bilder auf Facebook gepostet, und eine Schar an Friends kommentierte das freudige Ereignis mit dem üblichen „Moii wie süß“, „Gratuliere“, mit vielen Herzerl und Smiley. Nur bei einem Junggesellenfreund des frischgebackenen Papas fiel die Reaktion anders aus als beim Rest. „Jetzt heißt's für die nächsten 18 Jahre tief in die Tasche greifen“, schrieb er unter die Babybilder. Der Neodaddy ärgerte sich kurz über die sonderbare Anteilnahme seines Freundes und wollte es dann genauer wissen. Was also kostet mich das Kind wirklich?

Mit Kosten in der Höhe von 500 € im Monat sollten Eltern heutzutage rechnen, wie eine Studie des ehemaligen Bundesministeriums für Soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz ergab. 108.000 € sind es Adam Riese zufolge demnach bis zum 18. Lebensjahr – eine hübsche Summe, an der die FMCG-Industrie einen maßgeblichen Anteil mitnaschen darf. Es lohnt sich ergo allemal, große Bemühungen um die kleine Kundenschaft zu unternehmen.

#### Mama, komm in den Club

Ein Blick in die heimische Handelswelt zeigt, dass die Marktteilnehmer den Gedanken schon verinnerlicht haben, zum Beispiel die Rewe-Drogerieschiene Bipa. Besitzerinnen der BipaClub-Karte können sich bereits zwei Monate bevor der Nachwuchs auf die Welt kommt, beim sogenannten Baby-Club registrieren und erhalten dann als erstes eine Willkommensbox mit Produktproben, Hefterl und Gutscheinen. Was die Mütter aber noch mehr dazu bewegen dürfte, mitzumachen: Jeden ersten Montag, Dienstag und Mittwoch im Monat gibts ein Viertel Rabatt auf nahezu alle Babypunkte. Dazu wird Mama mit Neuigkeiten auf dem Laufenden gehalten, etwa über das Magazin *bbmom*. Und: Das Kleine bekommt jedes Jahr eine Geburtstagsüberraschung.

Schenkt man den vielen Mütterforen im Internet Glauben, dann macht Mitbewerber dm seine Sache in Muttergarn-Belangen aber noch besser; vor allem die Willkommensbox für das Baby soll deutlich besser ausgestattet sein. Dazu gibt es ebenfalls Geburtstagsgeschenke und regelmäßige Goodies. Und auch das Drogerie-Verbraucherformat Müller wirbt mit einem eigenen Baby-Programm. Das besteht aus einem Einkaufsgutschein, einem Couponheft, sowie Willkommensgruß, bestehend aus Produktproben, Gutscheinen und Werbeflyern. Vergleicht man die Meinungen der Mütter in den Foren über die drei Drogisten, dann schneidet dm am besten und Müller am schlechtesten ab.

Die klassischen Lebensmittelketten schalten sich marketingtechnisch dann ein, wenn die Kids aus dem Säuglingsalter heraus

sind – und zielen ihre Kommunikation dann direkt auf die Kinder. Das Supermarktformat Billa etwa tut es in Form des Billa4Kids-Programms. „Es gibt nichts Wichtigeres, als das Wohlergehen unserer Kinder“, schreiben die Verantwortlichen in der eigens für die Kleinen eingerichteten, krachbunten Homepage. Und laden diese dazu ein, Billa-Bandenmitglied zu werden, bei Spielen und Basteleien mitzumachen, süße Kochrezepte mit der Mama auszuprobieren.

Mitbewerber Spar legt den Fokus in Sachen Kinderwerbung dagegen ganz auf seine Stickersammelaktion. Schon in der siebenten Auflage lädt der faule Kater Garfield zur

Vorsicht geboten ist, das haben sowohl der Rewe-Konzern als auch die Spar zu spüren bekommen: Beide Handelsketten waren vor wenigen Jahren mit einem vom Obersten Gerichtshof rechtskräftig entschiedenen Urteil konfrontiert. In beiden Fällen, bei Billa im Jahr 2013, bei Spar 2012, ging es um eine direkte Aufforderung zum Kauf eines wie weiter oben beschriebenen Stickerbuchs. Beide Male hatte der Verein für Konsumentenschutzinformation (VKI) eine Verbandsklage im Auftrag des Konsumentenschutzministeriums eingereicht.

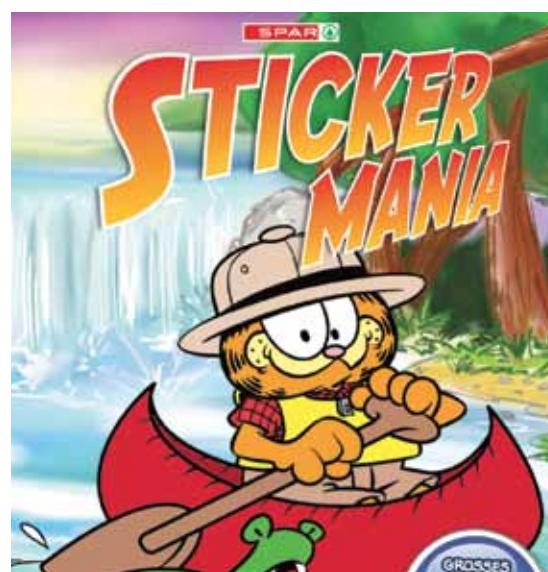
Der Slogan, wie im Falle von Billa „Hol dir jetzt dein Stickerbuch“ wurde als Verstoß gegen das Verbot

Bipa offeriert mehrmals im Monat Rabatt auf Babysachen. Bei dm ist das Baby-Willkommenspaket beliebt. Spar möchte mit den Garfield-Sammelstücken bei Kindern punkten, Billa versucht's mit dem Kids-Club.

Foren (Mamis treffen Mamis), Freizeittipps für Familien sowie ein Beraterchannel der einstigen „Supernanny“ Katharina Saalfrank.

„Wir merken durch das Betreiben der Seite, dass viele, besonders junge Familien sehr verunsichert sind. Mit der Seite wollen wir ihnen beratend zur Seite stehen“, erklärt Sima, die sich die deutsche Seite netmoms.de als Vorbild genommen hat und selbststredend auch eine Werbeplatform für Händler und Markenartikler sein möchte. Sogar die Möglichkeit, eine Produkttestfamilie zu werden, wird auf der Seite angeboten – ein ganz wichtiger Punkt, wie Sima festhält.

**Fünfsterne-Zielgruppe**  
Sie ist überzeugt, dass die FMCG-Industrie eine Menge Geld sparen würde, wenn sie ihre neuen Produkte zuerst bei einer Auswahl an Familien testen lassen würde, bevor sie sie auf den Markt bringen. Bei den sogenannten In-Home-Use-Tests werden den teilnehmenden Probiern die Produkte direkt nach Hause geschickt. Es sei zwar



© sparat, bipa.at; billa4kids.at; dm-drogeriemarkt.at



Stickermania – mal ist er in den Weltmeeren, dann in den Wüsten und Steppen unterwegs. Das dafür nötige, pädagogisch wertvolle Pickerl-Buch ist gespickt mit Fragen, Spielen und Überraschungen. Mit einer Club-Mitgliedschaft wirbt indes das Interspar-Maskottchen Ingo. Der grüne Drache, der ein bisschen an Grisu, den Feuerwehrmann, erinnert, verspricht seinen kleinen Fans ein Club-Magazin mit Malvorlagen, Rätseln, Bastelideen und Rezepten. In den Interspar-Restaurants wird der jüngsten Zielgruppe eine Ingo-Schatzkiste offeriert, die neben der Nahrung noch einige Gimmicks enthält.

**Das pickerlsammelnde Kind**  
Allerdings: Dass beim auf Kinder abzielenden Marketing äußerste

10–13

der Kinderwerbung angesehen. Abgewiesen wurde indes ein Unterlassungsbegehren im Hinblick auf die Werbung für die Sammelaktion im Allgemeinen – auch deshalb, weil es sich nicht auf eine Aufforderung zum Kauf von ganz bestimmten Produkten bezieht. Daher können die Händler den Kleinen das Pickerlsammeln weiterhin offerieren.

Eine Expertin auf dem Gebiet ist Sylvia Sima, Geschäftsführerin der Werbeagentur Sachen & Machen. Neben zahlreichen Direktmarketing- und Werbemittelaktivitäten betreibt das Unternehmen die Internetseite welovefamily.at. Auf der Page dreht sich alles um Kinder und Familien: Leicht umsetzbare Kochtipps und Gutenachtgeschichten sind dort ebenso zu finden wie

nicht die günstigste Methode (jeder einzelne Test kostet rund 3,50 €), dafür aber der aussagekräftigste. Denn testen die Probanden die Sonnencreme, den Badeschaum oder die neue Müslisorte zu Hause, dann passiert das weit eingehender und intensiver als etwa bei einer schnellen Befragung auf der Straße.

Das sollte diese 5-Sterne-Zielgruppe, die jungen Mütter, dem Handel wert sein, möchte man meinen. Denn sie spült viel Geld in die Kassen der Retailer, die eben in ihren Konsumentenscheidungen oft unsicher sind, und greift daher im Zweifelsfall eher zum höherwertigeren Produkt. Und, wie heißt es so schön in einem bekannten Fernsehwerbe-Spot: Für unser Baby nur das Beste.

*Die FMCG-Industrie spart eine Menge Geld, wenn sie ihre Produkte vor dem Launch über In-Home-Use-Tests in Familienhäusern halten testet.*

**Sylvia Sima**  
Geschäftsführerin  
Sachen & Machen

“

**SCHWEIZER EH****Händler machen mehr Umsatz**

NEUENBURG. Die Umsätze des Einzelhandels in der Schweiz sind im Juli im Vergleich zum Vorjahr leicht gestiegen.

Das reale Wachstum des Umsatzes ohne Treibstoffe betrug 0,7%. Dabei verzeichnete der Nicht-Nahrungsmittelsektor ein reales Plus von 0,3%.

Mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren wurde eine Zunahme von 0,7% verbucht, wie die Zahlen des BFS zeigen. Treibstoffe mit eingerechnet, gingen die Detailhandelsumsätze im Vergleich zur Vorjahresperiode leicht zurück (-0,1%).

Im Vergleich zum Vormonat Juni sanken im Juli die Detailhandelsumsätze (ohne Treibstoffe) saisonbereinigt um 0,4%. Dabei fällt auf, dass der Detailhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren stagnierte, der Nicht-Nahrungsmittelsektor aber ein Minus von 0,9% verzeichnete. (APA)

**TESCO****Südkorea-Geschäft wird verkauft**

LONDON. Der angeschlagene britische Einzelhändler Tesco schlägt sein Südkorea-Geschäft für rund 5,4 Mrd. € an den Finanzinvestor MBK Partners los. Die Beteiligungsgesellschaft erwerbe die Homeplus genannte Sparte zusammen mit ihren Partnern Temasek Holdings sowie Canada Pension Plan Investment und Public Sector Pension Investment Board. Der weltweite Branchendritte benötigt dringend frisches Geld. Auf dem Heimatmarkt machen ihm die deutschen Diskonter Aldi und Lidl zu schaffen; hinzu kommen hausgemachte Probleme wie ein Bilanzskandal. Der Homeplus-Verkauf dürfte dem Traditionskonzern nach Steuerzahlungen und weiteren Kosten knapp 4,6 Mrd. € in die Kassen spülen. (APA)

**MESSE****Österreich tischt in Mumbai auf**

MUMBAI. Anlässlich der Annapurna Mumbai vom 14. bis 16. September 2015 im Bombay Exhibition Centre organisiert die Aussenwirtschaft Austria gemeinsam mit dem österreichischen Aussenwirtschaftscenter New Dehli zum ersten Mal einen go-international Österreich-Stand mit acht österreichischen Ausstellern auf der bedeutendsten internationalen Fachmesse für Lebensmittel und Getränke, Catering und Einzelhandel für Indien und die Nachbarstaaten. (APA)



Auf Basis der aktuellen Börsenkurse hätte der neue Konzern einen Marktwert von fast 239 Mrd. €.

## Eine Fusion der Extraklasse

Die Nummer eins am Biermarkt, Anheuser-Busch Inbev, will SABMiller, die Nummer zwei am Markt, schlucken. Der neue Biergigant würde damit jedes dritte Bier produzieren.

••• Von Daniela Prugger

LONDON/LEUVEN. Die Bier-Welt starrt gespannt nach Belgien: Seit Längerem kursierten Gerüchte, nun steht es fest: Der weltgrößte Brauereikonzern Anheuser-Busch Inbev zeigt großes Interesse am britischen Konzern SABMiller, der Nummer zwei der Branche. Damit könnte sich ein Milliarden-Deal anbahnen. Und: Aus dem Hause der fusionierten Unternehmen würde dann künftig etwa jedes dritte Bier kommen, das auf der Welt getrunken wird. Auf Basis der aktuellen Börsenkurse hätte der Konzern einen Marktwert von 270 Mrd. USD,

also fast 239 Mrd. €. Investoren gehen davon aus, dass sich die beiden Firmen von Teilen ihres Geschäfts trennen müssen, um das Okay von den Wettbewerbshütern zu bekommen.

**Angebot bis zum 14. Oktober**

Vor allem in den USA könnte es Widerstände gegen den Deal geben, denn dort dominiert Anheuser-Busch fast die Hälfte des Marktes. Das SABMiller-Joint-Venture Molson Coors kommt auf einen Anteil von knapp 30%. Bis zum 14. Oktober hat AB Inbev nun Zeit, ein festes Angebot vorzulegen. Anleger gaben sich heute schon euphorisch:

Die SABMiller-Aktien schossen in London um rund ein Viertel in die Höhe, noch nie davor gab es in dieser Aktie einen so hohen Kursprung. Für die Papiere von AB Inbev ging es um gut 9 Prozent nach oben. Die Titel waren teilweise vom Handel ausgesetzt.

SABMiller hatte zuletzt im Frühjahr ein Umsatzplus von drei Prozent eingefahren; die Nachfrage zog vor allem in Lateinamerika und Afrika an. Schwierigkeiten gab es dagegen in Europa und China. Gehandelt wurden am Markt in der jüngeren Vergangenheit auch immer wieder andere Kombinationen: 2014 war SABMiller mit dem

## Bud Light

**No means No**

Das Produkt Bud Light sorgte in jüngster Zeit vor allem aufgrund eines unglücklich gewählten Slogans für negative Presse. Auf den Etiketten des Getränks stand: „The perfect beer for removing „no“ from your vocabulary for the night.“ Zu Deutsch: Das perfekte Bier um „Nein“ in der Nacht aus deinem Vokabular zu streichen. Die Aufforderung, ein „Nein“ nicht zu akzeptieren, wurde als Verharmlosung von sexuellen Übergriffen und Vergewaltigungen verstanden. Alexander Lambrecht, Vice President von Bud Light, entschuldigte sich in einem Statement: „Es ist klar, dass diese spezielle Message ihre Absicht verfehlte, wir entschuldigen uns. Wir würden ein respektloses oder unverantwortliches Verhalten niemals dulden. Nein heißt nein.“

Versuch gescheitert, die weltweite Nummer drei, Heineken, zu schlucken. Der Druck zur Konsolidierung scheint groß in der Branche: In den Industrieländern wächst der Bierdurst nicht mehr, nur durch Zukäufe kommen die großen Unternehmen noch zu Wachstum. Verändertes Konsumverhalten und eine breitere Angebotspalette belasten die großen Standardsorten; unter anderem bieten die Konzerne daher auch verstärkt Mischgetränke an.

**Starke Marktkonzentration**

Anheuser-Busch ist vor allem für Marken wie Budweiser und Stella Artois bekannt. SABMiller vertreibt zum Beispiel Pilsner Urquell. Konkurrenten sind Heineken (Konzernmutter der österreichischen Brau Union) als Nummer drei im Markt und der viertgrößte Anbieter Carlsberg. Spekulationen um die beiden gibt es auf dem Biermarkt schon länger.

Der größte Aktionär von AB Inbev, die brasilianische Finanzgruppe 3G, wurde aber bisher nicht wirklich aktiv. Wie die *Financial Times* berichtet, seien die Brasilianer nun bereit für entsprechende Gespräche. Die Konzentration auf dem weltweiten Biermarkt nimmt seit Jahren immer weiter zu. Die vier größten Brauereikonzerne kontrollieren heute schon die Hälfte des Marktes.

## Bezos Traum von Raketen

Amazon-Gründer will Touristen in den Orbit schicken und erwartet, dass er eines Tages eine Pressekonferenz im Weltall haben wird.

SEATTLE. Seit der Einstellung des Space-Shuttle-Programms im Jahr 2011 ist es auf dem Weltraumbahnhof Cape Canaveral ziemlich ruhig geworden. Amazon-Gründer Jeff Bezos will nun noch einmal eine Menge Geld in die Hand nehmen, um seinen Weltraum-Träumen näherzukommen.

Die von ihm gegründete Firma Blue Origin werde Raketen bauen und sie von Florida aus in den Orbit schicken, teilte der Milliardär mit. Blue Origin hat demnach in Cape Canaveral einen historischen Startplatz gemietet, von dem auch schon die Surveyor 1 aufbrach, um als erste Rakete unbeschadet auf dem Mond zu landen. Auf dem „Complex 36“ brachte die NASA damals auch die Pioneer 10 auf ihren Weg zum Jupiter. Bezos will



Jeff Bezos will noch dieses Jahrzehnt mit ersten Raumfahrten starten.

nach Angaben der *New York Times* 200 Mio. Dollar (177 Mio. €) in das Projekt stecken und rund 330 Jobs schaffen. Ganz in der Nähe des

Orts, der seit dem Ruhestand der NASA-Space-Shuttles im Jahr 2011 nicht mehr genutzt wurde, werde Blue Origin auch eine Produktions-

stätte für Raketen errichten, kündigte Bezos an. Erste Raumfahrten sollen noch in diesem Jahrzehnt starten. Die Rakete solle auch in der Lage sein, künftig kommerzielle Satelliten in den Weltraum zu bringen. Weitere Details nannte Bezos zunächst nicht.

**Pressekonferenz im All**

Mit seiner privaten Firma Blue Origin will der Chef der Handelsplattform Amazon und Eigentümer der *Washington Post* seinen Traum verwirklichen und Touristen in den Orbit schicken. Aus 60 Meilen Entfernung sollen sie die Erfahrung der Schwerelosigkeit machen und einen einzigartigen Blick auf die Erde genießen können. Im April hatte Blue Origin seinen ersten Testflug mit der „New Shepard“ erfolgreich absolviert: Das unbemannte Raumfahrzeug erreichte eine Höhe von rund 93 Kilometern, die Kommandokapsel glitt anschließend sicher zu Boden. „Ich weiß nicht, wie lange es dauern wird, aber ich erwarte, dass ich eines Tages eine Pressekonferenz mit Ihnen im Weltraum haben werde“, so Bezos. (red)

# Hudson's Bay zieht alle Register

Für die bevorstehende Übernahme nimmt der kanadische Handelskonzern strenge Änderungen bei Galeria Kaufhof vor und sorgt damit bei den Mitarbeitern für Aufruhr.

••• Von Julia Maier

DÜSSELDORF. Schon bevor die Übernahme der Warenhausfirma Galeria Kaufhof vom Verkäufer Metro AG an den Käufer Hudson's Bay Company stattgefunden hat, greift der kanadische Konzern durch und sorgt in der Kölner Kaufhof-Zentrale erheblich für Unruhe. Wie das *manager magazin* in seiner Oktober-Ausgabe berichtet, seien drastische Mieterhöhungen für Warenhausimmobilien geplant, zusätzlich soll Galeria Kaufhof für Instandhaltung und Versicherung der Gebäude aufkommen. Der jährliche Mehraufwand betrage damit insgesamt 48 Mio. €, was rund die Hälfte des bisher für das Geschäftsjahr 2015/16 prognostizierten Vorsteuergewinns (EBIT) ausmacht. Ebenso überraschend kam die Meldung, dass noch vor der Anfang Oktober geplanten Übernahme der Vorsitzende der Geschäftsführung der Galeria Holding GmbH, Lovro Mandac, sowie Holding-Finanzchef Thomas Fett das Unternehmen verlassen müssen.

#### Lückenhalfe Sozialcharta

Hudson's Bay kündigte am Mittwoch an, mit Ausnahme der von der bisherigen Mutter Metro bereits angekündigten Filialschließungen keine weiteren Schließungsmaßnahmen vorzunehmen. Damit hält man sich auch brav an die Sozialcharta, die allerdings die Beschäftigten vor Sozialabbau nicht schützt. Hudson's Bay verpflichtete sich mit der Unterzeichnung zwar zu einer 5 Mio. €-Strafe für den Fall einer Warenhausschließung, Entlassungen ohne die Aufgabe von Standorten seien aber nicht mit einer Pönale belegt. Zudem planen

die Kanadier die Schließung von Lebensmittelabteilungen und die Untervermietung der Verkaufsflächen an Fremdfirmen.

#### Kurs auf mehr eCommerce

Laut Hudson's Bay-CEO Jerry Storch sollen der weitere Ausbau

des eCommerce sowie die Expansion von OFF 5th und Saks Fifth Avenue in Kanada die weiteren Pläne sein. Der wachsende eCommerce und vorteilhafte Wechselkurse sorgten im zweiten Quartal 2015 für ein kräftiges Umsatzplus von 15,2%.



Galeria Kaufhof wurde um 2,8 Mrd. € von Metro AG an Hudson's Bay Company verkauft.

**httpool** CROSS CHANNEL AD NETWORK

**WIR BRINGEN  
DIE GLOBALEN BRANDS  
NACH ÖSTERREICH.**

**Spotify**

Kontaktieren Sie uns unter [spotify@httpool.at](mailto:spotify@httpool.at)

**Werben mit Spotify Audio Ads**

DIGITALE AUDIOWERBUNG ERREICHT DIE URBANE, MOBILE ZIELGRUPPE ÜBER DEN TAG AUF ALLEN DEVICES.



© www.ellement.at (5)

**SHOP DER WOCHE****Organic Smoothie Lab**

**VERY TRENDY.** Im Vorjahr kannten wir die mit Superfoods gespickten Smoothies noch vor allem aus den Klatschmagazinen; immer öfter waren dort Topmodels und Hollywood-Stars abgelichtet, die mit großen Pappbechern herumlaufen. Daneben stand etwas von Power Drinks, Grünkohl, Chiasamen und Ähnlichem. Mittlerweile wissen wir Bescheid, denn der Trend hat auch Österreich erfasst. Dabei werden die Superfood-Drinks immer öfter in eigenen Shops offeriert – so auch im ganz neu aufgesperrten Ellement.

Im schmucken Standort in der Wipplingerstraße in der Wiener City bietet Inhaberin Elisabeth Steinleitner eine kleine, feine Auswahl an Smoothies an. Die Geschmackskombis variieren je nach Saison von „Gurke Mangold“ über „Erdbeer Avocado“ bis hin zu „Pfirsich Banane“. Sie bestehen zu 100% aus biologischem Obst und Gemüse und sind angereichert mit Superfoods wie Hanfsamen und Cashewnüssen. Abgefüllt werden die Drinks in wiederverwendbaren Glasflaschen: „Damit vermeiden wir den sonst für Smoothies üblichen Plastikmüll“, so Steinleitner.

1. Elisabeth Steinleitner in ihrem Organic Smoothie Lab; 2. Auch Superfoods in Bioqualität sind bei Ellement im Programm; 3. Das Interieur ist denkbar schlicht gestaltet; 4. Vor dem Shop bietet sich die Gelegenheit, den Drink im Sitzen zu genießen; 5. Derzeit sind sieben verschiedene Geschmackskombis im Angebot



5

**Die Rosarote Brille**

••• Von Natalie Oberholzner

**FRAGEN ÜBER FRAGEN.** Welche Windel dichtet am besten? Welcher Schnuller schadet den Zähnen nicht? Und welchen Brei verträgt das Kleine? Nach einem Blick in die vielen Mama & Baby-Onlineforen haben wohl die meisten Leser erst einmal ein großes Fragezeichen vor sich. Denn in diesen Plattformen wimmelt es vor unwissenden und Antworten suchenden Müttern. Es herrscht große Unsicherheit, was als Ausgangsposition für Handelsbetriebe von derlei Waren nicht unbedingt schlecht ist. Denn ein unsicherer Konsument greift gern auch zum höherpreisigen Produkt, um auf Nummer sicher

## Begehrte Onlinemamas

Die Mutter ist die Schlüsselfigur für den FMCG-Handel; sie shoppt immer öfter mobile und mags mit wenig Firlefanz.

zu gehen. Außerdem lässt er sich von der Werbung „beraten“. Überhaupt ist die Mama für den Handel eine Schlüsselfigur, oder im Marketing-sprech: eine Fünfernekonsumtentin. Sie schaut in der Regel auf eine gute, ergo auch mal teurere Ernährung (nur das Beste für mein Kind) und erledigt meistens, wenn nicht dauernd, gleich den ganzen Haushaltseinkauf. Ja, es ist leider immer noch so! Keine Frage, die Mama von heute hat viel um die Ohren und ist oft gestresst.

Weil ihre Zeit für den Einkauf im stationären Geschäft oft nicht reicht, erledigt die moderne Mutti viele Einkäufe im Netz. Viele Händler haben das bereits erkannt, denn es wimmelt nur so vor eCommerce-Seiten, die sich auf die Bedürfnisse dieser Zielgruppe spezialisiert haben; ein leuchtendes diesbezügliches Vorbild ist die Seite Limango. Mit einer Shopping Community von fünf Millionen Menschen in vier Ländern und Umsatzschüben von über 40 Prozent im Jahr hat sich die Tochter der Otto Group zu einem der führenden Einkaufsportale für junge Familien in

Europa gemausert. Und sie wächst weiter: Jeden Tag sollen um die 5.000 neue Mitglieder dazu kommen.

**Vorreiterinnen in Sachen mCommerce**

Was die Mütter an Limango so mögen, das wissen die Experten von Internetwork. Erstens: Die Seite hat ihre Zielgruppe klar definiert und ihre ganze Geschäftsentwicklung konsequent auf sie ausgerichtet; zweitens offeriert sie ihr ein maßgeschneidertes Angebot – von der Schwangerschaft bis zum Familienurlaub ihren Bedürfnissen entsprechend. Und drittens bringt Limango die Damen via emotionalem Storytelling dazu, die Produkte auch zu kaufen. Außerdem ist der Shop ganz aufgeräumt und einfach gehalten. Das mögen Mütter, da sie keine Zeit für ausgefeilte technische Spielereien haben. Und, ganz wichtig – das Geschäft ist auf den Einkauf via Smartphone hin konzipiert. Denn Studien zufolge verbringt keine andere Nutzerschaft so viel mehr Zeit am Smartphone als am PC.

**Zitat des Tages**

Christoph Lange  
Vice President Brand Solutions bei Zalando

„

Ein Unternehmen muss sich alle fünf Jahre selbst disrupten. Wir wollen lieber jetzt als später neuen Zalandos entgegenkommen.

“

**eCommerce Watch****Mister Spex**

erweitert die Geschäftsführung: Robert Motzek soll sich um den Ausbau des Partneroptikerprogramms und die Leitung des Skandinavien-Geschäfts kümmern. Bislang verantwortete er bei dem Online-Optiker die Bereiche Business Intelligence und M&A.

**eBay**

lanciert ein neues Kunden-Treueprogramm namens „ebay Plus“. Darin können Käufer für 19,90 € im Jahr von kostenlosem und schnellem Versand sowie Rückversand profitieren.

**durchblicker.at**

Der Handytarif-Vergleichsrechner geht eine Kooperation mit dem Onlinemedium futurezone.at ein. Seitdem ist der Tarifrechner im Technikportal prominent eingebunden.

**Thalia**

arbeitet an einer eigenen Buch-Empfehlungsplattform namens „Thalianext“. Dabei will der Händler Bücher selbst rezensieren und über eine App mit ähnlichen Titeln verknüpfen.

**Rewe**

ist in Köln und in Bonn mit einem Click & Collect-Dienst namens Beef by Rewe gestartet. Dabei kann Premium-Fleisch online vorbestellt und zum gewünschten Termin an eine ausgewählte Filiale geliefert werden.

**Amazon**

soll der Süddeutschen Zeitung zufolge in München in Kürze Pakete binnen weniger Stunden ausliefern können. Dafür werden eigens zwei neue Logistikzentren in der Umgebung gebaut.

**Google**

hat in den USA Android Pay auf den Markt gebracht. Zum Start soll der Apple-Bezahlservice-Konkurrent in mehr als einer halben Million Shops, darunter alle großen Handelsketten, verfügbar sein.



# retail



**Metro** Die LMIV bietet dem Start-up FoodNotify eine große Chance **43**

**eBay** Keine Portokosten für Rücksendungen gegen Jahresgebihr **43**

**Spielwaren** Lizizen sind das Top-Thema beim Spielzeug **44**

**Am Tellerrand** Nataša Nikolic schreibt über lästige Newsletter **48**

© AlexSchelbert.de/Spielwarenmesse eG



© Wedl

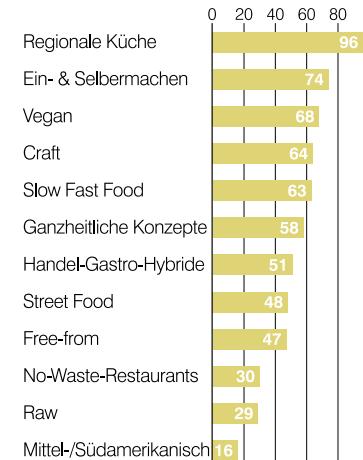
## Vegan, regional, frisch: Wedl geht den Gastro-Trends nach

Das Handelshaus Wedl erfragt in einer quantitativen Studie künftige Trends bei Gastronomen. **42**

### Gastro-Trends 2016

#### Ranking

Zustimmung der Befragten in Prozent



Quelle: Handelshaus Wedl, 2015, 202 Befragte

### TERMINE

#### WearFair & mehr 2015

Die Messe für faire und nachhaltige Mode lädt in die Tabakfabrik.

18.-20. September 2015  
Ludlgasse 19, 4020 Linz

#### Freeport Late Night Shopping

Shoppen bei bis zu -80%. Von 19-24 Uhr gibt's eine Unterhaltungsshow und tolle Preise zu gewinnen.

19. September 2015  
Freeport Outlet, Grenzübergang Kleinhaugsdorf, Tschechien

#### forum. ernährung heute

Viele Vorträge zum Thema „Mythen, Widersprüche und Skandalisierung beim Essen“.

24. September 2015  
Albert Hall, Albertgasse 35,  
1080 Wien  
[www.forum-ernaehrung.at](http://www.forum-ernaehrung.at)



**Manner** Rosarote Gleichenfeier. **47**

**TREVISION**  
visual solutions

[www.trevision.at](http://www.trevision.at)

# Ein Gruß aus der Küche

In einer quantitativen Studie untersuchte das Handelshaus Wedl die neuesten und zukünftigen Trends in der österreichischen Gastronomie. Der Kunde will vegan, regional und sucht wieder ein Naheverhältnis zum Essen.

••• Von Daniela Prugger

WIEN. „Was gibt es im Leben Schöneres als Essen“, fragt Leopold Wedl und strahlt in die Runde der Journalisten. Zusammen mit Starkoch Didi Mair und dem Vertriebsleiter des Handelshauses Wedl, Michael Jordan, präsentierte der Konzerngeschäftsführer die Gastro Trends 2016. Selbst erhoben in einer quantitativen Studie, hat sich das Wedl-Team in Österreichs Top-Küchen umgehört. Was will der Konsument? Im Ambiente des Wiener Hotel Sacher sprach die Männerrunde vor Kurzem über aktuelle Entwicklungen. Wedl, so stellt sich heraus, ist ein Feinschmecker, besonders die italienische Küche, Kaffee und Fleisch haben es ihm angetan. Wedl: „Essen ist neben Kultur und Literatur eines der schönsten Dinge, die uns im Leben begleiten.“ Nur das Veganne habe ihn am Anfang ein bissel aufgeregelt. Dabei empfinden 68% der Befragten „vegan“ als einen der Trends im kommenden Jahr. Doch woher kommen die Trends, wer setzt die Impulse?

## Trends und woher sie kommen

Jedes fünfte Unternehmen der 202 Befragten informiert sich nicht nur über gegenwärtige Strömungen in der Gastronomie, sondern setzt selber Trends. Doch nach Ansicht der heimischen gehobenen Gastronomiebetriebe hat der Gast auch noch ein Wörtchen mitzureden. 44% der Befragten stimmen damit überein, dass der Gast den Ton angibt. Mit deutlichem Abstand sehen die Gastronomieprofis internationale Restaurants und Spitzenköche (26%) sowie die Fachpresse (22%) als Trendsetter.

Laut der Studie sind regionale Spezialitäten bei Konsumenten nach wie vor gefragt; das glauben



Starkoch Didi Mair, Leopold Wedl und Wedl-Vertriebsleiter Ost, Michael Jordan, präsentierten zusammen die Gastro-Trends für das Jahr 2016.

**Regionale Küche** 96%  
der Befragten  
attestieren der  
regionalen Küche  
das höchste  
Trendpotenzial.

96%

96% der Befragten. Daneben gehören Frische und vegan zu den Hauptansprüchen der Kunden. „Vegan ist überraschenderweise – für mich – unter den Top-Trends“, kommentiert Wedl. Er hätte Erfahrungen gemacht mit Veganern, die sehr schnell „fanatisch“ und oft gar „militant“ werden würden. „Ich esse mein Fleisch, meinen Fisch, trinke meine Milch. Das will ich und das braucht der Mensch“, so Wedl und plädiert für eine „gute Mischung“. Einmal im Monat sei vegan „sicher nicht ungesund“ und schmecke auch „nicht schlecht“. An der Lebensmittel-Informationsverordnung (LMIV) kann Wedl jedoch kein gutes Haar lassen. Die LMIV habe eine riesige Umstellung für die Gastronomie aber auch die Zulieferer bedeutet – „und jeder, der sagt, dass er die Verordnung zu 100 Prozent umgesetzt hat, der lügt“, fügt er an.

Für die heimischen Betriebe spielt der Lebensmittel-Großhandel eine wichtige Rolle: 2 von 3 Unternehmen (66%) stufen diesen als sehr oder eher wichtig ein. Für Chefköche und Restaurantleiter ist die Relevanz des Lebensmittelgroßhandels sogar noch höher:

59% stuften den Großhandel als sehr wichtig ein.

**„Im Osten noch stärker werden“**  
111 Jahre – so lange gibt es das Familienunternehmen mit 1.500 Mitarbeitern nun schon. Die wichtigste Tätigkeit für Wedl (das Unternehmen) ist die Belieferung der Gastronomie, wobei man im Westen Österreichs weit besser vertreten sei als im Osten. „Im Osten müssen wir noch einige Hausaufgaben machen“, kommentiert der

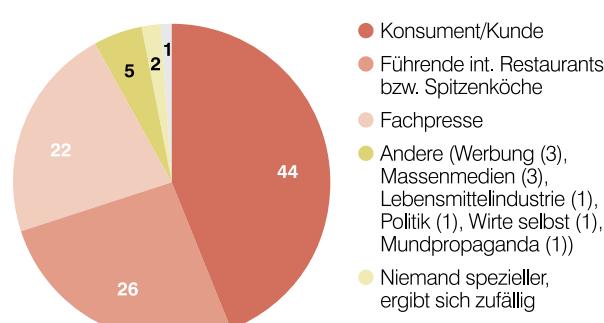
Unternehmenschef. Der Großhandel im In- und Ausland warf im vergangenen Jahr 400,6 Mio. € ab, was einem Plus von 0,48 Prozent entspricht. Darüber hinaus gibt es noch den Bereich Tankstellenbelieferung. „Wir beliefern in Österreich 17.500 Gastronomiebetriebe, in Deutschland ungefähr 1.000, in Italien 8.000“, erklärt Wedl. „Wir werden den Flüchtlingen helfen wo es geht.“ Wedl: „Wenn es uns gut geht, dann können wir auch anderen helfen.“

„Das Vegane hat mich am Anfang ein bissel aufgereggt.“

## Der Gast als wichtigste Variable

### Trendsetter

Wer hat Ihrer Ansicht nach den größten Einfluss auf die Trends in der Gastronomie? Angaben in %



## Wichtige Aspekte für LEH-Großhandel

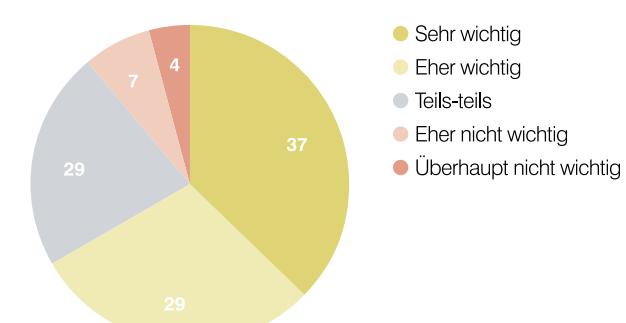
Ranking	Aspekte	Zustimmung der Befragten
1.	Regionale Lieferanten	69%
2.	Kurze Lieferzeiten	60%
3.	Kurze Lieferwege	58%
4.	Qualitätszertifizierte Lebensmittel	45%
5.	Umfassender Service (Beratung, etc.)	45%
6.	Premiumprodukte	36%
7.	Niedrige Kosten	32%
8.	Umfassendes Produktportfolio	28%
9.	Biologische Lebensmittel	25%
10.	Benutzerfreundlicher Onlineshop	21%
11.	Internationale Produktrange	8%

Quelle: Handelshaus Wedl, 2015. 202 Befragte, Mehrfachangabe war möglich.

## Lebensmittelgroßhandel Relevanz

### Sehr bedeutsam

Welche Bedeutung hat der Lebensmittelgroßhandel für Ihren Gastronomiebetrieb? Angaben in %



Quelle: Handelshaus Wedl

# Alles rund um Allergene

Die LMIV kommt in der Gastronomie nicht gut an; für das österreichische Start-up-Unternehmen FoodNotify bietet sie aber eine große Chance.

••• Von Daniela Prugger

WIEN. Wissen, was drin ist – für viele Konsumenten ist ein intensives Interesse am Essen Teil eines Lifestyles, für andere gesundheitsrelevant. Allergieauslösende Stoffe – also Allergene – können sowohl leichtere Reizungen im Mund- und Rachenbereich und Magen-Darm-Probleme bewirken, Betroffene aber auch in lebensbedrohliche Situationen bringen. Fünf bis acht Prozent der „Kinder bzw. ein bis drei Prozent der Erwachsenen“ haben laut dem Bundesministerium für Gesundheit nahrungsmittelassoziierte Allergien. Für sie wird der Alltag durch die seit Dezember 2014 in der Gastronomie umzusetzende EU-Lebensmittel-Informationsverordnung (LMIV) um einiges leichter. Die Gastronomen wiederum sehen sich einem administrativen Aufwand gegenüber: Die Speisekarten schreiben sich nicht von allein und den Überblick über die Inhaltsstoffe von Zutaten zu behalten, ist in der gelebten Praxis eines Gastronomiebetriebs wohl auch leichter gesagt als getan.

#### Kooperation mit Metro

Das österreichische Start-up-Unternehmen FoodNotify macht sich



Berndt Querfeld (Gastronom), Marc Groenewoud (Metro), Thomas Primus (FoodNotify).

die Not der Gastronomie zunutze und betreibt eine Datenbank, mit deren Hilfe Speisekarten mit der Allergenkennzeichnung und Rezeptdatenblätter erstellt werden können. „Wir sind in diesem Bereich die größte Datenbank“, er-

klärte Thomas Primus, der Gründer von FoodNotify. Eine große Kooperation hat das ein Jahr alte Unternehmen bereits an Land gezogen: Metro. Das etablierte Großunternehmen hat das Programm gemeinsam mit FoodNotify erweitert

und sei immer ein Wunschkunde gewesen; schließlich sei Metro in vielen Ländern vertreten. Dass man in Österreich allein nicht überleben kann, weiß Primus und denkt an Expansion. „Wir hoffen, dass wir bis Jahresende 300.000 Produkte in der Datenbank haben“, so Primus. Man sei so überzeugt vom Produkt, dass man Interessierten sogar eine 30-tägige Gratis-Testversion zur Verfügung stelle. Die notwendigen Daten erhält das Unternehmen von der GS1, der Kost, nut.s, Ecoinform und natürlich von Metro. Auch Gespräche mit Rewe und Spar habe man bereits aufgenommen.

#### Händler haben mitgeholfen

Berndt Querfeld, u.a. Chef des Café Landtmann, gehört zu den FoodNotify-Nutzern der ersten Stunde: „Wir verwenden diese Applikation in allen unseren Kaffeehäusern.“ Seiner Meinung nach nimmt Österreich in Sachen Lebensmittel-Information eine Vorreiterrolle in der EU ein. „Die Datenqualität in Österreich ist einzigartig“, erklärte Metro-Generaldirektor Marc Groenewoud. Die Händler hätten hierzulande ganze Arbeit geleistet und „die Hersteller dazu verdonnert, die Daten zu Allergenen und Co. sofort zu liefern“.

#### EBAY

Gegen 20 € gratis Rückversand

BERLIN. Bei eBay können Käufer in Deutschland künftig gegen eine Jahresgebühr auf Portokosten für Rücksendungen verzichten. Wer das Programm eBay Plus für 19,90 € im Jahr bucht, bekommt seine Bestellung am nächsten oder spätestens übernächsten Tag und kann die Ware kostenlos zurücksenden. Die eBay-Plus-Kunden erhielten zudem Zugang zu „exklusiven Deals“. Das Programm soll Ende September eingeführt werden und spätestens ab November für alle deutschen Nutzer verfügbar sein. (APA)

#### ALIBABA

Die neue Online-Allianz in China

DÜSSELDORF. Metro und der chinesische Amazon-Konkurrent Alibaba kooperieren, um den chinesischen Verbrauchern den Zugriff auf Produkte aus Deutschland zu erleichtern. Metro eröffne einen eigenen Online-Shop exklusiv auf einer Plattform des chinesischen Online-Händlers. Über den Shop werden Eigenmarken-Produkte der Metro und Markenartikel aus der Bundesrepublik vertrieben. (APA)

**AUSTRIAN '15  
EVENT AWARD**

**JETZT  
EINREICHEN**

**verlängert!**

bis 02. OKTOBER 2015

[www.eventaward.at](http://www.eventaward.at)

**NEU SONDERPREIS "BEST SUPPLIER PERFORMANCE"**

**VERLEIHUNG 02. DEZ. 2015 | DESIGN CENTER LINZ**



# Auf der Spielwiese herrscht die Lizenz

Lizenzen sind das Top-Thema beim Spielzeug; die Spielwarenmesse Nürnberg hat sich als Branchen-Trendbarometer etabliert.

••• Von Christian Novacek

**D**ie Lust am Spiel ist elementar. Entsprechend spielerisch wächst die Spielwarenbranche übers Kindesalter hinaus – und wartet nicht zuletzt ob ihres Generationen verbindenden Charakters mit stabilen Strukturdaten auf. In 2013 boten hierzulande knapp 500 Unternehmen rd. 1.700 Personen einen Arbeitsplatz. Die durchschnittliche Unternehmensgröße lag bei vier Mitarbeitern. Die Branche stand für einen Erlös von rd. 270 Mio. €. Dem leicht rückläufigen Trend im Ausmaß von -3,5 Prozent in der Geschäftszahl und dem Rückgang bei den Umsätzen im Ausmaß von -7,5 (2012 auf 2013) steht eine positive, aktuelle Entwicklung gegenüber: Im österreichischen Einzelhandel mit Spielwaren stiegen nämlich die Umsätze im 1. Quartal 2015 nominell um satte 8,6 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal. Da mag zwar punktuell ein zeitgerecht aufgeschreckter Osterhase einiges dazu beigetragen haben, allein: Auch in 2014 performte der Spielwarenhandel mit einem Zuwachs von +1,1 Prozent signifikant besser als der stationäre Einzelhandel insgesamt – dieser brachte es nämlich lediglich auf ein Plus von 0,4 Prozent.

Ergo ist spielerische Leichtigkeit angesagt? Das nun wieder nicht, denn speziell gegenüber dem stationären Handel etablieren sich deftige Strukturveränderungen. Die stetige Entwicklung hin zum Onlinegeschäft wird zuverlässig dafür sorgen, dass sich die Spielzeuguhr in naher Zukunft noch etwas schneller dreht.

## Spielwaren-Ikone

Das große Fanal der Branche, die Spielwarenmesse in Nürnberg (27. Jänner bis 2. Februar 2016) bleibt die unumstrittene Nummer 1 in Sachen Spieltrieb-Orientierung. Sie verweist auf zuletzt 2.857 Aussteller aus 72 Ländern (2015) mit 75.000 Neuheiten auf 170.000 Quadratmetern. Messe-Chef Ernst Kick: „Die internationale Bedeutung der Messe hat beständig zugenommen und liegt heute bei 71,8 Prozent.“ Und im Nachsatz: „Da haben wir etwaige Tochtergesellschaften nicht mitgezählt – inklusive Tochtergesellschaften wäre der internationale Anteil bereits auf über 80 Prozent.“

In der globalen Sicht der Dinge schauen Trends und Umsatz-Gewichte bei Spielzeugeisenbahn & Co. wie folgt aus: Der Gesamtmarkt steht für rd. 80 Mrd. €. Er ist mit derzeit plus drei Prozent jährliches Wachstum auf dem Vormarsch, wobei vor allem die asiatischen Länder stark zur Expansion beitragen. (Indes dürfte Chinas Anteil daran



## Spielwaren-King

Ernst Kick, Vorstandsvorsitzender der Spielwarenmesse eG, verweist auf 2.875 Aussteller aus 72 Ländern, die zuletzt auf der Leitmesse in Nürnberg teilgenommen haben. Auf 170.000 m<sup>2</sup> wurden 1 Mio. Produkte präsentiert.

„“

*Auf der Spielwarenmesse in Nürnberg stellen wir jene Trends vor, die sich als Umsatztreiber für 2016 qualifiziert haben.*

künftig wohl eher infrage zu stellen sein.) In Deutschland stemmt die Branche rd. 2,7 Mrd. € Spielzeug in die Höhe, was zuletzt, also 2014, für ein Plus von vier Prozent stand.

Rund 40 Prozent des Spielzeugbergs werden über den Fachhandel verteilt; der Rest gliedert sich auf die verschiedensten Kanäle auf (Verbrauchermärkte, Warenhäuser), wobei der Anteil des Onlinegeschäfts (ohne valide Daten) auf 20 Prozent und steigend geschätzt wird.

**Orientierung für die Branche**  
Die adäquate Geschäftsperspektive ist das Um und Auf im Spielwarengeschäft, heute mehr denn je. Zumal: Ein Ausruhen auf traditionellen Qualitäten könnte in Zeiten des Umbruchs relativ schnell fatal enden. Die Spielwarenmesse bietet in diesem Kontext die solide Orientierungshilfe: die sogenannte TrendGallery. „Neben gewinnbringenden Kontakten suchen Fachbesucher auf der Spielwarenmesse die neuesten Produkte und Trends. Wir stellen jene vor, die das internationale TrendCommittee als Umsatztreiber für 2016 ausgemacht hat“, berichtet Kick.

Dieses TrendCommittee recherchiert bereits Monate vor der Messe möglichst sämtliche Trends der Welt, neuerdings inklusive japanischer Sichtweise – Letztere beinhaltet als modernen Zugang etwa einen 3D-Spielzeugdrucker der Bonasi Lab, Inc. Die Trendfülle wird

seitens Komitee schließlich auf vier bis fünf Haupttrends verdichtet. Die zu ignorieren, würde, um in der Spielwelt-Sprache zu bleiben, wohl einem Hasard gleichkommen.

Derzeit zeichnen sich für 2016 folgende Megatrends ab: Unter dem Überbegriff *Social Goods* wird angeblich die soziale und emotionale Intelligenz gefördert. Kick zitiert in dem Kontext das Börsenspiel für Dreijährige und weist darauf hin, dass das Thema speziell im asiatischen Raum Zuspruch findet, wo die Kleinen von Heute nicht nur in der Körpergröße zu den Großen von morgen heranwachsen sollen.

Bei uns ist dieser Trend deutlich abgeschwächt. Beispielsweise ist das Ravensburger Börsenspiel für Kinder unter 36 Monaten dezidiert ungeeignet und lehnt sich übrigens deutlich am Klassiker DKT (Das

kaufmännische Talent) an – mit dem lebensnahen Ziel, möglichst rasch das meiste Kapital in Aktien und Bargeld anzuhäufen.

Ebenfalls unverzichtbar in Zeiten, wo die Optimierung des eigenen Kindes zur Priorität heranwächst: *Brain Builder Games*. Dabei handelt es sich um Spiele, die auf möglichst lustige Weise das Gehirn trainieren; teils sind das die unverwüstlichen Puzzles, teils sind die mit einem Schwierigkeitsgrad austariert, der im Gehirn den direkten Pfad zur vollständigen Brain-Capacity öffnet; großteils aber läuft eine Unzahl an App-Spielchen für Smartphone unter diesem Titel.

**Gender-Marketing ist out**  
Nicht gerade der greifbarste, aber ein sich mit 100%iger Sicherheit

## Spielwarenhandel Österreich

	2008	2010	2012	2013
Unternehmen	513	477	484	467
Mitarbeiter	1.972	1.793	1.829	1.733
Bruttowertschöpfung (Mio. €)	59	58	66	–
Umsatzerlöse in Mio. €	292	281	295	273
Unternehmen bis 9 Beschäftigte	472	441	442	–
Unternehmen mit 1 Beschäftigten	228	199	206	–
10 bis 49 Beschäftigte	37	33	38	–
50 bis 249 Beschäftigte	3	2	3	–
ab 250 Beschäftigte	1	1	1	–
Bruttowertschöpfung in Mio. €	59	58	66	–
Anteil in % am Einzelhandel	0,6	0,5	0,6	–

Quellen: Statistik Austria, AMS, BMASk, KMU Forschung Austria

## Hits & Flops

### Wertmäßig stärkste Produktgruppen

1. Baby- und Kleinkinderspielzeug
2. Baukästen
3. Spiele und Puzzles
4. Puppen

### Wertmäßig schwächste Produktgruppen

1. Jugendelektronik
2. Actionfiguren (Zubehör)
3. Plüschtiere

Quelle: Euro Toys



## Aktuelle Spielwarentrends

### Toys & Movies

Die Branche ist generell sehr trendaffin; immens wichtig sind mittlerweile Produkte in Zusammenhang mit Filmen aus Kino und Fernsehen. Auch Spielzeugmarken nutzen Kinofilme, um die Umsätze anzukurbeln – bestes Beispiel: „The Lego Movie“.

### Edutainment

Wie der Name nahelegt, handelt es sich dabei um spielerische und unterhaltsame Wissensvermittlung, sehr oft via Computerspiel. Spielwaren, die logisches Denken und analytisches Denken fördern, sind stark im Kommen.

### Tradition

Inwieweit das ein Segen oder ein Fluch ist, sei dahingestellt; aber: Eltern wollen für ihre Kinder sehr oft das gleiche Spielzeug, das sie früher hatten, und das geht gern Hand in Hand mit dem sogenannten Kultstatus.

manifestierender Trend ist sozialer Natur: Das Gender-Marketing hat sich ins Kinderzimmer geflöst. Kick dazu: „Die Abschaffung von Geschlechtsunterschieden ist in Amerika bereits weit fortgeschritten, für blaue oder rosa Verpackungen müssen sie dort schon etwas länger suchen.“ Womöglich geht die Pinkifizierung den Mädels dort selbst schon auf den Geist. Dabei ist es noch nicht lange her, dass die zielgruppenspezifische Herangehensweise satt im Rosarot wühlte, was gleichfalls als umsatzmäßig relevant dargestellt wurde. Die alte, vorgeschoßene Weisheit lautete: doppelter Umsatz mit exakt definierter Zielgruppe. Inwieweit in der Folge der praktische Auswuchs – Mädchen spielen mit Gewehren, Jungen lieben Puppen – Umsatzrelevanz zeitigen wird, ist derzeit noch nicht absehbar.

### Im Aufwind: Lizenzen

Hingegen hört man beim folgenden Trend nahezu das Geldlein mitklippern: Lizenzen sind das Thema schlechthin und entsprechend ihres Erfolgs haben sie sich vom saisonalen Auftritt verabschiedet. Sie koppeln sich stattdessen direkt an die diversen Film- oder Seri-

### Trends

Die Nürnberger Messe (oben) ist ein exzellentes Territorium für Trends - zwischen Puppen und Modelleisenbahnen.

## Die größten Hersteller

### Ranking weltweit

1. Mattel
2. Lego
3. Hasbro
4. Simba-Dickie
5. Playmobil
6. Ravensburger
7. Schleich
8. Steiff

Ranking nach Umsatz

### Grenzenloser Modellbau

Last not least gibt es Spielzeugbastionen, deren Mauern über Generationen bestehen. Die resultierenden, quasi unverwüstlichen, Trends sind aber nicht selten getragen von den Projektionen der Eltern in ihre Kinder. Sprich: Eltern schenken Sachen, mit denen sie selber gespielt haben und ggf. immer noch gern spielen. Paradebeispiele hierfür sind die Modelleisenbahn wie auch die Autorennbahn, gleichsam gerät der Modellbau an sich nie ganz außer Mode.

Dabei gibt es Überschneidungen mit anderen Trends, insbesondere soll das Lizenzgeschäft den Modellbau für die jüngere Zielgruppe attraktiver machen – Umsatztreiber hier das oben erwähnte Star Wars. Als Fahr- oder Flugbahn für 2016 hat sich die Spielwarenmesse für Modellbauer einen guten Namen gemacht. Hans Ulrich Remfert, GF von Revell, stellvertretend für seine Zunft: „Die Messe gibt uns den umfassenden Überblick über die Branche.“

„

*Die blauen oder rosa verpackten Spielsachen müssen Sie mittlerweile in Amerika schon ziemlich lange suchen.*



### Schnell & kräftig

Der neue Loctite 60sec Universalkleber ist ein schneller und extra starker Allzweckkleber. Die Trocknungszeit von 60 Sekunden steht für rasche Reparaturen – bei einer Belastbarkeit von nahezu 130 kg/cm<sup>2</sup>.

[www.loctite.at](http://www.loctite.at)



### Zaubertrunk

Die Privatbrauerei Zwettl bringt mit dem „Zwettler AbraKaDabra“ ein magisches Bier. Basis ist der Zwettler Momentum Doppelbock dunkel, hinzu kommt eine monate-lange Reifung im Tennessee JackDaniels Holzfass.

[www.zwettler.at](http://www.zwettler.at)



### Aufregend, intensiv

Seven von 007 Fragrances ist geprägt von den kraftvollen Elementen der Bond-Welt. Als Premium-Ergänzung der 007-Duftlinie bietet Seven sorgsam ausgewählte Ingredienzen und eine kühne, elegante Erscheinung. Zeitgleich gibt es Seven Intense: derselbe Duft mit einer noch tieferen und stärkeren Wirkung.

[www.007fragrances.com](http://www.007fragrances.com)

# will haben

Warme Kekse und im Fass gereifte Zaubertränke.

### Zwischen Inspiration und Universalkleber.

...

Von Christian Novacek



Ab sofort bietet Merkur in ganz Österreich innovative Dekorationsartikel, stilvolle Wohnaccessoires und kreative Geschenkkästen des deutschen Handelsunternehmens Butlers.

### Der Keks muss warm sein

Unter dem Motto „Das erste Mal: Unvergesslich lecker!“ präsentieren sich die limitierten Milka Cookies Sensations als Snack für die Zwischendurch-Pause in zwei Sorten: Milka Cookies Sensations Innen soft und Milka Cookies Sensations Innen schokoladig. Sie überzeugen mit einer knusprigen Außenschicht und einem weichen Kern bzw. mit einer zartschmelzenden Schokoladenfüllung und zarten Milka Alpenmilch Schokoladenstückchen. Sehr fein ist dieser Tipp: Wenn man die Kekse kurz erwärmt, schmecken sie noch besser.

[www.milka.at](http://www.milka.at)



### Extra cremig

Nivea Reichhaltige Body Milk für trockene Haut stimuliert die natürliche Feuchtigkeitsproduktion der Haut und mindert so ein raues, trockenes Hautgefühl. Mit pflegendem Mandel-Öl und Vitamin E wird die Haut glatt und geschmeidig und ist vor dem Austrocknen geschützt.

[www.nivea.at](http://www.nivea.at)



### Einfach verführerisch

„Ich möchte jede Frau inspirieren, ihre verführerische Seite auszudrücken. Ich möchte ihr Wege zeigen, zu sich selbst zu finden. Damit sie sich begehrenswert und selbstbewusst fühlt“, sagt Christina Aguilera und verweist auf ihren neuen Duft „Touch of Seduction“.

[www.christinaaguilera.com](http://www.christinaaguilera.com)



### Tee für unterwegs

Perfekt für Outlets mit hoher Frequenz ebenso wie für Bäckereien sind die neuen Tea To Go Moments von Tchibo Coffee Service. Der Teegenuss in neuer Form folgt dem Konsumtrend des schnellen Genusses.

Der Becher ist doppellwandig und hochisoliert und der Teebeutel kann mit einer Handbewegung in den Deckel gezogen und verstaut werden.

[www.tchibo.at](http://www.tchibo.at)

# Rosarote Gleichenfeier

Ab nächstem Jahr wird die beliebte Manner Haselnuss-schnitte originalgetreu wieder auf Wiener Boden produziert. Der gesamte Umbau soll Mitte 2017 fertig sein.

••• Von Julia Maier

WIEN. Mit Dompfarrer Toni Fäbers Segen und dem anschließenden Gleichen spruch sollte bei der Fertigstellung des neuen Manner Produktionsgebäudes in Wien Hernals nichts mehr passieren. Etwa elf Monate ist es nun her, dass ein sich im Umbau befindlicher Gebäudeteil vom Keller bis zum Dach einstürzte. „Der Zwischenfall führte leider dazu, dass nun mehr Geld und Zeit als geplant in das Projekt investiert werden muss“, so Albin Hahn, Vorstand für Finanzen und Personal. Inzwischen blickt man aber positiv in die Zukunft und freut sich über die Gleichenfeier – ein nächster Schritt in Richtung Fertigstellung.

**Waffelofen übersiedelt**  
Bereits 2011 entschied sich das österreichische Familienunternehmen Manner für den Ausbau der Produktionsstätte im 17. Bezirk und legte damit einen Grundstein für weitere, nachhaltige Erfolge, den Ausbau der internationalen Wettbewerbsfähigkeit und auch die Schaffung neuer Arbeitsplätze. Im Rahmen des Umbaus errichtete man ein modernes Logistikzentrum, eine Verladezone, ein neues Produktentwicklungszentrum mit angeschlossener Lehrlingsausbildung, ein neues Bürogebäude sowie einen Qualitätssicherheitsbereich mit angeschlossenem Labor. Das Produktionsgebäude ist bereits fertig, und Anfang 2016 soll der weltweit größte Waffelofen von der Manner-Produktionsstätte in Perg nach Wien übersiedeln, das Werk in Perg wird danach geschlossen. Ab dann wird auch die Manner Original Neapolitaner Schnitte in Wien

produziert. Durch den Neubau erreicht der Produktionsbetrieb etwa 30% Flächenerweiterung.

#### Vertikale Produktion

Die wesentliche Neuerung des Produktionshauses ist die vertikale Produktion, durch die Platz, Wege

und vor allem Energie gespart werden sollen. „Die Wärme der Waffelöfen wird einerseits für Heizen und Warmwasser verwendet und andererseits in Kälte umgewandelt und somit für die Kühlung eingesetzt“, so Thomas Gratzer, Vorstand für Produktion und Technik.



© Bernhard Noll / Manner  
Albin Hahn, Vizebürgermeisterin Renate Brauner, Aufsichtsratspräsident Carl Manner.



# B2B FACHSHOW

## MARKETING & SALES

09.10.2015 GARTENBAU KINO WIEN

„CONNECT OR DIE“  
GET YOUR TICKET

[WWW.DD-SHOW.COM](http://WWW.DD-SHOW.COM)

ISM 2016

Frankreich ist  
Partnerland

KÖLN/PARIS. Mit einer starken Süßwaren- und Knabberartikelbranche will sich Frankreich bei der weltweit größten Messe für Sweets and Snacks beweisen und fungiert somit bei der 46. ISM von 31. Jänner bis 3. Februar 2016 in Köln als Partnerland. Rund 90 französische Anbieter zeigen die Stärken des französischen Angebots und überzeugen mit Qualität und Tradition bis hin zu innovativen Konzepten und Rezepturen. Als Partnerland der ISM will Frankreich die hohe Wettbewerbsfähigkeit seiner Köstlichkeiten, wie Bonbons, Macarons, Croissants, Nougat, Schaumzucker und diverse Schokoladen, im internationalen Süßwaren- und Snackmarkt deutlich hervorheben. Zur kommenden ISM werden erneut über 1.500 Anbieter aus etwa 70 verschiedenen Ländern erwartet. (red)



1



2

#### NEUES EINKAUFSERLEBNIS

### Spar ist zurück in Fischamend

**NEUERÖFFNUNG.** Am 10. September eröffnete der Lebensmittelhändler Spar eine brandneue Eurospar-Filiale in Fischamend. Auf einer Fläche von rund 1.300 m<sup>2</sup> präsentiert der Eurospar ein Sortiment von rund 18.000 Artikeln. Herzstück ist die Feinkostabteilung mit einer Backstation und Frischfleisch in Bedienung. Ein neuer Gastrobereich lädt mit 21 Sitzplätzen und einem reichhaltigen Angebot an Speisen und Getränken zum Verweilen ein. Wer Hunger bekommt oder müde wird, kann sich im Bistro ein Mittagsmenü oder einen Kaffee holen. Zur Neueröffnung begrüßten Spar-Geschäftsführer Alois Huber, Marktleiterin Anita Nowak und die stellvertretende Filialleiterin Lydia Martinovic u.a. Fischamends Bürgermeister Thomas Ram. Die Marktleiterinnen führen ein Team von 31 engagierten Mitarbeitern, die um einen reibungslosen Tagesablauf bemüht sind. Engagement gibt es auch in Sachen „Nachhaltigkeit“; hierfür wurde der neue Eurospar von der „Österreichischen Gesellschaft für nachhaltige Immobilienwirtschaft (ÖGNI)“ ausgezeichnet. Zuvor wurde Anfang August die ältere, an der B60 gelegene Spar-Filiale geschlossen und anschließend abgerissen. (red)

1. Bürgermeister Thomas Ram, Marktleiterin Anita Nowak, Stellvertretende Marktleiterin Lydia Martinovic und Spar-Geschäftsführer Alois Huber; 2. Im neuen Bistro-Bereich gibt es Mittagsmenüs, Kaffee u.v.m.



#### Am Tellerrand

... Von Nataša Nikolic

**ZWANGSBEGLÜCKUNG.** Was muss man eigentlich alles tun, um einen lästigen Newsletter, den man nicht (bewusst) bestellt hat, wieder loszuwerden? Seit nun mehr zwei Monaten ärgere ich mich einmal wöchentlich über die Werbung eines großen amerikanischen Konsumgüter-Konzerns, der es scheinbar auf mich abgesehen hat.

Da der Abmeldelink offenbar keine Funktion hat, außer, die Mailflut noch zu vergrößern – kommt mir vor –, mache ich mich auf die Su-

## Ein funktionsloser Abmeldebutton

Wenn man den Newsletter nicht mehr los wird ...

che nach einem Ansprechpartner, der mich von meinem Leid erlöst. Nachdem es so jemanden beim besagten Konzern, nennen wir ihn kurz PG, nicht gibt, musste das Kundenservice-Formular her. Dort kann man sich eigentlich lediglich über Produkte informieren oder selbige reklamieren, aber nachdem es keine E-Mail-Adresse gibt, war mir das gut genug. Das erste Produkt auf A. wirds.

#### Wohnadresse? Sicher nicht!

Nachdem ich Name und E-Mail-Adresse eingetragen, das Problem geschildert und um Lösung meiner Daten gebeten hatte, dauerte es nur wenige Tage, bis eine Rückmeldung kam. Eine Dame von der „Verbrau-

cherberatung“ bat mich nochmals, E-Mail-Adresse, Namen und Wohnadresse anzugeben, damit sie mich löschen kann – netter Versuch, aber auf Postzusendungen umzusteigen, wird nichts. Meine Adresse hat sie nicht bekommen, ich dafür trotzdem eine Bestätigung, dass der Newsletter eingestellt wird.

#### Zu früh gefreut

Vier Tage später, als ich gerade dabei bin, den Tellerrand-Kommentar (zu einem komplett anderen Thema) zu schreiben – beglückt mich der lästige Konzern erneut mit einem Newsletter. Diesmal will man mich als Testerin für ein Männer-Shampoo gewinnen. Ich fühle mich geehrt.

#### KARRIERE



Thomas Wagner

**Wechsel** Mit 1. September übernahm Thomas Wagner (47) die Geschäftsführung Vertrieb & Marketing bei der Pinzgau Milch Produktions GmbH in Maishofen. Wagner, der zuvor jahrelang Geschäftsführer von Milford Austria war, tritt in seiner neuen Position die Nachfolge von Clemens Mair an. Gemeinsam mit dem langjährigen Geschäftsführer Hannes Wilhelmstätter (Finanzen, Verwaltung, Controlling) will Wagner den erfolgreichen Weg der Pinzgau Milch fortführen.



1



2



3



4



5

#### VIENNA FASHION WEEK

### Anelia Peschev's Journey

**MODE.** Im Rahmen der MQ Fashion Week präsentierte vergangenes Wochenende Designerin **Anelia Peschev** ihre neuesten Kreationen. In ihrer Kollektion „The Journey“ ruft sie zu einem fruchtig-fröhlichen Frühling/Sommer 2016 mit einer breiten Farbpalette, die zwischen warm und kalt, pastell und knallig schwankt. Auf der Show gesichtet: **Vera Russwurm** und **Peter Hofbauer**, **Werner und Martina Fasslabend**, **Michou Friesz**, **Andreas Bitesnich**, Topmodel **Helena Severin**, **Chiara Pisati**, **Patrick Kunst**, **Yvonne Rueff**, **Kathi Stumpf** und **Oliver Stamm** mit Ehefrau **Caro Strasnik**. Als Fashionistas outeten sich außerdem **Tina Konsel**, **Birgit Ruzowitzky**, **Alamande Belfor**, **Julian F.M. Stoeckel**, **Pedro Kramreiter**, **Elisabeth Fallenberg** sowie **Martina Kaiser** und **Marika Licher**. (red)

1. Werner und Martina Fasslabend; 2. Djane Martina Kaiser; 3. Fotograf Andreas Bitesnich; 4. Moderatorin Vera Russwurm und Schauspielerin Michou Friesz; 5. Gastgeberin Anelia Peschev mit ihren Models.



#### PRODUKT DER WOCHE

### bi good: nachfüllen statt wegwerfen

**RESSOURCENSCHONUNG.** Die grüne Eigenmarke von Bipa, bi good, geht einen Schritt weiter in Richtung Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung und erweitert das Sortiment der umweltfreundlichen Haushaltsprodukte um ein Nachfüllkapsel-System (für bestehende Glas- und Badreiniger). Dazu muss die Kapsel nur auf die mit Wasser gefüllte Originalflasche gedreht werden; bei gleicher Reinigungsleistung entsteht damit weniger Verpackungsbelastung für die Umwelt. Die Nachfüllkapseln sind im Doppelpack für 2,99 € (Glasreiniger) und 3,99 € (Badreiniger) bei Bipa und im Bipa-Onlineshop erhältlich. [www.bipa.at](http://www.bipa.at)



# financenet



**Rekord** Nachfrage nach Beteiligung an Wien Energie Windkraftwerk **51**

**Weiter im Plus** Luxusgüterhersteller haben weiterhin einen Auftrag **52**

**GreenBonds** Raiffeisen lanciert Fonds mit Fokus „grüne Anleihen“ **53**

**Gemeinwohlbank** Die Millionen-Grenze ist geknackt **54**

© Peter M. Mayr

**Rückversicherer** Erstversicherer setzen Daumenschrauben an **56**



© Panthermedia.net/Ky17

## Der Schwarm wird größer und professioneller

Immer mehr Plattformen für Crowdinvesting kommen, nächster Player ist Startnext. Auch Vermögensberater springen auf den Zug auf. **50**



**Oikocredit** Österreich ist für den Mikrofinanzierer eine starke Säule. **54**

**mPAY24™**

**Die Schokoladenseite des E-Commerce!**

Online-Payment für E- und M-Commerce

Kredit- und Debitkarten, Bankensysteme, Rechnungs- und Ratenkauf, Lastschrift, paybox, mpass, paysafecard, PayPal, ...

[www.mPAY24.com](http://www.mPAY24.com) [info@mPAY24.com](mailto:info@mPAY24.com) Tel. +43-1-513 66 33-600

**ATX** 9.–16. September 2015



ATX (Schluss 16.9.) 2.292,8 -0,24%



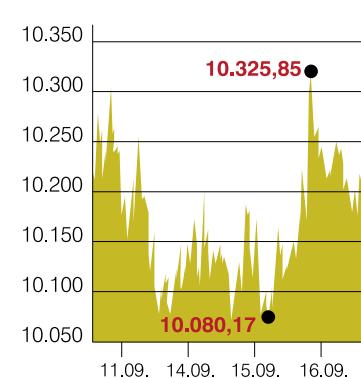
### Top 5 ATX Prime

▲ Schoeller-Bleckmann O.	3,82%
▲ Andritz	3,08%
▲ Wienerberger	2,58%
▲ Flughafen	1,86%
▲ RHI	1,66%

### Flop 5 ATX Prime

▼ Zumtobel	-4,27%
▼ Kapsch TrafficCom	-3,02%
▼ Valneva	-2,83%
▼ Warimpex	-2,75%
▼ Erste Group	-2,39%

**DAX** 9.–16. September 2015



DAX (Schluss 16.9.) 10.227,21 -0,74%



### Top 5 DAX

▲ Infineon	4,09%
▲ Dt. Lufthansa	2,65%
▲ Fresenius Medical Care	2,32%
▲ BMW	2,20%
▲ HeidelbergCement	1,93%

### Flop 5 DAX

▼ E.ON	-22,15%
▼ RWE	-16,65%
▼ K&S	-5,94%
▼ ThyssenKrupp	-3,67%
▼ Dt. Börse	-3,05%



## Sensibilisierung für Wagniskapital

**Linda Kappel**

Während der schwedische Konsumfinanzierer TF Bank doch kalte Füße bekommen hat – „der Markt ist zu nervös“, soll Vorstand Declan Mac Guinness gesagt haben – und damit den ersten Börsengang in Frankfurt nach der Sommerpause am letzten Tag der Zeichnungsfrist wieder abgesagt hat, bestätigt Hellofresh erstmals seine Börsenpläne Reuters gegenüber. Noch im Oktober oder November soll es so weit sein. Es wäre das erste Start-up, das die Internet-Beteiligungsgesellschaft Rocket Internet nach dem eigenen IPO aufs Parkett bringt. Doch die Börsen sind ja nicht der einzige Weg, Expansionskapital einzusammeln. So will etwa die deutsche Bundesregierung den (schwach entwickelten) Markt für Wagniskapital ankurbeln und Investoren bei einem Einstieg in Start-up-Firmen stärker fördern. Der Zuschuss für Wagniskapital für junge, innovative Unternehmen soll ab 2016 verdoppelt werden. Außerdem soll der Bonus künftig an mehr Geldgeber gezahlt werden können. Auch über gewisse Steuererleichterungen denkt die Koalition dort nach.

Dort wie hier blühen auch die Crowdinvesting-Plattformen. Interessant ist, dass für Investments in Private Equity (ebenfalls Wagniskapital) der Zugang für Kleinanleger erschwert wurde, und es sich bei Crowdanlagen im Grund aber auch um Wagniskapital handelt.

### ERSTE/SPARKASSEN

#### Treichl bleibt, Portisch kommt

WIEN. Erste-Chef Andreas Treichl (63) hat das lange Rätselfragen, ob er nach Auslaufen seines jetzigen Vertrags in Pension geht oder nicht, beendet: er bleibt. Der Aufsichtsrat hat Treichls Vertrag bis Mitte 2020 vorzeitig verlängert. Damit wollte der Aufsichtsrat, so Bankpräsident Friedrich Rödler, „sicherstellen, dass die Erste Group mit Treichl an der Spitze ihren erfolgreichen Weg in einem sich laufend ändernden Wettbewerbsumfeld und anhaltendem regulatorischen Druck weiterhin fortsetzt“.

Einen Wechsel gibt es an der Spitze des Sparkassenverbandes: Franz Portisch (49) folgt ab Jänner Michael Ikrath (62) in dieser Funktion. Ikrath war seit 2004 an der Verbandsseite; davor war er Kommunikationschef in der Ersten. (ag)



Vermögensberater und -vermittler erkennen das Potenzial der Finanzierungsform Crowdinvesting.

# Bewegung in der Crowd

Die Szene wird größer, bunter, professioneller: Die deutsche Crowdinvesting-Plattform Startnext kommt nach Österreich. Und nun entdecken auch Vermögensberater den Markt.

#### ••• Von Linda Kappel

WIEN. Die Alternative Unternehmensfinanzierung, besser bekannt unter dem Namen Crowdinvesting, erfreut sich immer größerer Beliebtheit, sowohl bei Unternehmen als auch bei Anlegern. Die weltweit erste Crowdinvesting-Plattform, ProFunder, konnte im Jahr 2009 ihr erstes Finanzierungsprojekt erfolgreich beenden. Weitere US-Vorbilder waren Kickstarter oder Indiegogo. Inzwischen hat sich die Finanzierungsform auch in Deutschland zur ernstzunehmenden Variante für Start-ups, Mittelständler oder auch „nur“ private innovative Köpfe gemauert.

Die Grenze zwischen Crowd-funding und Crowdinvesting wird sprachlich dabei nicht immer trennscharf gezogen – daher hier nochmals kurz erklärt: Beim Crowdinvesting stellen in erster Linie Fans eines Produkts, eines bestimmten Projekts Gelder zur Verfügung und erhalten im Gegenzug dafür Gutscheine, Rabatte usgl.

#### Bankenunabhängiger agieren

Beim Crowdinvesting erwarten sich die Anleger von ihrem finanziellen Engagement sehr wohl einen Rückfluss in Form einer Rückzahlung und/oder Verzinsung. Für die Beteiligung wird oft die Form eines Nachrangdarlehens gewählt, aber auch Genussrechte sind möglich. Heimische Klein- und Mittelunternehmen können über diese Form der Kapitalbeschaffung bankunabhängiger agieren, ihre eigenen Kunden werbewirksam einbinden und am Unternehmenserfolg teilhaben lassen.

2013 ist das Crowdinvesting auch in Österreich angekommen; die bekanntesten Plattformen hierzulande sind „1000x1000.at“ und der Marktführer „Conda“, der mit dem Projekt „Wohnwagen“ Aufsehen erregte.

Weitere Portale sind Green Rocket, das sich auf nachhaltig orientierte Unternehmen spezialisiert, und www.dasertragreich.at sowie die auf Immobilienprojekte fokussierte Home Rocket GmbH. Speziell im Immobilienbereich könnte es noch viel Bewegung geben, da sich viele Privatanleger angesichts der nun schon lange anhaltenden Tiefzinsphase und unsicheren Aktienzeiten immer noch verstärkt für Immobilien interessieren. Beispielsweise setzt auch reval.co.at, ein Ableger der Reval Vermögensberatung GmbH, auf die Crowd, die gemeinsam mit Bauherren Immobilienprojekte von der Idee bis zur Umsetzung begleiten soll.

#### Neuer Austro-Player Startnext

Doch es geht in rasantem Tempo weiter: Nächster Marktplayer ist Startnext, nach eigenen Angaben größte Crowdinvesting-Plattform im deutschsprachigen Raum. Am 21. September 2015 wird das Wien-Büro unter der Leitung von Cloed Baumgartner eröffnet. Startnext kann bereits auf drei Österreich-Erfolgsgeschichten verweisen: „magdas Hotel“, „#openschoool“ und „Feldküche Unterwegs“.

#### Wöchentliche Sprechstunde

Startnext wurde 2010 in Dresden als erste deutsche Crowdinvesting-Plattform gegründet. Österreicher können dort seit 2011 ihre Projektideen einstellen. Seit Gründung wurden 22 Mio. € von der Crowd eingesammelt und über 2.900 Projekte erfolgreich finanziert, sagt Denis Bartelt, CEO und Mitbegründer von Startnext: „Mit der Eröffnung unseres Büros in Wien sind wir vor Ort ansprechbar und können unsere Projektstarter aus Österreich noch besser betreuen, zum Beispiel in unserer wöchentlichen Crowdinvesting-Sprechstunde. Wir werden außerdem unser Netzwerk

mit österreichischen Kooperationspartnern wie Universitäten, Unternehmen und Förderinstitutionen ausbauen.“

Cloed Baumgartner ist Innovationsmanagerin und Serial Entrepreneur im Bereich der Creative Industries. Sie hat u.a. die Crowd-funding-Kampagne für das Social Business magdas Hotel am Wiener Prater durchgeführt. „Für mich ist Crowd-funding das optimale Werkzeug, um zukünftige Kunden für neue Projekte und Innovationen zu begeistern“, sagt Baumgartner. In den Sprechstunden berät sie Projektstarter zu ihren Crowdinvesting-Kampagnen.

#### Nächster Schritt

Bislang sammeln Crowdinvesting-Plattformen Kapital in erster Linie online ein. Doch nun tut sich der nächste Quantensprung auf: Die Republik Österreich hat im Sommer einen wichtigen Schritt für die Crowd-funding- und Crowd-Investingszene auf Schiene gebracht, indem der Nationalrat im Juli das „Alternativfinanzierungsgesetz“ beschlossen hat; das AltFG ist Anfang September in Kraft getreten (der detaillierte Gesetzes-Text findet sich hier: <http://tinyurl.com/nkp5ype>). Und nun treten auch erste Vermögensberater auf den Plan, die diese neue Form der Kapitalbeschaffung und -veranlagung ihren Kunden ans Herz legen wollen.

#### Neue Akademie

Andreas Raith, Geschäftsführer der niederösterreichischen Vermögensberatung Kanzlei Nikoll & Raith, vermittelt bereits Crowd-Anlagen und führt in Zusammenarbeit mit [www.dasertragreich.at](http://www.dasertragreich.at) Berater-Schulungen durch. Mit mehr als 20 Partnern seien bereits Kooperationsverträge geschlossen worden und es wird an eine eigene Akademie zum Thema gedacht.

„Der gewerbliche Vermögensberater wird auch hier eine wichtige Rolle spielen, da die Angebote und Modelle sich sehr voneinander unterscheiden und auch das Risikopotenzial von verschiedenen Faktoren abhängig ist“, sagt Raith. Die neue „Assetklasse“ bedürfe eines gut ausgearbeiteten Beratungsprotokolls, dieses hat Raith in Zusammenarbeit mit Rechtsanwälten erstellen lassen und auf sämtliche regulatorischen Erfordernisse abgeklopft. An der dasErtragReich Management GmbH gefällt ihm, dass ausschließlich bestehende KMUs für die Plattform ausgewählt werden. Bei echten Start-ups sei die Gefahr einer Ausfallsquote höher, sie seien daher als Beraterprodukt wenig geeignet. Bei aller Euphorie sollte man nicht vergessen, dass eine innovative, tolle Idee nicht zwangsläufig langfristigen wirtschaftlichen Erfolg bedeutet.



## Crowdinvesting-Success-Stories

### conda.at

Eines der ersten Projekte auf conda.at war Wohnwagen, es wurde mit 144.100 € zu 206% finanziert. Jüngste Erfolgsmeldung des Wiener Herstellers von autarken Wohnwagen aus Holz: Als Investor und strategischer Partner ist Alfred von Liechtenstein eingestiegen.

### 1000x1000.at

Auf dieser Plattform wurde mit dem Projekt Riedergarten Immobilien (Alm Resort Nassfeld) das österreichweit erste Immo-Crowdfunding erfolgreich über die Bühne gebracht. Von August 2014 bis Dezember beteiligten sich den Angaben zufolge 100 Crowdinvestoren mit 455.121 €.

### Startnext.com

Im Februar wurde in Wien das erste Hotel eröffnet, das als Social Business geführt wird. Profis aus der Hotellerie betreiben gemeinsam mit Flüchtlingen das magdas Hotel in zentraler Lage beim Wiener Prater. Das Funding-Ziel von 10.000 wurde mit 25.436 € weit übertroffen.

# Bewegende Bürger-Energie

Bei der zweiten Beteiligungsmöglichkeit am Wien Energie-Windkraftwerk haben die Bürger nicht lang gezögert: Den Angaben zufolge waren die Anteile binnen vier Minuten weg.

WIEN/POTTENDORF. Nur vier Minuten, dann waren sämtliche 2.579 Anteile am Windkraftwerk von Wien Energie Pottendorf/Tattendorf vergeben. Es ist dies das 22. „BürgerInnen-Kraftwerk“ von Wien Energie (Infos unter: [www.buergerkraftwerke.at](http://www.buergerkraftwerke.at)). Wer einen Anteil hält, wird künftig von 2,25% Vergütung p.a. profitieren, wie es heißt. Schon das erste Mal war ein Erfolg: Im Mai gingen die Anteile an einem Windrad in Pottendorf/Tattendorf innerhalb von sieben Minuten weg.

## Energiebewegung

„In Niederösterreich ist die Energiebewegung längst zur Energiebewegung geworden. Mit der Unterstützung der Bevölkerung, der Betriebe und Gemeinden schaffen wir auch noch die letzten Meter ins Ziel zu 100 Prozent Strom aus Erneuerbarer Energie“, freut sich Niederösterreichs Umwelt- und Energiedesrat Stephan Pernkopf.

In Bälde wird der Windpark ans Netz gehen und Ökostrom für 28.600 Haushalte produzieren. „Mit dieser 66 Mio.-Euro-Investition tragen wir zur Reduzierung von CO2-Emissionen bei und kommen unserem Ziel näher, bis 2030 den Anteil der erneuerbaren Energien auf 50 Prozent zu erhöhen“, sagen die Wien Energie-Geschäftsführer Susanna Zapreva und Peter Gönnitzer. Die Bevölkerung könnte so einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz und Reduktion der Importabhängigkeit von fossilen Brennstoffen leisten.

Der Windpark Pottendorf/Tattendorf besteht aus 15 Windrädern mit einer installierten Leistung von insgesamt 42,9 Megawatt und wird derzeit an den Gemeindegrenzen von Pottendorf, Tattendorf

und Ebreichsdorf errichtet. Der Windpark Pottendorf wird jährlich 94.400 Megawattstunden Strom produzieren; dadurch werden jährlich 52.800 t CO2 eingespart.

Wien Energie versorgt bereits mehr als 80.000 Haushalte mit dem Strom aus Wind. Insgesamt wurden

2014 mit 220 Mio. Euro Rekordinvestitionen in Wind-, Wasser-, Solar- und Wärmeerzeugungsanlagen getätigt. Seit einiger Zeit setzt Wien Energie beim PV-Ausbau auf Bürgerbeteiligung. Bisher wurden 20 „BürgerInnen-Solarkraftwerke“ umgesetzt. (lk)



Wien Energie: Ca. 5.500 Bürger haben in bisherige Projekte 20 Mio. Euro investiert.

## WORK HARD DREAM BIG ENJOY LIFE

**Kongress & Gala**  
**24. 09. 2015 Baden bei Wien**

### Pflichttermin für Verantwortliche & Vordenker

#### Highlights

- ★ Key-Note von „Höhledes Löwen“-Juror und Start-up Experten Frank Thelen
- ★ HourofInnovation: Banken-Profis diskutieren über die digitale Revolution
- ★ Wer wird „Bank des Jahres“? Glamouröse Preisverleihung auf rotem Samt
- ★ Verleihung des Nachhaltigkeits-Awards mit dem Umweltbundesamt
- ★ Neu: Innovations-Preis mit der CPB SOFTWARE AG

#### 500 Internationale Experten und Entscheider wie

- |   |  |
|---|--|
| <p><b>Jacek Iljin</b><br/>mBank, Managing Director<br/>mBank – the leader of digital banking in Poland</p>  | <p><b>Thomas Goldfuß</b>, GLS Gemeinschaftsbank eG,<br/>Bereichsleiter Vermögensmanagement &amp; Treasury<br/>Geld ist ein gesellschaftliches Gestaltungsmittel – was Nachhaltigkeit bei Kapitalanlagen bedeutet</p> |
| <p><b>Dr. Christian Ohswald</b><br/>Deutsche Bank Österreich AG, Vorstandsvorsitzender<br/>Private Banking in der Transformation - vom Transformations- zum Beratungsmodell</p> | <p><b>Dipl.BW.(FH) Birte Quitt</b><br/>Erste Bank d. österr. Sparkassen AG, Leiterin Filialvertrieb<br/>Innovation im Retailvertrieb</p>   |
| <p><b>Maximilian Tayenthal, CFA, MIM</b><br/>Number 26 GmbH, Managing Director<br/>Das Smartphone - die Bankfiliale der Zukunft</p>   |  |

Banken werden besser. **emotion banking®**  
ANALYTIK. BERATUNG. INNOVATIVES MARKETING.

Rennen Sie uns die Tür ein ;-)

**VICTOR®**

Jetzt anmelden:

[andrea.weiss@emotion-banking.at](mailto:andrea.weiss@emotion-banking.at)  
+43 22 52 25 48 45

[www.bankdesjahres.com](http://www.bankdesjahres.com)

[www.victorgala.com](http://www.victorgala.com)  
[www.emotion-banking.com](http://www.emotion-banking.com)

CPB SOFTWARE AG

ComOne  
leading security communications

E-CONTROL

umweltbundesamt<sup>®</sup>  
INSTITUT FÜR UMWELT & AUSSENWIRKUNGEN

DONAU UNIVERSITÄT

## FNG-SIEGEL

**Mehr als erwartet  
wollen dabei sein**

BERLIN. Das FNG-Siegel für nachhaltige Publikumsfonds des Forum Nachhaltige Geldanlagen e.V. ist in der Finanzbranche auf reges Interesse gestoßen. Der Verein braucht nun mehr Zeit, um alle Bewerbungen zu bearbeiten. Die Siegelvergabe in Berlin wurde daher auf den 8. Dezember verlegt (Infos unter [www.forum-ng.org](http://www.forum-ng.org)). Programmfpunkt ist auch die Präsentation des Siegel-Komitees sowie des Auditors und strategischen Projektpartners Novethic.

Um das neue Gütesiegel zu erhalten, ist neben dem Transparenz-Kodex von Eurosif auch das FNG-Nachhaltigkeitsprofil eine Mindestanforderung. Weitere prozessuale und inhaltliche Kriterien kommen hinzu, so die Verantwortliche Sabine Pex. Man erhofft sich damit u.a., den Wettbewerb zwischen nachhaltigen Anlageprodukten anzukurbeln. (lk)

**GROSSBANKEN****Kapital-Lücken geschlossen**

**FRANKFURT.** Die weltweit 100 größten Banken haben ihre Eigenkapital-Lücken vorzeitig geschlossen. Die Institute, unter ihnen acht deutsche, erfüllten schon Ende 2014 die Vorschriften des nach der Finanzkrise verschärften Kapital-Regelwerks „Basel III“, so der Basler Ausschuss für Bankenaufsicht. Sie hätten noch bis Ende 2018 Zeit gehabt, den Anforderungen nachzukommen.

Mit 11,1% lag die harte Kernkapitalquote (CET1) der Banken im Schnitt deutlich über den von den Aufsehern verlangten 7,0 bis 9,5%. Insgesamt saßen die globalen „Top 100“ Ende 2014 auf einer Kapitaldecke von 3,08 Bill. €, etwa zwei Drittel davon entfallen allein auf die 29 „global systemrelevanten“ Banken, von denen die Aufseher dickere Kapitalpolster verlangen. Seit Mitte 2011 haben die Großbanken ihre Puffer um fast 52% ausgebaut, wie der Basler Ausschuss errechnete.

Für den europäischen Bankensektor sieht eine andere Institution, die Europäische Bankenaufsichtsbehörde (EBA), allerdings faule Kredite als Gefahr. „Das Bild ist nicht düster, aber es ist auch nicht gut“, sagte EBA-Direktor Pierr Haben am Dienstag bei der FMA-Finanzaufsichtskonferenz in Wien. Die stellvertretende Vorstandsvorsitzende der RLB OÖ, Michaela Keplinger-Mitterlehner, kommentierte: „Der Wettbewerb um die guten Bonitäten ist voll entbrannt und drückt auf die Margen der heimischen Banken.“ (ag/red)

# Es bleibt emotional

Luxusgüterhersteller und ihre Aktien haben trotz China-Unsicherheiten weiterhin gute Aussichten, so der Vermögensverwalter GAM.



Der Kauf von Luxusgütern wird stark von Emotionen beeinflusst – für das passende Stück wird immer noch viel Geld ausgegeben.

**BELLEVUE/ZÜRICH/WIEN.** Immer noch wird diese Wachstumssstory getrommelt: Die weltweite Nachfrage nach Luxusgütern wird langfristig weiter wachsen. Wichtige Treiber bleiben die wachsende Mittelschicht und somit die steigenden Einkommen breiter Bevölkerungsschichten vor allem in den Emerging Markets (EM). Davon sind Scilla Huang Sun und Andrea Gerst, Fondsmanagerinnen des JB Luxury Brands Fund, überzeugt.

**Richemont setzt mehr um**  
Und tatsächlich ist der Schweizer Luxusgüterhersteller Richemont ein gutes Beispiel dafür: Dank starker Nachfrage in Europa und Japan stiegen die Verkaufserlöse in den ersten neun Monaten 2015/16 (zu konstanten Wechselkursen) wie im Vorjahr um 4%, meldete der Konzern, zu dem Marken wie Baume & Mercier, Jaeger-LeCoultre, Cartier, IWC, Piaget, Alfred Dunhill, Van Cleef & Arpels, Montblanc, Chloé und Azzedine Alaïa gehören. Die Einbußen in der Region Asien-Pazifik konnten damit wettgemacht werden. Analysten hatten im Schnitt lediglich ein Plus von 1,4% erwartet – zu laufenden Wechselkursen legten die Verkäufe gar um 16% zu (Vj: +1%). Richemont rechnet in Euro ab.

**Renminbi-Abwertung schmerzt**  
Freilich haben Luxusaktien auf die Abwertung des Renminbi und aktuelle Wirtschaftsdaten aus China negativ reagiert. Die Aktien von Herstellern hochwertiger Güter im Premiummarkensegment – beispielsweise Schmuck und Uhren, Mode und Kosmetik sowie Automobile – bleiben allerdings dauerhaft attraktiv, so das Fondshaus GAM, das die JB-Fonds anbietet.

„Der Renminbi war fundamental überbewertet, das konnte man

beispielsweise in den großen Preisunterschieden von Luxusgütern in Europa und China sehen. Chinesische Touristen haben noch mehr Luxusartikel in Europa gekauft, und der graue Markt ist gewachsen; diese Bewertungslücke wird sich jetzt verringern“, prognostiziert Gerst. „Das Sentiment für Luxusgüteraktien war in den vergangenen Wochen stark geprägt von negativen Pressekommentaren und den jüngsten Markt- und Währungsturbulenzen in China“, sagt Huang Sun. Nun komme eine gesunde Korrekturbewegung.

Die Wirtschaft in China werde langsamer wachsen, aber der Konsum weiter an Bedeutung gewinnen, so der Tenor. Ein ‚Hard Landing‘ sei nicht das Basisszenario.

**Erfolgsfaktoren**  
Investoren sollten sich bei einer Anlage in Luxusgüteraktien nicht

**6–8%**

**Wachstum**  
Im Gesamtjahr erwarten die Experten des Vermögensverwalters GAM ein Plus im Luxusgüter-Markt von 6 bis 8%.

von der Entwicklung der Devisenmärkte leiten lassen. Huang Sun: „Wir fokussieren uns bei unseren Investitions auf Luxusunternehmen, die starke Marken im Portfolio haben und rund um den Globus eigene Shops besitzen: Diese Firmen sind besser diversifiziert und nicht so stark von Währungskurschwankungen und der Konjunkturdevelopment in einzelnen Ländern betroffen.“ Als Beispiel nennt sie Hermès mit seiner starken Preissetzungsmacht. Zudem sei das Unternehmen offen für neue Ideen – kürzlich wurden Uhrenbänder für die AppleWatch vorgestellt. Auch Louis Vuitton unternehme große Anstrengungen, um „frische“ Produkte auf den Markt zu bringen.

Interessant seien zudem Hersteller großer Schmuckmarken wie Cartier oder Tiffany. Einen Großteil des Umsatzes erzielten Juweliere immer noch mit markenlosem Schmuck; dort können Markenhersteller noch Anteile gewinnen.

**Profiteure der Dollar-Stärke**  
Gleichwohl würden die Geschäftszahlen der Luxusgüterproduzenten auch für das zweite Semester von den Währungsentwicklungen betroffen sein. „Wir rechnen mit soliden Ergebnissen bei europäischen Herstellern, da viele dieser Firmen weiterhin vom schwachen Euro profitieren“, so Gerst.

Events wie etwa die anstehenden Fashion Weeks in London, Mailand und Paris sind wichtige Plattformen, die Bedeutung digitaler Absatzkanäle werde aber auch bei Luxusgütern steigen. „Bekannte Marken wie etwa Burberry verzeichnen hier zweistellige Zuwachsrate“, beobachtet Huang Sun. „Eine starke Präsenz über eigene Shops wird deswegen aber nicht überflüssig. Luxusgüterhersteller sollten auf beide Kanäle setzen.“ (hb/ag)

## Fonds mit Fokus auf Luxusartikelaktien

Fondstyp	6 Mo	1 Jahr	3 Jahre
Amundi Eq. Gl. Luxury/Lifestyle	-12,32	18,47	45,70
KBC Eq. Fund Luxury/Tourism	-13,27	7,04	36,82
JB M. St. Luxury Brands	-14,16	4,08	29,78

Quelle: FAIT, Anmerkung: Auswahl, gereift nach 1-Jahres-Performance, Angaben in Prozent

“

*Käufer holen sich Erstinfos im Web, möchten aber das Käuferlebnis vor Ort.*

“

**SCHWELLENLÄNDER****Sorge um „Ramsch“-Ratings**

**RIO DE JANEIRO/LONDON/FRANKFURT.** Vergangene Woche stützte die Rating-Agentur Standard & Poor's (S&P) Brasilien – wegen mangelnden Reformeifers – mit dem neuen Status „BB+“ (mit negativem Ausblick) auf Ramsch-Niveau zurück. Brasilien war nur der Anfang, befürchten viele: Auch andere Schwellenländer müssen um ihre Bonitätsnoten bangen. Senken die großen Rating-Agenturen – neben S&P Moody's und Fitch – den Daumen und stufen die Kreditwürdigkeit ihrer Bonds als „Ramsch“ ein, ziehen Anleger aus Sorge vor Zahlungsausfällen massiv Geld ab.

Das Wachstum dieser Länder, das ohnehin schon unter dem Preisverfall wichtiger Exportgüter wie Rohöl oder Kupfer leidet, könnte dann vollends zum Erliegen kommen. Die Aufnahme neuer Kredite zur Ankurbelung der Wirtschaft wird für diese Staaten dann teurer, da Geldgeber für ein schlechteres Rating oft höhere Zinsen verlangen.

Seit dem Abstieg Russlands aus dem Barclays Global Aggregate Bond Index vor einigen Monaten zogen Anleger geschätzte 140 Mrd. USD (123,9 Mrd. €) aus dem ehemaligen Zarenreich ab; bei weiteren Abstufungen droht ein Nachzieh-Effekt. Analyst Simon Quijano-Evans von der Commerzbank sieht vor allem die Türkei und Südafrika an der Schwelle zum „Ramsch“-Status. (Reuters)



Hamburg: Die Bank Berenberg ist die älteste Bank Deutschlands und bietet mehr als 20 Publikumsfonds an.

## Die maximale Globalisierung

Das Fondshaus Berenberg lanciert mit der „Global Equity Selection“ einen weltweiten Aktienfonds – das globale Gegenstück zum Flaggschiff European Equity Selection.

••• Von Gerald Stefan

HAMBURG. Die Bank Berenberg überträgt ihr europäisches Konzept für Aktienfonds auf die Welt – und will damit dem weitergehenden Trend zur Globalisierung bei den Finanzmärkten und den Investoren Rechnung tragen: Mit ihrem neuen globalen Aktienfonds Berenberg Global Equity Selection (DE000A14UVH5/DE000A14UVY0) will die Bank – sie ist Deutschlands ältestes Geldhaus – ein neues in-

terkontinentales Pendant zu ihrem bereits im Markt etablierten Berenberg European Equity Selection Fonds bringen; der Europa-Fonds zeigt aktuell eine 3-Jahres-Performance von 10,80 Prozent.

### Das Management

Dabei bilde der bewährte Managementansatz und eine erprobte Anlagestrategie die Basis für die Fonds-Neuaufage. Der neue Fonds wird von Michael Nuske, Fondsmanager bei Berenberg, gemeinsam

mit Boris Jurczyk, Fondsmanager des „Berenberg European Equity Selection“, gemanagt. Mit dieser Strategie soll eine Outperformance bei gleichzeitig reduzierter Volatilität erzielt werden. „Mit der Einführung des Berenberg Global Equity Selection wird ein auf europäischer Ebene erfolgreich eingeführtes Konzept globalisiert“, sagt Jurczyk.

### Globale Investmentansätze

Der Flaggschiff-Aktienfonds Berenberg European Equity Selection ha-

be seit seiner Einführung vor fünf Jahren eine starke Performance bewiesen.

„In diesem Zeitraum haben wir den Vergleichsindex Euro Stoxx 50 – bei auffällig geringer Volatilität – deutlich geschlagen“, so Jurczyk. In einer zunehmend globalisierten Welt, in der der Unternehmenssitz bei Blue Chips eine untergeordnete Rolle spielt und Absatzmärkte weltweit bedient werden, „suchen Investoren verstärkt nach globalen Investmentansätzen“, so der Aktien-Experte von Berenberg.

“

*In einer zunehmend globalisierten Welt suchen Investoren verstärkt nach globalen Investmentansätzen.*

“

### Langfristig outperformen

Die Anlagestrategie des Berenberg Global Equity Selection basiert auf der Idee, fundamental unterbewertete Aktien, die sich in einer attraktiven Trendphase befinden, auszuwählen. Das Anlageuniversum bildet der MSCI World. Der Fonds ist stets vollständig investiert, so Nuske.

Aufgrund entsprechender Nachfrage werde neben der ungesicherten Tranche auch eine währungs gesicherte Tranche angeboten. Das Fondsmanagement strebe an, die Benchmark bei geringerer Volatilität mittel- bis langfristig zu schlagen.

## Die große grüne Offensive

Mit dem neuen Raiffeisen-GreenBonds setzt Raiffeisen auf Investments in grüne Anleihen und Institutionelle als Anleger.

••• Von Gerald Stefan

WIEN. Grüne, nachhaltige und/oder ethische Investments legen international wie auch in Österreich stark zu: Mit der Raiffeisen KAG setzt nach Pionieren wie Schelhammer & Schattera nun ein großer österreichischer Player immer stärker darauf. Man gehe „konsequent den Weg hin zur führenden Fonds gesellschaft bei nachhaltigen Investments“, so Dieter Aigner, für das Fondsmanagement verantwortlicher Geschäftsführer der Raiffeisen KAG.

Der neue Raiffeisen-GreenBonds, ein Renten-Themenfonds im Umweltbereich, richte sich in erster Linie an institutionelle Anleger wie Vorsorgekassen und Vermögensverwalter. Der Fonds investiert



Pinner: „Das Investment selbst soll das Ziel verfolgen, nachhaltig zu wirken.“

in sogenannte Green Bonds, also Anleihen, mit denen ökologische Projekte mit Klimarelevanz finanziert werden. Dazu zählen bei-

spielsweise Investitionen in den Bereichen erneuerbare Energien, Energieeffizienz, Schadstoffbekämpfung, nachhaltige Abfall-

wirtschaft, Wasserversorgung und nachhaltiges Bauen.

Aktuell gibt es zwar nur wenige derartige Fonds, das Marktvolumen an Green-Bond-Emissionen steige aber rasant; derzeit liegt es weltweit bei 70 Mrd. USD, eine Überschreitung der 100 Mrd.-Grenze bis Ende 2015 sei durchaus realistisch.

### Nicht bloß ein Filter

Als Anlageuniversum des Raiffeisen-GreenBonds dient der Green Bond Index von Bank of America Merrill Lynch (BAML) als Basis, ergänzt durch Green Bonds der Datenbank der Climate Bonds Initiative (CBI). „Mit der steigenden Nachfrage an nachhaltigen Investments erhöhen sich auch die Ansprüche der Investoren an diese Produkte. Viele Anleger wünschen sich, dass sich die Nachhaltigkeit ihrer Veranlagung nicht bloß auf die Anwendung eines Filters von Ausschlusskriterien reduziert, sondern, dass das Investment selbst das Ziel verfolgt, nachhaltig zu wirken“, so Wolfgang Pinner, Leiter der Abteilung Nachhaltige Investments bei der Raiffeisen KAG.

### RENDITEN GESUCHT

## Deutschland will mehr Fonds

FRANKFURT. Ohne mehr Risiko gibt es wegen des Dauer-Zinstiefs kaum noch Rendite: Rund zwei Billionen Euro schlummern auf deutschen Sparbüchern, Giro-, Tages- und Festgeldkonten den zinslosen Dornröschenschlaf. Zum Vergleich: In Österreich lag das Geldvermögen 2014 laut Nationalbank bei 572 Mrd. €.

Nun wächst angesichts von Niedrigzinsen auf Sparguthaben und der Abkehr vom lebenslangen Garantiezins bei Lebensversicherungen in Deutschland das Interesse an Investmentfonds deutlich: Allein im ersten Halbjahr 2015 flossen 43 Mrd. € in Publikumsfonds (Quelle: BVI). Im gesamten Vorjahr waren es nur 32 Mrd. €, im Jahr 2013 sogar nur 19 Mrd. €.

Am meisten Geld ziehen Mischfonds an, die in diverse Anlageklassen investieren. (ag)

### 15,4 BILLIONEN DOLLAR

## Flaggschiffe der Pension wachsen

ZÜRICH. Das Volumen der 300 weltweit größten Pensionseinrichtungen ist im Jahr 2014 auf einen Rekordwert gestiegen. Die Fonds wuchsen um 3,4% auf 15,4 Billionen USD (13.622,29 Mrd. €).

Insgesamt verwalten die größten Einrichtungen 43% der weltweiten Pensionskas senvermögen; 128 von ihnen stammen aus den USA. Sie allein halten am Vermögen der 300 größten Pensionskassen 38%. Darauf folgen Japan mit 12% und die Niederlande mit 7% Anteil. Mit jährlich 7,6% verzeichneten die US-Kassen zwischen 2009 und 2014 den größten Vermögenszuwachs, wie eine Studie des Beratungsunternehmens Towers Watson und des Wirtschaftsmagazins *Pensions & Investments* aus weist. In Europa betrug das Wachstum 7,1% und im Raum Asien-Pazifik 3,9%. (ag)

### ENTWICKLUNGSLÄNDER

## ETF auf lokale Staatsanleihen

LONDON. Lombard Odier Investment Managers und ETF Securities haben einen ETF auf lokale Staatsanleihen der Emerging Markets an der Londoner Börse gelistet. Damit erhalten Anleger Zugang zu Staatsanleihen von Emerging Markets (EM) und Entwicklungs ländern, die in Lokalwährung denomi niert sind. Mithilfe von Faktoren, die auf Funda mentaldaten basieren, werde die Kreditwürdigkeit bewertet. So könnten Schuldner ermittelt werden, die am ehesten in der Lage seien, ihre Schulden zurückzuzahlen. Während die Zinsen in entwickelten Volks wirtschaften auf niedrigem Niveau verharren, entwickeln sich Emerging Markets relativ dynamisch, so Kevin Corrigan, Head of Fundamental Fixed Income bei Lombard Odier IM.

**ZUM 12. MAL***victor in den Startlöchern*

BADEN/WIEN. Die Branchenveranstaltung der Bankenwelt geht in die 12. Runde: Am 24. September 2015 stellt der victor-Kongress brisante Themen in den Mittelpunkt. Anschließend werden die Sieger der Branche im Rahmen der victor Gala vor den Vorhang geholt.

2015 herrscht ein 10-Jahres-Stimmungstief in der Bankenbranche, so die Veranstalter Barbara Aigner und Christian Rauscher, beide Geschäftsführer von Veranstalter emotion banking. Dies habe sich aus den Umfrageergebnissen ihrer jährlichen Studie „Bankbarometer“ gezeigt. Im World Café, dem dynamischen Networking Format am Kongress, präsentieren Vertreter von Banken, Fintech- und Technologieunternehmen 17 unterschiedliche Themenstellungen. Highlight ist Geschäftsführer Jacek Iljin von mBank, die von Forrester Research als „most digital-driven bank in the world“ bezeichnet wird. (red)

Infos und Anmeldung unter: [www.victorgala.com](http://www.victorgala.com)

**PRIVATBANK***Neuer Partner bei Bank Gutmann*

WIEN. Tomáš Konický (47), Leiter der Niederlassung Prag, wird neuer Partner der Bank Gutmann. Damit betont der österreichische Marktführer im Private Banking die Bedeutung der 2011 gegründeten Prager Niederlassung und bekräftigt den weiteren Ausbau des Bankgeschäfts in der Tschechischen Republik. Mit Konický halten nun 17 Partner insgesamt 20% der Anteile an der Bank. Gutmann steht mehrheitlich im Eigentum der Familie Kahane. (lk)

**CROWDFUNDING***Bawag PSK hilft Projekt*

WIEN. „Macondo blüht auf“, so heißt ein Gardening-Projekt, das aktuell auf crowdfunding. at der Bawag PSK Gelder sammelt, um wieder mehr Lebensqualität in den Stadtteil Macondo in Wien Simmering zu bringen, wo seit vielen Jahren Menschen unterschiedlichster Herkunft leben. Die Bewohner der Siedlung, von denen viele aus Krisengebieten gekommen sind, betreiben gemeinsam ein Gartengrundstück; zum Abschluss des Projekts soll ein interkulturelles Kochbuch gedruckt werden.

Bawag-CEO Byron Haynes hat am 14. September einen Spendenscheck in Höhe von 3.000 € an den Direktor der Diakonie Österreich, Michael Chalupka, übergeben. Der Spendenscheck, der über die Crowdfunding-Plattform in das Projekt einfließt, soll dem Projekt zusätzlichen Schwung bringen, um das angepeilte Ziel von 6.000 € rascher zu erreichen. (lk)

Infos: [www.crowdfunding.at](http://www.crowdfunding.at)

# Zum Bleiben verhelfen

Seit 40 Jahren vergibt Oikocredit Mikrofinanzierungen und sammelt weltweit Gelder von Anlegern ein, für die die Verzinsung auf zwei Prozent limitiert ist.



•• Von Linda Kappel

WIEN. Wer „Mikrokredit“ hört, denkt sehr oft automatisch an Projekte in afrikanischen oder asiatischen Entwicklungsländern. Das Mikrofinanzierungsinstitut Oikocredit unterstützt jedoch auch europäische Projekte, sogar auch in EU-Ländern – immer mit dem Ziel, Menschen dabei zu unterstützen, dort bleiben zu können, wo sie sind und ihnen „Armut zu ersparen“.

Als zynisch kommentiert Günther Lenhart, stellvertretender Vorsitzender der Oikocredit

**10%**

**Viele Austro-Unterstützer**

10%, 72,1 Mio. €, des Oikocredit-Kapitals stammen aus Österreich, weltweit waren per Ende 2014 735 Mio. nach 591 Mio. € veranlagt.

Austria, bei einer Pressekonferenz anlässlich des 25-jährigen Österreich-Jubiläums das stattfindende „Auseinanderdividieren von Kriegs- und Wirtschaftsflüchtlingen – von Haus aus zu sagen, der Mensch habe kein Recht auf Verbesserung seines Lebens, ist zynisch. Kinder verhungern auch aus wirtschaftlichen Gründen, Menschen nehmen oft alles in Kauf, um überleben zu können.“

**Maximal zwei Prozent Zinsen**  
Die nicht auf Gewinn ausgerichtete Genossenschaft mit Hauptsitz

Oikocredit: 2016 werden auch Projekte in Bulgarien und Rumänien in Angriff genommen, z.B. zur Verbesserung der Weinproduktion.

in den Niederlanden verfügt wie in Österreich auch in vielen Ländern über Förderkreise, über die Anleger Genossenschaftsanteile erwerben können. Die Geldanlage wird mit maximal zwei Prozent verzinst.

**Ökonomische Ermächtigung**

„Armut kommt nicht über Nacht, sie ist systematisch und politisch“, betonte Ging Ledesma, Direktorin für Social Performance Management bei Oikocredit International. Angesichts dessen, dass sich Menschen in Entwicklungsländern mit erschwerenden Bedingungen durch Diktaturen und Korruption usw. konfrontiert sehen, setzt Ledesma Hoffnung darin, dass ökonomische Ermächtigung auch zu besserem politischem Mitspracherecht führe. Durch Anhebung des Bildungsniveaus könnten die Menschen besser mit derartigen Nöten umgehen.

Die Impact-Investment-Expertin stellt sicher, dass Mikrofinanz ihre soziale Wirksamkeit entfalten kann. Kredite an Menschen zu vergeben, die sozial benachteiligt sind und keinen Zugang zu Bankfinanzierungen bekommen, sei nicht immer genug. Die vor 40 Jahren gegründete Entwicklungsgenossenschaft bietet daher – mit der Kredit-Vergabe verbunden – auch Beratung und Training an; zudem werden die Effekte regelmäßig gemessen.

**Zugang zu Märkten eröffnen**

Der Großteil der Projekte wird derzeit in Lateinamerika und Asien realisiert. In den nächsten fünf Jahren möchte sich Oikocredit vor allem auf Finanzierungen und Projekte in Afrika konzentrieren. Laut Ledesma stehen Themen wie nachhaltige Landwirtschaft, erneuerbare Energien und Fairtrade im Fokus.

Ganz wesentlich für Kleinstunternehmer und Kleinbauern sei auch der Zugang zu den Märkten. Deshalb arbeitet Oikocredit auch mit größeren Unternehmen zusammen, auch unter ihnen finden sich welche, die „offen sind, ethisch zu arbeiten“, so Ledesma.

## Millionen-Grenze geknackt

Bei der Bank für Gemeinwohl wurde nun um eine Million Euro Genossenschaftskapital gezeichnet.

WIEN. Das Projekt „Bank für Gemeinwohl (BfG)“ hat 1 Mio. Euro an gezeichnetem Genossenschaftskapital überschritten; bis Ende September sollen 1,35 Mio. Euro geschafft sein. Seit 2010 arbeitet nach eigenen Angaben ein rund 100-köpfiges Team an der Entwicklung der Bank, unter ihnen auf ehrenamtlicher Basis auch viele Bankprofis und Managementexpert/-innen, die einen Wandel am österreichischen Finanzmarkt bewirken möchten.

**Mitentscheiden, aber ...**

Die in Gründung befindliche BfG wird sich auf die ursprünglichen Aufgaben einer Bank besinnen: Spareinlagen, Kredite und Zahlungsverkehr. Dazu zählen Girokonten, Bankomat- und Kreditkarten. Spekulative Produkte und von



Tschütscher, Moser sehen die Bank „aus der Mitte der Gesellschaft heraus“ gut im Kurs.

der Realwirtschaft abgekoppelte Finanzvehikel werden strikt abgelehnt. Fairness, Transparenz und Partizipation stehen im Zentrum

des Tuns, wie es heißt. Die Kunden werden einen umfassenden Einblick erhalten in das, was mit ihrem Geld geschieht und auch

mitentscheiden können. Die Alternativbank wird nicht gewinnorientiert agieren, sondern die gemeinwohlorientierte Realwirtschaft fördern.

**... Zinsverzicht erwünscht**

Unternehmen und Projekte, an die die BfG Kredite vergibt, wird sie hinsichtlich ihrer Gemeinwohlorientierung überprüfen. Bevorzugt werden Investitionen in Ökologie, Soziales, Erneuerbare Energie, Kultur, alternative Wohnprojekte usw. – je gemeinwohlorientierter ein Projekt ist, umso günstiger soll der Kredit sein. Um das finanzieren zu können, werden die Sparer zum Zinsverzicht eingeladen.

Unter der Leitung von Innovationsmanagerin Christine Tschütscher und Robert Moser, langjähriger Bankenmanager in Tirol, wurde eine freie, stetig wachsende Genossenschaft errichtet, die die für die Banklizenenzierung erforderlichen sechs Mio. Euro bereitstellt. Bis Ende 2016 sollen rund 40.000 Genossenschafter ein Kapital von ca. 15 Mio. Euro zur Verfügung stellen. Anfang 2017 soll dann die eigentliche Bank eröffnen. (lk)

Raiffeisen  
Meine Bank



**Starten statt warten:**

**Mit dem Raiffeisen Vorsorge-Plan.**

Jeder hat individuelle Ziele im Leben. Und sorgt anders vor. Das Gute: Sie können selbst bestimmen, wie und mit welchem Tempo Sie Ihre Ziele erreichen wollen. Fragen Sie jetzt Ihren Raiffeisenberater, welche Produkte am besten zu Ihnen passen. [vorsorgen.raiffeisen.at](http://vorsorgen.raiffeisen.at)



Mehr Infos zum  
Vorsorge-Rennen.



**DEAL MIT CITIBANK****RBI kauft in Tschechien zu**

WIEN/PRAG. Die RBI wird über ihre tschechische Tochter das Privatkunden- und Kreditkartengeschäft der tschechischen Citibank kaufen. Der Deal soll im ersten Quartal 2016 abgeschlossen sein, wenn alle Behörden zustimmen.

Tschechien sei einer der Märkte, in denen die RBI wachsen will, auch wenn konzernweit die risikogewichteten Aktiva reduziert werden. Denn in diesem Land gebe es „stabile wirtschaftliche und rechtliche Rahmenbedingungen und weiteren Aufholbedarf sowie Wachstumspotenzial im Bankenmarkt“. Auch seien „unsere Erwartungen in Bezug auf Profitabilität und Risiko positiv“, sagt Karl Sevelda, Vorstandsvorsitzender der RBI.

Ende des ersten Halbjahrs 2015 betreute Raiffeisen in der Tschechischen Republik mit etwa 2.700 Mitarbeitern rund 397.000 Kunden in 125 Geschäftsstellen. (red/ag)

**BANKEN UND FINTECHS****Kannst du sie nicht schlagen ...**

FRANKFURT. Unternehmensberaterin Friederike Stradtman vom Consultinghaus Accenture rät deutschen Banken, mit Fintechs zu kooperieren, anstatt sich gegenseitig zu bekämpfen. Dies könnte für beide Seiten lohnend sein. Die hohe Innovationskraft von Fintechs lasse sich gut mit der Markt- und Markenmacht etablierter Banken verbinden. „Das Beste aus beiden Welten zu nehmen, bedeutet Wachstum für beide Seiten“, so Stradtman vor Kurzem auf der ersten Konferenz für Finanztechnologie an der Goethe-Uni Frankfurt. Allein im Vorjahr seien über 12 Mrd. USD (10,6 Mrd. €) in Fintechs geflossen – junge, technologiegetriebene Unternehmen, so fondsprofessionell.at. (red)

**DEUTSCHE BANK****25.000 Deutsche Banker weg?**

FRANKFURT. Von den fast 100.000 Mitarbeitern der Deutschen Bank könnten in den nächsten Jahren Finanzkreisen zufolge noch maximal 75.000 übrig bleiben. Allein 15.000 Mitarbeiter sollen den Konzern mit dem IPO der Postbank verlassen, der für 2016 geplant ist.

Zur Disposition stünden daneben viele der 20.000 Stellen, die die Bank in den vergangenen Jahren in Niedriglohnländern aufgebaut hat, so Insider. Das habe der neue Vorstandschef John Cryan auf der letzten Aufsichtsratsklausur am Tegernsee klar gemacht. Beschlüsse gebe es noch nicht.

Die Bank, die bereits Umstrukturierungen hinter sich hat, will die Kosten mittelfristig um weitere 3,5 Mrd. Euro senken. Weitgehend zurückziehen will sie sich Insidern zufolge aus Russland, wo sie ein Geldwäsche-Skandal plagt. (ag)



© Panoramamedia.net/Lukasz Janyst  
Im noblen Monte Carlo geht es jetzt um wirklich viel Geld – die Milliarden der Versicherer.

# Rückversicherer horten 377 Mrd. €

Beim Branchentreffen in Monte Carlo legen die Erstversicherer den Rückversicherern die Daumenschrauben an: 2016 sollen sie es billiger geben.

MONTE CARLO. Diese Woche stand die Nobeldestination Monte Carlo im Zeichen der (Rück-)Versicherer: Manager von Unternehmen wie dem Weltmarktführer Munich Re rangen beim Branchentreffen in Monte Carlo mit Erstversicherern wie der Allianz um die Konditionen für das nächste Jahr. Denn in der Branche ist es üblich, dass die Verträge für das Kalenderjahr abgeschlossen werden – und nun rückt 2016 heran.

Die Messer sind gewetzt, die Preise dürften weiter sinken. Für die Rückversicherer sind ihre dicken Kapitalpolster und die gerin-

gen Katastrophenschäden schlechte Karten im Verhandlungspoker. Zur Jahresmitte saßen die 40 weltgrößten Rückversicherer auf 423 Mrd. US-Dollar (umgerechnet 377 Mrd. Euro) – ein neuer Rekord, wie die Ratingagentur Standard & Poor's (S&P) ausgerechnet hat. Die Experten bewerten die Kapitalsituation der Branche mit der Topnote „AAA“.

**Viele Begehrlichkeiten**  
Doch die künftigen Geschäftsaussichten sind trüber, schätzen neben S&P auch die Ratingagenturen Moody's, Fitch und die auf Versi-

cherer spezialisierte Agentur A.M. Best.

Das viele Kapital verdanken die Rückversicherer ihren Gewinnen aus den vergangenen Jahren, in denen schwere Naturkatastrophen Schäden weitgehend ausgeblieben waren – für sie sind die hohen Kapitalreserven eigentlich da.

Hinzukommt, dass die Unternehmen viele alte, hochverzinste Wertpapiere im Bestand haben, die im aktuellen Zinstief kräftig im Kurs gestiegen sind. Doch im Gegenzug drückt der Niedrigzins die laufenden Einnahmen aus Kapitalanlagen. Unterm Strich hat die Bran-

che derzeit „mehr Kapital, als sie zum Arbeiten bringen kann“, meint Johannes Bender, Versicherungsexperte von S&P.

**Zuletzt wenig Katastrophen**

Die Rückversicherer selbst betonen, dass die relativ geringe Katastrophenzahl der letzten Jahre ein Ausreißer sei – man also genügend Kapital nach wie vor nötig habe.

Vor der Verhandlungsrunde zeigte man Härte. Marktführer Munich Re setzt dem Preisdruck über die Erneuerung von Verträgen mit den Erstversicherern entgegen: „Unsere Kapazität, unsere Expertise und unser individueller Service sind gefragt“, betonte Vorstand Torsten Jeworek. „Gleichzeitig betreiben wir weiterhin aktives Zyklusmanagement und setzen unsere Kapazität nur dort ein, wo wir angemessene Preise und Bedingungen erzielen können.“

**Neue Konkurrenz ...**

Doch die Branche ist nicht mehr allein: Vor allem in der Schaden- und Unfall-Rückversicherung machen Hedgefonds und andere Investoren traditionellen Rückversicherern Konkurrenz – kein Wunder, schließlich verdient die Branche weiterhin gut. „8 bis 10 Prozent Rendite nach Steuern sind immer noch attraktiv“, sagt Bender.

Waren die Preise im vergangenen Jahr im Schnitt um zehn Prozent und mehr eingebrochen, so geht die Ratingagentur Standard & Poor's für das kommende Jahr immerhin von einem Minus von fünf bis zehn Prozent aus. Auch die Ratingagentur Fitch erwartet 2016 erneut sinkende Preise für den Rückversicherungsschutz.

**... und die neuen Strategien**

Große Rückversicherer wie Munich Re, Swiss Re, Hannover Rück und Scor versuchen als Antwort auf die Marktlage auch, in profitablen Nischen zu wachsen und sich aus dem lange begehrten Katastrophen geschäft ein Stück zurückzu ziehen; kleinere Branchenvertreter suchen ihr Heil dagegen verstärkt in Zusammenschlüssen. (gst/ag)

# Steuerreform: das bleibt

Swiss Life Select wollte wissen, was die Österreicher mit den monatlich 100 Euro Ertrag aus der Steuerreform tun werden.

••• Von Gerald Stefan

WIEN. Im Durchschnitt bringt die Steuerreform 2015/16 den Österreichern etwa 100 Euro im Monat. Doch was wird mit dem Geld passieren? Dieser Frage ging GfK im Auftrag des Finanzberaters Swiss Life Select auf den Grund. Die repräsentative Studie wurde über den Sommer 2015 unter 1.000 Österreichern und Österreichern durchgeführt.

Das Ergebnis ist wenig erfreulich für Konsumtempel, aber interessant für Finanzunternehmen: Die Bevölkerung beschäftigt sich zwar offensichtlich mit der Steuerreform – jeder Vierte hatte zum Zeitpunkt der Befragung seine persönliche Steuerentlastung bereits ausge rechnet –, doch mit dem Geldsegen



© APA/Helmut Föringer  
Mehr anlegen, auch in die eigene Ausbildung: Das ist das Hauptanliegen.

einkaufen und die Wirtschaft beleben will nur eine Minderheit; konkret plant nur ein Viertel, das Geld sofort auszugeben. Die Mehrheit

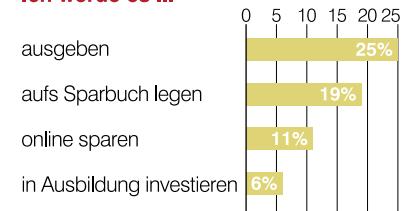
will es eher auf ein Sparbuch legen (19%), online sparen (11%), in die eigene Ausbildung oder in andere Anlage- und Versicherungsformen

investieren. Insofern hat die Studie erfreuliche Resultate für die österreichische Finanzbranche parat.

**Vorsorge ist Top-Thema**

Stolze 83% halten finanzielle Vorsorge für sehr oder eher wichtig. Durchschnittlich sorgen zwei Drittel mit einem Sparbuch bzw. Spar konto oder einem Bausparvertrag für die Zukunft vor; jeder zweite besitzt eine Lebensversicherung.

Frei werdende Mittel aus einem auslaufenden Vorsorgevertrag will ein Viertel auf ein Sparbuch legen oder in das gleiche Produkt per Neuvertrag investieren. Immerhin ein Drittel würde in langlebige Güter investieren.

**Wohin mit dem Geld?****Ich werde es ...**



# real:estate

**CA Immo** Portfolio-Bereinigung brachte heuer mehr als 80 Mio. € Erlös **58**

**Immofinanz** Weniger Mieterlöse, mehr Nettogewinn im 1. Quartal **59**

**Immobilien-Leasing** Deloitte-Studie: Neugeschäft legte stark zu **60**

**willhaben.at** Mietpreisindex deutet auf Trendumkehr hin **61**

© willhaben.at

**Neue Thermen** Verwirrung um die neue EU-Regelung **62**



© PeopleShare Foundation

## Ein Immobilien-Entwickler mit einem „Herz-Traum“

Erfolgreich und beseelt vom unternehmerischen Tun mit sozialer Ader: Immobilien-Veteran Hermann Rauter zeigt, wie das geht. **58**

**WIR WISSEN,  
WO DAS GLÜCK  
ZU HAUSE IST**

Provisionsfreie Wohnungen direkt vom Bauträger!

**BUWOG**  
group

T +43 (0)1 878 28-1111  
[www.buwog.com](http://www.buwog.com)

**IMMO-CONTRACT**  
VERTRAUEN VERBINDET

Wenn Sie Ihre Traumimmobilie nicht nur suchen, sondern auch finden wollen!

**VERMITTLUNG  
VERWALTUNG  
BEWERTUNG**

Vertrauen Sie auf das Wissen von Experten!  
[www.IMMO-CONTRACT.com](http://www.IMMO-CONTRACT.com)  
050 450-0

VOM TRAUM ZUM RAUM

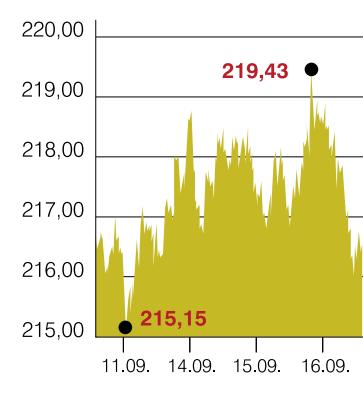
**Top Beratung für Ihre Immobilie!**

[www.ehl.at](http://www.ehl.at)



Wir leben Immobilien.

**IATX** 9.–16. September 2015



**1,48%**  
conwert

**-2,75%**  
Warimpex

<b>conwert</b>	1,48%
<b>S Immo</b>	0,13%
<b>Immofinanz</b>	0,10%
<b>Atrium</b>	-0,32%
<b>CA Immo</b>	-0,46%
<b>Buwog</b>	-1,52%
<b>Warimpex</b>	-2,75%

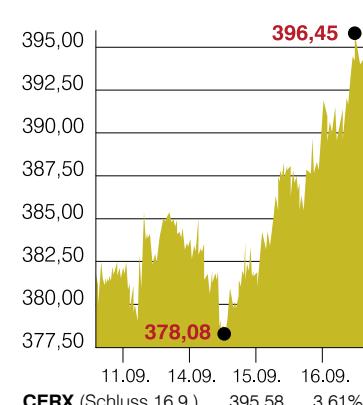
### Immo-Fonds

1-Monat-Performance (per 16.9.2015)

<b>JPM Gl. R E Sec. (USD) I Acc</b>	1,58%
<b>DWS Immoflex Verm.mandat</b>	-1,10%
<b>RP Gl. Real Estate T</b>	-2,35%
<b>LF Lux Forum Gl. REITS Inc.</b>	-2,65%
<b>3 Banken Immo Strategie</b>	-3,54%

<b>DBXT CSI 300 R E UCITS ETF</b>	-17,08%
<b>Nordea 1 Gl. R E BP SEK</b>	-10,72%
<b>BNY Mellon Gl. Pr. Sec. I GBP</b>	-9,61%
<b>First State As. Pr. Sec. A EUR</b>	-9,60%
<b>AXA WF Framlington Gl. R E</b>	-9,57%

**CERX** 9.–16. September 2015





#### PORTRAIT-BEREINIGUNG

#### *CA Immo verkauft weiter*

WIEN. Im Zuge ihres strategischen Rückzugs aus nicht zum Kerngeschäft gehörigen Segmenten hat die börsennotierte CA Immobilien AG auch in Österreich etliche Immobilien verkauft.

2015 brachte die Portfolioberichtigung des Immobilienkonzerns bisher über 80 Mio. Euro an Verkaufserlösen.

2014 wurden zahlreiche kleinere, gemischt genutzte Immobilien in ganz Österreich mit einem Gesamtvolume von rd. 60 Mio. Euro veräußert. Abgeschlossen wurden kürzlich u.a. der Verkauf des 5.800 Quadratmetern fassenden Rainer-Hofs in der Wiener Wiedner Hauptstraße sowie ein gemischt genutztes Gebäude in der Mariannengasse, ebenfalls in Wien.

Bruno Ettenauer, CEO von CA Immo: „Mit dieser Fokussierung auf große Büroimmobilien in guten urbanen Lagen erhöhen wir einerseits die Qualität unseres Portfolios, andererseits die Effizienz der Bestandsbewirtschaftung. Gleichzeitig konnten wir die derzeit gute Nachfrage von Investoren für erfolgreiche Abschlüsse nutzen. Die mit diesen Verkäufen verbundene Reduktion unseres Österreich-Portfolios wollen wir mit selektiven Zukäufen bzw. eigenen Projektentwicklungen in Wien wieder ausgleichen.“ (red)



Rauter hat sich mit der Immo-Gesellschaft Herztraum seinen eigenen Lebenstraum erfüllt: zu helfen, z.B. indem er syrischen Kindern Kleidung schenkt.

# Erfolgreich glücklich

Der Immo-Unternehmer Hermann Rauter gibt die Hälfte seiner Projektgewinne an soziale Projekte ab und hilft Flüchtlingen.

#### ••• Von Kurt Sattlegger

WIEN. Eigentlich ist es naheliegend: Ein wesentlicher Umstand, der allen in der Flüchtlingskrise zu schaffen macht, sind die fehlenden Unterkünfte. Wer könnte daher besser Abhilfe schaffen, als die Immobilienbranche selbst? Hermann Rauter, in der Branche seit 25 Jahren aktiv, macht jetzt genau das: Er startet ein Projekt, bei dem Flüchtlingsfamilien vorübergehend leer stehende Wohnungen zur Verfügung gestellt bekommen.

Branchenkollegen vermitteln ihm strategische Leerstände – allerdings unter einer Bedingung: Rauters Unternehmen, die Herztraum Immobilientreuhand GmbH, übernimmt die Haftung und garantiert dafür, dass die Flüchtlinge wieder ausziehen, wenn der Eigentümer die Wohnung braucht. Das ganze basiert unter dem Titel einer unentgeltlichen Überlassung. 30 bis 50 Familien will Rauter vor dem Winter auf diese Weise mindestens unterbringen.

**Großer Erfolg, Ernüchterung**  
Das soziale Engagement des Immobilienentwicklers ist nicht neu, es ist vielmehr – und das ist das besondere dran –, in seinem Unternehmen institutionalisiert. 50% seiner Projektgewinne gehen direkt in eine gemeinnützige Stiftung, die Hilfsprojekte durchführt.

Begonnen hat Rauters ungewöhnliche Ausrichtung 2010 mit einer Zielerfüllung und der darauf folgenden Unzufriedenheit. Jahrzehnt davor war der gebürtige Kärntner ohne Geld nach Wien gekommen, hatte aber einen Plan: Viel arbeiten, viel Geld verdienen und glücklich sein. Und so brachte er im Laufe der Jahre eine Reihe von Immo-Projekten zum Laufen. Er ist Mitbegründer und nach wie

vor Miteigentümer der online-hausverwaltung und von vienna immobilien. Ziele erfüllt – die Zufriedenheit blieb aus. „Ich wollte nicht mein ganzes Leben weiter dem Geld nachlaufen.“ Also machte er einige Zeit gar nichts, was sich aber als noch unbefriedigender herausstellte.

**Das Glück, helfen zu können**  
Bis er die Lösung für sein Motivationsproblem fand: Er stieg wieder kräftig als Immobilienentwickler ein, die Hälfte des erzielten Gewinns geht aber fix in seine gemeinnützige Stiftung. Damit werden soziale Projekte verwirk-

licht, in denen es immer um Kinder geht. Jetzt konnte er wieder mit voller Motivation den Kaufmann leben, mit dem nachhaltigen Gefühl, etwas Sinnvolles zu tun. Rauter spricht vom tiefen Glück, das man erfährt, wenn man anderen helfen kann, etwa jenen syrischen Kindern, denen er Winterkleidung brachte. Die persönliche Übergabe war notwendig wegen der steuerlichen Auflagen. Zehn Prozent seines Firmengewinns kann er steuerfrei an die Stiftung spenden, für die restlichen Zuwendungen sind 25% Steuer fällig. Die Stiftung muss aber penibel nachweisen, dass die Mittel bei den Begünstigten ankommen. Etwa ein Viertel des Stiftungsgelds stammt bereits von anderen Spendern, großteils Branchenkollegen.

**Geschäfte mit sozialer Note**  
Rauter entwickelt weiter Luxusimmobilien. In letzter Zeit wurde seine Objektentwicklung aber von der sozialen Ausrichtung seiner Stiftung beeinflusst. Und da stelle sich heraus, dass beides unmittelbar vereinbar ist: gute Immo-Geschäfte mit sozialer Note.

So entwickelt er gerade am Hauptbahnhof ein Projekt mit kleinen Mietwohnungen für Alleinerziehende – ein normales kaufmännisches Projekt, so Rauter, aber mit einem sozialen Zusatznutzen: Im Erdgeschoß sind kinderfreundliche Gemeinschaftsräume untergebracht, Kinder können hier gemeinsam spielen oder z.B. von Therapeuten betreut werden, ohne dass sie quer durch die Stadt fahren müssen. Für die Eltern gibt das mehr Freiraum. Es rechnet sich wie normale Mietwohnungen, so Rauter, hält mit einem Zehntelprozentsabschlag bei der Rendite, der aber gern, auch von anderen Investoren, in Kauf genommen wird.



“

*Es ist ein tiefes Glück:  
Wenn du hilfst, hast du  
ein richtig gutes Gefühl.*

“



#### RATING DURCH S&P

#### *conwert: vorläufig BBB-*

WIEN. Die conwert Immobilien Invest SE wurde von der Ratingagentur Standard&Poor's (S&P) mit einem vorläufigen langfristigen Unternehmensrating von „BBB-“ eingestuft hat. Der Ausblick ist stabil.

S&P hebt im Bericht u.a. das gute Wohnimmobilienportfolio in Deutschland und Österreich mit einer positiven Marktdynamik sowie auch die nach der Restrukturierung der Zinsswap-Verträge 2014 und 2015 verbesserten Bonitätskennzahlen von conwert hervor.

conwert-CEO Wolfgang Beck zeigt sich zufrieden: „Dieses vorläufige Investment Grade-Rating spiegelt den guten Fortschritt unseres Refinanzierungsprogramms wider und ist ein wesentlicher Schritt, um conwert besser zu positionieren.“

Das endgültige Rating werde von der erfolgreichen Emission einer unbesicherten Benchmark-Anleihe bedingt sein, die conwert – abhängig von den Marktbedingungen – ins Auge gefasst hat.

CFO Thomas Doll betont, dass man damit einen Schritt weiter im umfassenden Programm zur Finanzierungsoptimierung sei und so Zugang zum öffentlichen Fremdkapitalmarkt erhalte, was die Reduktion der Fremdkapitalkosten von derzeit 3,91% auf ein Level erleichtere, das den conwert-Peers entspreche. (red)

# Preisnachlass für Russland-Mieter

Das operative Ergebnis der Immofinanz ist im ersten Quartal eingebrochen, der Nettogewinn jedoch dank Neubewertungen angestiegen.

WIEN. Die Krise in Russland hat beim heimischen Immobilien-Konzern Immofinanz zu Einbußen bei den Mieterlösen geführt. „Im Geschäftsverlauf des ersten Quartals spiegelt sich die im Jahresvergleich stattgefundene Verschlechterung der wirtschaftlichen Situation in Russland in Form der von uns gewährten Mietreduktionen wider“, kommentierte Vorstandschef Oliver Schumy die Quartalszahlen.

Die Mieterlöse fielen zwischen Mai und Juli 2015 um 22,3% geringer aus als im Vorjahreszeitraum, sie sanken auf 91,4 Mio. Euro. Neben den temporären Rabatten für die russischen Mieter in den Shopping Centern der Immofinanz hätten auch Immobilienverkäufe zum Rückgang der Mieterlöse geführt.

Das operative Ergebnis (EBITDA) brach um 41% von 90,9 auf 53,6 Mio. Euro ein. Dies sei zum überwiegenden Teil auf die geringeren Mieterlöse zurückzuführen, heißt es weiter. Unterm Strich gab es hingegen einen kräftigen Gewinnanstieg. Das Konzernergebnis betrug 126,2 Mio. Euro (Vj: -6 Mio. Euro); dieser Anstieg sei primär auf positive Effekte aus der Immobilienbewertung zurückzuführen.

**EBIT über Analystenprognose**  
Das Betriebsergebnis (EBIT) kletterte auf 296,6 Mio. Euro, nach mageren 11,9 Mio. Euro vor einem Jahr; Analysten hatten hier im Schnitt mit 225,4 Mio. Euro gerechnet. Bei den Mieterlösen lagen die Bankexperten mit prognostizierten 92,9 Mio. Euro nah dran.

Operativ macht der Immofinanz in Russland der Rubelkurs zu schaffen. Man stehe in intensivem Kontakt mit den Mietern, um die wechselkursbedingten Mehrkosten

bei der Miete abzufedern, erklärte der Konzern am Donnerstag.

## Alles außer Russland stabil

Man werde die Rabatte Quartal für Quartal überprüfen und „sie – so lange wie notwendig – fortsetzen“, kündigte Schumy an.

Im Ausblick erwartet die Immofinanz „mit Ausnahme Russlands weitgehend stabile Mieten“. Die wirtschaftliche Lage in Russland sei unverändert mit einem hohen Maß an Ungewissheit behaftet, die keine verlässlichen Prognosen zulasse. (ag/lk)



Nachlässe für Shoppingcenter-Mieter und Verkäufe ließen die Erlöse um 22,3% sinken.



## Familien? Planung!

### IMMOFINANZ II

#### Buwog-Aktien für 150 Mio. platziert

WIEN. Der Immobilienkonzern Immofinanz hat für rund 150 Millionen Euro ein Buwog-Aktienpaket verkauft. Die Platzierung von 8,5 Millionen Aktien der früheren Tochter sei erfolgreich abgeschlossen worden, wie es heißt.

Mit dem Erlös sollen Zahlungen an die Inhaber von Schuldschreibungen, die die Barvergütungsoption des Umtauschangebots für eine 375 Millionen Euro schwere Wandelanleihe angenommen haben, teilweise finanziert werden.

Wegen der hohen Nachfrage nach Buwog-Aktien sei das ursprünglich geplante Platzierungsvolumen von fünf Millionen Aktien auf 8,5 Millionen Aktien erhöht worden. (ag)

Die Stadt Wien baut vor: Kreative Wohnkonzepte für unterschiedliche Lebenssituationen

Der wohnfonds\_wien fördert im Auftrag der Stadt Wien flexible Wohnprojekte. Denn das Zusammenleben von Menschen unterschiedlichen Alters, in veränderlichen Lebensphasen und mit vielfältigsten individuellen Bedürfnissen erfordert flexible Konzepte. Die Wohnungsgrundrisse müssen ebenso vielfältig nutzbar sein wie die Gemeinschaftsräume und Freiflächen.

**wohnfonds\_wien**  
fonds für wohnbau und stadtneuerung

gut für sie. schön für wien.

[www.wohnfonds.wien.at](http://www.wohnfonds.wien.at)

**wien.  
unser zuhause.**  
Geschäftsgruppe Wohnen, Wohnbau & Stadtneuerung

**UM RUND 700 MIO. EURO**  
**GE veräußert**  
**Gewerbeportfolio**

FRANKFURT. Die Finanzsparte des General-Electric-Konzerns verkauft ihr gewerbliches Immobiliengeschäft in Deutschland im Umfang von rund 700 Mio. Euro. Neuer Eigentümer der Objekte und Kredite ist der UK-Private-Equity-Investor Kildare Partners, berichtet [www.immobilienzzeitung.de](http://www.immobilienzzeitung.de).

Die Transaktion sei Teil der Konsolidierungsstrategie, die Mutter, General Electric, will sich auf das industrielle Kerngeschäft konzentrieren.

GE Capital Real Estate habe vor einem Jahr noch ambitionierte Neugeschäftsziele für den deutschen Gewerbeimmobilienmarkt angekündigt, nun hat man sich von einem Großteil der deutschen Immobilien und Immobiliendarlehen getrennt. (red)

**CROWDINVESTING**

**Endspurt bei**  
**Home Rocket**

WIEN. Bei Home Rocket, der ersten globalen Crowdfunding-Plattform für Immobilien, steht der Abschluss des ersten Projekts unmittelbar bevor. Gründer und Geschäftsführer Wolfgang Deutschmann zufolge habe das Immobilienprojekt in der Donaufelderstraße in Wien Donaustadt drei Viertel der notwendigen Funding-Schwelle von 200.000 Euro erreicht.

Bei Erreichen der Funding-Schwelle fließe das Investment in das Budget des Bauträgers ein, und der Investitionszeitraum für Anleger beginne.

Bis 20. Oktober kann man noch – ab einer Mindestsumme von 250 Euro – investieren. Die Laufzeit der Beteiligung: 18 Monate, bei einer Verzinsung von 5% p.a. (red)

**DIE 8% BOX**

**Bond der Immobilienrendite AG**

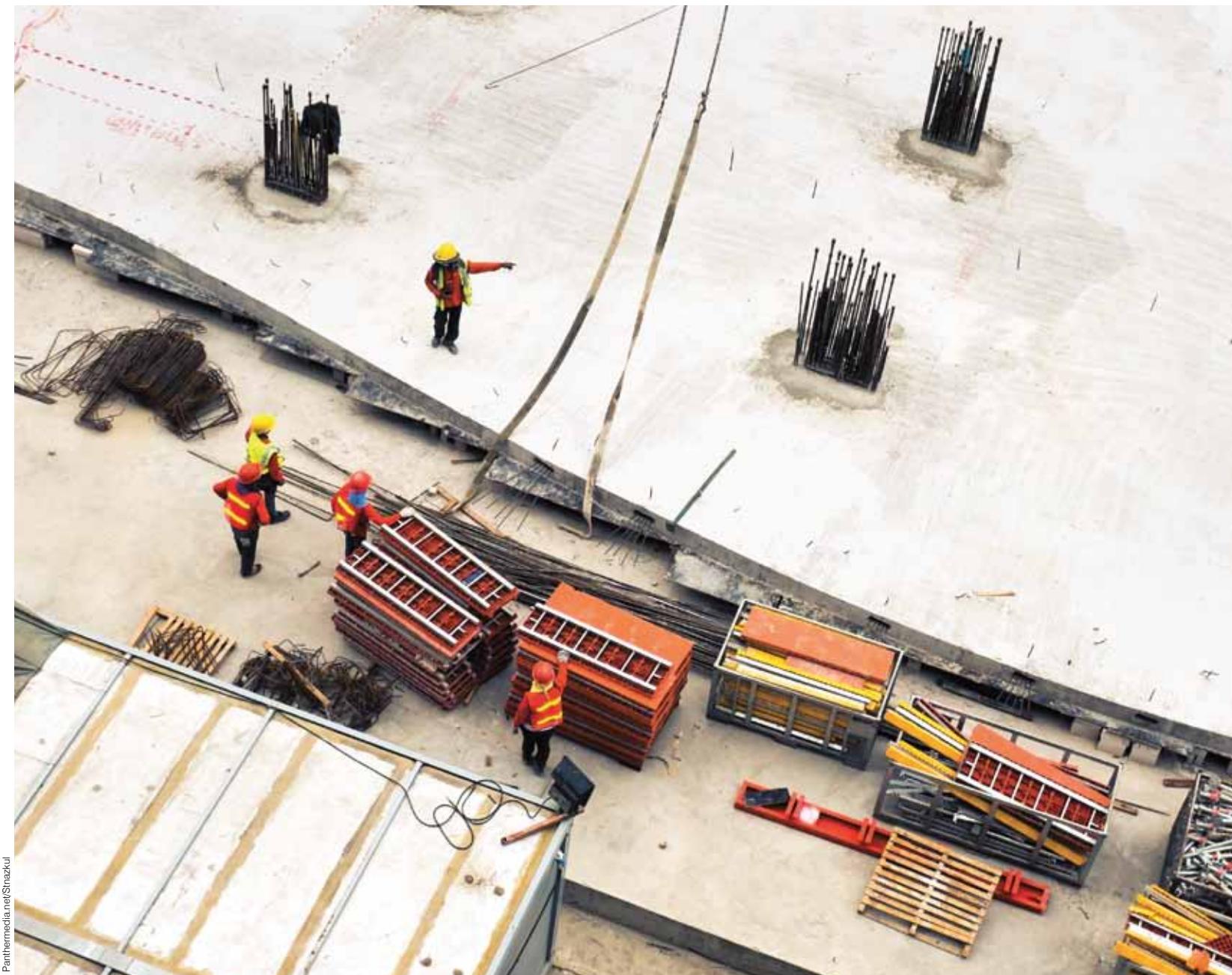
WIEN. Die Immobilienrendite AG bietet derzeit eine Unternehmensanleihe an. Als Rendite werden 8% p.a. in Aussicht gestellt. Seit 2009 bereits lasse man Investoren am Unternehmenserfolg teilhaben, heißt es.

Das Modell: Immobilien in Österreich werden gekauft, wenn nötig saniert und verkauft oder vermietet. Die Anlageobjekte seien breit gestreut – vom Luxusdomizil bis zur Lagerfläche, vom Büro bis zur Mietwohnung. „Durch die Verbesserungsmaßnahmen muss eine Wertsteigerung von mindestens 30 Prozent erzielbar sein“, heißt es. Die Mindestinvestition beträgt allerdings 100.000 Euro. Die Laufzeit sei zwischen drei und zehn Jahren frei wählbar. Die Auszahlung der Zinsen erfolgt jährlich zur Hauptfälligkeit.

Als Absicherung werde jeder Anleger mit seiner Anlagesumme ins Grundbuch eines konkreten Objekts eingetragen. (lk)

# „Attraktive Alternative“

Laut Deloitte wurde Immo-Leasing von den heimischen Wirtschaftstreibenden als gute Finanzierungsalternative erkannt, um den Investitionsstau nachhaltig zu lösen.



•• Von Linda Kappel



**G. Marterbauer**

Der Partner von Deloitte Österreich und Mitautor der Studie sieht Immobilien-Leasing als hilfreich, wirkliche Anreize für privatwirtschaftliche Investitionen zu schaffen.

sident des Leasingverbandes und Geschäftsführer der Hypo Steiermark Leasing-Holding, überzeugt.

34,3% der Befragten erwarten in den nächsten 12 bis 24 Monaten einen leichten Anstieg der Investitionen in geleaste Investitionsgüter. 23,2% halten es für wahrscheinlich oder sehr wahrscheinlich, in geleaste Immobilien zu investieren.

**Positive Bilanzeffekte**

Mit 65% sehen deutlich mehr als die Hälfte der Befragten Vorteile durch Immobilienleasing bei Eigenkapital, Liquidität und Steuern. Damit sind Bilanzeffekte im Vergleich zum Kredit das Hauptargument für Immobilienleasing.

Bei möglichen Zusatzfeatures bei Leasingangeboten wünschen sich 38% der Befragten mehr Sicherheit durch längerfristige Verträge (mehr als zehn Jahre). Damit wäre eine klare Positionierung von Immobilienleasing gegenüber Zinsbindungsduern bei Krediten erreicht. Viele Studienteilnehmer

**337**  
**Mio.**

**Der Markt**

Im 1. Halbjahr 2015 hat sich das Immobilien-Neugeschäft der im österreichischen Leasingverband vertretenen Firmen im Vergleich zur Vorjahresperiode um

109,4% auf 337 Mio. € mehr als verdoppelt. Die durchschnittliche Vertragssumme

stieg um rund 70% auf 4,8 Mio. €, die Anzahl der Verträge legte um

22,8% zu.

sehen einen Kredit als teurer als Leasing an.

**Zusätzliche Services gewünscht**  
 Jeweils 17,7% regen zusätzliche Services wie Energieeinkaufsgemeinschaften zu besseren Konditionen und Facility Management über den Leasinggeber an. Gewünscht wird mitunter auch ein eigener All-Over-Leasing-Betreuer für sämtliche Leasingarten

30% der Befragten würden Immobilienleasing einem Geschäftspartner als Finanzierungsmöglichkeit empfehlen. Vor allem Wirtschaftsprüfer und Steuerberater spielen als „Recommender“ eine wichtige Rolle. Von solchen Empfehlungen profitieren insbesondere der Handels- und Dienstleistungssektor. In der Energie- und Bauwirtschaft herrscht dagegen eher Zurückhaltung. Wer gute Erfahrungen mit Mobilien-Leasing gemacht hat, neigt nach Umfrage auch zum Immo-Leasing.

In Sachen Transparenz fühlen sich die Befragten ausreichend über Immobilienleasing informiert. Allerdings haben sich nur rund 40% der Studienteilnehmer im Vorjahr mit dem Thema beschäftigt. Knapp 25% geben an, sich damit noch nie beschäftigt zu haben.

Im Auftrag des Verbandes Österreichischer Leasing-Gesellschaften hat Deloitte Anfang 2015 104 Experten, Immobilienspezialisten und Unternehmer aus den Bereichen Immobilien, Handel und Dienstleistungen sowie Wirtschaftsprüfer und Steuerberater befragt.

**Gemischtes Bild**  
 Die Ergebnisse zeichnen ein für das Immobilienleasing gemischtes Bild. „Der Immobilienleasing-Markt war in den vergangenen Jahren rückläufig. Ursachen sind neben projektbezogenen Schwankungen und der konjunkturell verhaltenen Investitionsstimmung vor allem die veränderten rechtlichen Rahmenbedingungen sowie das allgemeine Finanzierungsumfeld. Die steigende Notwendigkeit für Unternehmen, ihre Betriebsstätten zu erneuern und Standorte zu erweitern, um wettbewerbsfähig zu bleiben, wird dem Immobilienleasing als attraktive Finanzierungsalternative neue Impulse geben“, zeigt sich Klaus Klampfl, Vizeprä-



Judith Kössner: „Wir haben durchaus gute Nachrichten für potenzielle Mieter.“

# Trendumkehr bei Mieten ersichtlich

Der Mietpreisindex von willhaben.at verrät: Mieten für Wohnungen und Häuser werden nur in der Steiermark, in Salzburg und Wien tendenziell teurer.

••• Von Linda Kappel

WIEN. Die Immobilienplattform willhaben.at hat die Preisentwicklung von Mieten für Wohnungen und Häuser in Österreich unter die Lupe genommen. Verglichen wurden die Bruttomietpreise des Jahres 2014 mit jenen des ersten Halbjahrs 2015. Bei den Preisen handelt es sich um Angebotspreise von insgesamt mehr als 260.000 Objekten, wie sie von den Vermietern auf willhaben.at publiziert wurden.

Über das gesamte Bundesland betrachtet, sind die durchschnittlichen Quadratmeter-Mietpreise für Wohnungen in Salzburg, der Steier-

mark und Wien im ersten Halbjahr 2015 teurer geworden. Günstiger wurde es dagegen für potenzielle Mieter in allen anderen Bundesländern. Und am stärksten ließen die Preise in Vorarlberg, Tirol und Kärnten nach.

**Zu große Wohnungen gehen nicht** Gemäß der Untersuchung haben sich Objekte mit mehr als 110 m<sup>2</sup> im Bundesland Salzburg am stärksten entwickelt; hier stiegen die Mieten um mehr als 7 Prozent.

Durchaus überraschend folgen Mietwohnungen im Burgenland (81 bis 110 m<sup>2</sup>) mit einer Mietpreissteigerung von 4,27 Prozent.

Am stärksten verloren besonders große Wohnungen im Burgenland; hier lagen die Mietpreise um knapp 15 Prozent unter jenen des Vorjahrs.

Ebenso gab es in Vorarlberg und Tirol Preiseinbußen bei großflächigen Wohnungen mit mehr als 110 m<sup>2</sup> von mehr als 10 Prozent.

## Miethäuser in Wien begehrt

Bei Miethäusern stiegen in den Bundesländern Wien (4,88%), Burgenland (3,44%) und Salzburg (1,32%) die Preise. Rückläufig waren Tirol (-16,58%), Kärnten (-4,96%), Oberösterreich (-2,68%), und Niederösterreich (-1,45%).

## Divergente Entwicklung

Judith Kössner, Leiterin des Immobiliengeschäfts von willhaben.at, resümiert: „Die Mietpreise haben sich im ersten Halbjahr 2015 sehr unterschiedlich entwickelt. In den Bundesländern Steiermark und Salzburg hat sich die bekannte Preisdynamik größtenteils fortgesetzt. In den restlichen Bundesländern ist eine Trendumkehr klar erkennbar.“

Und wie sieht es in der Bundeshauptstadt im Detail aus? In Wien wurden in den Bezirken Hietzing (-2,67%), Landstraße (-1,79%) und Meidling (-1,77%) Mietwohnungen gegenüber dem Vorjahres-Durchschnitt am deutlichsten günstiger angeboten.

## Donaustadt zieht an

In den Bezirken Donaustadt (+4,81%), Mariahilf (+3,91%) und Leopoldstadt (+3,01%) haben Wiens Wohnungsmietpreise heuer hingegen am stärksten angezogen.

Insgesamt sind die durchschnittlichen Wohnungsmietpreise in Wien leicht gestiegen. Am stärksten zogen kleine Wohnungen bis 50 Quadratmeter an. Hingegen geben Wohnungen zwischen 81 und 110 Quadratmeter preislich durchschnittlich etwas nach.

## Mietpreise Österreich

**260.000 Objekte**  
Vergleich 2014 zum 1. Halbjahr 2015



## INSOLVENT

### Nach Hanlo nun Schachnerhaus

NIEDERÖBLARN. Der steirische Fertighausproduzent Schachnerhaus GmbH hat beim Landesgericht Leoben einen Insolvenzantrag gestellt. Steuerschulden aufgrund von möglichen Malversationen und Mängel bei Altbaustellen werden als Ursache dafür genannt. Die Überschuldung beträgt 4,90 Mio. Euro, 74 Mitarbeiter sind betroffen.

Aufgrund der vermeintlichen Malversationen hat die Geschäftsleitung die Bilanz 2014 nicht unterzeichnet und Selbstanzeige beim Finanzamt erstattet. Die Analyse ergab eine Steuerschuld von rund 1,2 Mio. Euro. Verhandlungen mit dem Alteigentümer, um eine Rückabwicklung des Kaufs zu erreichen, verließen erfolglos. Mehr als 200 Gläubiger sind betroffen.

Im Mai hatte die steirische Hanlo Fertighaus GmbH Insolvenz angemeldet. (APA)

## DEUTSCHLAND

### 400.000 neue Wohnungen nötig

BERLIN. Um in Deutschland den Bedarf an bezahlbarem Wohnraum bei steigenden Zuwandererzahlen zu decken, müssten bis 2020 jedes Jahr 400.000 neue Wohnungen gebaut werden. Dies hat das Pestel-Institut recherchiert.

Von diesen neu zu bauenden Wohneinheiten müssten 80.000 preisgebundene Sozialwohnungen sein. In diesem Jahr würden bundesweit voraussichtlich 270.000 Wohnungen fertiggestellt, davon 120.000 Mietwohnungen. Basis der Kalkulation waren angenommene eine Million Zuwanderer (rund 300.000 EU-Arbeitsmigranten und 700.000 Asylbewerber, die bleiben). (ag)

# „Handy-Man“ in Aspern

Der Hausbetreuer Attensam behauptet seine Marktführung, expandiert in den Bundesländern und weitet die Services aus.

KLOSTERNEUBURG/WIEN. Der Hausbetreuer Attensam – bekannt durch Schneeräumung, Grünflächenpflege und Büroleinigung –, der mit über 1.000 Mitarbeitern zuletzt 51,8 Mio. € Jahresumsatz erzielt hat, verstärkt seine Expansion außerhalb Wiens und weitet seine Angebotspalette aus. Im Winterdienst hätte man gern Saisoniers, was derzeit untersagt ist. Von der Gewerkschaftsidee höherer KV-Mindestlöhne hält Firmenchef Oliver Attensam nichts.

Zwei Drittel der Umsätze erzielt Attensam in Wien, wo man allein 12.000 Gebäude betreut. Doch wächst man außerhalb der Bundeshauptstadt kräftiger: Die Gesamterlöse stiegen 2014/15 (per 30.6.) um 6%, dabei in den Regionen um 13% auf 15,5 Mio. €. Mit den

Ergebnissen habe man die Marktführung in der Reinigungsbranche behauptet, bundesweit betreut der Familienbetrieb 17.000 Liegenschaften, so die Geschäftsführung.

## Erstmals per Webshop

Ganz neu bietet Attensam ab 15. September auch online seine Dienste an und startet den ersten Webshop der Reinigungsbranche. Rund um die Uhr können dann Dienstleistungen wie Grünflächenbetreuung oder Winterservice gebucht werden; der Shop zielt primär auf Privatkunden ab.

63% des Auftragsvolumens kommen zuletzt über Hausverwaltungen, 20% von Firmenkunden, aber nur jeweils rund 6% von privaten, öffentlichen sowie gemeinnützigen Auftraggebern. (APA/lk)

Ende September startet Attensam in der Seestadt Aspern den neuen Service „Handy-Man“: Für neu ankommende Bewohner oder schon Zugezogene bietet man im Stadtentwicklungsgebiet ein Rundum-Service – von Hilfe beim Einzug über Tischlerarbeiten und Instandhaltung bis zu Technik und Wartung. Entsprechende Handwerker hat man, etliche davon auch mit Meisterprüfung, ein Handy-Man soll vor Ort verfügbar sein. „Wir glauben, dass da wirklich Nachfrage herrscht. Das geht dann auch schon hinter die Wohnungstür. Zum Beispiel wenn jemand nur einmal ein Bild aufgehängt braucht – wir wollen das einmal ausprobieren.“ Immer mehr wolle man ein Multi-Dienstleister rund ums Wohnhaus werden. (APA/lk)



Aspern: Für neu Einziehende oder bereits Zugezogene gibt es einen Rundum-Service.

**AM 5.11. ZUM 4. MAL****Auszeichnung  
für beste Makler**

WIEN. „Ehre, wem Ehre gebührt“, ist auch heuer das Motto der vierten Qualitätsmakler-Gala, die am 5. November in der Kattus Sektkellerei stattfindet. Prämiert werden Makler in den Kategorien „Top Developer 2015“ sowie „Bestes Start Up 2015“. FindMyHome-Geschäftsführer Benedikt Gabriel: „Unser Qualitätsprogramm ist österreichweit einzigartig, da es ausschließlich auf User-Rezensionen basiert.“ (red)

**1,5 MIO. EURO INVESTIERT****Peneder baut  
Betriebsgebäude**

SCHWAZ. Das Kältetechnik-Unternehmen Nordlicht Kühlung Klumaier errichtet in Schwaz in Tirol ein neues Betriebsgebäude; rund 1,5 Mio. Euro werden investiert.

Für die Planung und Realisierung zeichnet Peneder Businessbau (Atzbach, OÖ) verantwortlich. Baustart war im März, im November ist das 1.100 m<sup>2</sup> große Gebäude bezugsfertig. Die neuen Kapazitäten werden auch vom Schwesternbetrieb Klumaier x Tanner GmbH (kxt) genutzt. (red)

**DACHGLEICHE IN MEIDLING**  
**RVW mit Vorsorge-  
Wohnungen**

WIEN. Die Raiffeisen Vorsorgewohnungserrichtungs GmbH (RVW) feierte die Dachgleiche des Projekts in der Kollmayergasse in Meidling mit 66 Wohneineinheiten. Das Projekt wurde in Kooperation mit der Liv GmbH sowie Karl Seidl Bau errichtet. Es bietet großzügige Freiflächen: „Selbst die kleinsten Wohneinheiten haben eine eigene Terrasse, Loggia oder einen Garten“, so RVW-Geschäftsführerin Marion Weinberger-Fritz. (red)



© dpa/dpaweb/dpa/A2411 Norbert Försteling

Bei Brennwert-Geräten wird anders als bei Heizwert-Geräten auch die in den Abgasen enthaltene Energie (Wasserdampf) genutzt.

„Heizwertgeräte können weiterhin installiert werden, sie werden die Energieeffizienzklasse C erhalten, entsprechen aber der neuen EU-Verordnung.“

## Die Konfusion um die Gasthermen

Die alte Technologie – Heizwertgeräte – ist ab dem 26. September verboten, heißt es. Stimmt so nicht, hält der Innungsmeister der Installateure entgegen.

••• Von Kurt Sattlegger

WIEN. Aufregung gibt es seit einiger Zeit rund um das angeblich bevorstehende Verbot von Heizwertgeräten, also Gasthermen der alten Technologie. Mit 26. September 2015 seien sie durch die neue, dann in Kraft tretende EU-Ökodesign-Richtlinie verboten, heißt es.

Das stimmt so nicht, betont dazu Robert Breitschopf, Wiener Landesinnungsmeister der Installateure. Betroffen von der EU-Richtlinie seien die Erzeuger der Geräte, und auch hier handle es sich nicht um ein generelles Verbot dieser alten

Technologie. Und bis auf Weiteres könnten Kunden die Geräte weiter installieren lassen.

### Vorteile der neuen Technik

Die neuen Technologie-Brennwertgeräte haben gegenüber den Heizwertgeräten unleugbare Vorteile. Erstens sind sie sicherer: Sie haben eine geschlossene Verbrennungskammer, Abgasunfälle sind daher unmöglich. Und zweitens verbrauchen sie ca. 15% weniger Gas, weil sie auch die Energie der Abgase nutzen. Das ist auch der Grund für die EU-Verordnung im Rahmen der Bemühungen, den Energiever-

brauch und damit den CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu verringern.

### Alte Geräte weiter okay

Allerdings: In der EU-Verordnung ist von einer bestimmten Energieeffizienz die Rede, so Breitschopf, und die würde auch von besseren Heizwertgeräten erreicht. Die würden dann wohl mit Energieeffizienzklasse C bewertet werden, die neuesten Brennwertgeräte mit A+, aber beide würden den neuen Regeln entsprechen.

Außerdem sei in der EU-Regelung vorgesehen, dass die Bestimmung nicht zwingend zutreffe:

Wenn es technisch nicht machbar sei (im Falle etwa, wenn mehrere Thermen oder zusätzlich ein Ofen an einem Kamin hängen) oder wenn es aus sozialen Gründen nicht vertretbar sei.

Denn ein Wechsel auf ein Brennwertgerät kommt mit ca. 6.000 Euro ungefähr doppelt so teuer wie die Installation eines Heizwertgeräts. Was „sozial nicht vertretbar“ heißen kann, ist dabei offen. Völlig außer Frage stehe aber, dass bestehenden Heizwertgeräte nicht abmontiert werden müssen, solange sie funktionieren.

### Hersteller reagieren

Aber, und hier sieht Breitschopf das Problem: Ein Marktführer habe bereits angekündigt, keine Heizwertgeräte mehr zu produzieren. Breitschopf geht aber davon aus, dass andere Hersteller weiterhin Heizwertgeräte herstellen werden.

Denn Nachfrage werde es weiterhin geben. Die Kunden seien von der EU-Richtlinie noch nicht betroffen; dazu brauche es die rechtliche Umsetzung der Richtlinie auf Bundesländerebene, und dazu gebe es zumindest in Wien noch keinerlei konkrete Pläne. Er jedenfalls werde in Übereinstimmung mit den Behörden Brennwertgeräte weiter installieren.

# Spricht für Mark & Mark\*



**MARK & MARK**  
THE POWER OF DESIGN

\* Das neue Brand-Design für Hartl Haus by Mark & Mark. [mark-mark.at](http://mark-mark.at)

# Europaweit 1,9% plus

CBRE sieht im aktuellen „European Valuation Monitor“ Zuwächse über alle gewerbliche Objekte – die höchsten Wertanstiege gab es in Frankreich und UK.

••• Von Linda Kappel

WIEN. Aufgrund von Renditeveränderungen sind im zweiten Quartal 2015 die Werte von gewerblich genutzten Immobilien europaweit um durchschnittlich 1,9% gestiegen. Zu diesem Ergebnis kommt der aktuelle Report „European Valuation Monitor“ von CBRE.

Über das gesamte Quartal hinweg konnten insbesondere Frankreich und das Vereinigte Königreich mit 3% beziehungsweise 2,4% die höchsten Wertanstiege verzeichnen. Auch in Südeuropa lag die durchschnittliche Erhöhung bei 1,6% und wurde in erster Linie vom starken Segment des Industriesektors (+2,4%) angetrieben.

#### CEE wieder mit Wachstum

In Mittel- und Osteuropa (CEE) wurde bei den Werten erstmals wieder ein Wachstum von 0,8% registriert, nachdem diese mehrere Quartale hintereinander rückläufig waren.

Auch hier konnte der Industriesektor im Vergleich zum ersten Quartal 2015 um 3% zulegen. Die Niederlande verzeichneten ebenfalls aufgrund der positiven Entwicklung im Industrie- und Einzelhandelssegment einen An-



© CBRE/Christian Husar  
Aplienz: „Erstklassige Objekte mit langen Mietvertragsbindungen am gefragtesten.“

stieg von 0,8%, obwohl hier das Bürosegment etwas rückläufig war. „Einmal mehr hat der Renditerückgang dazu geführt, dass die Werte über alle Nutzungsarten hinweg angestiegen sind“, erklärt Christian Aplienz, Head of Valuation bei CB-

RE Österreich. „Weiterhin werden erstklassige Objekte mit langen Mietvertragsbindungen am stärksten nachgefragt, wenngleich risikoaverse Investoren auch mehr und mehr nach Möglichkeiten in Zweit- und Drittmarkten suchen.“ Da nach

wie vor ein signifikanter Teil der globalen Investorengelder in den Immosektor fließt, gehen wir auch in den nächsten Quartalen von einem Wertanstieg aus“, so Aplienz.

„

*Aufgrund von Renditeveränderungen sind im zweiten Quartal die Werte von gewerblich genutzten Immobilien in Europa über alle Objektarten gestiegen.*

“

**LINCOLN HOUSE VERKAUFT**  
*Wohnen wie ein Maharadscha*

MUMBAI. Eines der teuersten Wohnhäuser Indiens hat einen neuen Besitzer: Der Biotechnologie-Industrielle und achtreichste Inder Cyrus Poonawalla hat das sogenannte Lincoln House in Mumbai für umgerechnet 100 Mio. Euro gekauft. Er werde mit seiner Familie in den Palast direkt am Meer einziehen, zitiert ihn die *Times of India*.

Erbaut worden sei das gut abgeschirmte Gebäude 1938 von dem Maharadscha von Wakaner; später wurde es von den USA über Jahrzehnte als Konsulatsgebäude genutzt. (ag)

**VERSTORBEN**  
*Bau-Doyen*  
*Erwin Soravia*

WIEN. Der Bau-Doyen und Strabag-Mitbegründer Erwin Soravia sen. lebt nicht mehr. Der Kärntner Bauunternehmer ist am Sonntag im 80. Lebensjahr in Spittal/Drau verstorben. An der Seite von Ex-Strabag-Chef Hans Peter Haselsteiner machte der Diplom-Ingenieur für Bauwesen den Baukonzern zu einer europäischen Größe.

Soravia entstammt laut *Kleine Zeitung* einer vor 130 Jahren aus Oberitalien nach Kärnten zugewanderten Bau-meisterdynastie. Zuletzt war er Aufsichtsratschef der Soravia Group AG seiner Söhne Erwin und Hanno. (ag)

**AUFTAG AUS ABU DHABI**  
*voestalpine*  
*baut Pipeline*

WIEN/LINZ/ABU DHABI. Die voestalpine hat sich einen millionenschweren Pipeline-Auftrag in den Vereinigten Arabischen Emiraten gesichert: Bis zum Frühjahr 2016 liefere die voestalpine Grobblech GmbH, die zur Steel Division gehört, 95.000 Tonnen Röhrenbleche für ein Erdgasprojekt in Abu Dhabi. Die Hauptstadt der VAI baut in den kommenden zwei Jahren eine 114 Kilometer lange Hochdruckleitung. Zum genauen Auftragswert gab es keine Details. (APA)

## Wohnmodelle im Vergleich

Umwelt- und sozialgerechte Konzepte, die sich durch Nachhaltigkeit auszeichnen, werden am 26. September in Wieselburg präsentiert.

••• Von Linda Kappel

WIESELBURG. Die Zersiedlung unseres Lebensraums, das Veröden der Zentren, Verschwendungen von Ressourcen und die Vereinsamung vieler Menschen schreiten trotz immer lauterer Mahnrufe und immer höherer gesellschaftlicher Kosten ungebrochen voran – aus diesem Grund werden in einer Kooperation der Messe Wieselburg „Bau & Energie“ mit dem ORTE Architekturnetzwerk NÖ zukunfts-

taugliche Beispiele aus der Praxis sowie einer Studie präsentiert, die Fachleuten und der breiten Öffentlichkeit neue Wege des Bauens und Wohnens aufzeigen sollen. Dies berichtet die Branchenplattform [www.bauinfo24.at](http://www.bauinfo24.at). Nach wie vor werde Grünland für den Neubau von Wohnraum aufgeschlossen, der allerdings für immer weniger Menschen leistbar und bis ins hohe Alter nutzbar bleibe, wird betont.

Umwelt- und sozialgerechte Konzepte werden am 26. Septem-

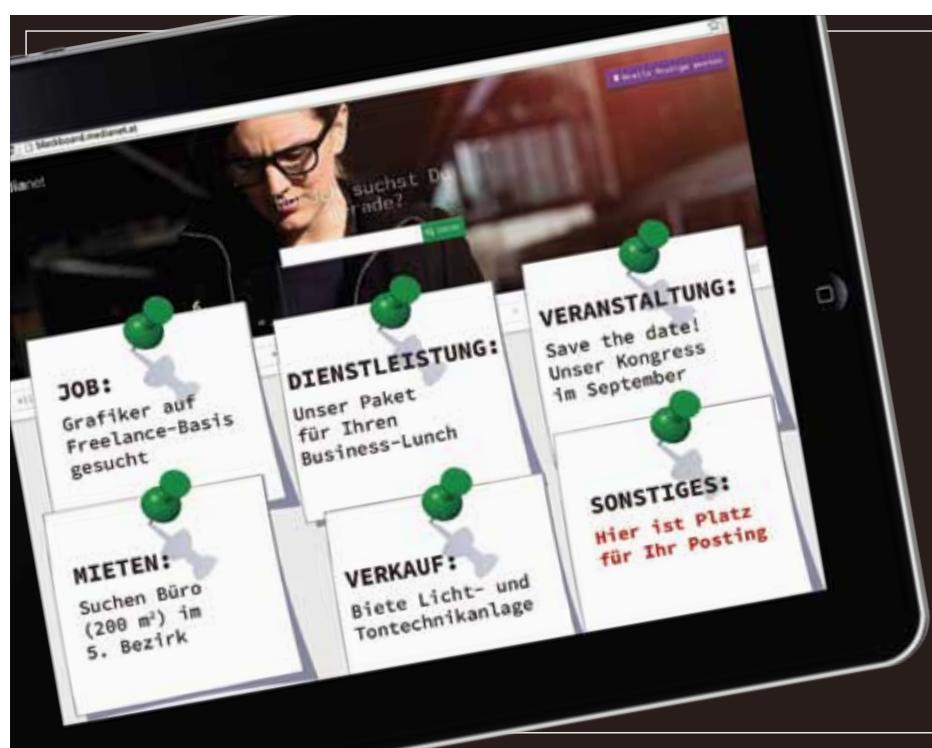
ber von 14 bis 17 Uhr in der Messe Wieselburg von den jeweiligen Architekten veranschaulicht.

#### Vorbildliche Baukultur

Sie zeigen, wie Generationenwohnen, gemeinschaftliches Wohnen sowie Leben und Arbeiten unter einem Dach im Bestand, selbst im denkmalgeschützten, aussehen können. Die Untersuchung ReHabitat, kürzlich fertiggestellt vom österreichischen Ökologie-Institut, liefert dazu Anregungen.



© Jörg Seiler (2)  
Wie kann man Einfamilienhäuser ohne Kubaturänderung adaptieren?



**Blackboard**  
**Suchen, bieten, ankündigen:**  
Die kostenlose B2B-Pinnwand ist online!

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

**medianet** 

WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR MARKETING & SALES

Hier geht's zum Blackboard:  
[Blackboard](#)



**NEUER CEO BEI RS GROUP**

**Roland Schmid**  
**holt M. Birkner**

WIEN. Michael Birkner verstkt ab sofort als CEO den Immobiliendaten-Experten Roland Schmid im Management seiner Roland Schmid Group. In dieser Position übernimmt der frühere Bank Austria-Manager, der u.a. Geschtfssfrer der Real Invest Immobilien GmbH war, sämtliche Unternehmensfrungs-Agenden der Gruppe. Eigentümer Schmid fokussiert sich künftig auf die Entwicklung und den Ausbau neuer, innovativer Produktideen für seine Unternehmungen IMMOunited, Imabis, Schmid IT und lexunitied. (fh)

**VON „EUROMONEY“ GEKÜRT**

**EHL zum 3. Mal**  
**auf erstem Platz**

WIEN. Das britische Finanzmagazin *Euromoney* hat EHL Immobilien zum dritten Mal als besten Immobiliendienstleister Österreichs (Kategorie „Advisors and Consultants“) ausgezeichnet.

Zusätzlich zur Hauptkategorie konnte sich EHL auch in allen Spezialwertungen, bei denen EHL teilgenommen hatte, durchsetzen und wurde als Nummer 1 in den Bereichen Vermietung, Bewertung und Research ausgezeichnet. (fh)

**SKYDIVER-ANLAGE**

**CBRE realisiert**  
**Prater-Projekt**

WIEN. Alles dreht sich – im wahrsten Sinne – um den Kern des Gebäudes: einen vertikalen Windkanal, in dem der freie Fall erlebt werden kann. Der Windtunnel ist ein quaderförmiger Bauteil mit zwei vertikalen Luftkanälen, welche durch zwei horizontale Luftkanäle verbunden sind. Im hinteren Luftkanal wird die Luft mit bis zu 1,44 Megawatt nach unten beschleunigt, sodass im vorderen Bereich des Kanals die Luft mit maximal 280 km/h vertikal nach oben strömt, wodurch der freie Fall simuliert wird.

„Die Bau- bzw. Projektzeit betrug elf Monate, CBRE war mit dem Projektmanagement, Interior Design, der Bauaufsicht und Ausführungsplanung beauftragt“, erklärt Julian Schramek, Head of Building Consultancy, CBRE Österreich.

**CORESTATE-REVIREMENT**  
**Sascha Wilhelm**  
**zum CEO bestellt**

WIEN. Corestate Capital, ein Immobilieninvestmentspezialist mit Sitz im schweizerischen Zug, hat seinen Vorstand im Rahmen der Weiterentwicklung des Unternehmens umstrukturiert: Sascha Wilhelm wurde zum Chief Executive Officer berufen; er war seit 2012 neben Michael Schleich Geschtfssfrer der Corestate Capital Advisors GmbH in Frankfurt und wechselte im Mai 2014 in den Vorstand. (fh)



© Vestwerk Property Partners

Neues Dach bringt die „historisch gewachsene Textur“ der Stadt zur Geltung.

Insgesamt verfügt das Objekt über 1.887 Quadratmeter Wohnnutzfläche und rund 600 Quadratmeter baubewilligten Dachboden, zuzüglich 300 Quadratmeter Terrassen.

**Einzigartiges Lebensgefühl**  
Malek Herbst Architekten zeigen mit ihrem architektonischen Konzept die Kultur und Substanz des Hauses sowie das reizvolle, einzigartige Lebensgefühl des zweiten Bezirks in exquisiten neuen Wohnräumen.

„Das neue Dach bringt die historisch gewachsene Textur der Stadt stker zum Ausdruck. Mit den Balkonen und Terrassen möchten wir eine Verbindung zwischen dem pulsierenden Exterieur, den historischen Schzen des Hauses und den neu entstehenden, komfortablen Wohnräumen schaffen“, sagt Klaus Molisch, Co-Gründer und Geschtfssfrer der Projektgesellschaft.

**Wertsichere Objekte**  
Vestwerk legt seinen Schwerpunkt seit jeher auf wertsichere Objekte in guten Innenstadtlagen – so auch bei Julie & Ferdy.

„Entscheidend bei der Auswahl der Projekte ist einerseits die Lage und andererseits unser architektonischer Anspruch“, sagen Dietz und Managing Partner Maximilian Kneussl. „Wir sehen uns nicht nur als Developer, die Renditen verdienen wollen, sondern wir wollen Architektur auf höchstem Niveau umsetzen.“ Die Bauherren ergänzen: „Dabei spielen Einzigartigkeit und Ästhetik eine große Rolle. Der zukünftige Bewohner soll das Gefühl haben, dass er in einem besonderen Objekt lebt.“

**Gesamte Wertschöpfungskette**  
Die Vestwerk Property Partners GmbH ist ein in Österreich und Deutschland tätiges Immobilienunternehmen, das die gesamte Wertschöpfungskette der Immobilienentwicklung, von der Planung über die Entwicklung bis hin zur Verwertung hochwertiger Wohn- und Gewerbeimmobilien, abdeckt.

## Vestwerk baut in der Leopoldstadt

Inmitten der Stadt entstehen sechs exklusive Maisonette-Penthousewohnungen mit 51 bis 153 m<sup>2</sup> Wohnfläche und bis zu 70 m<sup>2</sup> großen Terrassen sowie Dachterrassen.

**... Von Fritz Haslinger**

WIEN. Zentral gelegen und doch im absoluten Freizeit- und Erholungsmekka des zweiten Wiener Gemeindebezirks entsteht Vestwerks neuestes Immobilienprojekt „Julie & Ferdy“.

**Wertvolle Substanz vorhanden**

Das Gründerzeit-Zinshaus von Donat Woita aus dem Jahr 1862 sei ein ideales Objekt für die Wiener Immobilienentwickler. „Dieses Projekt entspricht genau unserer Philosophie. Das Haus bietet wertvolle Substanz, geschaffen von ei-

nem der besten Baumeister seiner Zeit, die wir behutsam, aber doch deutlich weiterentwickeln werden“, erklärt Florian Dietz, Co-Gründer und Managing Partner von Vestwerk.

Gemeinsam mit Malek Herbst wird in der Ferdinandstraße 17 zeitlos-ästhetischer Wohnraum für Menschen geschaffen, die eine inspirierende und attraktive Wohnumgebung im Stadtzentrum zu schzen wissen. Das derzeit noch fnfstöckige Gründerzeithaus wird in der Umbau- und Entwicklungsphase durch ein neues, zweistöckiges Dachgeschoss aufgewertet. Es

entstehen sechs exklusive Maisonette-Penthousewohnungen mit 51 bis 153 Quadratmetern Wohnfläche und 18 bis 70 Quadratmetern großen Terrassen sowie zusätzlichen, jeweils in der obersten Etage befindlichen Dachterrassen.

**Lichtdurchflutet**

Die 24 lichtdurchfluteten City-apartments decken mit Wohnflächen von 35 bis 170 Quadratmetern die komplette Bandbreite von Singlewohnungen bis Luxusapartments ab und werden durch Balkone oder Terrassen mit Flächen von 4 bis 50 Quadratmetern ergänzt.

## Austro-Kunst „unter 35“

Zum zehnten Mal kamen Kunstwerke junger österreichischer Künstler in der Albertina bei der YAA 2015 unter den Hammer.

**... Von Fritz Haslinger**

WIEN. Am 9. September 2015 wurde in einer der bedeutendsten Kunstsammlungen weltweit, der Wiener Albertina, ein Auktionsabend der besonderen Art veranstaltet: Bereits zum zehnten Mal wurden an diesem Abend im Rahmen der Young Art Auction (YAA) herausragende Kunstwerke von 43 vielversprechenden österreichischen Künstlerinnen und Kntlern unter 35 Jahren von Andrea Jungmann, Geschtfssfrerin von Sotheby’s Austria, versteigert.

**Startgeld für die Zukunft**

„Unser erklärtes Ziel ist, die spannendsten Kntlerinnen und Kntler zu finden, auszustellen und im Rahmen der Auktion zu



© Armin Planckenstein

versteigern und so ihnen ein „Startgeld“ für ihre weitere kntlerische Laufbahn zukommen zu lassen“, erklärt Jungmann.

Die höchste Dotierung mit 6.100 Euro erzielte Clemens Wolf mit „The Other Side Of The Rainbow #9“. Die meisten Bieter gab es beim

Kunstwerk „Prime Entanglement 137“ von Julian Palacz. Rufpreis 450, Hammerpreis 2.000 Euro.

**Assetklasse Kunst**

Dass dabei junge Kunst höchster Qualität mit beachtlichem Wertsteigerungspotenzial ersteigert werden kann, liegt für Valentin Kenndler, Geschtfssfrer von artware Kunstvermietung und Kunsthandels GmbH, in hohem Maß am Vorauswahlverfahren der Arbeiten: „Gerade durch die Kooperation mit der Albertina konnten echte Schlüsselwerke präsentiert werden. Und die enge Zusammenarbeit mit den wichtigen heimischen Meisterklassen gibt uns die Möglichkeit, junge Kntlerinnen und Kntler zu präsentieren, die alle das Zeug dazu haben, ihren erfolgreichen Weg in der heimischen wie internationalen Kunstszene zu gehen.“

Albertina-Direktor Klaus Albrecht Schröder: „Österreich ist sicherlich eine Kulturnation, ein sehr wichtiger Ort für Kunstrepräsentation. Leider jedoch mit viel zu wenig Sammlern von Kunst, im Gegensatz zur internationalen Szene.“

# m health economy

**Pflege** SeneCura übernimmt weiteres Altenheim im Burgenland **66**

**Tourismus** Österreicher setzen in Kroatien auf Gesundheitstourismus **67**

**Forschung** Studie fordert mehr öffentliche Mittel für Pharmabranche **70**

**Versandhandel** Online-markt bei Apotheken läuft stockend an **71**



**Auszeichnung** Wiens Stadträtin Wehsely prämiert gesunde Projekte **72**

© Peter Rigaud



© APA/BMVG/Johannes Zinner



*Neuer Medical Director*

**Johannes Pleiner-Duxneuner** verstärkt das Management von Roche Austria. Der erfahrene Mediziner (41) und Wissenschaftler hat mit September als Medical Director einen der größten Unternehmensbereiche bei Roche Austria übernommen.



*Mediziner für MedAustron*

**Eugen B. Hug** ist der neue medizinische Leiter des niederösterreichischen Krebs- und Medizintechnikzentrums MedAustron. Hug gilt als international renommierter Experte für Ionentherapie und übernimmt auch die medizinische Geschäftsführung.

## Ärzte und Pharma-industrie als Hürden für Reformen

Gesundheitsministerin Sabine Oberhauser hat derzeit viel zu tun: Reformverhandlungen und Sparbemühungen der Kassen stocken. **68**

### FORSCHUNG

#### Krebskongress als Megaevent in Wien

WIEN. Ein Großereignis in Wien wirft seinen Schatten voraus – mit Inputs der Pharmabranche und als Motor im Gesundheitstourismus: Kommende Woche findet der Europäische Krebskongress mit rund 20.000 Teilnehmern statt. War 2012 beim Kongress der European Society of Medical Oncology in Wien die „zielgerichtete Therapie“ Thema, ist es jetzt die Immuntherapie; sie werde „die Krebstherapie völlig verändern“, sagt der lokale Organisator, der Onkologe Christoph Zielinski. Seite 66

**Locobase® REPAIR**  
24h Schutz für die Haut!

Spezialcreme reichhaltig an den 3 wichtigen Barrierefettstoffen:

- Ceramide
- Freie Fettsäuren
- Cholesterol

Ideal für gestresste, äußerst trockene Haut

**astellas**  
Leading Light for Life

**Locobase® REPAIR**  
hilft der Haut, sich selbst zu helfen

**Superimmun D<sub>3</sub>**  
Abwehrkräfte 3-fach gestärkt

**Super immun dank Superimmun**

Vorbeugen und rascher wieder fit werden, waren noch nie einfacher!

**ERWO PHARMA**

Exklusiv in Ihrer Apotheke  
[www.superimmun.at](http://www.superimmun.at)



## Komplexes System bremst

**Martin Rümmele**

Eine internationale Studie zeigt nun, was in Österreich seit einiger Zeit politisch diskutiert wird: Medizinische Neuerungen können zwar teuer sein, aber auch helfen, Kosten zu senken. Etwa weil medikamentöse Therapien helfen, teure Operationen zu vermeiden.

Das Problem dabei ist nur, dass das Gesundheitswesen ein recht behäbiger, weil großer Tanker ist. Die Reduktion von Kapazitäten durch neue Forschungserfolge ist nicht so einfach – nicht zuletzt, weil hier ja auch Einrichtungen wie Spitäler und die dortigen Beschäftigten betroffen sind. Dazu kommt eine uneinheitliche Finanzierung, an der sich Gesundheitsreformer seit Jahren die Zähne ausbeißen. Denn die Spitäler sind Hoheitsgebiet der Länder, den niedergelassenen Bereich finanzieren bekanntlich die Krankenkassen. Sie müssen nun auch die neuen Therapien zahlen, profitieren aber nicht von den Einsparungen.

Ein Teufelskreis also, den die Gesundheitsministerin dadurch zu durchbrechen versucht, dass sie neue Versorgungseinrichtungen in der Primärversorgung schaffen will. Die könnten auch Kliniken betreiben und so in den Spitäler nicht mehr gebrauchtes Personal umschichten. Doch dagegen läuft wieder die Ärztekammer Sturm, die im niedergelassenen Bereich neue Konkurrenz fürchtet. Ohne einen Konflikt wird der gordische Knoten nicht zu zerschlagen sein.



Die Krebsmedizin hat dank neuer Forschungsergebnisse der Industrie in den vergangenen Jahren deutliche Fortschritte gemacht.

# 20.000 Krebsärzte am Weg nach Wien

Kommende Woche geht in der Bundeshauptstadt der europäische Krebskongress über die Bühne. Die Industrie will mit neuen Studienergebnissen aufwarten.

••• Von Martin Rümmele

WIEN. Ein wissenschaftliches Großereignis in Wien wirft seinen Schatten voraus: Vom 25. bis 29. September findet in der Bundesstadt der Europäische Krebskongress mit rund 20.000 Teilnehmern statt. War im Jahr 2012 beim Kongress der European Society of Medical Oncology in Wien die zielgerichtete Therapie zentrales Thema, ist jetzt die sogenannte Immuntherapie bei Krebs das Thema, das die Branche beherrscht. „Die Immuntherapie wird die Landschaft der Krebstherapie völlig

verändern“, stellt der lokale Organisator des Kongresses, der Wiener Onkologe Christoph Zielinski (Comprehensive Cancer Center MedUni Wien und AKH), fest.

In den vergangenen Jahren hat die zielgerichtete Krebstherapie auf der Basis der molekulargenetischen Analyse von Tumoren die Behandlungsmöglichkeiten bei einigen bösartigen Erkrankungen deutlich verbessert. Speziell auf bestimmte Ziele an der Oberfläche von Tumorzellen fokussierte monoklonale Antikörper oder auf Wachstums-Signalwege in den Zellen gerichtete Therapien wie Tyro-

sin-Kinase-Hemmer haben in den vergangenen Jahren die Lebenserwartung zum Beispiel von Frauen mit bestimmten Mammakarzinomen auch bei fortgeschrittener Erkrankung verbessert.

### Viele Fragen offen

Aber der Effekt aller dieser Medikamente ist beschränkt – auf jene Tumorerkrankungen, bei denen jeweils die spezifisch angesteuerte Genmutation vorliegt. Darüber hinaus hält die Wirkung der Arzneimittel bei fortgeschrittenen Tumorerkrankungen nur relativ kurz an, weil sich Resistenzen bilden.

Zielinski dazu: „Wir haben in den vergangenen Jahren zu verstehen begonnen, wie wir bei manchen Krebskrankungen mit Medikamenten eingreifen können, die ganz speziell auf von der Molekularbiologie identifizierten Zielen ansetzen. Doch nicht immer funktioniert das. Wir wissen nicht immer, warum das so ist.“

Seit einiger Zeit sind die Onkologen deshalb weltweit dabei, eine neue Qualität in der medikamentösen Krebstherapie zu erreichen: Die sogenannte Immuntherapie, bei der es offenbar erstmals gelingt, dem körpereigenen Immunsystem zur ausreichenden Erkennung der bösartigen Zellen zu verhelfen und die darauf erfolgende Immunantwort gegen den Krebs zu nutzen.

### Verschiedene Therapien

Wurden schon mit den Medikamenten der zielgerichteten Therapie bessere Behandlungsergebnisse als mit Chemotherapie erzielt, wurden mit den Immuntherapeutika zum Teil sogar noch deutlich bessere Ergebnisse erzielt. Wissenschaftler vom französischen Krebsforschungszentrum Gustave Roussy publizierten im Jänner eine Studie mit 418 Melanompatienten. Im Vergleich zu einer Behandlung mit dem Chemotherapeutikum „Dacarbazine“ zeigte sich eine Steigerung der Ein-Jahres-Überlebensrate von 42,1 auf 72,9 Prozent, wenn man „Nivolumab“ verwendete. Die Zeit bis zum Fortschreiten der Erkrankung erhöhte sich von 2,2 auf 5,1 Monate, die Ansprechraten von 13,9 auf 40 Prozent. Das sind Resultate, welche viele andere Therapieentwicklungen bei Krebs in der Vergangenheit übertreffen.

„Die Immuntherapie wirkt ganz anders als die Chemotherapie und auch ihre Nebenwirkungen sind anders. Je nach Tumorform wird es aber nach wie vor Patienten geben, die eine Chemotherapie erhalten; die Behandlung hängt ganz von der jeweiligen Beschaffenheit des Tumors ab“, erklärte Gabriele Kornek, Präsidentin des Vereins „Leben mit Krebs“ und Ärztliche Direktorin des AKH, bei einer Pressekonferenz in Wien.

# SeneCura kauft weiter zu

Privater Pflege- und Rehabetreiber exandiert im Burgenland und beschäftigt österreichweit bereits mehr als 3.000 Menschen.

••• Von Ina Schriebl

WIEN/EISENSTADT. Die SeneCura Gruppe wächst weiter und übernimmt den Betrieb des 2004 eröffneten Seniorenpflegezentrums Kittsee vom bisherigen Betreiber Volkshilfe Burgenland. 57 Langzeitpflegeplätze mit Tagssatzvereinbarung mit dem Land sowie vier bewilligte Plätze für Tagesbetreuung sind somit langfristig gesichert. Auch die derzeit 32 Arbeitsplätze bleiben bestehen. „Wir übernehmen das Management des Seniorenpflegezentrums Kittsee von der Volkshilfe, da diese sich im Burgenland stärker auf die Mobile Pflege konzentrieren will“, erklärt SeneCura-CEO Anton Kellner die Hintergründe der Übernahme. Um die Standards zu verbessern,

wird SeneCura sämtliche Spezialprogramme wie den Urlaubsaus tausch mit den anderen Häusern in ganz Österreich, die Aktion „Jahreswunsch“ oder das Ernährungsprogramm „Genussvoll G'sund“ im neuen Sozialzentrum anbieten.

### Breite Angebote

Ein Schwerpunkt im neuen SeneCura-Haus liegt auf der Demenzbetreuung. Auch dieses Betreuungsangebot sei für alle zugänglich und leistbar. Die Kosten für den Pflegeheimplatz sind durch das Bundespflegegeld und die landesspezifischen Tagsätze abgedeckt und können über den Sozialhilfefonds des Landes Burgenland abgerechnet werden.

Im Burgenland betreibt SeneCura mit den Sozialzentren in Kittsee,

Rust, Stegersbach, Nikitsch und Frauenkirchen nun fünf Pflege- und Betreuungseinrichtungen. Außerdem ist unter der Reha-Marke der SeneCura Gruppe, OptimaMed, das erste neurologische Rehabilitationszentrum, ebenfalls in Kittsee, im Betrieb. Das Haus verfügt über 100 Rehabilitationsplätze. Die SeneCura-Gruppe betreibt über 70 Gesundheits- und Pflegeeinrichtungen und zählt damit zu Österreichs Markt- und Innovationsführern im Bereich Pflege im privaten Sektor. Die Gruppe hat über 3.000 Beschäftigte und ist seit April Teil der französischen Pflegegruppe Orpea, die mit 600 Pflegeeinrichtungen und mit mehr als 58.000 Betten in Frankreich, Belgien, Deutschland, Spanien, Italien und der Schweiz zu den Marktführern in Europa zählt.



Die SeneCura Gruppe übernimmt von der Volkshilfe Burgenland das Heim in Kittsee.

# Gesundheit als Tourismus-Chance

Nicht nur in Österreich, sondern auch in den Nachbarländern bemühen sich Touristiker um gesundheitsbewusste Gäste. Ein Österreicher zeigt in Kroatien, wie das geht.

••• Von Ulli Moschen

**LOŠINJ.** Die 75 Quadratkilometer große Insel Lošinj im Norden Kroatiens lockt seit Jahrzehnten zahlreiche Urlauber an. Sie punktet nicht nur mit ihren landschaftlichen Reizen und Gastfreundschaft; in den vergangenen Jahren wurde die Region auch durch die Angebote der Hotelkette Lošinj Hotels & Villas aufgewertet und das zeigt, wie gerade die Angebote im Gesundheitstourismus zunehmen.

Die sechs Hotels der Gruppe mit 1.500 Zimmern werden vom Österreicher Werner Cerutti geleitet, der diese in den vergangenen Jahren zu Vier- und Fünfsternebetrieben mit einem stetig wachsenden Wellness- und Gesundheitsangebot aufgebaut hat.

## Nachhaltige Konzepte

„Das Gesundheitsbewusstsein der Menschen wächst merklich, und darauf haben wir bei unserem Angebot reagiert“, sagt der Tourismusexperte. Die Hotelkette setzt auf besondere exotische Wellness-Methoden, reagiert mit diversen Detox-Programmen auf den steigenden Trend zu Entgiftungskuren und baut langfristig das Behandlungsangebot für moderne Volkskrankheiten wie Diabetes Typ II oder das Burn-out-Syndrom aus.

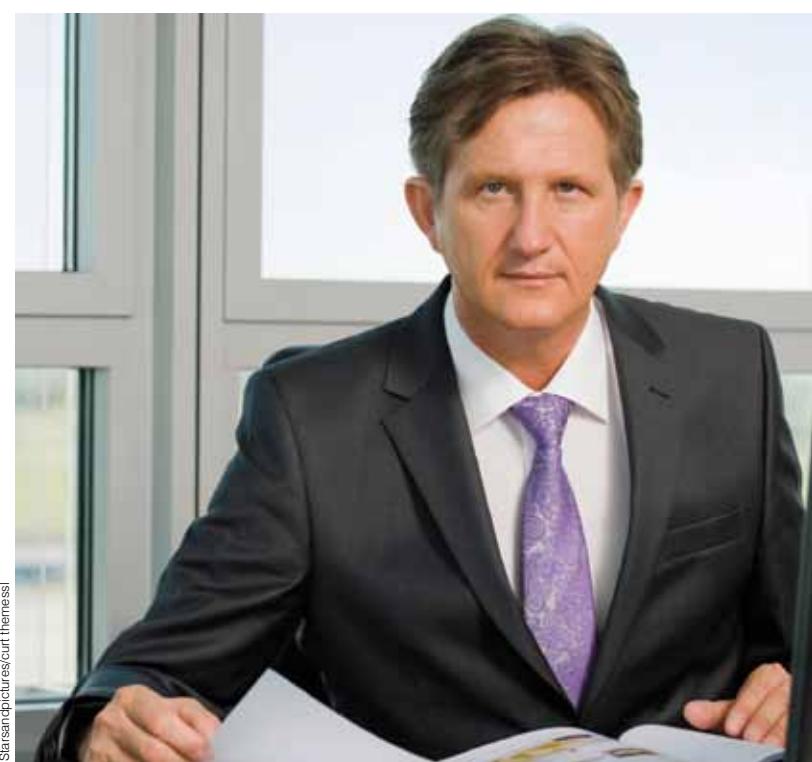
Den Schlüssel zum Erfolg sieht Cerutti in nachhaltigen und ehrlichen Gesundheitskonzepten mit hoher Qualität und messbaren Ergebnissen. Er ist aber überzeugt, dass sich der Markt verändert: „Es wird eine Marktbereinigung geben, und Blender werden aus dem Markt fliegen. Dieser Prozess läuft bereits, die Marktbereinigung wird sich noch weiter beschleunigen.“ Die

Sauna im Keller lasse sich nicht als Gesundheitstourismus verkaufen.

Der CEO der Hotelgruppe ist überzeugt, dass die Präsenz großer Ketten und die Ausrichtung auf Gesundheit und Luxus den kleineren Hotelbetrieben in der Region nicht schadet – im Gegenteil. „Ein großer

Player ist immer gut für die Infrastruktur, Lošinj bekommt zum Beispiel aufgrund unserer Investitionen einen internationalen Flughafen, der von großen europäischen Drehscheiben-Flughäfen erreichbar sein wird. Damit lässt sich der Kundenkreis stark erweitern.“

© Starandpicture/reuthefotomessi



Werner Cerutti ist CEO der kroatischen Hotelkette Lošinj Hotels & Villas.

„Schnelle und pünktliche Arzttermine für Sie und Ihre Mitarbeiter spart signifikant Zeit und Kosten.“

## INSOLVENZ

### Oö-Kurbetrieb schlittert in Pleite

**ST. GEORGEN/ATTERGAU.** Die Firma Sanatorium „Prim. Dr. Gerhard Rupp Regeneratorium St. Georgen GmH“ in St. Georgen im Attergau hat Konkurs beim Landesgericht Wels angemeldet. Laut Creditreform beträgt das negative Eigenkapital 1,6 Mio. €, die Passiva werden mit 7,2 Mio. angegeben. Das Unternehmen betreibt ein Sanatorium und ein Kurhotel. Die Spezialisierung liegt auf Rehabilitation von Patienten nach Hüft-, Kniegelenk- und Sprunggelenktransplantationen sowie Patienten mit Beschwerden im Bereich der Wirbelsäule und Schulter.

Die Insolvenzursachen würden vorrangig in Managementfehlern und Malversationen liegen, die die ehemalige Geschäftsführung zu verantworten habe, berichtet Creditreform aus dem vom Unternehmen selbst eingebrochenen Konkursantrag. (red)

## Gesunde Mitarbeiter in einem gesunden Unternehmen

Jeder kennt die Schwierigkeit der Arztsuche, Terminorganisation, Pünktlichkeit oder der Dauer des Arztgesprächs.

### Gesundheit kann so einfach sein!

- Schnelle und pünktliche Termine sparen Zeit
- Mehr als 60 Topärzte und Therapeuten im österreichweit modernsten und größten Gesundheitszentrum
- Ärzte nehmen sich Zeit für Sie
- Privatmedizin zum Kassentarif

 **mediclass**  
Gesunde Entscheidung.

mediclass Gesundheitsclub GmbH  
Vorgartenstraße 206 C, 1020 Wien  
Tel +43 1 890 45 20-60

[www.mediclass.com](http://www.mediclass.com)

# Gesundheitsreform konfrontiert Ärzten und Industrie und

Gesundheitsministerin Sabine Oberhauser (SPÖ) muss im Gesundheitswesen derzeit zwei Konfliktherde beruhigen: Die Gesundheitszentren, und die Krankenkassen scheinen in Sachen Pauschalrabatte mit der Pharmaindustrie auf keinen grünen Zweck zu kommen.

••• Von Martin Rümmele

**D**ie Ärzte rüsten wieder einmal zum Protest. Was schon Oberhausers Vorgängerinnen Andreassky und Maria Rauch-Kallat zu spüren bekamen, beschäftigt nun auch die aktuelle Gesundheitsministerin: Die schon von ihren Vorgängerinnen geplanten niedergelassenen Gesundheitszentren lassen die Ärzte auf die Barrikaden gehen. Man fürchtet den Verlust der Autonomie und des eigenständigen, freiberuflichen Arztes auf Kosten von unternehmerisch geführten Zentren. Dahinter steht aber vor allem ein Tarifkonflikt.

Der Plan der Ministerin: Mit der neuen Primärversorgung sollen im Zuge der bereits beschlossenen Gesundheitsreform Ärzte, verschiedene Therapeuten und Pflegefachkräfte ganzjährig für die Patienten zur Verfügung stehen und damit die Spitäler und Ambulanzen entlasten. Dafür können entweder neue Zentren errichtet oder bestehende Einrichtung vernetzt werden. Die neue Primärversorgungs-Einheiten sollen zusätzlich zu den bestehenden Hausärzten kommen, es soll keinen Eingriff in bestehende Vertragsverhältnisse und keinen Zwang zum Umstieg geben, sondern Anreize. Bereits bestehenden Arztpraxen mit Kassenvertrag ist der Vorzug zu geben. Heikler ist, dass zwar ein neuer, bundesweit einheitlicher Gesamtvertrag vorgesehen ist, der die Grundzüge regeln soll. Dazu soll aber die Sozialversicherung Einzelverträge mit jeder Primärversorgungs-Einheit abschließen.

#### Kampf um Einflussbereiche

Die Ärztekammer lehnt die Pläne ab. Präsident Artur Wechselberger stößt sich vor allem an den geplanten Honorierungsmodalitäten; er verweist darauf, dass es jetzt schon einen Gesamtvertrag mit der Ärztekammer gebe.

Er vermutet nun, dass man einen neuen Gesamtvertrag für die Primärversorgung unter Ausschluss der Ärztekammer machen will und damit die einzelnen Ärzte ohne Schutz der Kammer dastünden. Grund für seine Vermutung ist, dass nirgendwo stehe, wer die Vertragspartner sein sollen. Aber die Ärztekammer „kann nicht zuschauen“, wenn sie in die Vertragsgestaltung nicht eingebunden ist, betonte Wechselberger. Anders formuliert: Die Ärzte laufen nicht gegen das geplante Gesetz Sturm, sondern kritisieren Passagen, die gar nicht im geplanten Gesetz stehen – eben, weil sie nicht drin stehen.

Ärztekammer-Vizepräsident Johannes Steinhart hatte daraufhin die Kündigung sämtlicher Gesamtverträge der Landesärztekammern mit den Gebietskrankenkassen



**Gesundheitsministerin**  
Sabine Oberhauser hat mit ihrem Gesetzesentwurf die Ärzte aufgebracht. Sie drohen bereits vor den Verhandlungen mit deren Abbruch und der Kündigung bestehender Verträge. Der Grund: Sie fürchten den Verlust von Einfluss.

„  
*Die Versorgung der Patienten darf nicht am Veto der Ärztekammer scheitern können.*“

sen angedroht, sollte das „Primary Health Care“-Gesetz wie geplant beschlossen werden. Damit müssten die Patienten einen Arztbesuch selbst bezahlen und bekämen dann einen Teil des Geldes von den Kassen rückerstattet. Das System der von Kammer und Krankenkasse ausverhandelten Gesamtverträge werde ausgehöhlt, der Hausarzt abgeschafft und durch Zentralismus und anonyme Gesundheitsgroßinstitutionen ersetzt, so die Kritik der Ärzte.

**Wenig Verständnis für Ärzte**  
Viel Verständnis gibt es dafür im Gesundheitswesen aber nicht. Bund, Länder und Sozialversicherung – und damit alle bedeutenden Player in diesem Bereich – übten Kritik an den angedrohten Kassenvertragskündigungen der Standesvertretung. Die Wiener Gesundheitsstadträtin Sonja Wehsely (SPÖ) stellt sich als Vertreterin der Länder vollinhaltlich hinter Oberhauser. Der Ärztekammer gehe es in ihrem Widerstand rein um machtpolitische Fragen, sagte sie. „Die Versorgung der Patienten darf nicht am Veto der Ärztekammer scheitern dürfen“, so die Stadträtin.

Auch im Hauptverband der Sozialversicherungssträger gab man sich über die Ärztekammer verwundert. Die Patienten versuchte man zu beruhigen. Sollten die Ärzte die Lage tatsächlich eskalieren lassen, käme es frühzeitig in einem Jahr zu einem vertragslosen Zu-



stand. Eine Vertragskündigung sei nämlich erst zu Jahresende möglich. Dann beginne ein mehrmonatiger Fristenlauf inklusive Einschaltung der Bundesschiedskommission. Dass die Patienten ihren Arzt bar bezahlen müssen, könnte daher frühestens im September 2016 eintreten.

Peter McDonald, Verbandsvorsitzender des Hauptverbandes, begrüßt, dass Oberhauser Klarheit für Ärzte und Sozialversicherung schaffen will, indem die rechtlichen Rahmenbedingungen für eine neue, ergänzende Primärversorgung festgelegt werden: „Bessere Vernetzung und ganzjährige Erreichbarkeit sind im Interesse der Patienten und Patientinnen ein wichtiger Beitrag zu einer für die Menschen spürbaren Weiterentwicklung im österreichischen Gesundheitswesen.“

**Verständnis für Kassen**  
Wie blank die Nerven liegen, zeigt sich darin, dass die Ärzte ihre Protestmaßnahmen in den Raumstellen, bevor überhaupt verhandelt wird – ein Unikum in der heimischen Politik. Oberhauser: Alles ist verhandelbar.“ Die Möglichkeit von Einzelverträgen neben dem ebenfalls vorgesehenen Gesamtvertrag verteidigte sie. Man könne es den Sozialversicherungen auch nicht verdenken, wenn sie lieber mit Trägern solcher Einrichtungen als mit der Kammer verhandeln würden.

# mmt von nter Druck

Die Ärzte wehren sich wieder einmal gegen Gesundheits-  
reformen zu kommen. In beiden Fällen geht es ums Geld.



## Verhandlungen

Die Industrie hat nach eigenen Angaben den Kassen angeboten, den Rabatt von zuletzt 18 Mio. € pro Jahr auf 65 Mio. € – zumindest im kommenden Jahr – zu erhöhen. Den Kassen ist das zu wenig, sagt Pharmig-General Jan Oliver Huber.

vergangenen Jahren unter der Inflationsrate gelegen“, betonte Generalsekretär Jan Oliver Huber. „Bereinigt um die Rabatte einzelner pharmazeutischer Unternehmen, die diese den Krankenkassen gewähren, und wenn man weiters den Solidarbeitrag in die Kalkulation miteinbezieht, der von der Pharmawirtschaft an die Krankenkassen geleistet wird, ergibt sich eine Steigerung von deutlich weniger als acht Prozent“, rechnet Huber vor. „Ich gehe davon aus, dass wir bis zum Jahresende mit einer Steigerung von lediglich fünf Prozent zu rechnen haben, wenn man die Solidarbeiträge und Rabatte abzieht.“

in dieser Höhe als sehr realistisch anzusehen“, erklärt Vize-Generaldirektor und Hauptverhandler Alexander Hagenauer.

## Kassen fürchten teure Pillen

Bereits seit Mitte des Jahres 2014 sei die Krankenversicherung mit einer außerordentlichen Steigerung des Medikamentenaufwands von 8 bis 10 Prozent konfrontiert: Im zweiten Halbjahr 2014 betrugen die Steigerungsraten 9,4 Prozent, im ersten Quartal 2015 bereits 10,5 Prozent; im ersten Halbjahr 2015 liegen uns vorläufige Steigerungsraten von 8,73 Prozent vor. „Diese Zahlen basieren auf den Daten der Pharmazeutischen Gehaltskasse, die sämtliche öffentlichen Apotheken umfassen und bekanntlich nicht im Naheverhältnis der Sozialversicherung agiert.“

Verursacht werde der stark steigende Medikamentenaufwand durch immer stärker und schneller in den Markt drängende Arzneispezialitäten mit immensen Preisvorstellungen, immer häufiger auch in Indikationen, welche die breite Masse betreffen und nicht mehr durch eine Nischenspezialisierung zu rechtfertigen sind.

Bei den Kassen sitzt vor allem der Schock tief nach der im Vorjahr unerwartet aufgetauchten Kostenexplosion durch das innovative Hepatitis C-Medikament „Solvaldi“. Wie berichtet, kostete eine komplette Therapie – die allerdings auch Heilung verspricht – bis zu 160.000 €. Zwar sind die Preise rasch wieder gesunken, die Kassen mussten aber Millionen aufwenden und rutschten prompt ins Minus. Die Krankenkassen erwarten für heuer einen Verlust von 129,3 Mio. €; das vergangene Jahr hatte die Krankenkassen noch mit einem Plus von 88 Mio. € abgeschlossen. (iks)

**Z**wischen der Pharmaindustrie und den Krankenkassen spitzt sich der Konflikt um den so genannten Rahmenpharmavertrag zu. Dieser regelt – vereinfacht dargestellt – pauschale Rabatte der Industrie, der Apotheken und des Großhandels für die Kassen. Damit werden Parallelexporte verhindert, weil die Preise für Arzneimittel höher bleiben. Die Kassen wollen aber nun höhere Rabatte als in den vergangenen Jahren, weil zuletzt die Ausgaben für Medikamente stark gestiegen seien und zunehmend innovative, aber hochpreisige, Medikamente auf den Markt kommen.

**Streit um Kostensteigerungen**  
„Die vom Hauptverband der Sozialversicherungsträger wiederholt kolportierten Steigerungsraten der Medikamentenkosten entsprechen nicht den Tatsachen und lenken nur von den eigentlichen Kostentrieibern im System ab“, stellt nun auch Sylvia Hofinger, Geschäftsführerin des Fachverbands der Chemischen Industrie, in dem auch die heimische Pharmawirtschaft Mitglied ist, fest. Auch wenn es im ersten Halbjahr noch zu Steigerungen von etwa 8% gekommen sei, sei das Wachstum seither deutlich abgeflacht und werde im zweiten Halbjahr nur noch bei maximal 3% liegen.

Wenn man die freiwilligen Zahlungen und Rabatte der Pharmaun-

ternehmen mitberücksichtige, betrage die sogenannte Pharmalücke zwischen Einnahmen und Ausgaben im Bereich der Arzneimittel lediglich rund 10 Mio. € anstelle der vom Hauptverband geforderten 125 Mio., so die Wirtschaftskammer, deren Vertreter aufgrund der Selbstverwaltung der Kassen aber auch auf der anderen Seite der Verhandlungspartner sitzen.

**Die Kritik der Industrie:** Die Zahlen würden vom Hauptverband bewusst hochgerechnet, um die Pharmawirtschaft „für seine zahlreichen eigenen Versäumnisse zur Kasse zu bitten“. Die Umsetzung der Gesundheitsreform sei ins Stocken geraten, dringend notwendige Reformschritte würden nach wie vor nicht angegangen. Österreich leiste sich 22 Sozialversicherungsträger samt Verwaltungsapparaten, im Spitalsbereich werden 6,3 teure Akutbetten pro 1.000 Einwohner finanziert, während man in Schweden mit 2,5 Akutbetten auf 1.000 Einwohner auskommt – dabei können sich die Schweden an einem Mehr von neun in Gesundheit verbrachten Lebensjahren erfreuen, formuliert Hofinger.

**Uneinigkeit in der Industrie**  
Doch auch innerhalb der Industrie ist man sich nicht ganz einig: Der Verband der pharmazeutischen Industrie (Pharmig) pocht ebenfalls auf Beiträge der Branche in Form von Rabatten und „Solidarbeiträgen“. Dadurch sei das Wachstum bei den Arzneimittelkosten „in den

10%

## Preiskorridor

Dem Vernehmen nach wollen die Kassen einen fixen Preiskorridor für Generika.

Kommt das vierte Generikum auf den Markt, soll auch das Originalprodukt nur noch zehn Prozent mehr kosten dürfen. Damit falle der Preisvorteil der Generika weg, sagen Kritiker.

“

*Wir gehen davon aus,  
dass wir bis Jahresende  
mit einer Steigerung von  
fünf Prozent zu rechnen  
haben, wenn man die  
Solidarbeiträge und Ra-  
batte abzieht.*

“

Der Hauptverband bleibt aber hart: „Für das laufende Jahr 2015 wird eine Steigerung von acht Prozent erwartet und diese ist aufgrund der bereits feststehenden Zahlen im ersten Halbjahr 2015



Forschungsausgaben können auch helfen, Gesundheitssysteme zu entlasten.

# Studie: Forschung senkt Ausgaben

Der Anstieg von Gesundheitsausgaben könnte durch verstärkte Ausgaben für Forschung und Entwicklung gesenkt werden, sagt eine neue Studie von Deloitte und Janssen.

... Von Ina Schriebl

BRÜSSEL/WIEN. Trotz des Anstiegs der Gesundheitsausgaben in Europa in den vergangenen Jahren stagniert die Mittelvergabe für gesundheitsbezogene Forschung und Entwicklung. Zu diesem Ergebnis

kommt eine neue Studie von Deloitte, die im Auftrag des Pharmaunternehmens Janssen durchgeführt worden ist. Zwar könnten die Gesundheitsausgaben in der EU bis 2030 von derzeit rund 13% auf künftig 18% steigen, die Ausgaben für F&E stellen aber kaum mehr

als die Hälfte der entsprechenden Ausgaben in den USA dar. Als Gründe sieht die Studie, dass zwei Drittel der Investitionen in F&E aus dem privaten Sektor und nur ein Drittel aus öffentlichen Mitteln stammen.

„Dieser Bericht sollte den Staatsregierungen und der Industrie gleichermaßen als Weckruf dienen“, sagte Beatrice Tardieu, Senior Director im Janssen Health Policy Center. „Die Folgen der Untätigkeit sind offensichtlich und erfordern einen entschlossenen und partnerschaftlichen Ansatz in Richtung einer Verbesserung und Priorisierung der F&E-Finanzierungsstrategien.“ Der Bericht zeigt, dass höhere Investitionen in F&E zu einer besseren Patientenversorgung und Wirtschaftswachstum beitragen.

**Forschung senkt Kosten**  
Investitionen können aber laut der Studie helfen, Gesundheitsausgaben zu senken, indem sie die angespannte Infrastruktur, etwa in Krankenhäusern, entlasten. In den vergangenen Jahren wurden angesichts dieser Herausforderungen einige Fortschritte erzielt. Dazu zählen der Erlass einer EU-Verordnung über klinische Prüfungen sowie der Anstieg der Zahl von Fusionen, Lizenzverträgen und Biotech-Übernahmen durch große biopharmazeutische Unternehmen. „Die Staatsregierungen müssen im Einklang mit dem europäischen Zulassungswesen durch entsprechende Erstattungssysteme die Einführung neuer Technologien belohnen, um diesen einen schnelleren und breiteren Marktzugang zu ermöglichen“, ergänzt Omer Saka, leitender Autor des Berichts und Partner bei Deloitte Financial Advisory.

## AUSZEICHNUNG

### Roche holt Preis für Nachhaltigkeit

WIEN/BASEL. Bereits das siebte Jahr in Folge wurde Roche zum nachhaltigsten Unternehmen in der Pharma-, Biotechnologie- und Life-Sciences-Branche gekürt. Dank der breit gefächerten Nachhaltigkeitsstrategie, die die Bereiche Corporate Governance, Operations und Stakeholder-Zusammenarbeit umfasst, konnte Roche die führende Position in der Pharmabranche behaupten, so die Jury. „Die Auszeichnung als nachhaltigstes Unternehmen der Branche bestätigt, dass Nachhaltigkeit und Zukunftsorientierung bei uns gelebte Realität sind. Dabei geht es nicht nur um den ökologischen, sondern auch um den gesellschaftlichen Aspekt – denn es ist uns ein großes Anliegen, den Zugang von Patienten zu modernsten Therapien langfristig sicherzustellen“, freut sich Wolfram Schmidt, General Manager bei Roche Austria.

**WU**  
**EXECUTIVE**  
**ACADEMY**

plan\_w

EFMD  
**EQUIS**  
ACCREDITED

# Extrem begehrt!

Der Universitätslehrgang Marketing & Sales<sup>WU</sup>

- › Der „neue“ Werbelehrgang
- › Neues Format – geblockte Module
- Freitag nachmittags und Samstag ganztägig
- › Parallel zur beruflichen Karriere
- › 18 Monate kompakte und praxisbezogene Weiterbildung

ulg@wuu.ac.at, +43-1-313 36-4816, [www.marketinglehrgang.at](http://www.marketinglehrgang.at)

Jetzt bewerben!  
Start Mitte Oktober 2015!

# Onlinemarkt ist eng

Vor dem Sommer wurde der Apothekenversand von rezeptfreien Arzneien erlaubt. Das Interesse der Apotheken ist vorerst noch gedämpft, der Markt komplex.

• Von Martin Rümmele

WIEN. Nach der Öffnung des Versandhandels für rezeptfreie Arzneimittel im Sommer kommt der Markt nur langsam in Bewegung. Wie berichtet, dürfen heimische Apotheken künftig online rezeptfreie Arzneimittel – sogenannte OTC-Produkte – verkaufen. Bedingung ist unter anderem, dass die Apotheken bei der AGES registriert sind. Das Interesse von Apotheken, eigene Onlineangebote zu schaffen und ihre Seiten bei der AGES registrieren zu lassen, hält sich aber noch in Grenzen. Derzeit sind bei der AGES 13 Apotheken registriert, die meisten sind mit ihren Shops auch schon online.

**Bezahlungsmöglichkeit zentral**  
Offen ist allerdings, wie die wirtschaftlichen Erfolgsmöglichkeiten österreichischer Onlineapotheken sind, gibt es doch auch internationale Anbieter, die schon länger auf den Markt drängen und meist von den Konsumenten nicht als solche erkennbar sind. „Gewinnen wird, wer einen guten Shop mit guten Bezahlungsmöglichkeiten anbietet“, sagt Christian Renk, Geschäftsführer Klarna Austria. Das Unternehmen bezeichnet sich



Christian Renk (Klarna Austria): „Wer das macht, muss es konsequent machen.“

selbst als Europas führenden Zahlungsanbieter und bietet sichere und einfache Zahlungslösungen für den gesamten Checkout. Renk glaubt, dass mittelfristig in Österreich auch nicht genügend Platz für 12 bis 14 Onlineapotheken sein wird. „Wer das macht, muss voll

und konsequent machen und nicht einfach als zweites Standbein. Das ist dann sicherlich auch ein Kapitalproblem, aber mittelfristig werden nur zwei bis drei groß Anbieter übrig bleiben.“

Die Sicherheit des Bezahls im Netz sei dabei ein wesentlicher

Faktor bei der Frage, ob schlussendlich die Produkte, die den Weg in den Warenkorb finden, auch tatsächlich bestellt werden. Gerade im Medikamentenbereich sei es wichtig, serviceorientiert auf seine Kunden zuzugehen, damit der Kaufvorgang für die gewünschten Medikamente nicht am virtuellen Kassabereich scheitert. Renk: „Denn fehlt die bevorzugte Zahlungsart und werden etwa sensible Daten verlangt, um den Kaufvorgang abzuschließen, dann bringen nur 33 Prozent der Shop-Besucher ihren befüllten Warenkorb tatsächlich zur Kasse und schließen den Einkauf ab. Beim Kauf über Smartphones sind es sogar nur drei Prozent.“

## Zehn Prozent Marktanteil

Nicht zuletzt aufgrund der Komplexität des Themas erwartet Renk auch, dass es in Österreich eher zu einer Konzentration der Online-Apotheken kommen wird, nicht zuletzt aufgrund des Drucks aus dem Ausland. „Von dort tut sich mehr, als im Inland selbst.“ Experten schätzen, dass mittelfristig rund zehn Prozent des heimischen OTC-Geschäfts über den Versandhandel abgewickelt werden.

## MOBILFUNK

### Handy-Verband wehrt sich

WIEN. Das Forum Mobilkommunikation präsentierte einen neu entwickelten „Harmonisierungs-Chip“ für Handys und Smartphones. Damit soll eine sorgenfreie Mobilfunknutzung möglich sein, sagt Margit Kropik, Geschäftsführerin des FMK: „Die versprochene Wirkung ist die selbe wie die der anderen am Markt erhältlichen Chips – mit zwei wesentlichen Unterschieden: Er ist im Gegensatz zu den teuren Modellen kostenlos und sein Wirkmechanismus ist deutlich effizienter als der, herkömmlicher Produkte.“ Tatsächlich handelt es sich dabei um einen Aufkleber auf einer Karte, welche über die wichtigsten Fakten zum Thema „Smartphones und Gesundheit“ informiert – mit dem Fazit, dass Mobilfunk nicht gesundheitsschädlich sei.

## IPO

### Herzklappen an der Börse

ZÜRICH. Die Schweizer Medizintechnikfirma Symetis strebt noch heuer an die Schweizer Börse. Das Unternehmen mit Sitz in Lausanne will durch die Ausgabe neuer Aktien rund 80 Mio. CHF (73,9 Mio. €) bei Investoren einsammeln. Der Gang an die Schweizer Börse wird von Credit Suisse und Jefferies organisiert, teilte das auf künstliche Herzklappen spezialisierte Unternehmen mit.

## HANDEL

### Gesundheit hilft Red Zac-Gruppe

WIEN. Elektronische Helfer für Gesundheit und Zeitersparnis boomen. Das zeigen die Verkaufszahlen der Elektronikkooperation Red Zac für das erste Halbjahr 2015. Gekauft werden Geräte, die einfach und rasch gesunde Ernährung und rationelle sowie energiesparende Haushaltung ermöglichen, teilt das Handelsnetzwerk mit.

# IMS Health ordnet sich neu

Der Informations- und Technologie-Provider IMS erhält nach einem Zukauf auch in Österreich eine neue Struktur und baut seine Position aus.

WIEN. Nach der im April verkündeten Akquisition der Geschäftsfelder CRM und Strategic Data des französischen Software-Unternehmens Cegedim durch IMS Health geht der weltweit tätige Informations- und Technologie-Provider den nächsten Schritt der Zusammenführung: Die österreichische Cegedim-Niederlassung wurde in IMS Health Technology Solutions Austria umbenannt, und das frühere Cegedim-Team wurde ins IMS Health-Team aufgenommen.

IMS Health-Managerin Erika Sander zeichnet nun als Country Manager Österreich für beide Geschäftsbereiche verantwortlich. Unterstützt wird sie von Stefan Baumgartner, der zum Lead of Technology and Service bestellt wurde, sowie von Thomas Lepère. Lepère verstärkt die IMS Health-Mannschaft seit August und wird als Senior Manager Sales and Client Service seine langjährige Life-Science-Branchenerfahrung sowie sein CRM-Know-how einbringen.

Mit der Zusammenführung will IMS Health leistungsfähige Tools und Services für High-end-Customer Relations Management, Multi-Channel-Marketing sowie Datenmanagement – speziell für den österreichischen Markt – weiterentwickeln. Zudem steht den IMS Health-Kunden mit OneKey eine der umfangreichsten Healthcare-Datenbanken mit über 14 Mio. relevanten Kontakten zur Verfügung; IMS Health unterstreiche damit seine führende Position. (iks)



Erika Sander ist Country Manager von IMS Health Technology Solutions Austria.

Gesundheitswissen aus erster Hand.  
Jetzt auch **online** für

Pc & Laptop

iPad

Android Tablet





© Wigilia Ehn (5)

**GESUNDHEITSauszeichnung****Innovative Ideen prämiert**

WIEN. „In der Gesundheitsförderung ist es ein wichtiges Ziel, mehr Bewegung in den Alltag der Menschen zu integrieren und sie bei den ersten Schritten in die Aktivität zu unterstützen. Denn wir wollen Menschen nicht nur behandeln, wenn sie schon krank sind, sondern dazu beitragen, dass es gar nicht erst so weit kommt“, betonte Gesundheitsstadträtin Sonja Wehsely (SPÖ) bei der Eröffnung der Wiener Gesundheitsförderungskonferenz. Die Vorträge von Christine McLaren, Universitätsprofessorin Gabriele Klein und Skisprunglegende Toni Innauer spannten einen Bogen von „Happy Cities“ und wie städtische Raumplanung unser Leben verändert über gesellschaftliche Strategien der Gesundheitsförderung durch Bewegung bis hin zur „wirklich gesundheitlichen Bedeutung des Sports“.

Einer der Höhepunkte der Konferenz war die Verleihung des Wiener Gesundheitspreises. Die Preise wurden in drei Kategorien vergeben, zusätzlich erhielten herausragende journalistische Arbeiten einen eigenen Medienpreis. Marianne Klicka, Dritte Präsidentin des Wiener Landtages, überreichte die Preise: „Der heutige Tag zeigt, dass in Wien mit viel Engagement sowie Know-how Projekte und Initiativen umgesetzt werden. Ideen wie diese liefern wertvolle Anregungen für die Angebote in der Gesundheitsvorsorge und -förderung der Stadt.“ (red)

**Ehrung** Die Preisträger des Wiener Gesundheitspreises stehen fest: „Gesund für Leben“ vom Zentrum für Public Health an der Meduni Wien; „Zahnfee und Zahnärztin vor Ort“ vom Fonds Soziales Wien sowie „Aufbaustunde“ der Volksschule Prandaugasse.



© Andrea Röhrmoser / Roche Austria (4)

**BENEFIZAKTIONEN****Roche und Apotheker unterstützen Kinder**

WIEN/STÜBING. Mitarbeiter von Roche konnen beim diesjährigen Children's Walk insgesamt 10.000 € an Spendengeldern sammeln. Neben einer Finanzhilfe für Kinder in Malawi konnten Andrijka Kashan und Wolfram Schmidt, Geschäftsführer Roche Diagnostics und Roche Austria, nun Schecks an Anita Kienesberger, Geschäftsführerin der Österreichischen Kinder-Krebs-Hilfe, und Johannes Schober, Leiter der Kinder- und Jugendeinrichtung der Caritas Wien, überreichen.

Auch die österreichische Apothekerschaft setzt sich aktiv für Kinder ein: Für den Neubau des SOS-Kinderdorfes in Stübing (Steiermark), für den die Pharmazeuten bereits 70.000 € aufgebracht haben, kann in allen Apotheken gespendet werden. (red)

**TECHNISCHE LEBENSADER****Im Herzen des Wiener AKH**

WIEN. „Wir müssen und werden hier weiter investieren“, erklärte ein sichtbar beeindruckter Wiener Bürgermeister nach einer etwas anderen Besichtigungstour im Wiener AKH: Michael Häupl (SPÖ) besah sich die Leistungen der Vamed-KMB, der technischen Betriebsführung des Krankenhauses.

Die Tour: vom Keller, der die Kühl- und Heiztechnik des größten Spitals Österreichs beherbergt und für konstante 22 Grad Celsius in den Krankenzimmern und Operationsräumen sorgt, bis zum Dach, von der Werkstatt bis zur Elektrotechnik; von der Leitstelle, die die Stromversorgung auch im Falle eines kompletten Stromausfalls sicherstellt, bis zur zentralen Verteilungseinrichtung, in der täglich mittels 7.000 Fahrten Bettzeug, Essen und Medikamente jederzeit rückverfolgbar verteilt werden. Häupl ließ sich einen Ausschnitt des riesigen Bereichs zeigen, der für Besucher, Angestellte und Patienten normalerweise unsichtbar bleibt. Ebenfalls nicht sichtbar: In zehn Jahren wurden 81 Lehrlinge in elf Lehrberufen ausgebildet; derzeit werden 26 Lehrlinge ausgebildet, die in den vergangenen vier Jahren 28 Auszeichnungen erhalten. (red)

**Betriebsbesichtigung** Wiens Bürgermeister Michael Häupl ließ sich von den Betriebsräten Robert Winkelmann und Konrad Kölbl das technische Herzstück der Wiener AKH zeigen und war überrascht von der Vielfalt der Aufgaben, die hier bravurös geleistet werden.



© Barbara Niederz

**KARRIERE****Chirurgie für Westafrika**

**Harald Kubiena**, Facharzt für Plastische, Ästhetische und Rekonstruktive Chirurgie im Wiener Krankenhaus Göttlicher Heiland, verstärkt das Noma-Team Österreich und vertritt die NGO, die Operations-Hilfseinsätze in Westafrika durchführt, in der Öffentlichkeit. Noma ist eine bei Kleinkindern auftretende schwere Infektionskrankheit, die weite Teile des Gesichts befällt und zu massiven Entstellungen führt.

**Pflege hat neuen Chef****Ernst Weilguny**

Am oberösterreichischen Spital in Freistadt wurde die Pflegedirektion neu besetzt – mit dem diplomierten Gesundheits- und Krankenpfleger Ernst Weilguny. Er hat das Diplom in Linz abgeschlossen, darüber hinaus eine Sonderausbildung für Intensivpflege absolviert und das Studium für Sozialmanagement mit einem MBA abgeschlossen. Seit 2004 ist Weilguny am LKH Freistadt tätig.



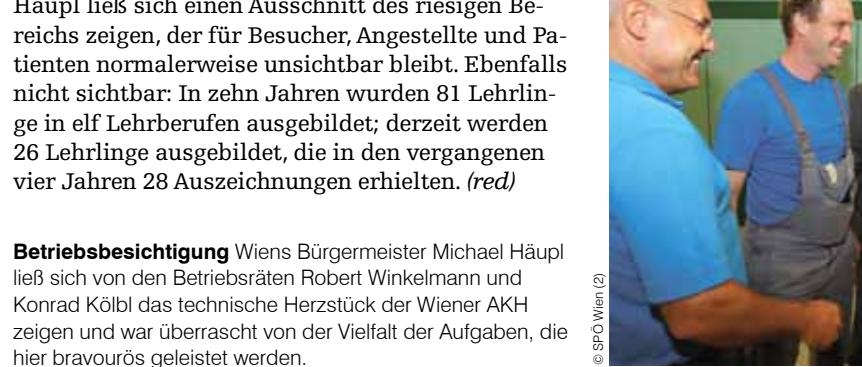
© gespag

**Spendenaktion****Andrijka Kashan (Roche Diagnostics), Johannes Schober (Caritas Wien), Anita Kienesberger (Kinder-Krebs-Hilfe) und Wolfram Schmidt (Roche Austria) bei der Scheckübergabe (großes Foto unten v.l.)**

© Robert Herbst

**Eine neue Ernennung****Georg Bischof**

Mit Entschließung des Bundespräsidenten wurde Georg Bischof, Facharzt für Chirurgie und Gefäßchirurgie sowie Spezialist für Minimal-invasive Chirurgie, zum Universitätsprofessor ernannt. Bischof arbeitet in Gemeinschaftspraxis in Wien und als Leiter der chirurgischen Abteilung im Evangelischen Krankenhaus Wien.



© SPO Wien (2)

© NLK Pitzwieser

80

© NLK Pitzwieser

**DIPLOMVERLEIHUNG****Die ersten Zahnmediziner**

KREMS. Die Danube Private University (DPU) in Krems ist österreichweit die einzige staatlich anerkannte Privatuniversität für das Diplomstudium Zahnmedizin. Kürzlich erhielten die ersten 39 Absolventen des Studienganges Zahnmedizin ihre Diplome – überreicht wurden sie vom niederösterreichischen Landeshauptmann-Stellvertreter Wolfgang Sobotka und Marga Brigitte Wagner-Pischel, Gründerin und Präsidentin der DPU (im Bild mit zwei frischgebackenen Diplominhabern). Über 500 internationale Gäste nahmen an der feierlichen Diplomverleihung teil, darunter Exzellenzen aus der diplomatischen Welt, Persönlichkeiten aus der Politik, Industrie, Wirtschaft und Gesundheit. (red)



# industrial technology

**Industrie 4.0 Logistik**  
gehört zu den Vorreitern  
bei der Vernetzung 75

**Umfrage MES** ist für  
Unternehmen Basis für  
die Smart Factory 78

**Gutes Image** NÖ Bevöl-  
kerung stellt Industrie  
ein gutes Zeugnis aus. 78

**Energiegeladen** Cord  
Prinzhorn bringt Mein-  
AlpenStrom ans Netz 80



**EMO Milano** Eine erste  
Vorschau auf die heurige  
Werkzeug-Messe 79



© Mark Allen/EPA/picturedesk.com

**VSL**  
Verpackung -  
Koffer - Flightcase  
[www.vsl.at](http://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

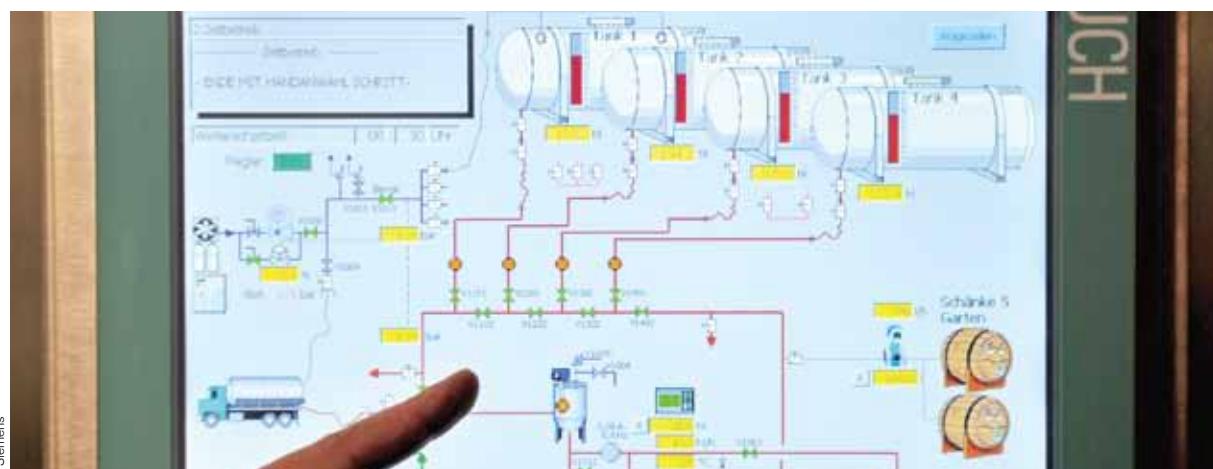
**ÖKO-EXPERTEN**  
*Fachkongress  
envietech2015*

WIEN. Die Fachkonferenz envietech findet heuer am 16. Oktober statt. Experten wie Bernd Wolschner, Vorstand SW Umwelttechnik, Sabine Herlitschka, Vorstandsvorsitzende der Infineon Technologies Austria AG, und Markus Hengstschläger, Genetiker und Mitglied des Rats für Forschung und Technologieentwicklung, zeigen auf, welche Konzepte und Faktoren in der Ressourcen- und Umwelttechnologie zum Erfolg führen.

Im Rahmen der Veranstaltung wird auch der Staatspreis für Umwelt- und Energietechnologie verliehen. (red)

## Die Risikoprävention muss deutlich verbessert werden

Schiffs-Havarien sind nicht die einzige Gefahr, vor der Unternehmen ihre anfälligen Supply Chains schützen müssen. 74



O'zapft is media net wirft einen Blick auf die Technik hinter dem größten Volksfest der Welt. 76



**Arbeitsplätze  
schaffen.**

Österreichs Industrie sichert direkt und indirekt 2,4 Millionen Jobs. Ohne ehrliche und faire Strukturreformen, ohne Investitionen in Bildung, Infrastruktur sowie Forschung und Entwicklung stehen diese Arbeitsplätze auf dem Spiel. Handeln wir jetzt!



## Energieeffizienz für Intralogistik

**Kurt Zillner**, Produktmanager Umwelt, Sicherheit & Energie bei Jungheinrich Österreich

Wie viel Zeit und Kapital können Betriebe in Zukunft einsparen? Welche Energiekonzepte kommen dem Bedarf des Kunden am nächsten?

Die Logistikbranche erkannte in den letzten Jahren, dass eine kompetente Analyse des Kundenbedarfs in Bezug auf Antriebssysteme zur nachhaltigen Senkung der Gesamtkosten in Betrieben führt.

Der wichtigste Faktor bei der Einsparung von Energie ist das perfekte Zusammenspiel der einzelnen Fahrzeugkomponenten. Hauseigen entwickelte Elektromotoren, Steuerung und Elektronik – wie es in Jungheinrich-Kompetenzzentren bereits seit Jahren praktiziert wird – sind gegen zugekauft Teile klar im Vorteil, da deutliche Einsparungen in der richtigen Technologie stecken: Je besser die Komponenten aufeinander abgestimmt sind, desto höher die Ausschöpfung der Ressourcen.

Die Ladetechnik darf man dabei ebenfalls nicht außer Acht lassen. Denn die richtige Technik erhöht den Wirkungsgrad der Batterie erheblich.

Die Zukunftsaussichten sind vielversprechend: Die Lithium-Ionen-Technologie hat den österreichischen Markt erreicht und bietet neue Optionen in der Energieoptimierung. Vor, aber auch nach Investitionen führt eine fundierte Energieberatung zur Kostensenkung im Betrieb.

## KNAPP AG Logistik für Vente-privée

HART/GRAZ. 18 Millionen Kunden in ganz Europa und Zehntausende Bestellungen täglich – um die dafür notwendige Logistikprozesse weiter zu optimieren, hat der französische Online-Händler Vente-privée beschlossen, künftig mit der Knapp AG zusammenzuarbeiten.

Im Mittelpunkt der eCommerce-Lösung des steirischen Intralogistik-Spezialisten steht ein OSR Shuttle, das die geforderte Flexibilität für die häufigen Sortimentswechsel unterstützt und für ergonomische und fehlerfreie Kommissionierung an den Pick-it-Easy-Stationen sorgt. Für die Sortier-Aufgaben wird eine Transporttasche, verbunden mit einem Hängewarensystem, eingesetzt. In ihr finden alle Artikel Platz, die auch in eine Einkaufstasche passen würden. (red)



© Hermes Europe Hohe Qualitäts- und Sicherheitsansprüche auf der einen und wachsende Risiken auf der anderen Seite stellen hohe Anforderungen.

# Unzureichende Risikoprävention

Das Bewusstsein über die steigenden Gefahren entlang der Lieferketten ist zwar hoch, dennoch verfügt aber erst knapp die Hälfte der Unternehmen über Frühwarnsysteme.

••• Von Britta Biron

HAMBURG. 40% der Logistikverantwortlichen gehen laut der aktuellen Umfrage von Hermes von einem steigenden Risikopotenzial im Beschaffungsmanagement aus.

So fürchtet etwa jeder vierte Befragte (26%), dass die zahlreichen innerdeutschen Streiks und Arbeitsniederlegungen negativen Einfluss auf die Produktions- und Lieferketten haben.

Der Konflikt mit Russland sowie die Wirtschaftssanktionen der EU wirken sich nach Meinung jedes Fünften (19%) schon jetzt negativ

auf die Logistikprozesse aus, bei Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitern ist das sogar noch deutlicher zu bemerken (32%).

### Hohe Ansprüche

Gleichzeitig haben Qualität (96%) und Versorgungssicherheit (89%) einen extrem hohen Stellenwert (96%). Ebenso viele wollen Lieferantenausfälle vermeiden. Die lieferantenseitige Einhaltung von Gesetzen ist für 86% der Logistikentscheider ein wichtiges Argument zur Risikoprävention.

Sieben von zehn Unternehmen nutzen die Gelegenheit

auch, um damit soziale und ethische Standards zu gewährleisten. 67% der Logistikmanager liegen zudem die ökologischen Standards der Lieferanten am Herzen.

Die Reduktion von Risiken in Verbindung mit den volatilen Rohstoffpreisen spielt für immerhin 60% eine Rolle.

Dennoch verfügen nur 43% der deutschen Logistikunternehmen über ein Frühwarnsystem, um sofort auf mögliche Gefahren innerhalb der Lieferkette reagieren zu können. Diejenigen, die darauf verzichten, führen als Gründe vor allem zu hohe Kosten an (24%) oder einen zu hohen Umstellungsaufwand (18%) an.

„Es ist jedoch häufig nur eine Frage der Zeit, bis sich ein unvorhergesehenes Ereignis negativ auf die eigene Lieferkette auswirkt“, weiß Jan Bierewitz, Bereichsleiter Sales & Business Development Sea/Air, bei Hermes Transport Logistics.

Angesichts der weltweiten Konflikte, der zunehmenden Digitalisierung in den Prozessen und den wechselhaften Stimmungen am Arbeitsmarkt müssten Logistikmanager künftig aber *ganzheitlich* denken und vorsorgen.

### Viele Problembereiche

Die Mehrheit der Logistikverantwortlichen (86%) ist sich dieser Notwendigkeit durchaus bewusst. Allerdings erschweren bestimmte, in den Unternehmen verankerte Zielvorstellungen bzw. Sparmaßnahmen ein strategisches Supply Chain Management.

In 43% der Unternehmen bereitet die Just-in-Time-Lieferung laut Umfrage Schwierigkeiten. Jedes dritte Unternehmen merkt zudem starke negative Auswirkungen im eigenen Geschäftsbereich, wenn das Bestandslevel reduziert wird.

Für drei von zehn ist die Einzelquellenbeschaffung (Single Sourcing) zusätzlich eine große Her-

ausforderung. Gleichermaßen gilt auch für die Zentralisierung der Distribution. Jedes vierte Unternehmen rechnet mit großen Problemen, wenn die Lieferantenbasis verkleinert wird. Und jeder Fünfte gibt an, dass Outsourcing große Schwierigkeiten nach sich zieht.

### Wettbewerbsvorteil

All diese Risiken ließen sich, so Bierewitz, durch ganzheitliches Supply Chain Management in den Griff bekommen. Zudem bringt das für die Betriebe einen klaren Wettbewerbsvorteil, weil sie dadurch die Kundennachfrage trotz Krisen zuverlässig bedienen könnten.

### Sichere Versorgung

„Das systematische Erkennen und Vorbeugen möglicher Beschaffungsrisiken hat für jedes Unternehmen eine existentielle Bedeutung“, so Bierewitz weiter. „Eine ganzheitliche Betrachtungsweise und fortlaufende Prüfung potentieller Risiken wirkt sich spürbar auf jeden einzelnen Schritt entlang der gesamten Lieferkette aus – und das sichert die Versorgung und damit die eigene Marktposition auch langfristig.“

Allerdings zeigt die Umfrage, auch, dass die Vernetzung der einzelnen Prozessabschnitte, also in der Regel die Vernetzung von internen und externen Abläufen, derzeit als hohe Hürde wahrgenommen wird.

„Doch nur, wenn die unterschiedlichen Beteiligten einer Lieferkette synchronisiert und vernetzt zusammenarbeiten, kann ein unternehmensübergreifendes Supply Chain Management funktionieren“, so Bierewitz weiter. 10% der Logistikentscheider orten seitens der Kunden und Lieferanten aber noch eine geringe Bereitschaft, Informationen untereinander auszutauschen.

### Fachkräfte fehlen

Aber noch in einem weiteren Punkt wird den Unternehmen die Optimierung ihrer Supply Chain schwer gemacht.

Wie eine Studie von Lisa Harrington, Senior Research Fellow im Supply Chain Management Center an der Robert H. Smith School of Business der University of Maryland, diesen Frühling am Beispiel der deutschen Automobilindustrie herausgefunden hat, fehlen die Fachkräfte. Auf jeden Hochschulabsolventen mit Supply-Chain-Kompetenzen kommen derzeit in Deutschland sechs offene Stellen. Und die Lage wird sich weiter verschärfen.



## Tool für Supply Chain-Management

### H-OI PLM

Über die Online-Plattform für Produktentwicklung können Prozesse transparent und umfassend gesteuert werden, die am Projekt beteiligten Mitarbeiter auch weltweit zusammenarbeiten und der Prozess von der Produktspezifizierung über das Sampling bis hin zur Endabnahme begleitet werden.

### Astra Supply Chain

Über die im April dieses Jahres neu gegründete Astra Supply Chain Services Ltd. bietet das Unternehmen ab sofort gebündelte Dienstleistungen im Bereich der Auditierung und Qualitätskontrolle in zentralen Beschaffungsmärkten sowie IT-basierte Supply Chain-Lösungen an.

### click2supplychain

Mit der SCM-Plattform sorgt Hermes für volle Kontrolle entlang der gesamten Lieferkette. Aus den acht verschiedenen Modulen – darunter Order Management, Online Documents, Freight Management, Performance Control – kann der Kunde die für ihn relevanten Module auswählen.

# Fachkräfte sind Mangelware

CSC-Studie sieht Logistik bei der Umsetzung von Industrie 4.0 in einer Vorreiterrolle. Der Know-how-Transfer in die Industrie scheitert aber wegen fehlender Manpower.

••• Von Britta Biron

WIEN. Die Logistik gehört nach Einschätzung von Dietmar Kotras, Geschäftsführer von Computer Sciences Corporation (CSC) in Österreich, zu jenen Branchen, die bei der Umsetzung von Industrie-4.0 bereits weit vorangekommen sind. „Anschaulich werden die Pionierleistungen der Transportexperten nicht nur in den Distributionszentren von Unternehmen, sondern beispielsweise auch beim Containerumschlag der großen Überseehäfen oder im Schienengüterverkehr; hier haben einige Unternehmen bereits den vollständigen Digitalisierungsgrad erreicht.“

## Vorzeigeprojekt

Als Beispiel nennt er die Salzgitter Flachstahl GmbH mit ihrem integrierten Hüttenwerk. Rund 40 Mio. Tonnen transportiert das Unternehmen – teilweise über ein eigenes Netz – jedes Jahr auf der Schiene. Dafür wurde die Betriebssteuerung der Schwestergesellschaft „VPS Verkehrsbetriebe Peine-Salzgitter“ umgestellt und nach der Idee einer Smart Factory voll automatisiert.

Vom eingehenden Online-Auftrag über die Transportsteuerung der rund 2.000 Güterwagen bis zur Kundenabrechnung ist die Prozesskette voll digitalisiert.

Die konsequente Datenerfassung ermöglicht dabei nicht nur in Echtzeit einen Überblick auf das gesamte Betriebsgeschehen, sondern liefert auch die Grundlage für die exakte Kalkulation von Kosten und Angeboten.

Ein schneller Know-how-Transfer dieser Praxis in die produzierende Industrie scheitert aber

neben der aktuell schwachen Investitionsfreude derzeit meist an fehlendem Personal.

Nur knapp jedes vierte Unternehmen in Österreich verfügt einer CSC-Umfrage zufolge über ausreichend Industrie 4.0-Fachkräfte mit Kenntnissen sowohl in IT als auch

Logistik und Fertigung; ein ähnliches Bild zeigt sich auch in der Schweiz.

Deutsche Unternehmen schätzen den Fachkräftemangel etwas weniger gravierend ein; hier glauben 32%, dass das Angebot am Arbeitsmarkt ausreichend ist.



Dietmar Kotras, Geschäftsführer von Computer Science Corporation in Österreich.

## PAKETE OHNE GRENZEN

### Start von DHL Parcel Connect

BONN. „Gerade im grenzüberschreitenden Paketversand liegen aufgrund des dynamisch wachsenden eCommerce enorme Potenziale. Wir wollen unsere Kunden bei der Erschließung dieses Potenzials unterstützen und den internationalen Versand so einfach wie möglich gestalten“, so Günter Birnstingl, Geschäftsführer von DHL Paket Austria, zum neuen DHL Parcel Connect, das erstmals einheitlich hohe Servicestandards für den Paketversand in Benelux, den Niederlanden, Polen, Tschechien, Slowakei und Österreich gewährleistet.

Dafür werden die Zustellnetze seit April 2014 gezielt auf das B2C-Geschäft ausgerichtet. Bis 2016 soll in Österreich der Aufbau eines DHL Paketnetzes mit Schwerpunkt auf dem B2C-Geschäft abgeschlossen sein. (red)

Liam, Nina, Milena, Erich, Bettina, Trung, Tibor, Michaela, Dong-Kwon, Karl, Vincenzo, Quan Hong, Maxwell, Herbert, Miro, Lisa, Nicolas, Haliljil, Friedrich, Nazario, Cuc Thi Mirsad, Benjamin, Flora, Ingo, Reiner, Giang Quang, Mustafa, Franz, Mišel, Gerhard, Dražen, Ulrike, Elfriede, Nermin, Armin, Hoa Thi Thu, Manuel, Halvard, Bernhard Peter, Turkovitch, Christoph, Marco, Adolf, Jürgen, Franc, Ferhat, Günther, Adnan, Mahesh, Thomas, Margarete, Raphael, Patrick, Daniela, Robert, Harald, Reinhard Hamdija, Walter, Günter, Stefan, Horst, Ibrahim, Bernd, Joze, Vincent, Huong Thi, Roland, Alexander, Roman, Alojz, Jörg, Mateusz, Dejan, Ki-Tae, Arsim, Nicole, Andrea Hans, Duc Anh, Peter, Christian, Dietmar, Simon, Nan, Sandra, Attila, Florian, Laurenz, Tomi, Marko, Güney, Marjan, Zoran, Rama, Idioma, Milorad, Shefki, Aladin, Janez Harjo, Jozef, Duško, Drazen, Darko, Manfred, Pioter, Markus, Adis, Momir, Richard, Primož, Marcel, Mario, Josef, Miroslav, Siegfried, Mehmet, Heinz, Daniel, Khanh Van Kurt, Teodor, Annemarie, Xian-Jie, Raimund, Radan, Woo-Sick, Milan, Hermann, Leo, Ramic, Todovic, Reinhold, Akash, Jakob, Zsolt, Imre, Seung-Ju, Tamas Janas, Konrad, Muhamad, Edis, Gökhan, Iones, Geza, Slavko, Johannes, Slavoljub, Tjerk, Alfred, Philipp, Oliver, Rudolf, Bratislav, Andreas, Pedram, Silvio, Ok-Hwan Dominik, Khaled, Mukrem, Rene, George, Tomas, Damir, Gerald, Norbert, Gabriel, Muhammed, Anh Ngoc, Alen, Ahmet, Cemil, Georg, Dragan, Peter, Miha, Samuel Vigh, Kyung-Ho, Laszlo, Marcella, Min-Woo, Karl-Heinz, Turgay, Eileen, Ismet, Nasri, Djurica, Yalcin, Helmut, Otilio, Ok-Ja, Christine, Elisabeth, Jernej, Raphaela, Christa Dagmar, Sylvia, Lucija, Paul, Claudia, Monika, Andreas, Josef, Dieter, Gernot, Biljana, Milivoje, Hannes, Ehrentrude, Dusica, Alois, Tanja, Doris, Zdenko, Lucia, Diana Vinko, Rupert, Nga Thi, Irmgard, Klaus, Patricia, Gottfried, David, Andreja, Wolfgang, Silvia, Uwe, Yeong-Cheol, Julia, Rainer, Francesco, Rupprecht, Clemens, Tuan Thanh, Susanne, Elvir, Nadine, Ernst, Katharina, Anh Tuan, Sabine, Marie-Louise, Matthias, Manuela, Cedric, Hung Quang, Simone, Melanie, Sophia, Michael, Friederike Chien Thi, Maria, Slobodan, Werner, Boban, Tomaž, Eckhard, Rochus, Kristina, Phuong Thi Minh, Jennifer, Balthasar, Milosja, Hung Van, Ljubica, Marija, Edo, Milojko Anneliese, Renate, August, Jovan, Herwig, Sasa, Frank, Antonio, Henrik, Heike, Gunther, Anna, Sophie, Heinrich, Uj-Jin, Olaf, Sergej, Erwin, Christina, Irene, Osvin Sascha, Duong Hai, Matej, Husein, Jožef, Edvard, Doroteja, Min-Hui, Otto, Alexandra, Ursula, Erik, Zoltan, Goran, Young-Hyo, Jutta, Leopold, Edmund, Karin, Sevda Peter, Vukašin, Horst, Angelika, Johanna, Andre, Bianca, Evgeniya, Bin Van, Ramona, Gerolf, Thao Thi, Martina, Manh Van, Dionys, Tobias, Sebastian, Klaus-Peter Johann, Slavica, Georg, Mirjana, Ismael, Agnesa, Lukas, Miomir, Benedikt, Domenik, Hubert, Eveline, Gunnar, Xuan, August, Thuong Cong, Gabriele, Massimo, Roberto Michele, Alfio, Giorgio, Borut, Oscar, Giuseppe, Carlo, Luigi, Momčilo, Graziano, Agostino, Angelo, Giovanni, Zinajid, Niklas, Dušanka, Bledar, Raffaele, Youssef Mohamadou, Chuong Van, Michael, Davide, Lorenzo, Harwinder, Humberto, Cheick, Vladko, Marauan, Tung Thang, Milomir, Dung Ngoc, Emiliano, Zdravko, Olgerd Alessio, Alan, Tiziano, Cristiano, Boro, Hang Thi, Willibald, Simon, Franz, Hieu Xuan, Albert, Stephan-Dennis, Hai Hoang, Othmar, Ferdinand, Franz, Samo, Inge, Martin Arif, Lujzim, Gertrud, Vjekoslav, Barbara, Felix, Nghia Ngoc, Christopher, Irmgard, Rafael, Klarissa, Engin, Maximilian, Max, Sabrina, Muharem, Franjo, Khanh Duy, Valter Ljubo, Vesna, Vekoslav, Long Ba Tuong, Dubravko, Majda, Nikolaus, Heribert, Regina, Due Van, Johann, Tuan Duc, Walter, Nadja, Manja, Mathias, Johann, Richard Leonardo, Qiufang, Kerstin, Corinna, Phat Van, Bojan, Eva, Antje, Vinzenz, Katja, Sandro, Ha Van, Sylvester, Yan Baochang, Marvin, Phuong Duy, Ornella, Javad, Demir Taner, Hans, Jürgen, Dusko, Dino, Margit, Trung Kien, Ralph, Siegmund, Anton, Bettina, Maria, Hao Thi, Hans, Darjan, Fritz, Sven, Smajil, Vanessa, Nora, Joachim Anh Mai, Gergely, Stefanie, Stephan, Michael, Ramazan, Ferenc, Radisa, Tae-Man, Alja, Quan Viet, Sakir, Thu Thi Minh, Rebekka, To Van, Emanuel, Aleksandry, Viktor Hans Peter, Tamara, Ludwig, Edward, Tung Thanh, Dragomir, Stephan, Nam Quang, Ljubisa, Riko, Radosav, Vitali, Ercument, Zlatko, Zeljko, Gustav, Zlatomir, Pavao Lucas, Milenko, Franz, Josef, Borko, Momo, Maurice, Quan Xuan, Mario, Herbert, Kiem Dang, Mohit, Carina, Franz, Felix, Walter-Robert, Vladan, Mirela, Bashkim, Nebojsa Steve, Galin, Ufuk, Thuan Trong, Silvester, Gökşal, Halit, Phong Van, Ali, Karoline, Izet, Byung-Hag, Svetislav, Ljubinko, Bogdan, Muharem, Deniz, Philip, Suada, Idriz Vedat, Arsen, Dusan, Yasar, Wilfried, Vuto, Filip, Radoslav, Mesut, Cornel, Stanko, Mirko, Julius, Alfons, Bruno, Georg, Binh Thi, Alexander, Alvaro, Yuri, Israr, Leticia Nataael, Alex, Jian, Yuan, Ansley, Kumar, Hanqin, Yong-Won, Sang-Chul, Nedo, Nataša, Bogomir, Thao Van, Burim, Bo Van, Božana, Cuc Thi, Željka, Abdulah, Mehio Mićo, Jugoslav, Adrijana, Zvonimir, Sava, Qui Gia, Micheal, Vasilije, Trong Van, Anna-Katharina, Jacek, Marian, Muammer, Teresa, Verena, Helga, Tomislav, Ivalina Stanislav, Tu Van, Bilal, Anita, Arnold, Shaban, Akos, Raphael, Josef, Isabella, Dijan, Ladislau, Petar, Gerold, Haki, Marcus, Linh Duc, Jürgen, Brigitte, Milovan, Julien Thu Xuan, Thomas, Sebastian, Walter, Ernst, Serkan, Artur, Burak, Fabian, Yasin, Hans-Werner, Denis, Igor, Gorazd, Nika, Marjeta, Brigit, Giap, Onofre, Kumar, Boris Gabrijel, Nevsudin, Tadej, Davorin, Leon, Ivan, Emmeric, Oanh Thi, Moritz, Silvo, Živan, Gencho, Miran, Drago, Boštjan, Sanja, Marjetka, Uroš, Vlado, Kristjan, Božo Matvež, Sašo, Adam, Damjan, Aleš, Andrej, Bogdana, Sarah, Theresa, Mitja, Danijel, Danilo, Hasan, Nenad, Nenad, Gregor, Armando, Predrag, Klemen, Vladimir, Thang Huu Branko, Thuy Van, Nino, Hoa Van, Nihad, Smajo, Petra, Luong Van, Đorđe, Silvestra, Matjaž, Elvis, Tine, Jožica, Egon, Iztok, Sejad, Emsad, Senad, Velibor, Tu Manh Ljubiša, Pašan, Budislav, Đuro, Haris, Zvonko, Dorotej, Mensur, Alisa, Viktoria, Thanh Viet, Annika, Chang-Bum, Joel, Nathalie, Elias, Victoria, Jahn, Roswitha, Patrizia Lorenz, Carolin, Mariella, Hannah, Valeriya, Alina, Marlene, Kolett, Nam Van, Gerda, Kevin, Lisa-Maria, Fabio, Aleksander, Jože, Friderik, Vojko, Dušan, Miladin, Željko Kristjan, Damijan, Ludvik, Štefan, Srečko, Janko, Viljem, Radojica, Ferid, Jurij, Hans, Bernarda, Emil, Alenka, Johann, Mladen, Loris, Rajko, Skender, Sebastijan, Davor Aljoša, Jeton, Mazo, Zorančo, Franci, Muhamed, Zijad, Srdan, Nikola, Sebastjan, Admir, Miralem, Naser, Simeon, Fidan, Sabir, Amir, Penyo, Lekov, Sanel, Mujo, Husmir Alessandro, Sulejman, Nevzet, Jasmin, Ermin, Branimir, Nebojša, Mirza, Fikret, Azem, Mihret, Zedin, Belmin, Vilko, Rukib, Toni, Mile, Zikret, Aleksandar, Ervin, Evel Nedžad, Besim, Eniz, Almir, Veldin, Omer, Eldin, Samin, Medin, Mirens, Samed, Emir, Džemal, Hajrudin, Emrah, Aca, Stojan, Nusret, Jani, Anica, Natalya, Cornelia, Alic Katharina, Anita, Nicola, Marc, Ani, Galina, Roza, Zhivko, Iliyan, Snezhana, Rusalin, Minka, Radostin, Zhecho, Angel, Yordanka, Stoyka, Valeri, Svetoslav, Lyubomir Vladislava, Slavka, Nedyu, Hristo, Todor, Nikolay, Plamen, Tihomir, Veselin, Stanimir, Violin, Tsvetelin, Tatyana, Velin, Nedko, Dilyan, Ivo, Neli, Lidija, Radostina, Angelina Dimitar, Mihail, Penka, Velichka, Ventsislav, Kostadin, Yordan, Georgi, Trifon, Denitsa, Tanya, Mira, Salzitsa, Valentin, Darina, Gena, Valya, Veselka, Stoyan, Maya, Krasimir Atanas, Encho, Manyo, Kemal, Angelinka, Zhivka, Zeyneb, Andon, Niyvana, Dobromir, Ivanka, Petko, Lazar, Doycho, Violeta, Konstantin, Ivelin, Todorka, Dimo, Mitko Vasilka, Gergana, Yanka, Stoyanka, Mincho, Yuliyan, Rumen, Aleksandar, Kolyo, Mariana, Teodora, Vinelin, Mariyana, Dinko, Gancho, Dyako, Miho, Nedelcho, Dimcho Rosen, Zhelyazko, Dobri, Iaylo, Milen, Zhelyo, Kamen, Stamo, Chavdar, Tsoneko, Dicho, Nuri, Yanko, Vidko, Gospodin, Velichko, Stoycho, Penko, Ivilin, Danyo, Tancho Tsvetan, Milcho, Pavel, Stancho, Kaloyan, Mariyan, Anastas, Vasil, Tenyo, Nedyalko, Dinyo, Yani, Vidyo, Kiril, Ignat, Diyan, Kancho, Valko, Veliko, Hrisimir, Iliya, Miglena Asen, Evgeni, Stoyko, Vulcho, Zhoro, Svilen, Nachko, Sabi, Grozdan, Yuliyan, Yancho, Yovcho, Lyudmil, Emiliyan, Donyo, Denyo, Bořislav, Zlatan, Marin, Tonislav, Venko Danail, Petyr, Svetozar, Ivajlo, Ljubomir, Nikolaj, Sasho, Toshko, Tsvetomir, Vylo, Iljan, Kyno, Diana, Ognjan, Petjo, Dancho, Dimitry, Detelin, Nanko, Gerasim, Marijan Hristina, Dimitrina, Stoicho, Jordan, Tsvetislava, Matjana, Sashko, Radoslavka, Vladislav, Ratiltsa, Stiljan, Tsvetina, Anelija, Lidija, Nikolinka, Lalimir, Ginka, Elena, Elitsa Slawomir, Srđan, Sylwester, Grezgorz, Ostoja, Robin, Zheko, Veronika, Dorian, Marek, Katherina, Hajro, Vahdetdin, Till-Krischan, Ulrich, Stephanie, Andrey, Claus Bobdan, Alessandr, Alice, Giuseppina, Daniele, Renato, Vania, Mirco, Vittorio, Gianluca, Matteo, Saimir, Katia, Paolo, Laura, Marco, Carmelo, Alberto, Vito, Zvonimir Sava, Guangming, Mandy, Fay, Tina, Coco, Henry, Xiurong, Bonita, Wen, Xiaofei, Yi, Dan, Shouzhen, Bo, Yaqiong, Andy, Ping, Junqiao, Tangshen, Kim, Pu Mingchen, Jianfeng, Junhan, Nick, Jeff, Wesley, Jack, Zhuhua, William, Marc, Dominic, Luke, Linda, Shiyoung, Wenshen, Junbao, Weixin, Yuqing, Hui, Xijiang, Bing Pengqin, Ke, Feng, Wu, Baowang, Haobo, Xiaohu, Xiaolin, Tao, Hechao, Taihui, Sandy, Yong, Langxi, Jianneng, Yongping, Haitao, Min, Qiumian, Jianjun, Yu, Shiguo Hongliang, Fuxing, Jun, Zhengshan, Eric, Nemci, Aurelio, Valcir, Eduardo, Vanius, Jessica, Patrícia, Luceli, Elenice, Leandro, Raul, Evaldo, Newmar, Alex, Gustavo, Jorg

Rabot.

PALFINGER AG - 5020 Salzburg, Österreich | E-Mail: h.rother@palfinger.com

## UNSERE MITARBEITER SIND UNSERE WERTVOLLSTE RESSOURCE

**PALFINGER**

LIFETIME EXCELLENCE

Jeder unserer rund 9.000 Mitarbeiter hat Anteil an unserem Erfolg. Auch wenn hier leider nicht alle Platz finden, für uns ist jeder einzelne Mitarbeiter eine wichtige Ressource für unser Unternehmen. Deswegen ist es PALFINGER ein besonders Anliegen, dass sie als unsere primären Stakeholder zufrieden sind. Mehr zur Nachhaltigkeitsoffensive vom Weltmarktführer für Hebe-Lösungen sowie unseren Werten Unternehmertum, Respekt und Lernen erfahren Sie auf [www.palfinger.ag/de/nachhaltigkeit](http://www.palfinger.ag/de/nachhaltigkeit)

**O**b es auf Hawaii tatsächlich kein Bier gibt? Egal. Für Liebhaber der Gerstensafts gibt es von morgen bis einschließlich 4. Oktober ohnehin nur ein Reiseziel: München. Seit 1810 findet – mit Ausnahme der Jahre des ersten und zweiten Weltkriegs – das Oktoberfest statt und ist längst zum größten und einem der bekanntesten Volksfeste der Welt geworden. Gut 6 Millionen Besucher – Einheimische wie Touristen aus aller Welt – werden sich heuer auf dem 42 Hektar großen Areal vergnügen und (rein statistisch) pro Person einen Liter Bier konsumieren.

**Bier-Pipeline zur Versorgung**  
Damit das in den Festzelten und Biergärten (die bieten Platz für rund 119.000 Gäste) reibungslos klappt, sorgt nicht nur ein ganzes Heer von Kellnern und Schankhilfen, sondern auch modernste Technik.

Seit 2010 arbeitet das Paulaner Festzelt Winzerer Fähndl mit einer zentralen Bierversorgung, die mit Siemens-Software gesteuert wird. Dadurch können Abverkauf und Durchlauf jederzeit über Webbrowser, Tablet PC oder Smartphone kontrolliert werden. Ein Jahr später übernahm auch die Bräurosl das System, und 2012 folgte dann das Hacker Festzelt.

Verbunden sind die drei Zelte mittlerweile durch eine unterirdische, rund 240 Meter lange Bier-Pipeline, durch die das Bier mit einer Geschwindigkeit von 25 Metern pro Sekunde zu den insgesamt fünf Schänken mit jeweils elf Zapfhähnen gelangt. Deren Ausschank-Kapazität liegt bei einer Maß alle vier Sekunden.

# Ohne Technik läuft auf der Wiesn nix

Das erste Oktoberfest ging ohne Strom über die Bühne, heute ist von der Schank bis zum Fahrgeschäft vieles vollautomatisiert.

••• Von Britta Biron

Der Nachschub gelangt über vier zentrale Tanks mit einem Fassungsvermögen von jeweils 28.000 Litern ins System.

Das Kernstück der zentralen Bierversorgung befindet sich in einem Schaltschrank: eine speicherprogrammierbare Steuerung (SPS) der Simatic S7 300-Reihe.

## Technik für Brauindustrie

Aber auch abseits des Oktoberfests ist die Brauindustrie ein wichtiger Kunde von Siemens. Einträge im Unternehmensarchiv zeigen, dass bereits im 19. Jahrhundert Siemens-Komponenten wie Elektromotoren in der Bierherstellung zum Einsatz kamen.

„Neben Hopfen, Wasser, Malz und Hefe sind Produktionsdaten – vom Rohstoffeingang bis zur Ab-

**Gunther Walden**  
Leiter Nahrungs-  
mittel und Geträn-  
ke bei Siemens-  
Process Industries  
and Drives.



© Siemens

gen vom Typ Simatic S3, so vollzog sich 1993 der Umstieg auf Industrie-PCs als technische Plattform. Seit der Version 4.0 werden zudem Simatic S7-Steuerungen unterstützt.

Mit der Weiterentwicklung von Braumat ab dem Jahr 2011 zu den Versionen 6.0 und deren Upgrades wurde das bei Braumeistern auf der ganzen Welt geschätzte System umfassend modernisiert: Mit Braumat V7 optimierte Siemens die Benutzerfreundlichkeit und Leistungsfähigkeit und vereinfachte das Engineering durch eine verbesserte Datenhaltung.

Heute läuft Braumat auch auf Industrie-PCs mit den aktuellen Windows-Betriebssystemen, und Produktionsdaten lassen sich auf einem MS SQL-Server archivieren.

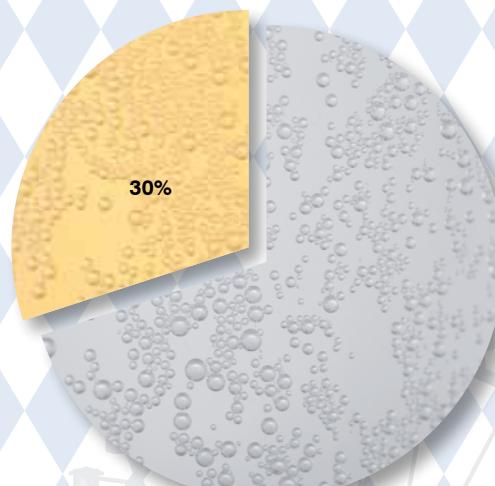
Zudem bietet Braumat Schnittstellen zum Simatic IT MES und unterstützt die Virtualisierung von Bedienplätzen. Und nachdem Siemens aus langjähriger Erfahrung die Bedürfnisse der Brauindustrie sehr gut kennt, weiß man natürlich, dass Kleinbetriebe andere Bedürfnisse (und finanzielle sowie technische Möglichkeiten) als die Großen haben. Speziell für Craftbier-Produzenten, Testbrauereien und kleine Braubetriebe wird eine Lean-Version des Braumat angeboten.

## Noch viel Marktpotenzial

„Automatisierung, Digitalisierung, Netzwerke und Industriesoftware unterstützen Brauereien nicht nur bei der Dokumentation aller Prozesse, sondern helfen auch, Produktionsfehler zu vermeiden oder auszuschließen. Der Trend zu mehr Sorten und Mischgetränken erfordert von den Brauereien außerdem zunehmende Flexibilität in Produktion und Abfüllung“, erklärt Walden.

# Die Technik hinter der Wiesn

Hightech sorgt dafür, dass am größten Volksfest der Welt das Bier in Strömen fließt und Riesenrad, Achterbahn und Ringelspiel sich drehen.



## Mehr Effizienz in den Brauereien

30%

In den letzten 15 Jahren konnte dank moderner Automatisierungstechnik die Produktivität in den Sudhäusern um fast ein Drittel gesteigert werden.

**1977**

**Braumat**

1977 brachte Siemens mit dem Braumat ein Prozessleitsystem speziell für die Bierbrauer auf den Markt.

**4**

## Zentrale Tanks

Vier Container mit einem Fassungsvermögen von je 28.000 Litern versorgen die Durstigen in drei Festzelten.



Zwar nutzen bereits viele Brauereien – von den internationalen Großkonzernen wie ABInBev, SAB Miller oder Carlsberg bis hin zu Hunderten kleiner, lokaler Brauereien – Siemens-Technik. Aber generell ist die Automatisierung in der Bierindustrie noch stark ausbaufähig: Jede dritte Brauerei weltweit verwendet auch heute noch Systeme aus dem letzten Jahrhundert.

Paulaner, einer der ältesten Brauereien Bayerns, gehört nicht dazu. Seit fast 30 Jahren besteht die Partnerschaft zu Siemens, und mittlerweile ist der Traditionsbetrieb vollautomatisiert.

**Modernste Brauerei Europas**  
Erst Anfang der Woche wurde mit der Abfüllanlage ein zweiter Bereich des neuen Werks im Münchner Stadtteil Langwied in Betrieb genommen – und an diesem wird natürlich neueste Technik von Siemens eingesetzt.

„Wir haben es geschafft, in einhalb Jahren aus einem geräumten Maisfeld die modernste Brauerei Europas zu bauen und in Betrieb zu nehmen“, so Stefan Lustig, Hauptgeschäftsführer von Paulaner.

Grund für den Neubau waren fehlende Kapazitäten am altehrwürdigen Nockerberg, wo Paulaner in den letzten 380 gebraut hat. Aufgrund der wachsenden Nachfrage im In- und Ausland gab es hier in den Vorjahren immer wieder Probleme mit fehlendem Leergut, Engpässe in der Logistik und zu wenig Platz zum Rangieren. Ab März 2016 soll das neue Werk in Vollbetrieb gehen.

**Von der Brauindustrie ...**  
Neben Braumat umfasst das Siemens-Sortiment für die Brau-



„*Automatisierungslösungen steuern die weltweit einmalige Bier-Pipeline, die drei Festzelte mit dem speziellen Wiesn-Bier versorgt.*“

industrie noch weitere Produkte wie Feldgeräte, Messinstrumente, Labor-Informations- und Management-System (LIMS) sowie Antriebe. Wichtig dabei: Alle Komponenten lassen sich nahtlos in bestehende Infrastrukturen integrieren, basieren auf bewährten Qualitätsstandards und sprechen eine gemeinsame Sprache.

Ein Beispiel für die Leistungsfähigkeit einer solchen durchgängigen Automatisierung zeigt sich bei Abfüll- und Verpackungsanlagen, zwei Bereichen, in denen hohe Kosten anfallen, vor allem dann, wenn freistehende Insellösungen eingesetzt werden.

Um diese zu vermeiden, hat Siemens das Konzept Optimized Packaging Line (OPL) entwickelt, das

**Braumat 7.0**  
Die bewährten Grundstrukturen und Projektierungsverfahren sind in der neuen Version unverändert. Die Anzahl der Signale oder der zu bearbeitenden Parameter wurde dagegen erhöht und damit der Funktionsumfang wesentlich erweitert.

eine konsequente Standardisierung und Integration aller einzelnen Prozessschritte sicherstellt und für Kostensparnis auf der ganzen Linie sorgt.

**... bis zum Fahrgeschäft**  
Technik von Siemens wird auch von vielen Fahrgeschäften eingesetzt.

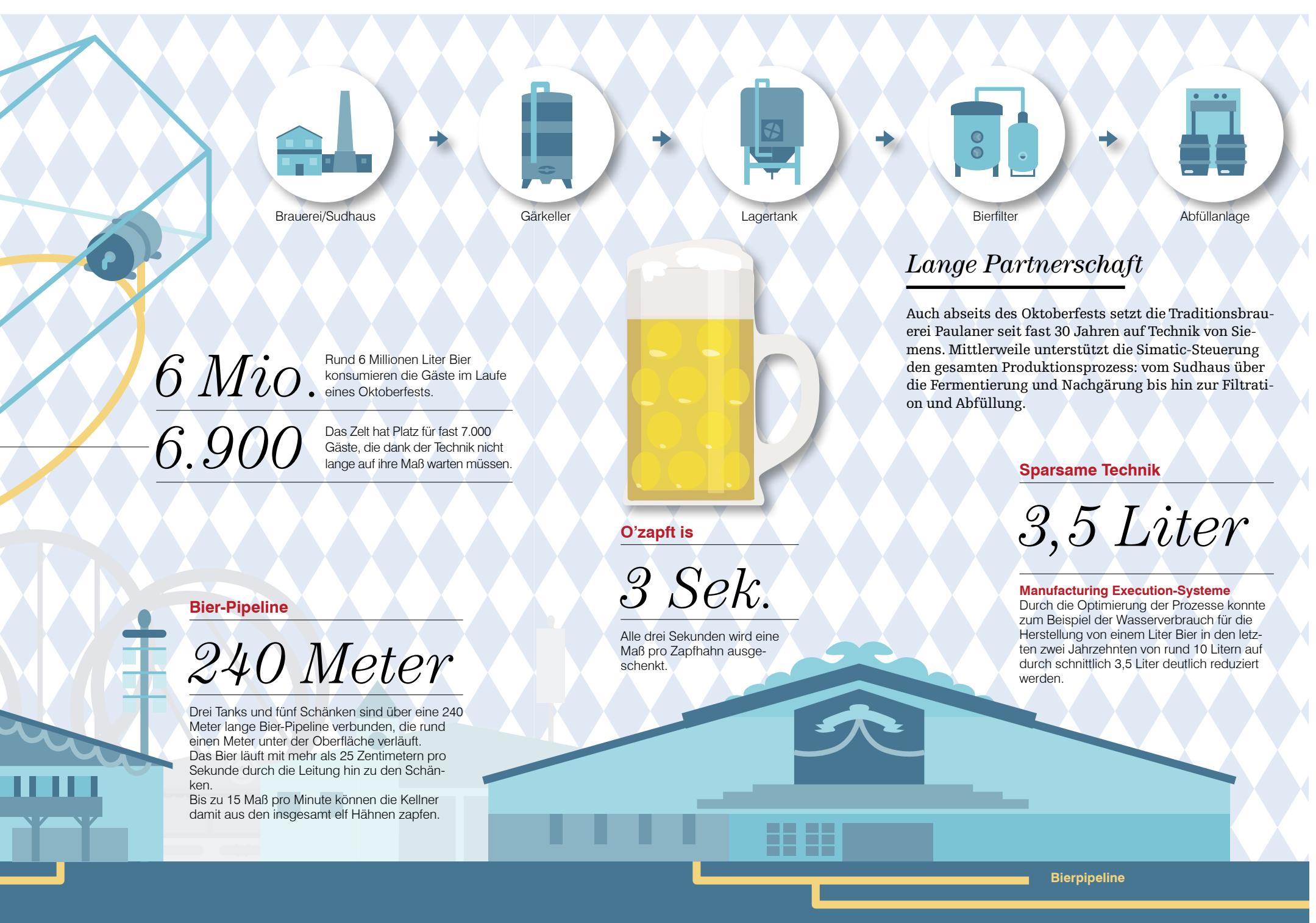
Auf der Oiden Wiesn gastiert die über 75 Jahre alte Berg- und Talbahn „Fahrt ins Paradies“ von Toni Schleifer. Das Traditionskarussell wird nach wie vor zuverlässig von seinem original Siemens-Schuckert-Drehstrommotor mit 11 PS angetrieben.

Deutlich mehr Hightech steckt in anderen Fahrgeschäften.

Das Oktoberfest-Riesenrad der Firma Willenborg ist mit 50 Metern Höhe eines der größten Riesenräder der Welt. 1979 erstmals aufgestellt, umfasst es 40 Gondeln mit einem Fassungsvermögen von insgesamt 400 Personen und trägt bis zu 540 Tonnen Gesamtgewicht. Vor Kurzem wurde die Technik im Riesenrad umfassend modernisiert und die Automatisierung mit einer Simatic S7 dem Stand der Technik angepasst. Neben der Steuerung kommt auch der Antrieb des Giganten von Siemens.

Im Freifallturm „Power Tower“ von Ewald Schneid sorgen zwei 450-Kilowatt-Siemens-Motoren mit jeweils 612 PS dafür, dass die bis zu 13 Tonnen schwere Gondel an den Stahlseilen mit maximal 32 Passagieren extrem schnell und vor allem sicher auf- und absteigen kann.

Simatic S7 steuern unter anderem auch die Rio Rapidos Raftingbahn, die Geisterbahnen „Daemonium“ und „Fahrt zur Hölle“ oder den Euro-Skooter.



**FILL MASCHINENBAU**

*Familie & Beruf vereinbaren*

GURTEN. Unter dem Namen „Fill your Family“ bietet das OÖ Maschinenbauunternehmen eine Vielzahl an familienfreundlichen Projekten, in deren Zentrum der Roboter Filli Future steht. „Mit dieser ungewöhnlichen Kommunikationsstrategie begeistern wir Kinder für die Technik“, so Bettina Fill, die das Mitarbeiterprogramm leitet.

Im Rahmen des Ausbaus am Fill Stammstitz wird auch ein großzügiger Bereich mit allem, was Kinder sich wünschen, entstehen: der „Planet Filli Future“. Dort wird ab dem Sommer 2016 erstmals auch eine professionelle Betreuung für Kinder von 0 bis 12 Jahren angeboten, um die Eltern bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu unterstützen. (red)

**GEMEINSAM STARK**

*Vorteile durch Partnerschaft*

BERNDORF-ST. VEIT/KOTTINGBRUNN. Die Schaeffler Austria GmbH und die Spörk Antriebssysteme GmbH haben im Bereich der Lineartechnik eine Systemlösungspartnerschaft vereinbart.

Durch Bündelung ihrer Kompetenzen wollen die beiden Unternehmen künftig technische Lösungen schneller bereitstellen können.

„Die enge Zusammenarbeit spart Zeit und Kosten. Die Anforderungen der Kunden haben sich in den letzten Jahren verändert, auch das Thema Industrie 4.0 gewinnt immer mehr an Bedeutung. Mit der Systemlösungspartnerschaft mit Spörk stellen wir uns gemeinsam den Herausforderungen der Zukunft und unterstützen unsere Kunden bei der Umsetzung dieser innovativen Aufgabenstellungen“, betont Oliver Lödl, Geschäftsführer der Schaeffler Austria. (red)

# MES ist Basis für die Smart Factory

73% der Unternehmen planen, in absehbarer Zeit in MES zu investieren; der Schwerpunkt liegt dabei vor allem auf der Erweiterung bestehender Systeme.

••• Von Britta Biron

FRANKFURT. Im Zusammenhang mit der Smart Factory rücken Manufacturing Execution-Systeme (MES) stark in den Fokus, da sie für Transparenz in den Produktionsprozessen sorgen und somit das Grundgerüst für die Digitalisierung der Produktion sind.

„MES werden heutzutage zwar bereits in einer Vielzahl von Unternehmen genutzt, es gibt jedoch noch ein großes Potenzial zur Ausweitung und Standardisierung innerhalb von Standortnetzwerken“, so Stefan Müller, Manager beim Beratungsunternehmen BearingPoint und Autor der Studie „Digitalisierung der Produktion“, für die online 105 produzierende Industriebetriebe, vor allem aus dem deutschen Sprachraum, befragt wurden.

**Smart Factory**

Bis zur durchgängigen Automatisierung wird es, so Bearing Point-Partner Matthias Loebich, noch einige Jahre dauern.



Controlling und Management der Produktion erwartet An zweiter Stelle (62%) wurden regulatorische Anforderungen und Kundenanforderungen genannt, also generell das Thema Dokumentation und Rückverfolgbarkeit. 54% wollen durch MES eine Prozess- und Systemharmonisierung im Standortnetzwerk erreichen, und bereits jeder Zweite will damit in Hinblick auf die Smart Factory-Produktion und IT zusammenführen.

„Bis autonome, selbstregulierende Systeme die Produktionsvision der Industrie 4.0 flächendeckend und durchgängig umsetzbar machen, werden aber noch einige Jahre vergehen. Für Unternehmen ist es bis dahin wichtig, Daten aus der Produktion durchgängig verfügbar zu machen und diese auch zu nutzen“, sagt Matthias Loebich, Partner bei BearingPoint.

**Lösungen vom Spezialisten**

Der Markt für Manufacturing Execution-Systeme ist aktuell sehr unübersichtlich mit einer Vielzahl unterschiedlicher Player – neben den MES-Spezialisten agieren hier auch Anlagenhersteller, ERP-Anbieter, große Softwarekonzerne und kleine Nischenanbieter.

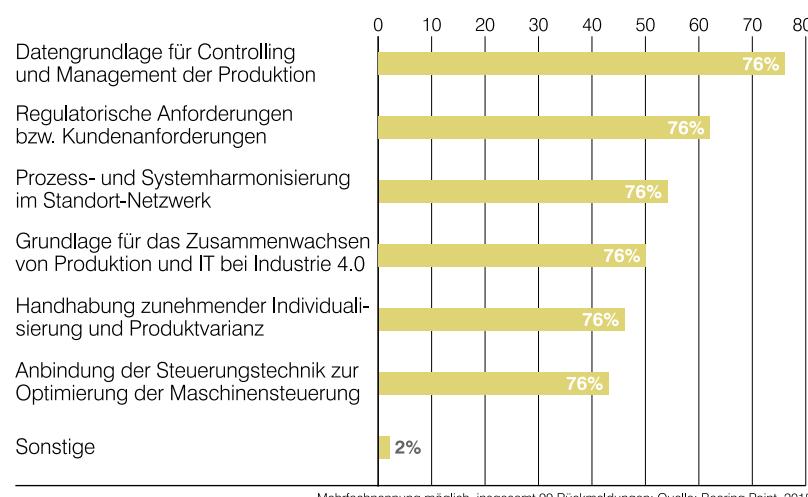
Die Präverenz der Unternehmen liegt eindeutig bei Lösungen von selbstständigen, global agierenden und branchenübergreifenden reinen MES-Anbietern (39%). Branchenspezifische MES-Lösungen von globalen Nischenanbietern kommen für 13% infrage. Obwohl die ERP-Integration ein wichtiges Merkmal von MES ist, können die ERP-Hersteller mit einer Funktionserweiterung jedoch nicht überzeugen; für lediglich 11% der Unternehmen käme diese Variante infrage. Speziallösungen von Maschinenbauern sind überhaupt nicht gefragt.

Auf die Frage, ob eine cloudbasierte Lösung für sie denkbar wäre, antwortete mehr als die Hälfte mit einem klaren „Nein“, mit „Ja“ nur 16%. Die Akzeptanz der Cloud-Lösungen hängt aber vor allem von der Unternehmensgröße ab. Bei den Unternehmen mit weniger als 1.000 Mitarbeitern und entsprechend kleineren IT-Teams liegt der Anteil der Befürworter schon bei einem Drittel.

## Produktionsmanagement

**Die wichtigsten Gründe für Investitionen in MES**

Kurzfristiger operativer Nutzen steht im Fokus



88% davon rechnen damit, dass MES für die Zukunft eine wachsende Bedeutung haben wird, 41% sehen sogar einen stark zunehmenden Trend.

Insgesamt setzen 85% der Unternehmen MES zumindest in einzelnen Unternehmensbereichen ein, durchgängig und standortübergreifend tun das erst 36%.

73% der Umfrageteilnehmer geben an, in naher Zukunft in MES zu investieren, die Hälfte davon will in erster Linie die bereits bestehenden Systeme erweitern. Bei 10 bzw. 11% stehen Neu- und Ersatzanschaffungen am Plan.

**Smart Factory im Visier**  
Gefragt nach den Hauptgründen wurde am häufigsten (76%) angeführt, dass man sich dadurch eine fundiertere Datengrundlage für

## Arbeit und Wohlstand

Diese beiden Begriffe verbinden die Niederösterreicher vor allem mit der Industrie, so eine aktuelle Umfrage von WK und IV.

ST. PÖLTEN. „78% der Bevölkerung sind stolz auf Niederösterreichs Industrie und sehen sie als wichtigen Arbeitsplatz- und Wohlstandsmotor und innovatives Aushängeschild im Ausland“, fasst Thomas Salzer, Obmann der Sparte Industrie der Wirtschaftskammer NÖ und Vizepräsident der Industriellenvereinigung NÖ, das positive Ergebnis der kürzlich durchgeföhrten Befragung zusammen.

**Kritik an Politik**

Ein schlechtes Zeugnis stellen die Umfrageteilnehmer allerdings der Politik aus, die ihrer Ansicht nach viel zu wenig tut, um die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für die Industriebetriebe zu verbessern und Arbeitsplätze zu schaffen.



Peter Hajek, Thomas Salzer, Michaela Roither und Johannes Schedlbauer (v.li.).

„Es ist ein Irrglaube, dass Niederösterreich ein Agrarland ist. Der wichtigste Beschäftigungsmotor ist nämlich die Industrie;

schließlich wird ein Drittel der niederösterreichischen Wirtschaftsleistung von ihr bestreiten, mit den verbundenen Branchen ist es sogar

noch wesentlich mehr“, so Michaela Roither, Geschäftsführerin der Industriellenvereinigung NÖ.

Insgesamt stehe der produzierende Sektor für 158.000 Arbeitsplätze. Rechnet man die vor- und nachgelagerten Betriebe mit, sichert die Industrie rund 297.000 Jobs in NÖ. Was es daher dringend brauche, seien Maßnahmen, die es der Industrie ermöglichen, ihre Rolle als Jobmotor noch stärker wahrzunehmen; dafür seien neben einer Senkung der Lohnnebenkosten auf deutsches Niveau vor allem flexiblere Arbeitszeitregelungen nötig.

**Flexiblere Arbeitszeiten**  
Das sieht die NÖ Bevölkerung offenbar ähnlich, wie die Umfrage zeigt.

„Zwei von drei Befragten können sich vorstellen, in Spitzenzeiten deutlich länger zu arbeiten, dafür danach über einen längeren Zeitraum Zeitausgleich nehmen zu können“, erläutert der Peter Hajek, Inhaber der Meinungsforschung Public Opinion Strategies GmbH, die die Umfrage durchgeführt hat.

Überrascht hat Salzer dieses Ergebnis nicht: „Bei flexibleren

Arbeitszeitmodellen denkt die Bevölkerung viel fortschrittlicher. Das wissen wir auch von unseren eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.“

Die Kernforderung der Wirtschaftskammer für flexible Arbeitszeitmodelle umreißt er so: „Ein Rahmen auf gesetzlicher Basis und konkrete Modelle auf betrieblicher Ebene.“

**Industrie unterstützen**

Dringend notwendig sind nach Ansicht der Wirtschaftskammer auch eine Verstärkung der öffentlichen F+E-Maßnahmen, um damit die unternehmerische Innovation weiter zu forcieren, sowie eine verlässliche und vorausschaubare Gesetzgebung.

Denn das derzeitige Marktumfeld bringt, so Roither, „eigentlich alle Voraussetzungen für einen veritablen Aufschwung mit. Dieser finde aber hierzulande nur zögerlich statt.“

Ein Grund dafür seien strukturelle Defizite, welche jahrelang von der Politik vernachlässigt wurden und nun als Wachstumsbremse wirken. (red)

# Wichtiges Fachevent

Zur EMO 2015 wird Mailand vom 5. bis 10. Oktober zum Zentrum für Werkzeugmaschinen und Metallbearbeitung.



Mehr als 1.300 Aussteller zeigen Neuheiten für die Metallverarbeitungs-Branche.

**MAILAND.** Nach sechs Jahren an anderen Standorten kehrt die EMO Anfang Oktober wieder nach Mailand zurück, und Pier Luigi Strepavava, der vom Europäischen Werkzeugmaschinenverband Cecimo eingesetzte Generalkommissar der EMO, rechnet mit einer qualitativ besonders hochwertigen Veranstaltung. „Die EMO gilt zu Recht als jener Ort, an dem sich die verarbeitende Industrie über die neuesten Trends und Entwicklungen informieren kann. Daher legen wir heuer einen besonderen Fokus auf die Additive Fertigung, eine der großen Schlüsseltechnologien.“

#### Branche ist optimistisch

Insgesamt mehr als 1.300 Aussteller werden ihre Neuheiten auf gut 100.000 m<sup>2</sup> Messefläche präsentieren. Der größte Teil sind italienische Unternehmen, die sich derzeit über eine gute Marktentwicklung freuen können.

„Unserer Statistik zufolge haben italienische Hersteller im ersten Quartal bei den Auftragseingängen ein Plus von 2,2% erzielt, wobei die Inlandsnachfrage mit 15,4% besonders stark zugelegt hat. Damit setzt sich der positive Trend der vorangegangenen fünf Monate weiter fort“, erläutert Alfredo Mariotti, Direktor der EMO Milano.

Und die Prognosen gehen von einer weiterhin guten Entwicklung des weltweiten Werkzeugmaschinen-Markts aus. Für heuer wird ein Volumen von 60 Mrd. Euro erwartet, 2016 soll es dann ein Plus von 5,2% auf 63 Mrd. Euro geben.

#### Digitalisierung und IoT

Zweitgrößte Ausstellernation ist Deutschland. So wird die GF Machining Solutions ihre neue Servicelösung symmedia SP/1 vorstellen, mit der ab 2016 jede ausgelieferte Maschine ausgestattet sein wird und mit der im Servicefall die Reaktionszeiten deutlich verkürzt werden.

Auch bei Siemens steht die Digitalisierung im Fokus. „Schon heute können Werkzeugmaschinenhersteller und fertigende Betriebe ihre Wettbewerbsfähigkeit durch unse-

re integrierten Produkte und Lösungen deutlich steigern“, so Wolfgang Heuring, CEO der Siemens-Geschäftseinheit Motion Control.

Henkel wird seine erweiterte Bonderite-Produktlinie vorstellen, Wittenstein Neues aus den Bereichen Verzahnungskomponenten und Sondergetriebe, die NUM GmbH eine neue CNC-Anlage oder Mapal einen neu gestalteten Fräser.

#### Etliche Innovationen ...

Auch österreichische Unternehmen nutzen natürlich die Möglichkeit, ihre Innovationen den rund 150.000 Fachbesuchern, die zur EMO erwartet werden, vorzuführen.

Darunter die WFL Millturn Technologies GmbH aus Linz, ein Spezialist für multifunktionale Dreh-Bohr-Fräszentren, die neben ihrer M80 Millturn/4500mm mit der M50 auch ein kleineres Maschinenmodell sowie verschiedene Technologien für die Innenbearbeitung, Verzahnungslösungen oder die Additive Fertigung mit integrierter Lasereinheit zeigt.

#### ... aus Österreich

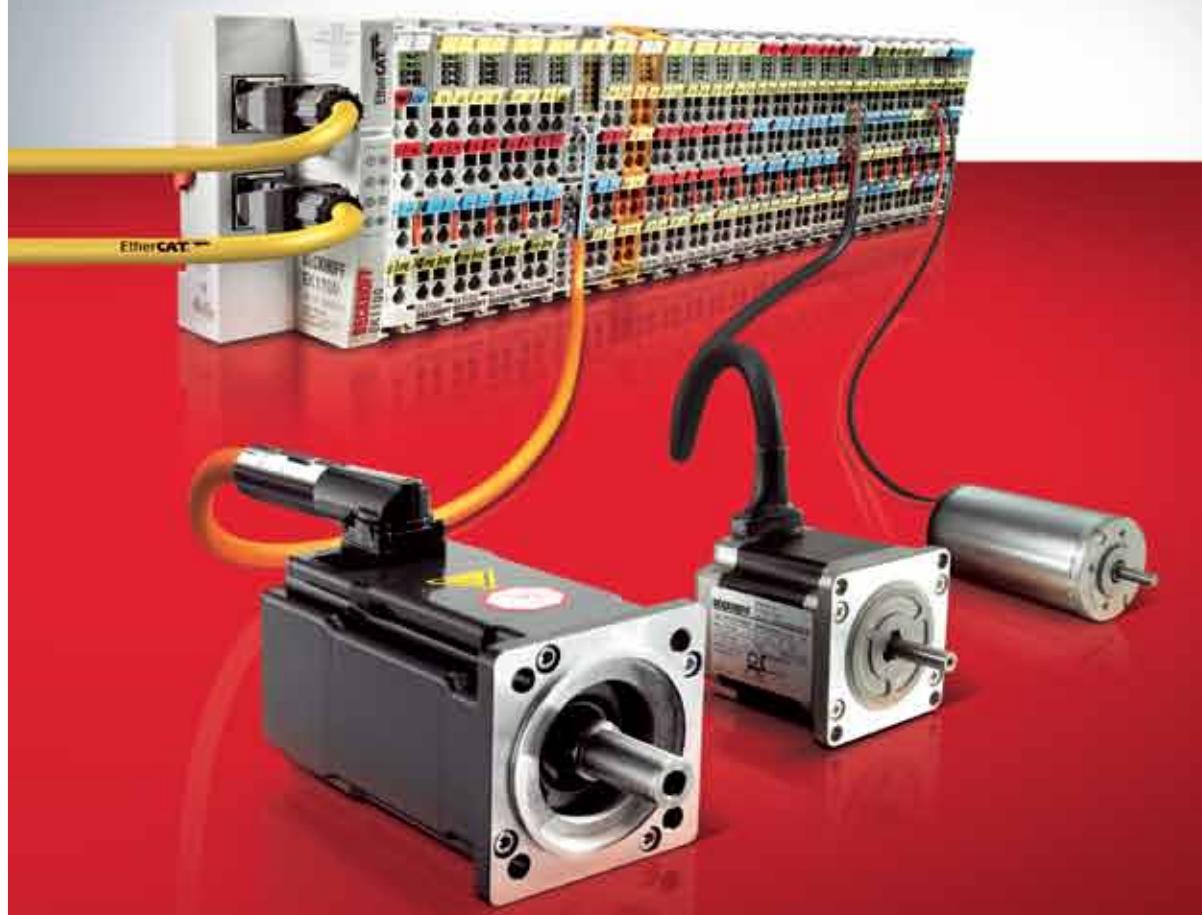
Zoller Austria, Hersteller von Prüf- und Messtechnik, ist mit Lösungen für anspruchsvolle Fertigungsaufgaben vor Ort. Dazu zählen etwa die „Titan“, eine neue High-End-Universalmessmaschine, mit der vollautomatische Messvorgänge einschließlich der Schneidkantenpräparation möglich sind, oder die myTouch-Bedientechnologie „pilot 2mT“, mit der auch Einsteiger Werkzeuge professionell einstellen können. (red)



Mapal zeigt auf der EMO 2015 den neuen Fräser mit PCBN-Wendeplatten.

| EK12-106 |

# Servo-, Schritt- und DC-Motoren: direkt ins I/O-System integriert.



[www.beckhoff.at/kompakt-drives](http://www.beckhoff.at/kompakt-drives)

Die Beckhoff-I/O-Systeme ermöglichen in Kombination mit dem breiten Spektrum an Motoren und Getrieben kompakte und preiswerte Antriebslösungen: Die modular erweiterbaren Motion-Klemmen unterstützen Servo-, Schritt- sowie DC-Motoren verschiedener Leistungsklassen. Für den schaltschranklosen Einsatz stehen die EtherCAT-Box-Module für Schritt- und DC-Motoren zur Verfügung. Alle Antriebslösungen sind in die Beckhoff-Automatisierungssoftware TwinCAT integriert und ermöglichen eine komfortable Parametrierung.

	EtherCAT-Klemmen (IP 20)	Busklemmen (IP 20)	EtherCAT Box (IP 67)
IPC	Servomotor		
	50 V, 4 A	■	
	50 V, 4 A, OCT	■	
	Schrittmotor		
I/O	24 V, 1,5 A	■	■
	50 V, 5 A	■	■
	DC-Motor		
	24 V, 1 A	■	■
Motion	50 V, 3,5 A	■	
	50 V, 5 A		■

New Automation Technology

**BECKHOFF**

**QUALITY AUSTRIA****Forum rund um Energieeffizienz**

WIEN. Bis spätestens 30.11. müssen Unternehmen die Ergebnisse ihrer Energie-Audits melden. Für alle, die dazu noch Fragen haben oder sich generell über anrechenbare Maßnahmen gemäß der Richtlinienverordnung, internationale Entwicklungen und regionale Initiativen informieren will, veranstaltet qualityaustria am 8. Oktober im UniCreditCenter (Am Kaiserwasser Eiswerkstraße 20, 1220 Wien) ein Umwelt- und Energieforum. (red)

**RESSOURCENEFFIZIENZ****Praxisleitfaden des VDI**

BERLIN. Bislang verwenden Unternehmen häufig mehrere Managementsysteme für die Bereiche Qualität, Energie, Umwelt und Nachhaltigkeit. Durch die Zusammenfassung in ein umfassendes Ressourcenmanagementsystem können aber weitere Synergieeffekte und Kosteneinsparungen erzielt werden. Eine Zusammenstellung relevanter Forschungsergebnisse, neuer Technologien und Prozesse sowie Gute-Praxis-Beispiele und Handlungsempfehlungen für ein solches integriertes Ressourcenmanagement liefert eine neue Kurzanalyse des VDI. (red)

# Öko-Strom from Austria

Cord Prinzhorn will mit eigenem Energieversorgungsunternehmen den österreichischen Strommarkt politisch und wirtschaftlich unabhängiger machen.

NIKLASDORF. „Wir leben in einer Schein-Liberalisierung. Von den Top-20 unter den heimischen Energieversorgern waren bisher nur drei wirklich in privater Hand. Abhängigkeit von Bund, Gemeinden oder Landesversorgern sowie mangelnde Transparenz bei Preisgestaltung, Stromherkunft und Eigentümerstrukturen der Stromlieferanten prägen den österreichischen Markt“, kritisiert Cord Prinzhorn, CEO der Prinzhorn Holding, und bringt jetzt mit MeinAlpenStrom einen neuen Stromanbieter auf den Markt.

**Unabhängig und fair**

Das Unternehmen ist zu 100% von Politik und E-Wirtschaft unabhängig und bietet ausschließlich Strom aus eigener Produktion. Erzeugt wird dieser in den beiden unternehmenseigenen Kleinwasserkraftwerken in Niklasdorf und Fronleiten, die auf dem neuesten Stand der Technik gebracht wurden und deren Kapazitäten für die Versorgung von rund 20.000 Haushalten reicht.

Eine transparente Tarifgestaltung sieht man als weiteren Pluspunkt, um sich am österreichischen Strommarkt erfolgreich zu etablieren.



Cord Prinzhorn (li.) und Philipp Rehulka, die beiden Chefs von MeinAlpenStrom.

„Ökostrom muss nicht teuer sein“, sagt Philipp M. Rehulka, Geschäftsführer der MeinAlpenStrom GmbH. Das Ein-Tarif-Modell „Echt-ökostrom“ bietet einen Arbeitspreis von 5,5 Cent/kWh. Dazu erhält jeder Neukunde im ersten Jahr einen

Rabatt von 1 Cent pro kWh. Zusätzlich wird jeder neue Kunde zum Kraftwerksbesuch an der Mur eingeladen, inklusive Gutschein zum Einsetzen eines eigenen Fischs in der Fischaufstiegshilfe des Kraftwerks.

„Ich bin davon überzeugt, dass MeinAlpenStrom einen wichtigen Impuls für den österreichischen Strommarkt geben kann“, ist Prinzhorn überzeugt. (red)

“

*Der Wettbewerb verlangt nicht nur beste Qualität, sondern auch volle Transparenz, neue Services für die Kunden und eine mutige Preisgestaltung.*

“

## INDUSTRY TECH 15



SEP  
22

SEP  
23

FERRY PORSCHE CONGRESS CENTER, ZELL AM SEE

## DIE ÖSTERREICHISCHE FACHTAGUNG ZUM THEMA INDUSTRIE 4.0

### Unter anderem erwarten Sie diese Experten:

- Univ.Prof. DDr. Franz Josef Radermacher, Universität Ulm
- Dr. Klaus Mittelbach, CEO ZVEI Zentralverband Elektroindustrie
- Lars Thomsen, Chief Futurist der future matters AG
- Dr. Andreas Salcher, Bildungs- und Unternehmensberater u. v. m.

Veranstaltungspartner



Sponsoren



[www.industry-tech.at](http://www.industry-tech.at)



# automotive business

**Carsharing 2.0** Zukünftig vermieten die Hersteller auch Privatautos 82

**Unbeeindruckt** Daimler zeigt trotz Markt-Minus in China Stärke 83

**Strategie** Honda will mit dem HR-V am SUV-Trend partizipieren 86



© Honda



© IAA

## IAA 2015: Die Kulisse entscheidet über das Bild

Modellpräsentation auf Automobilmessen wird zunehmend zur Pflicht, die Kür erfolgt für die Hersteller in den Zeiten davor und danach. 84

### Zahl der Woche



#### Absatz-Steigerung

Die VW-Sportwagentochter Lamborghini steuert auf einen neuen Absatzrekord zu. „Wir gehen davon aus, dass wir das Geschäftsjahr 2015 über dem Vorjahr abschließen werden; das zeichnet sich ab“, sagte Vorstandschef Stephan Winkelmann der Nachrichtenagentur Reuters. Den bisherigen Höchstwert von 2014 von gut 2.500 Stück erreicht der Hersteller von Supersportwagen im laufenden Jahr bereits nach neun Monaten, im Gesamtjahr ist damit ein Absatz von mehr als 3.000 Fahrzeugen möglich. (APA)

#### SAFETY SENSE

*Toyota mit neuem Sicherheitssystem*

WIEN. Toyota gewährt aktuell für prompt verfügbare Aygo, Yaris, Auris und Verso einen Safety-Bonus von bis zu 2.000 €. Alternativ kann kostenlos auch das neue Sicherheitssystem Safety Sense für die Modelle Aygo, Yaris und Auris Avensis gewählt werden. Im Aygo umfasst das Safety Sense-Paket das Pre-Collision System und den Spurwechselwarner. Im Yaris sind Pre-Collision System, Spurwechselwarner und automatisches Fernlichtsystem enthalten, und im Auris gehören Pre-Collision System, Spurwechselwarner, automatisches Fernlichtsystem und Verkehrszeichen-Assistent zum Paket.



© Bosch



© Ford

**McKinsey-Studie** Die 100 größten Zulieferer der Welt konnten ihre Rendite seit 2008/09 deutlich steigern. 82

**Ford-Studie** Millennials fahren voll auf Sport Utility Vehicles ab. 83

**TESLA-ANKÜNDIGUNG****Kostengünstige Modell-Alternative**

SAN FRANCISCO. Der US-Elektroautohersteller Tesla will in zwei Jahren mit der Produktion eines „kostengünstigen“ Autos beginnen. Der Preis für das Model 3 werde bei rund 35.000 Dollar (rund 31.000 Euro) liegen, also etwa der Hälfte des beliebten Model S, schrieb Tesla-Gründer Elon Musk auf Twitter. Die „kleinere und kostengünstige Limousine“ solle im März 2016 vorgestellt werden, ab dann würden auch Vorbestellungen entgegengenommen. Damit die Produktion des neuen Autos beginnen könne, müsse aber die riesige Batterie-Fabrik im US-Bundesstaat Nevada „voll einsatzfähig“ sein, betonte Musk. (AP)

**SKODA IM SEPTEMBER****China & Russland sorgen für Minus**

MLADÁ BOLESLAV. Skoda hat im vergangenen Monat weltweit 70.700 Fahrzeuge ausgeliefert. Das sind rund 2.500 Einheiten weniger als im August 2014. Vor allem die wirtschaftliche Situation in China, Russland und Osteuropa ergaben laut Angaben der tschechischen VW-Tochter den Rückgang von 3,4 Prozent. Wachsen konnte der Autohersteller vor allem in den Absatzregionen West- und Zentraleuropa. In Westeuropa legt Skoda im August um 10,6 Prozent auf 27.100 Auslieferungen zu. In Deutschland verkauft die VW-Tochter 11.600 Fahrzeuge (plus 10,9 Prozent). Ein zwei- bzw. dreistelliges Wachstum erreichte Skoda in Großbritannien (3.000 Fahrzeuge, plus 14,3 Prozent), Spanien (1.300 Autos, plus 54,6 Prozent), Frankreich (1.300 Einheiten, plus 12,7 Prozent), Irland (500 Auslieferungen, plus 35,7 Prozent) und Griechenland (500 Verkäufe, plus 162,8 Prozent). (ampnet)

**40  
Mrd.**

**Forschung**  
2014 investierten die 100 größten Zulieferer 40 Mrd. € in F&E.

für die Verbesserung der EBIT-Marge von 0,3% im Jahr 2009 auf 6,8% im Jahr 2014. Gleichzeitig hat sich die Branche weiter konsolidiert: Während 2004 die 100 größten Zulieferer für 36% des Brancheumsatzes standen, waren es 2014 schon 50%. Cornet: „Zulieferer müssen eine kritische Größe erreichen, um die großen Autohersteller weiter erfolgreich global bedienen zu können – oder aber mit ihren Produkten erfolgreich eine Nische besetzen.“ Zulieferer mit mehr als 10 Mrd. € Umsatz erwirtschafteten 2014 mit durchschnittlich 7,6% eine höhere Marge als der Rest der Top 100. Die Unterschiede zwischen den Regionen haben sich nach der Krise angeglichen: Zwar stellen asiatische Zulieferer mittlerweile mit 36 Unternehmen vor Amerika (34) und Europa (30) die größte Gruppe in den Top 100; das Profitabilitätsniveau unterscheidet sich mit 6,6% in Asien, 6,8% in Nordamerika und 6,9% in Europa aber nur leicht.

**Neue Anforderungen**  
Laut Cornet könnte es in Zukunft aber wieder zu Verschiebungen kommen: „Die Autoindustrie wird sich in den kommenden Jahren so stark wandeln wie noch nie in ihrer Geschichte – und die Zulieferer müssen sich darauf einstellen.“ Fünf technologische Trends würden die Zulieferer dabei besonders beschäftigen: Elektrifizierung, Konnektivität, autonomes Fahren, die Digitalisierung der industriellen Produktion und neue Werkstoffe wie hochfeste Stähle, Aluminium und Carbon. „Um weiter zu wachsen, müssen Zulieferer vermehrt neue Fähigkeiten aufbauen, etwa in der Softwareentwicklung“, so Cornet. Nachsatz: „Außerdem sollten die Unternehmen darüber nachdenken, wie sie sich gegenüber branchenfremden Wettbewerbern aufstellen und ob Kooperationen oder Übernahmen eine strategische Option sein können.“

# Zulieferer voll auf Wachstumskurs

McKinsey-Studie: Automobilzulieferer erwirtschaften weltweit eine Rendite von 6,8%. Wachstumschancen sehen die Unternehmen in Vernetzung und autonomem Fahren.

••• Von Moritz Kolar

MÜNCHEN. Die Automobilzuliefererindustrie steht wirtschaftlich gut da: Die 100 weltweit größten Zulieferer erwirtschafteten im vergangenen Jahr laut einer aktuellen Branchenstudie von McKinsey & Company in Kooperation mit dem europäischen Zuliefererverband Clepa eine Rendite von durchschnittlich 6,8%. Dies sind rund zwei Prozentpunkte mehr als vor der Wirtschaftskrise 2008/09. Der Gesamtumsatz der Branche stieg laut der Studie, für die 100 der weltweit größten Zulieferer analysiert wurde, seit 2007 von 900

Mrd. auf aktuell 1,4 Bio. €. Das entspricht einem jährlichen Wachstum von 6%.

**Abkühlung in China als Gefahr**  
„Zulieferer werden immer mehr zum Fortschrittsmotor in der Automobilindustrie. Innovationen wie das vernetzte Auto und das autonome Fahren werden von ihnen entscheidend vorangetrieben – dafür sind hohe Investitionen in Forschung und Entwicklung erforderlich“, sagt Andreas Cornet, als Direktor im Münchener Büro von McKinsey verantwortlich für die Beratung der Zuliefererindustrie. „Allerdings werden sich Zulieferer

einer möglichen Abkühlung des Marktes, vor allem in China, nicht entziehen können.“ Die Hälfte der Innovationen in der Autoindustrie wurde in den vergangenen zehn Jahren von Zulieferern entwickelt; allein 2014 investierten die 100 größten Unternehmen 40 Mrd. € in Forschung und Entwicklung.

„Die Branche hat sich nach der Wirtschafts- und Finanzkrise schnell erholt und deutlich gewandelt“, so Cornet. Der gestiegene weltweite Autoabsatz zum einen sowie die höhere Produktivität und Kostendisziplin der Zulieferer zum anderen waren mit je rund 3% die wesentlichen Treiber

## Auto-Teilen ist Trend

Die einen vermieten ihre Wohnung, die anderen ihr Auto: Die Share Economy verleiht dem Carsharing-Trend weiteren Aufwind.



Sharing Economy beim Auto: Warum nicht das Fahrzeug gegen Entgelt verborgen?

WIEN. Das Auto von Karl steht seit zwei Tagen in der Garage, weil er auf Kurzurlaub in Barcelona ist; Familie Maier ist die meiste Zeit öffentlich unterwegs, ihr Fahrzeug wurde sogar schon eine Woche nicht mehr bewegt, und Sigrid ist gestern mit ihrem Kleinwagen zwar zum Supermarkt einkaufen gefahren, die restliche Zeit steht das Fahrzeug aber auch nutzlos herum – bislang, denn in Zukunft (einige Initiativen gibt es auch jetzt schon) werden viele dieser Autos in der unbenutzten Zeit (und das sind statistisch gesehen 23 Stunden pro Tag) wohl vermietet werden. Gegen Gebühr und über die Plattformen etablierter Carsharing-Anbieter wie der BMW-Tochter DriveNow. Mini sieht in diesem Ansatz jedenfalls eine Marktlücke und überlegt laut Markenvorstand Peter Schwarzenbauer, im kommenden Jahr ein entsprechendes Pilotprojekt in den USA zu starten.

Opel war da schneller und hat mit CarUnity bereits seit einigen Monaten ein entsprechendes Sharing-Modell am Start. Interessenten können dort – frei nach dem Motto „wer teilt, fährt besser“ – ihre Fahr-

zeuge (voll versichert, vermittelt werden auch Autos anderer Hersteller) anmelden, die Preise und den Kreis der möglichen Nutzer bestimmen sie selbst. „Mit CarUnity gehen wir einen neuen Weg. Als erster Automobilhersteller bieten wir Carsharing für alle. CarUnity ermöglicht überall in Deutschland individuelle Mobilität – jederzeit und flexibel“, erklärte Opel-Marketingchefin Tina Müller bei der Präsentation des Angebots Ende Juni.

**Die Leih-Gesellschaft**  
Auch wenn viele Autobesitzer derzeit noch Bedenken haben, ihr Fahrzeug unbekannten Menschen zu überlassen, entspricht die Sharing-Economy dem Trend der Zeit. Längst werden Gartengeräte, Fahrräder und Campingausrüstung mit der Nachbarschaft oder der Webcommunity geteilt und weiterverborgt, das Auto wäre da nur ein weiterer Schritt – möglicherweise einer, der über kurz oder lang notwendig sein wird, um sich in der Stadt bei steigenden Parkgebühren und eingeschränkten Parkmöglichkeiten weiterhin ein Auto leisten zu können. (mk)

# SUVs sind mehr als nur en vogue

Laut einer aktuellen Umfrage von Ford erfreuen sich Sport Utility Vehicles (SUV) bei den 17- bis 34-jährigen Europäern auch weiterhin steigender Beliebtheit.

• Von Moritz Kolar

**BRÜSSEL.** Sport Utility Vehicles (SUV) stehen bei den 17- bis 34-Jährigen in Europa hoch im Kurs. Laut einer von Ford in Auftrag gegebenen Umfrage in fünf europäischen Ländern sind die sogenannten Millennials überdurchschnittlich stark am Kauf eines SUV interessiert. Da diese Gruppe hauptsächlich aus jungen Berufstätigen besteht, die eigenes Geld verdienen und sich damit auch einen Neuwagen leisten können, schlussfolgert Ford, dass das Segment noch weiter an Dynamik zulegen wird.

#### Kaufkräftige Millennials

So rechnet Ford damit, im kommenden Jahr europaweit rund 20.000 Modelle seiner SUV-Baureihen Eco-sport, Kuga und – ab Mitte 2016 – Edge absetzen zu können. Das wäre eine Steigerung von 200 Prozent innerhalb von drei Jahren. Diese Einschätzung stützt sich auch darauf, dass von allen Befragten, die im kommenden Jahr den Kauf eines Neuwagens planen, jeder Vierte den Kauf eines SUV erwägt. Unter den Millennials sind mehr Menschen als in jeder anderen Altersgruppe der Ansicht, dass ihnen ein solches Fahrzeug ein Gefühl der Stärke vermittelt, dass sie gern darin gesehen werden möchten, und dass sich ein SUV sportlicher sowie mit mehr Vergnügen fahren lässt als andere Autotypen.

Weitere Erkenntnisse der Studie von Ford sind, dass 54 Prozent der Befragten finden, dass ein SUV besser als jeder andere Fahrzeugtyp geeignet ist, um Ziele in der Stadt oder im Umland zu erreichen. Und 52 Prozent sind davon überzeugt, dass sie in einem SUV sicherer fah-

ren als in Fahrzeugen anderer Segmente. 84 Prozent glauben, dass die Fahrzeuggattung in den vergangenen fünf Jahren kraftstoffeffizienter und umweltfreundlicher geworden ist, und 52 Prozent derjenigen Befragten, die beabsichtigen, sich ein neues SUV zu kaufen,

sind der Meinung, dass nur dieser Fahrzeugtyp so unterschiedliche Qualitäten wie Robustheit, Lifestyle-Anmutung, rationale Vorzüge und eine emotionale Ausstrahlung in sich vereint. Für die Studie sind insgesamt 5.000 Erwachsene befragt worden.



Der Kuga wird immer beliebter: Ford will im kommenden Jahr 20.000 SUVs verkaufen.

## Feiern im Palais Schönburg!

### Last Minute - Package € 120,- exkl. Ust./Person

gilt nur vom 1.11.2015 – 31.1.2016, von Montag bis Mittwoch (bei mindestens 60 Personen\*)

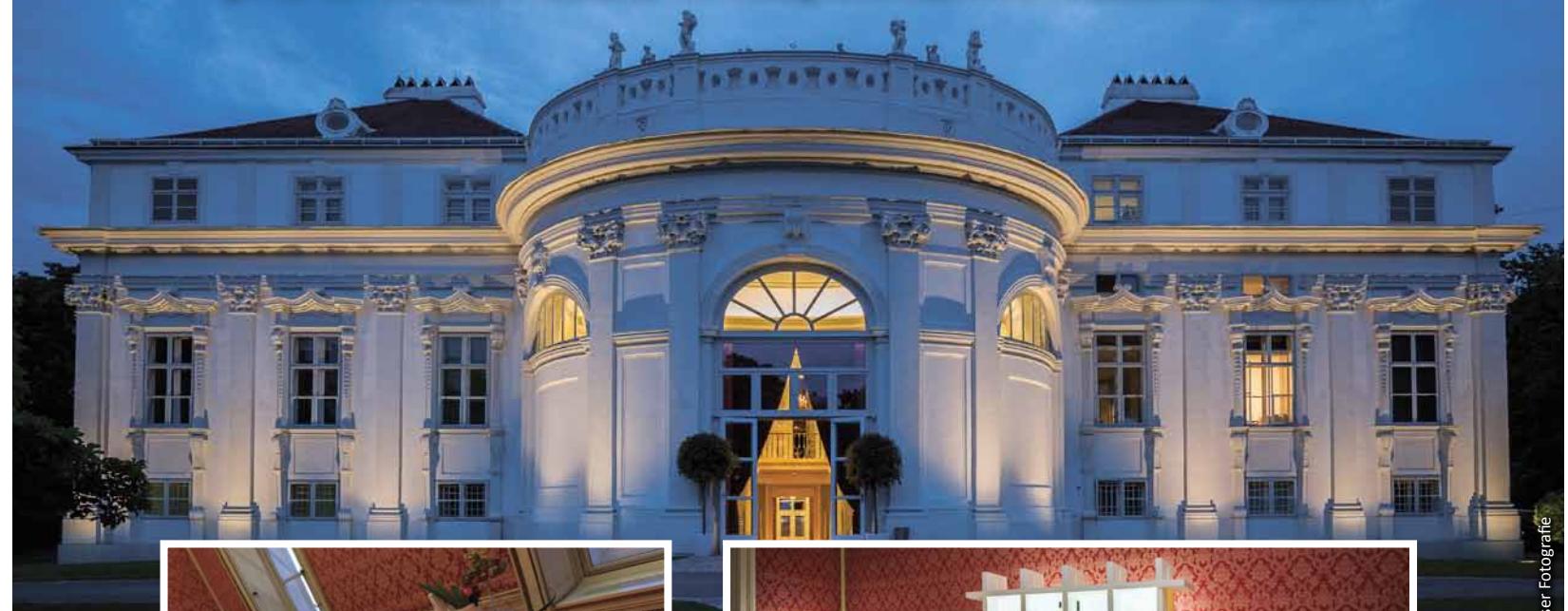


Foto: © Lukas Kirchgässer Fotografie

#### ZULASSUNGSPLUS IM AUGUST

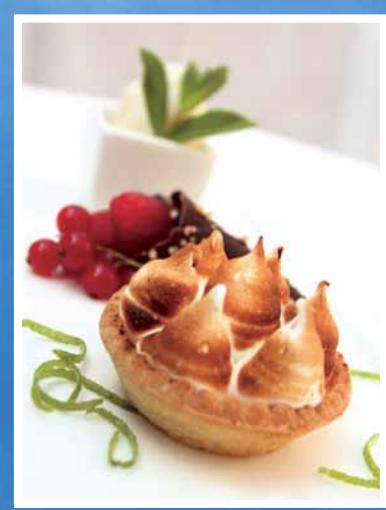
**Daimler von China-Krise unbeeindruckt**

**PEKING.** So einen Negativlauf erlebte das Reich der Mitte lange nicht mehr: Im August musste der chinesische Automobilmarkt den dritten Monat in Folge ein Zulassungsminus hinnehmen. Laut Herstellerverband CAAM schrumpfte der Absatz im weltgrößten Automarkt um 3,4 Prozent auf 1,42 Mio. Fahrzeuge, im Jahresverlauf liegt der Markt allerdings noch um 2,6% im Plus. Von der Krise weitgehend unberührt zeigt sich aktuell vor allem Daimler: Der deutsche Premiumhersteller konnte im August seine gute Performance (durchgehende monatliche Absatzsteigerungen seit zweieinhalb Jahren) prolongieren und verkaufte mit knapp 33.000 Fahrzeugen um 53% mehr als im Vergleichsmonat des Vorjahrs. (red)

#### Im Package-Preis enthalten:

- Raummiete für eine Event-Dauer von 7 Stunden (Verlängerung möglich)  
inkl. Nutzung der vorhandenen Audioanlage
- Aperitif & Fingerfood – Variationen zum Entrée
- Kulinarische Köstlichkeiten vom Buffet
- Getränkepauschale (Wein, Bier, alkoholfreie Getränke & Kaffee)
- Sämtliche Catering-Personalkosten (Cateringleiter, Servicepersonal, Köche)
- Auf- & Abbaukosten
- Cateringequipment (Geschirr, Gläser, Besteck, Servietten, Küchenequipment)
- Designerstehtische & Barhocker (2 Hocker/Stehtisch), Bar mit Rückwand
- Menükarten & kleine Blumendeko

Anfragen & weitere Informationen unter: office@cateringkultur.at 01 879 64 33



Cateringkultur GmbH  
Hosnedlgasse 33a  
1220 Wien

Rainergasse 11  
1040 Wien



\* nach Verfügbarkeit

# Das Drumherum wird immer wichtiger

Auf Automessen wie der IAA interessieren längst nicht mehr nur Modellneuheiten, auch wenn sie immer noch im Mittelpunkt stehen.

••• Von Jürgen Zacharias

**A**utomessen sind Theater. Während im Publikum erwartungsfroh Zuschauer um die besten Plätze für ihre Kameras, Smartphones und iPads raufen, spielen auf der Bühne figurbetonte Nebendarstellerinnen dem glänzenden Star in ihrer Mitte zu, und die Kulisse transferiert die Bühne in ein namenloses, automobiles Wunderland. Szenenapplaus gibt es etwa, wenn der Vorhang über einem neuen Modell gelüftet wird, wenn die durchgestylte Präsentatorin aus dem Leistungskatalog der Triebwerke vorliest oder wenn ein zigfacher Weltmeister aus einer Motorsportserie, deren Namen man eben zum ersten Mal gehört hat, den Motor aufheulen lässt. Das mag stellenweise verrückt klingen, ist aber nicht nur aktuell bei der 66. Auflage der Internationalen Automobil Ausstellung (IAA) in Frankfurt gelebte Realität und das ungeachtet davon, dass die präsentierten Neuheiten zu dem Zeitpunkt jedem Automobil-Enthusiasten längst bekannt sind. Die Sensationen wurden schließlich schon Tage, Wochen oder sogar Monate im Voraus präsentiert, auf die 15 Sekunden im Scheinwerferlicht der Messe-Berichterstattung will sich heute kein Hersteller mehr verlassen. Deshalb verzichtet so mancher wie der schwedische Autobauer Volvo gleich gänzlich auf einen IAA-Auftritt, und bei den anderen wird das Drumherum der Präsentation immer wichtiger.

**VW: IAA-App gibt Überblick**  
Bestes Beispiel dafür: Lokalmatador Volkswagen, der auf der IAA mit seinem Mehrmarkenkonglomerat ein gigantisches Neuheitfeuerwerk abfeuert. Mit Pomp und Gloria werden da die zweite Generation des VW Tiguan, der Caddy Alltrack oder der neue VW T6 zelebriert, ebenso stolz ist der deutsche Massenhersteller aber auf die eigens für die Leistungsschau komponierte VW-IAA-App. Dank Beacon-Technologie soll die App an ausgewählten Highlights per Push-Nachricht tiefergehende Informationen anbieten; zudem führt die Applikation nach Wunsch auf fünf thematisch vorbereiteten Routen über den Messestand. Sie informiert die Nutzer je nach Interessengebiet zum Beispiel über „Innovation & Connectivity“, „Electric & Efficient“ oder „Interactive & Virtual“. „Wir führen den klassischen Messebesucher damit in das digitale Zeitalter und beziehen den Besucher ganz nach seinen Wünschen individuell mit ein“, ist Anders Sundt Jensen, Leiter Marketing Kommunikation Volkswagen Pkw, vom App-Ansatz überzeugt.

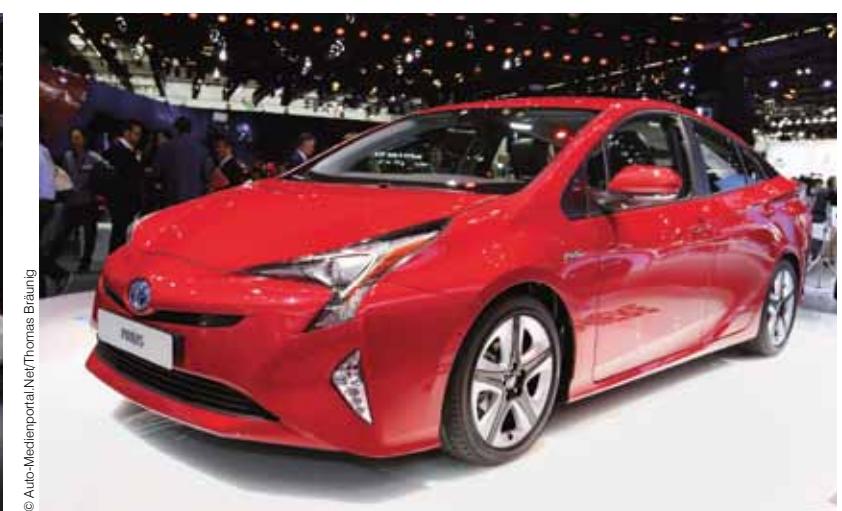


Im Fahrwasser der Kernmarke lassen sich auch die VW-Töchter nicht lumpen: Audi hat etwa die neue Generation des A4 angekündigt, zu sehen gibt es am Stand der Ingolstädter aber auch den SQ5 Plus, den S8 Plus, den Q6 und den R8. Skoda rückt den neuen Superb Combi und den Rapid Spaceback ScoutLine ins Rampenlicht, bei Seat gibt es den Ibiza Cupra zu sehen, und bei Porsche erstmals das Facelift des neuen 911, mit dem der Sportwagenbauer Saugmotoren nun endgültig adé sagt, die Antriebszukunft bei den Stuttgartern gehört damit nur noch aufgeladenen Triebwerken.

Womit wir wieder zum Drumherum kommen, das langsam aber sicher die auf der Bühne glänzenden Boliden überstrahlt: Das ist weniger bei den VW-Ablegern Bentley



**Besuchermagnet**  
Die IAA findet alternierend zum Pariser Autosalon statt und zieht jährlich Hunderttausende Besucher an. Drei der vielen Highlights in diesem Jahr: Maserati zeigt sein Fahrzeugportfolio für das kommende Modelljahr, Toyota zeigt den neuen Prius (rechts unten), und Mercedes bringt vdas neue C-Klasse Coupé (unten) an den Main.





#### Digitaler Ableger

Auf der IAA ist der Bugatti Vision Gran Turismo als echtes Showcar zu sehen. Ziel ist es, damit die Marke emotional aufzuladen.

bewusst, zurückstecken möchte vor Ort (vorerst?) trotzdem kaum einer. Mercedes bringt daher die Cabrio-Version der S-Klasse an den Main, aber auch das Facelift der A-Klasse, das neue C-Klasse Coupé und das neue C-Klasse Cabrio. Große Worte verloren die Stuttgarter um ihr Concept IAA, das nichts weniger als einen „Blick in die Zukunft des Automobils“ möglich machen soll. Die Studie sei ein „greifbares Beispiel für die faszinierenden Möglichkeiten der digitalen Produktentwicklung, die beispielgebend für die fundamentalen technologischen Veränderungen ist, die in der Automobilindustrie stattfinden“. BMW gibt sich ein Stückchen weiter und zeigt seinen neuen 7er und ein Facelift des X1. Die deutsche Konkurrenz von Opel konzentriert sich in ihrem Messeauftritt auf den Astra Sports Tourer, zeigt aber mit dem Surf Concept auch ein Sondermodell des Vivaro. Maserati gleicht mit dem Modelljahr 2016 seine aktuelle Motorenpalette an die Euro-6-Abgasnorm an und führt neue Ausstattungsdetails für die beiden Sportlimousinen Ghibli und Quattroporte ein. Im Mittelpunkt steht dabei ein Interieurpaket von Ermengildo Zegna. Zu diesen fügen sich auch neue Ziерblenden sowie neue Ziernähte an den Kopfstützen. Auch Fahrassistent und Sicherheit wurden mit den Systemen Totwinkelassistent (einschließlich Querverkehr-Überwachung) erweitert, der Nutzungskomfort mit der elektrischen, sensorgesteuerten Kofferraumbetätigung.

**Auch andere Messen im Fokus**  
Renault gibt mit dem Alaskan Concept einen Vorgeschmack auf seinen für 2017 angekündigten Pick-up und präsentiert den neuen Mégane, Dacia legt mit der „Édition 2016“ eine Sonderedition des Duster auf, Rolls-Royce zeigt mit dem Dawn die offene Variante des Wraith, Kia den neuen Sportage, und Ford hat die Europaversion seines SUV-Modells Edge im Gepäck. Und die Asiaten? Sind natürlich auch mit von der Partie: Toyota zeigt etwa den neuen Prius, Nissan hat die neue Generation des Pick-ups NP300 Navara im Messe-Portfolio, und Honda mit dem Civic Tourer Active Life Concept einerseits einen neuen Kombi und mit dem Project 2&4 andererseits eine innovative Mischung aus Auto und Motorrad. Zu sehen sein wird der Ein-Mann-Boliden aber wohl nicht nur in Frankfurt.

Denn auch das gehört zur neuen Strategie der Hersteller, dass sie das Drumherum zunehmend auch bei Auto-fernen Messen wie etwa der Elektronikmesse CES in Las Vegas oder auf Möbelmessen und Fashion Shows präsentieren. Dem Andrang auf der IAA tut das aktuell noch keinen Abbruch, langfristig könnte es aber auch bei den Messebesuchern zu einer Bedeutungsverschiebung kommen.



#### Perfekt durchgeplant

Die Messeauftritte werden bis zu zwei Jahren im Voraus geplant und verschlingen viele Millionen Euro. Opel zeigt mit dem Sports Tourer die neue Kombiversion des Astra (unten).

Bentayga (extrem luxuriös und mit 608 PS nicht gerade untermotorisiert) und Lamborghini Haracan LP 610-4 der Fall, umso mehr aber beim Bugatti Gran Turismo Vision (und übrigens auch beim ebenfalls in Frankfurt zu sehenden Hyundai N 2025 Vision Gran Turismo Concept). Damit reiht sich die VW-Tochter nämlich unter jene Hersteller ein, die ein Fantasiefahrzeug für die digitale Welt des Computerspiels „Gran Turismo“ entworfen haben und über diese Schiene versuchen, junges Publikum anzusprechen und die Marke emotional aufzuladen – der Messeauftritt ist in dieser Strategie lediglich ein kleines Mosaiksteinchen.

**Mercedes setzt auf Concept IAA**  
Auch die anderen Hersteller sind sich natürlich dieser Trendumkehr



**VW GOLF GTI CLUBSPORT**

*Fescher Jubilar  
für Sammler*



© Volkswagen

WOLFSBURG. Tradition bei VW, Begeisterung bei den Fans. Nach der 20., 25., 30. und 35-Jahre Edition folgt nun 2016 zum 40er wieder ein Jubiläumsmodell des GTI. Der „ClubSport“ leistet 265 PS (dank Overboost-Funktion bei Kickdown für 10 Sekunden auch 290 PS). Die aerodynamische Abstimmung ist nicht nur optisch funktionell, und Rennsportschalensitze runden den Flegel unter den Gölfern ab. (red)

**OPEL ASTRA KOMBI**

*Lademeister aus dem Windschatten*



© Opel

RÜSSELSHEIM. Kaum überraschend ist es, dass im Windschatten des neuen Astra auch gleich die Kombi-Version „Sports Tourer“ folgt. Positiv überraschend ist das homogene, hochwertig wirkende Design der Heckpartie, das gut zum Plan, „emotionalere Fahrzeuge anzubieten“, passt. Auch für den Kombi standen Gewichtsreduktion und modernes Infotainment im Lastenheft. Der Opel Astra Sports Tourer debütiert auf der IAA. (red)

**MINI CLUBMAN**

*Der Witz mit den vielen Türen*



© Mini

MÜNCHEN. Auch ans Thema „Kombi“ geht man bei Mini nicht so pragmatisch heran wie andere Hersteller. Die verspielte, seitlich angeschlagene Doppeltür für das Ladeabteil hat es vom Ur-Mini über das Vorgängermodell bis zur auf der IAA erscheinenden neuen Modellvariante geschafft. Beraubt wurde der Clubman nun aber seinem „Clubdoor“; nunmehr befinden sich hinten links und rechts „normale“ Türen, um den deutlich gewachsenen Raum für alle fünf Sitzplätze praktischer entern zu können. Der Mini Clubman ist ab 24.900 Euro bereits beim BMW-Händler bestellbar. (red)



Die erste Generation war ihrer Zeit knapp voraus, nun kommt ein neuer Anlauf mit dem City-SUV Honda HR-V ab 20.990 Euro.

## Die Rückkehr des Trendsetters!

Vom lukrativen, immer noch stark wachsenden SUV-Markt möchte auch Honda ein Stückchen; die Reinkarnation des City-SUV HR-V soll daran maßgeblich beteiligt sein.

••• Von Gregor Jasel

WIEN. Als Honda mit dem kompakten HR-V 1998 auf den Markt kam, war die Zeit noch nicht so recht reif für ein damals ungewöhnliches Fahrzeugkonzept wie jenes. Der dreitürige City-SUV mit nur drei Türen bot auf knapp 4 Metern Länge durch seinen strengen, eckigen Aufbau geräumige Platzverhältnisse. Das konnte damals noch nicht so recht für Begeisterung sorgen, sonst mal mit Allradantrieb für unser bergiges Land.

Im Gegensatz zur Neuauflage des HR-V kann man seinem pragmati-

schen, aber doch auch irgendwie witzigen Vorgänger eine gewisse Schrulligkeit nicht absprechen. In Generation zwei geht man bei Honda kein Risiko mehr ein und verfolgt ein scheinbar wasserdiiches Erfolgsrezept.

Rund 4,3 Meter SUV, basierend auf dem ebenfalls neu erscheinenden Kleinwagen „Jazz“, mit feinem Design und einer knackigen, coupéhaften Dachlinie (inklusive versteckten hinteren Türgriffen) versehen – voila, fertig ist der attraktive Kassenschlager der Zukunft und „Kleinwagen mit Mehrwert“, wenn man Mini-SUVs, die

oftmals gar nicht mehr so mini sind, so einordnen möchte.

Raumwunder mit Grips

Dass Beine und Köpfe einziehen eher out ist, macht auch das gute Raumangebot auf allen Plätzen im HR-V deutlich. Dank 2,60 Meter Radstand hat man hinten mehr Beinfreiheit als in manch ausladender SUV, und trotz der flachen Dachlinie ist ausreichend Kopfräumvorhanden. 470 Liter Kofferraumvolumen plus bei einer trotz höhergestelltem Fahrwerk niedrigen Ladekante sorgen für hohen Nutzwert in der Praxis. Die schlaue

Rücksitzbank, die sich der HR-V mit seinem Konzeptbruder „Jazz“ fast 1:1 teilt, ist dank „Magic Seats“, also aufstellbaren Sitzkissen für den Transport sperriger, hoher Güter, ein weiterer Bringer bei alltäglichen Transportaufgaben. Die Sitzposition vorn ist aufgrund der hohen Mittelkonsole sportlich angehaut, was der HR-V im Fahrbetrieb dann nicht so ganz einzulösen vermag.

**Kein Allradantrieb**

Dass pure Dynamik und Leistungsfähigkeit in dem Segment nicht so wirklich nachgefragt wird, sollte sowieso klar sein. Also ist für den Urban-SUV, wie der HR-V von Honda genannt wird, kein Allradantrieb erhältlich. Wenn das am schwierigsten zu erklimmende Hindernis ein Randstein oder die Rampe der Parkgarage ist, wird man kaum weiteres Geld in die Hand nehmen und mit dem seriösen Frontantrieb gutes Auslangen finden.

Zum Konzept der pflichterfüllenden, effizienten Technik passt auch das überschaubare Motorenangebot. Ein 1,5 Liter-Benziner mit 130 PS (optional auch mit CVT-Automatik), oder auch ein 120 PS starker Sechszehnhunderter-Diesel mit 6-Gang-Handschaltung sorgen für ausreichenden Vortrieb. Wenn man das seriöse Stop/Start-System nutzt und die bei sparsamer Fahrweise grün glimmende Eco-Anzeige rund um den Tacho zufriedenstellt, sind beim Dieselmotor Verbräuche um 4 Liter auf 100 Kilometer angegeben.

Wer so verhalten unterwegs ist, wird auch mit der Geräuschdämmung des angenehm laufenden Dieselmotors zufrieden sein; bei höherer Last und Geschwindigkeit wird die sparsamer eingesetzte Dämmung deutlicher. Trotzdem fühlt sich der HR-V deutlich erwachsener an als ein „am Boden gebliebener“ Kompakter in dieser Größe. Der doch recht empfindliche „Aufpreis“ von seinem Bruder Jazz von rund 4.000 Euro, mit je nach Motor und Ausstattungsvariante Preisen von 20.990 Euro bis 28.190 Euro in der „Executive“-Ausstattung mit Feinheiten wie Navi, LED-Scheinwerfern und Panoramadach inklusive, lohnt sich zweifellos. Der HR-V ist ein erwachsenes Auto.

## Fortschritt, Stil und Ruhe

BMW hat mit dem neuen 7er die Herausforderung der aktuellen S-Klasse angenommen. Die Messlatte liegt nun erneut höher.

••• Von Gregor Jasel

WIEN. Ruhe – ein wertvolles Gut in Zeiten wie diesen. Man findet sie nicht nur im Wald, weit weg von der Zivilisation. Oder am Gipfel eines Berges. Im Fond des neuen 7ers kann man sie genauso finden. Der Beifahrersitz klappt sich nach vorn und lässt eine Fußablage zurück, die perfekt mit dem Lounge-Sitz dahinter harmoniert. Unterwegs schwebt man über die Straßen, als wären statt Reifen vier Hooverboards angebracht, die Marty McFly in „Zurück in die Zukunft II“ unter den Füßen hat. Vorn prügeln acht Zylinder unentwegt auf den Straßen- und Luftwiderstand ein, davon merkt man kaum etwas. 160, 110 oder 200 km/h – es macht keinen Unterschied.



Mit neuen Hightech-Features wie fahrerloses Ein- und Ausparken glänzt der neue 7er.

Nach dem passiven Genuss soll ein aktiver Part folgen – Schauplatzwechsel. Der 7er ist – Langversion mit Loungesitz und Vitali-

ty Massage-Programm oder nicht – ein Fahrerauto. Schließlich ist er ein BMW. In der Basis-Version 730d verfügt der rechte Fuß über 265 PS.

Der 740i werkt schon mit 326 PS, und der 750i lässt mit 450 PS sowieso nichts anbrennen. Stramme Motorisierungen sind für die Bayern Ehrensache, aber der technologische Fortschritt ist es mittlerweile, der Flaggschiffe definiert.

**Hightech in der Oberklasse**

Aber einer, der sich von jedem intuitiv bedienen lässt. Beispiele für eine gelungene Umsetzung der Bedürfnisse gibt es viele. Neuester Schrei dabei: die Gestensteuerung. Sie umfasst Bewegungen für die Änderung der Radiolautstärke, Annahme oder Abweisung eines Anrufs. Bedienung findet auf sehr vielen Ebenen statt, die, je nach Vorliebe, genutzt werden können oder nicht. Touchdisplays spielen eine große Rolle, alle Funktionen lassen sich aber nach wie vor über altbewährte (Metall-)Knöpfe und Regler bedienen. Natürlich hat auch die Lautstärkenregelung die typischen Regler in der Mittelkonsole und am Lenkrad. Man will dem Kunden, je nach Bedienungstyp oder Umstand, alle Optionen überlassen. Der neue 7er startet ab 96.000 für den „kurzen“ 3-Liter-Diesel.

# Hände am Steuer schon bald passé

Der IT-Branchenverband Bitkom hat Auto-Manager zu den Zukunftschancen selbst fahrender Autos befragt. Schon 2035 sollen sie hierzulande zum gelebten Alltag gehören.

••• Von Moritz Kolar

**FRANKFURT.** Vollautonom fahrende Autos sind derzeit in aller Munde. Die Technologie mag zwar vielfach noch nach ferner Zukunftsmusik klingen, schon in 20 Jahren soll sie hierzulande aber zum gelebten Alltag gehören. Zwei von drei der vom IT-Branchenverband Bitkom befragten Auto-Manager erwarteten jedenfalls den Durchbruch für selbst fahrende Autos bis 2035. Jeder zweite der 100 Umfrageteilnehmer rechnet sogar schon bis 2030 mit einer großen Verbreitung. Als größtes Hemmnis auf dem Weg dahin sehen die Manager offene rechtliche Fragen, vor allem zur Haftung bei Unfällen. Bitkom-Präsident Thorsten Dirks forderte deshalb die Deutsche Bundesregierung und die EU-Kommission auf, rasch neue Regeln einzuführen. „Die Branche braucht dringend eine politische Flankierung, damit die deutsche Autoindustrie Vorreiter und Gewinner der digitalen Transformation wird“, betonte er.

**Deutsche Hersteller führend**  
Beim autonomen Fahren übernimmt die Software das Lenkrad, das Smartphone wird im Auto integriert. Da auch IT-Konzerne wie Google und Apple an diesem Kuchen mitnaschen sollen, betrachtet die Hälfte der befragten Automanager die Digitalbranche als starke Konkurrenz. Dennoch gehen zwei Drittel davon aus, dass die deutsche Autoindustrie in zehn Jahren international beim Thema Digitalisierung in der Spitzengruppe liegen wird. Eine Sorge der Industrie ist allerdings, ob die Verbraucher bereit sind, sich in die Hände der neuen Technik zu begeben. Knapp

die Hälfte der Manager glauben, Autofahrer seien gegenüber Innovationen skeptisch. Ein weiterer Aspekt sei die Bereitschaft, Daten des Autos für die Navigation preiszugeben. Bitkom-Präsident Dirks forderte eine breite Diskussion über den Datenschutz. Durch

das Bereitstellen der Daten werde der Verkehr sicherer und effizienter. Die Autobranche hofft außerdem auf den Gesetzgeber: So seien 85 Prozent der Befragten für eine gesetzliche Pflicht zur Freigabe von Daten zur digitalen Verkehrslenkung.



Automobilmanager räumen selbst fahrenden Autos gute Zukunftsperspektiven ein.

## Business Events

BY CASINOS AUSTRIA

eventlocations.casinos.at

Suchen Sie den Partner zum Glück?



Am Anfang steht Ihre Idee, am Ende ein unvergesslicher Event. Und mitten drin die attraktive Location als passender Rahmen: 12 Casinos in ganz Österreich mit dem Congress Casino Baden und dem Studio 44 in Wien.

Locations im Stil von historisch bis high-tech. Locations mit einzigartigen Event-Ideen wie Dinner & Casino. Die Möglichkeit für österreichweite Roadshows, Galaabende und Konferenzen bis hin zu Live-Schaltungen. 13 Locations, in denen Sie Ihre Veranstaltungen erfolgreich in Szene setzen können.

Serviceline: +43 (0)50 777 50 eventlocations.casinos.at eventlocations@casinos.at

CONGRESS  
**CASINO BADEN**  
Business & Entertainment

STUDIO  
**44**

**OMV-KUNDENBINDUNGSPROGRAMM****Tankstelle meets Küche**

WIEN. Mit dem neuen Kundenbindungsprogramm heißt es für alle OMV-Kunden seit Anfang September (bis Ende November) „Treuepunkte sammeln und kochen wie ein Profi“. Kunden werden bei jedem Tank-Stop und Einkauf bei VIVA für einen Einkaufswert von 10 Euro mit je einem Punkt belohnt und können ihr volles Sammelheft (15 Punkte) gegen ein Messer der Thomas-Linie von Rosenthal tauschen. Prominenter Werbeträger der Aktion ist Puls 4 TV-Koch Oliver Hoffinger. Tankstellenbesucher, die ein ausgefülltes Sammelheft an der OMV-Tankstelle abgeben, nehmen automatisch auch an einer Verlosung diverser Preise wie einer privaten Backstage-Kochsession mit dem Koch teil. Um den OMV MaxxMotion Performance-Kraftstoff zu promoten, erhalten Kunden dafür während der Laufzeit des Kundenbindungsprogramms die zweifache Anzahl Sammelpunkte. „Wir sind überzeugt, dass dank unserem Testimonial dieses messerscharfe Kundenbindungsprogramm an allen OMV-Tankstellen ein voller Erfolg wird, da der mehrfach ausgezeichnete Haubenkoch die Qualität und Souveränität der Thomas Messerlinie perfekt widerspiegelt und der Aktion einen gewissen Schliff verleiht“, sagt Alois Wach, Leiter des OMV Tankstellengeschäfts in Österreich und Deutschland. (red)

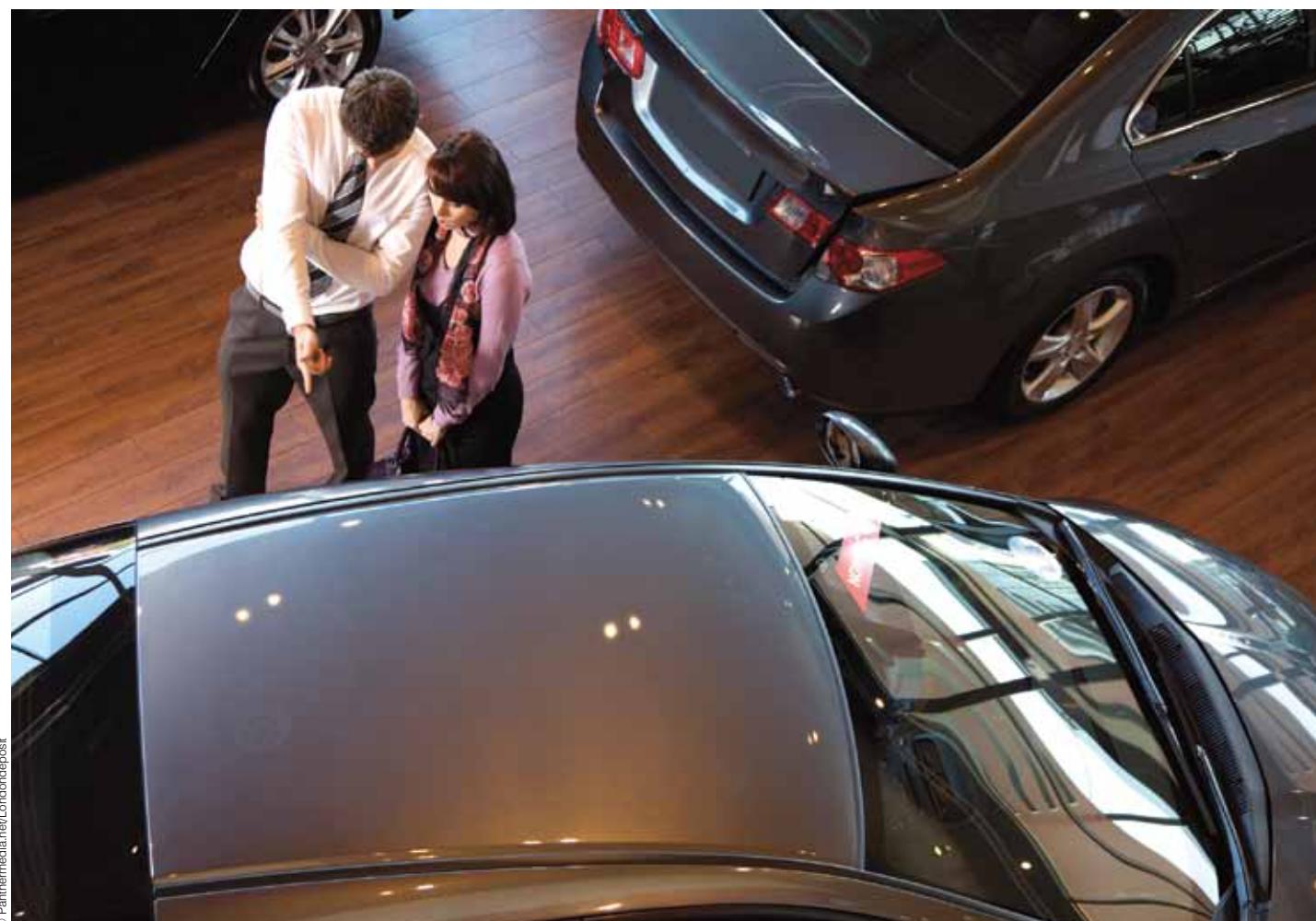
**RENAULT PRO+ LANCIERT****Globalisierungsstrategie**

© Renault

WIEN. Renault lanciert im Zuge seiner Nutzfahrzeugoffensive die Spezialistenmarke Renault Pro+. Unter ihrem Dach vereinigt das Unternehmen maßgeschneiderte Dienstleistungen, Fahrzeugumbauten und Produktinnovationen für die Besitzer und Käufer von Renault-Transportern. Die neue Marke soll eine Schlüsselrolle in der Globalisierungsstrategie der Nutzfahrzeugsseite des französischen Automobilherstellers spielen. „Die Einführung der Expertenmarke bedeutet ein starkes Bekenntnis, noch gezielter auf die speziellen Interessen unserer Nutzfahrzeugkunden einzugehen“, erklärt Fabien Gouly, Renault Pro+ Brand General Manager. „Dank unseres ausgewiesenen Know-hows und durch die Ausweitung unseres Produkt- und Dienstleistungsangebots werden wir das Service-Erlebnis für Kunden weiter steigern.“ Das spezialisierte Servicenetz umfasst aktuell rund 600 Händler weltweit. (red)

**ALLIANZ KOOPERIERT MIT MAIDEN****Verkauf direkt im Autohaus**

MÜNCHEN. Der Münchener Versicherungsriese Allianz will zusammen mit dem amerikanischen Wettbewerber Maiden mehr Auto-Polizzen direkt beim Händler verkaufen. Die Zusammenarbeit mit der auf Bermuda ansässigen, an der New Yorker Börse Nasdaq gelisteten Maiden sei ausgeweitet worden, teilten beide Versicherer vor wenigen Tagen mit. Zusätzlich zu den klassischen Haftpflicht- und Kasko-Polizznen sollen nun auch Restschuld-Versicherungen für Ratenkredite und erweiterte Vollkasko-Versicherungen verkauft werden. Maiden gehört unter anderem der Opel Versicherungsdienst, mit dem die Allianz seit Langem kooperiert. Aber auch über BMW- und Ford-Händler verkaufen die beiden Versicherer zusammen. Technisch abgewickelt wird die erweiterte Kooperation über ein Rückversicherungsgeschäft. Die Allianz übernimmt jedes Jahr 150 bis 200 Mio. USD (etwa 135 bis 179 Mio. €) der Risiken von Maiden. Die Allianz nutzt im Gegenzug das Vertriebsnetz von Maiden. (APA)



© Panthermedia.net/Londondepot

Der klassische Fahrzeugverkauf wird in den kommenden Jahren für die Hersteller an Umsatzbedeutung verlieren.

# Vertrieb im Wandel

Oliver Wyman-Studie: Der weltweite Automobilvertrieb steht in den kommenden Jahren vor strukturellen Veränderungen.

**••• Von Moritz Kolar**

MÜNCHEN. Klassischer Fahrzeugverkauf, After Sales und Finanzdienstleistungen dürften das System mit einem Anteil von 61 bis 71% weiterhin tragen. Trotz zusätzlicher Profitgenerierung von etwa 70 Mrd. € verlieren die fahrzeugbezogenen Dienstleistungen aber an Bedeutung, da neben dem Wachstum bei Mobilitätsdienstleistungen auch neue Umsatz- und Ertragsquellen wie Werbeerlöse und Umsatzanteile am e- und mCommerce-Geschäft erschlossen werden.

**Umsatz- und Strukturwandel**  
Schon in den nächsten zehn Jahren werden sich der Studie zufolge strukturelle Veränderungen in der Verteilungsstruktur abzeichnen. Die Hersteller müssen sich neuer Konkurrenten stellen, die Multikanalnutzung durch den Kunden, die zunehmende Preistransparenz und die Digitalisierung der Kundenschnittstelle machen etablierte Ertragsquellen angreifbar.

Laut Ansicht von Oliver Wyman beginnt sich der Strukturwandel bis 2025 auf den Umsatz- und Profitseiten zu materialisieren. Die Bedeutung von Mobilitätsdiensten wird zunehmen und zwischen 13 und 18% zum Systemprofit beisteuern (aktuell 12 Prozent). Der Gewinn aus dem Verkauf von Neu- und Gebrauchtwagen wird inflationsbereinigt nur minimal steigen und 4 bis

11 Prozent ausmachen. After Sales und Finanzdienstleistungen dürfen das System mit einem Anteil von 61 bis 71% weiterhin tragen. Trotz zusätzlicher Profitgenerierung von etwa 70 Mrd. € verlieren die fahrzeugbezogenen Dienstleistungen aber an Bedeutung, da neben dem Wachstum bei Mobilitätsdienstleistungen auch neue Umsatz- und Ertragsquellen wie Werbeerlöse und Umsatzanteile am e- und mCommerce-Geschäft erschlossen werden.

**Neue Umsatzquellen**  
Die Veränderungen bis 2025 sind laut den Oliver Wyman-Experten aber lediglich Vorboten des bisher größten Strukturwandels im

Automobilvertrieb. „Das gesamte System Automobilvertrieb steht zur Disposition“, erklärt Fabian Brandt, Partner bei Oliver Wyman und Experte für After Sales. „Alle etablierten Ertragsquellen werden langfristig neu verteilt.“ Bis 2035 kann in Folge der fortschreitenden Digitalisierung und der Etablierung des autonomen Fahrens der Anteil von mobilitätsbezogenen Dienstleistungen und Lösungsangeboten sowie neuen Umsatzquellen auf bis zu 50% des Branchenumsatzes steigen. Darunter dürfte vor allem der Fahrzeugverkauf, aber auch After Sales und Finanzdienstleistungen leiden.

**Strategische Investments**  
Um in diesem Spiel erfolgreich mitzuwirken, müssen die Hersteller sich und ihr Markensystem neu erfinden und dafür strategisch gezielt investieren. Vor allem umfassende integrierte Lösungsangebote zur Erfüllung unterschiedlichster Mobilitätsansprüche werden gefragt sein. Zugleich werden neue Geschäftsmodelle erforderlich, beispielsweise Direktvertrieb oder spezielle Nutzungs- und Gebührenmodelle, sowie die Antwort auf die Frage, wie die Wettbewerbsfähigkeit angesichts der Dynamik der Onlineriesen und der Silicon-Valley-Start-ups sichergestellt wird.

Unverzichtbar ist auch die Digitalisierung der Unternehmen und eines Teils ihrer Kultur, um beispielsweise neue Geschäftsmodelle schnell entwickeln und testen zu können. Und schließlich muss die Kundenschnittstelle gesichert werden, die gesamte Kundenbeziehung professionell genutzt, die bestehenden Daten konsequent ausgewertet und Lösungen geboten werden, die alle Geschäftsfelder der Automobilhersteller im Mobilitätsumfeld sinnvoll integrieren.



“

*Das gesamte System  
Automobilvertrieb steht  
zur Disposition.*

“



# m advisory

**Vermögensweitergabe**  
Was bleibt übrig nach Schenken oder Erben? **90**

**Stiftungen** Ein heißes Match zwischen Liechtenstein und Österreich **91**

**Humorlabor** sperrt auf. R. Szeliga (r.) entwickelt ein neues Fun-Format **94**



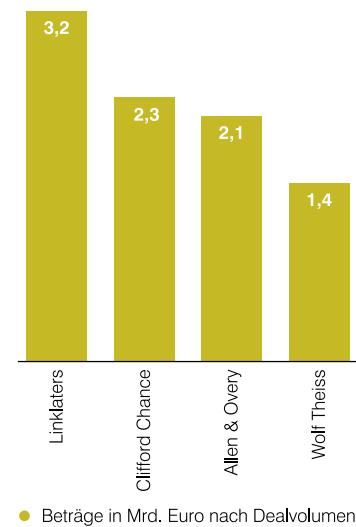
**Steuerberatung**  
Worauf beim GPLA-Check geachtet werden sollte **95**



© APA/Georg Hochmuth

## Top-Wirtschaftskanzleien

**Vergleich 1. Halbjahr 2015**  
Kanzleien mit den größten Transaktionen in Zentral- und Osteuropa



*Head of Legal Department*

**Verena Mitteregger-Rieder (36)**

Die promovierte Juristin und geprüfte Rechtsanwältin wurde mit der Leitung der Rechtsabteilung bei Österreichs größtem Shopping-Center-Betreiber, SES Spar European Shopping Centers, beauftragt. Sie bringt weitreichende Erfahrung aus Leasing, Vertragsgestaltung und Projektentwicklung mit.

## Die Kunst findet in Wien kein (junges) Publikum mehr

Die Klage von Art Austria, Viennafair & Co.: Rund zwei Millionen Einwohner und vielleicht 25.000 interessieren sich für die Kunst. **92**



© Panthermedia.net/Scarrall

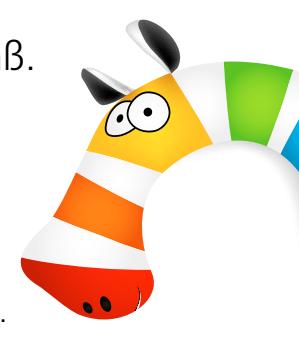
**Verwaltungsdaten im Griff** Global Location Number (GLN) als eindeutiges Merkmal für juristische Personen. **96**

Liebe(r) LeserIn,  
wir verstehen keinen Spaß.

Wenn es um Ihr Recht geht,  
kämpfen wir mit allen uns zur Verfügung stehenden Mitteln  
für Ihren Erfolg.

PS: Humor haben wir trotzdem.

**C'M'S'**  
Law Tax



Your World First  
cms-rrh.com

## Job-Börse

Die Auf- und Umsteiger des Monats im Kurzportrait



**Julia Peier**

**PHH** Julia Peier (28) steigt mit ihrer Angelobung zur Rechtsanwältin bei PHH intern auf. Die gebürtige Burgenländerin verstärkt das Team rund um Stefan Prochaska mit ihrer Immobilienexpertise und ist für liegenschaftsrechtliche Fragen sowie für die Begleitung immobilienrechtlicher Projekte verantwortlich.



**Stephan Bertuch**

**KC&P** Stephan Bertuch (28) steigt in der Kanzlei Kaan Cronenberg & Partner zum Rechtsanwalt auf. In seiner neuen Position spezialisiert sich der junge Anwalt vor allem auf die Themen Bau- und Bauvertragsrecht sowie Miet- und Wohnrecht. Ein weiterer Schwerpunkt von Bertuch liegt im Arbeitsrecht.



**Anne-Karin Grill**

**Schönherr** Anne-Karin Grill (38) wurde zur Partnerin der zentral- und ost-europäischen Rechtsanwaltskanzlei Schönherr ernannt. Die Juristin ist auf gerichtliche Streitführung, Schiedsverfahrensrecht und Alternative Streitbeilegung (ADR) spezialisiert und seit Mai 2014 als Counsel bei Schönherr tätig.



**Alexander Hiersche**

**Haslinger/Nägele** Alexander Hiersche (31) ist neuer Partner bei Haslinger/Nägele in Wien. In den vergangenen zwei Jahren holte er sich bei einer renommierten Wirtschaftskanzlei in München sowie im Zuge seines LL.M.-Studiums für Wettbewerbsrecht am King's College in London den internationalen Feinschliff.



Soll man das Haus gleich an den Sohn übergeben, um ihm eine höhere Grunderwerbsteuer zu ersparen?

# Was bleibt übrig vom Vermögen?

Die Steuerreform bringt u.a. eine Erhöhung der Grund- erwerbsteuer, wodurch (auch) das Erben und Schenken ab dem 1.1. 2016 für viele teurer werden wird.

### •• Von Paul Christian Jezek

WIEN. Knapp vor dem Sommer hatte man sich im Ministerrat zum Thema „Steuerreform“ darauf geeinigt, anders als ursprünglich ange- dacht die Weitergabe von mehreren Grundstücken zusammenzurechnen, um Steuerschlupflöcher zu vermeiden.

Übergaben innerhalb der Famili- lie fallen im neuen Entwurf nun generell unter den Staffeltarif, das heißt, selbst wenn Schulden mitübergeben werden, gilt die Übertragung als unentgeltlich. „Grundsätzlich gilt: Je mehr Ver-

mögen übergeben wird, umso ungünstiger“, bringt es Steuerberater Michael Petritz von KPMG auf den Punkt. Werden z.B. österreichische Liegenschaften im Wert von 9,5 Mio. € innerhalb der Familie über- geben, steigt die Grunderwerbsteuer von 75.000 auf 223.000 €.

### Der neue Staffeltarif

Bei unentgeltlichem Erwerb fallen gemäß Ministerratsbeschluss künftig bei den ersten 250.000 € 0,5% Steuern an, für die nächsten 150.000 € 2,0%, und ab 400.000 € wird der reguläre Steuersatz von 3,5% des Grundstückwerts ange-

wendet, der bei jedem entgeltlichen Grunderwerb ab dem ersten € gilt.

Als Bemessungsgrundlage des Grundstückwerts gilt nicht mehr der Einheits-, sondern der *Verkehrswert*. Dieser kann mittels Hochrechnung, abgeleitet von ei- nem Immobilienpreisspiegel samt Bewertungsabschlag von bis zu 30%, oder aufgrund eines Nachweises ermittelt werden. Land- und forstwirtschaftliches Vermögen wird steuerlich weiterhin nach dem Einheitswert bewertet.

Bei Betriebsgrundstücken soll es eine Deckelung des Steuersatzes mit 0,5% geben. Der Freibetrag für

Unternehmensübertragungen wird von 365.000 auf 900.000 € deutlich angehoben – damit kann die Über- gabe günstiger werden als bei der alten Rechtslage.

Wird etwa eine Hotelleigenschaft im Wert von 7 Mio. € unentgeltlich, aber mit Schulden übergeben, reduziert sich die Grunderwerbsteuer von aktuell 60.000 auf 24.500 €.

### Änderungen im Erbrecht

Neben der Reform der Grunder- werksteuer gibt es auch eine No- velle des österreichischen Erb- rechts. Darin ist u.a. eine Änderung im Pflichtteilsrecht vorgesehen: Beim Tod eines Ehepartners (kin- derlos) gehen die Geschwister und Großeltern des Erblassers in Zu- kunft leer aus.

Neu ist auch das außerordentli- che Erbrecht des Lebensgefährten bei einer aufrechten Lebensge- meinschaft in den letzten drei Jah- ren vor dem Tod und dem Fehlen anderer gesetzlicher Erben.

Veränderungen sind weiters bei den Arten der Pflichtteilsdeckung geplant; hier sind nun auch Schen- kungen des Erblassers zu Lebzei- ten hinzuzurechnen.

### Im kontinentalen Rahmen

Auf europäischer Ebene gibt es eben- falls eine neue Erbrechtsver- ordnung, die seit dem Todeszeit- punkt 17. August 2015 wirkt. Die Verordnung regelt, welches nationale Erbrecht bei internationalen Erbfällen zur Anwendung kommt. Anstatt der Staatsbürgerschaft soll in Zukunft der „gewöhnliche Aufenthalt“ darüber entscheiden.

„In 95% der Fälle wird klar sein, wo sich der Verstorbene aufge- halten hat, aber je wohlhabender, umso unklarer“, analysiert Martin Schauer, Erbrechtsexperte an der Universität Wien. Interessant für Erblasser sei eine „Ausweichklausel“, wodurch im Testament das anwendbare Recht in beschränktem Umfang gewählt werden kann.

Die Experten raten jedenfalls, wegen der neuen gesetzlichen Rah- menbedingungen die Nachfolgere- gelungen und letztwilligen Verfü- gungen zu überprüfen.

# Stiften gehen – wohin?

Die neue „Stiftung Nextgen“ bietet Informationen und ein Diskussionsforum für Stifter, Begünstigte und Vorstände.

### •• Von Paul Christian Jezek

SALZBURG. Mit der „Stiftung Next- gen“ ist vor einigen Monaten eine neue Plattform für Privatstiftun- gen in Österreich an den Start ge- gangen. Sie will Personen, die mit Stiftungen zu tun haben, Infor- mationen zu Änderungen bei den rechtlichen Rahmenbedingungen, Wissen rund um den Kapitalmarkt, Veranstaltungshinweise sowie ein Diskussionsforum bieten. Derzeit bestehen österreichweit mehr als 3.000 Privatstiftungen, in denen u.a. auch Unternehmen angesiedelt sind, die für mehr als 400.000 Men- schen Arbeitsplätze schaffen.

„Noch vor einigen Jahren war die Hauptaufgabe im Zusam- menhang mit Privatstiftungen deren Gründung“, erklärt Nextgen-Mit- be-



Stiftung Nextgen befasst sich u.a. mit Gesetzesänderungen und aktueller Judikatur.

gründerin Steuerberaterin Yvonne Schuchter-Mang (LeitnerLeitner). „Heute sehen sich die handelnden Personen aber mit neuen Fragen

und Problemen konfrontiert, die von der klassischen Generationen- frage bis hin zu Haftungsfragen ei- nen weiten Bogen spannen.“

### Zur Zukunft der Stiftung

Vor mehr als zwei Jahrzehnten wurde in Österreich das Privat- stiftungsgesetz erlassen, bis heute wurden die rechtlichen Rah- menbedingungen für Stiftungen mehr- mals verändert. „Wir sind über- zeugt, dass die Privatstiftung ein äußerst sinnvolles Gebilde ist und wert, sich darüber Gedanken zu machen“, sagt Mitbegründerin RA Nikola Leitner-Bommer (Kersch- baum Partner RA GmbH). „Damit Stiftungen aber weiter eine wichtige Rolle spielen, ist die Ausein- andersetzung mit aktuellen Fragen und Problemen unumgänglich.“

Die Initiatoren sehen die neue Plattform nicht als Konkurrenz zum Stiftungsverband und sie stellt auch keine öffentlich-rechtliche Interessensvertretung dar. Als weitere Initiatoren neben Schuch- ter-Mang und Leitner-Bommer stehen Johannes Zollner (Institut für Österreichisches und Internationales Unternehmens- und Wirtschaftsrecht an der Karl-Franzens- Universität Graz) und Manfred Wieland (Zürcher Kantonalbank) hinter Nextgen.  
[www.stiftung-nextgen.at](http://www.stiftung-nextgen.at)

# Ein echt heißes Match

Bei den Stiftungen ist der Standort-Wettbewerb zwischen Österreich und Liechtenstein voll entbrannt – mit guten Chancen für das Fürstentum.

••• Von Paul Christian Jezek

LINZ. „Viele österreichische Stiftungen werden in Zukunft eine Verlegung ihres Sitzes nach Liechtenstein überlegen.“ Diesen Trend erkennt der Stiftungsexperte Manfred Wieland von der Zürcher Kantonalbank Österreich AG.

Die Bank hatte unter dem Titel „Stiftung Next Generation“ zu einem interessanten Vortragsabend in die oberösterreichische Landeshauptstadt geladen. In der Stahlwelt der voestalpine erläuterten neben Wieland auch Johannes Zollner vom Institut für Unternehmensrecht an der Karl-Franzens-Universität Graz und der Jurist Rudolf Fiebinger von der Kanzlei Fiebinger, Polak und Leon die aktuellen Entwicklungen rund um den Themenbereich Stiftungen.

**Aus für die steuerlichen Vorteile**  
Im Mittelpunkt des Events stand der Vergleich von Stiftungen im Fürstentum Liechtenstein und hierzulande. „In Österreich wurden zuletzt wesentliche steuerliche Vorteile der Privatstiftung beseitigt, und weitere Verschlechterungen sind absehbar“, erklärte Wieland. „Ein Wechsel nach Liechtenstein ist daher für viele Stiftungen eine



Manfred Wieland, Johannes Zollner, RA Rudolf Fiebinger, Lucien Berlinger (v.l.).

nahegelegene und sehr attraktive Alternative.“

Johannes Zollner von der Uni Graz sah das ebenso: „Der Stiftungsstandort Liechtenstein bietet den Vorteil eines deutlich größeren Gestaltungsspielraums für den

Stifter. Anders als in Österreich kann der Stifter sich und seinen nachfolgenden Generationen Einfluss und Kontrolle auf die Stiftungsverwaltung sichern.“

Zollner hält den Wettbewerb zwischen den beiden Stiftungsstand-

orten für bereits voll entbrannt: „Stifter werden sich in Zukunft gut überlegen, in welchem der beiden Länder sie ihre Vorstellungen von einer gelungenen Nachfolgeplanung durch eine Privatstiftung besser erreichen können.“

## Raus aus Österreich?

Rechtsanwalt Rudolf Fiebinger betont, dass die europarechtliche Niederlassungsfreiheit auch auf Stiftungen zutrifft: „Angesichts der rechtspolitischen Entwicklung erscheint es wohl angebracht, sich über einen Wegzug aus Österreich Gedanken zu machen. Übrigens: Ein Wegzug einer Stiftung aus Österreich – z.B. nach Liechtenstein – ist noch nicht ausjudiziert, wird aber von unserer Kanzlei gerade betrieben.“

Event-Tipp: Der automatische Informationsaustausch (AIA) und die Regularisierung begangener Steuerdelikte stehen im Zentrum des Steuerforums am 1.10. von 13:00 bis 18:30 Uhr auf dem Uni-Campus Liechtenstein. Weitere Themen sind die Bestimmung der Beneficial Owner und die Ausweitung der Geldwäschereivortaten um schwere Steuerdelikte (FATF, EU) sowie die Ausweitung der Rechtshilfe in fiskalischen Strafsachen.

## JAHRESTAGUNG

### Ein dynamisches Rechtsgebiet

WIEN. Am 28. und 29. 9. findet im ARS Seminarzentrum (1010 Wien, Schallautzerstraße 2-4) die Jahrestagung „Erbrecht & Vermögensweitergabe“ statt.

Schwerpunkte sind die neue Erbrechtsverordnung der EU und das ErbRÄG 2015. Mit dabei sind u.a. Notar Christoph Mondel, Richter Ulrich Pesendorfer und die Rechtsanwälte Maximilian Eiselsberg (Herausgeber des „Stiftungsjahrbuchs“) und Andreas Seling (Dorda Brugger Jordis).

## SCHÄFER JETZT BEIM ICC

### Stiftungsrecht-Expertin

PARIS/WIEN. Friederike Schäfer, bisher Anwältin bei der auf Stiftungs- und Gesellschaftsrecht sowie Dispute Resolution spezialisierten Anwaltssozietät Torggler RA, ist zum International Court of Arbitration (ICC) der Internationalen Handelskammer in Paris gewechselt, die sich der Förderung des Welthandels verschrieben hat.

Schäfer wird nun im Management-Team des ICC als Counsel aufgeführt. Vor ihrer Zeit bei Torggler war sie u.a. bei CMS Hasche Sigle und bei Schönher in Wien tätig.

# BMD bringt Serviceplus und schafft Zeitersparnis

Keep it simple: Mit der Bankauszugsverbuchung und der tintenlosen Unterschrift werden den Kunden nachhaltige Softwarelösungen angeboten.

STEYR. Das oberösterreichische Softwarehouse bietet seit geraumer Zeit die Bankauszugsverbuchung an. „Diese ermöglicht, je nach Rechtsform, eine Zeitersparnis von 50 bis 90 Prozent“, erläutert BMD Aus- und Weiterbildungsakademie-Leiter Roland Beranek. „Die bestens ausgebildeten Buchhalter müssen keine Belege mehr abtippen. Und die Steuerberater haben wiederum mehr Zeit für Beratung.“

#### Zeit ist Geld

Mit der Bankauszugsverbuchung setzt die BMD Systemhaus GmbH auf die relevanten Faktoren Effizienzsteigerung und Zeitersparnis bei Buchhaltern, Controllern und Steuerberatern.

„Bis dato drucken Unternehmen ihre Bankauszüge aus oder erhalten sie von ihrer Bank per Post zugestellt“, so Beranek. „Danach beginnt der Buchhalter in der Firma oder in der Steuerkanzlei, diese mühsam händisch abzutippen. Die Banken stellen jedoch den Kontoauszug elektronisch zur Verfügung – in verschiedenen Formaten, wie etwa CSV, Camt53

oder MT940. Diese werden dann mit dem BMD-Tool „Bankauszugsverbuchung“ automatisch eingelesen.“ Vorteil: Der Buchhalter muss kein Belegdatum, keine Belegnummer, keinen Betrag und keinen Buchungstext mehr per Hand eintippen.

#### Selbstlernende Software

Zudem lernt die BMD-Software von den bisherigen Eingaben. Mithilfe der von BMD unterstützten Bankauszugsverbuchung ist es möglich, die gesamten Kontoadzüge ganz einfach automatisch in die Buchhaltung des Bankkunden zu integrieren. Zu diesem Zweck braucht die Hausbank nur die Bankbewegungen in Dateiform zur Verfügung stellen.

Mit der Bankauszugsverbuchung können zudem auch Datenträger von ausländischen Banken und Fremdwährungskonten verarbeitet werden.

#### Weg vom Papier

Bisher galt: Die Steuererklärung wird ausgedruckt, den Klienten zur Unterschrift vorgelegt, wieder eingescannt; schließlich wur-



„Die Bankauszugsverbuchung spart Buchhaltern, Controllern und Steuerberatern kostbare Zeit“, sagt Roland Beranek, BMD.

de das Original vernichtet bzw. im Ordner abgelegt. Die tintenlose Unterschrift verkürzt dieses Prozedere erheblich. „Die BMD-Softwarelösung spart nicht nur Papier, sondern sowohl den Steuerberatern beziehungsweise Wirtschaftsprüfern als auch deren Klienten kostbare Zeit“, erläutert Beranek.

Fazit: Der Klient braucht nicht mehr auf dem Papierausdruck unterschreiben, welcher im Nachhinein wieder eingescannt werden muss; das Dokument wird nur mehr fiktiv als Vorschau angezeigt

und umfassend vom Xyzmo Pad übernommen. Es kann dann direkt auf dem Pad unterschrieben werden. Automatisch startet anschließend das Archivierungsprogramm und übernimmt das Dokument mit der rechtsgültigen Unterschrift in das Archiv. Auf diese Weise lassen sich Geschäftsprozesse beschleunigen.

Details unter:  
<http://www.bmd.com/>



**BMD Business Software**  
BMD ist der führende österreichische Hersteller hochwertiger Business-Software. 27.000 Kunden verlassen sich mittlerweile auf die Lösungen des Unternehmens aus Steyr.



# War's das mit Wiens Kunstmessen?

25.000 Kunstinteressierte, die die Viennafair 2014 bündelte, könnten das gesamte Marktvolumen der „Fast-zwei-Millionenstadt“ Wien sein.

••• Von Hubert Thurnhofer

**G**anze zehn Jahre hat sich die Viennafair bemüht, als Leitmesse für osteuropäische Kunst die Wiener Szene zu beleben. Sponsoren wie die Erste und die OMV haben tatkräftig mitgeholfen, dieses Image aufzupolieren, wollten aber heuer nicht mehr mitmachen.

2012 tauchte der Russische „Kunstmarkt-Analyst“ Sergey Skaterschikov aus dem Nichts auf und präsentierte sich drei Monate vor der Eröffnung der Viennafair als neuer Eigentümer. Bei der medienwirksamen Pressekonferenz wurden umgehend gleich zwei junge künstlerische Direktorinnen mit Osteuropa-Connections der Öffentlichkeit präsentiert; dazu kamen bald ein Dutzend weiterer

Manager, vom Kaufmännischen bis zur PR.

Ein Jahr später hat Skaterschikov mit einem millionenschweren Ankaufsprogramm eines eigens ins Leben gerufenen Kunstfonds große Erwartungen internationaler Aussteller geweckt. Und 2014 war Skaterschikov mit all seinen Ambitionen schon wieder Geschichte. Der eigentliche Investor trat aus seinem Schatten: der russische Immobilien-Tycoon Dmitry Aksenov. Heuer zu Jahresbeginn hat Aksenov die Reißleine gezogen und den Vertrag mit der Reed-Messe aufgekündigt, um mit der neuen viennacontemporary in St. Marx weiterzumachen.

#### Aus eins mach zwei

So hat Wien nun von 24. bis 27. September die viennacontemporary mit dem stark reduzierten Ex-Management der Viennafair und die Viennafair weiter zum gewohnten

Datum von 8. bis 11. Oktober am gewohnten Ort im Messegelände, aber mit einem neuen Management. Für die Viennafair zeichnet nun die art-port GmbH verantwortlich, die bereits die Art Austria im Leopold Museum veranstaltet. Beide Kunstmessen sind allerdings nur der Auftakt zu einem heiß umkämpften Messeherbst. Der Galerienverband hat geschlossen die Seiten zur viennacontemporary gewechselt.

Ein paar der bekanntesten Wiener Galerien (Huber, Krinzinger, Krobath) stellen sogar auf beiden Messen aus. Man kann davon ausgehen, dass diese Galerien nur mit starken Preisabschlägen auch bei der Viennafair gehalten werden konnten, denn art-port hatte gerade mal fünf Monate Vorbereitungszeit. Zu Redaktionsschluss war noch keine vollständige Ausstellerliste verfügbar.

Die bislang bekannten Aussteller lassen eher ein Stelldichein des

Who is Who der Wiener Kunstszenen erwarten als einen heißen, internationalen Marktplatz. So finden sich Albertina, Arithothek des Bundes, Österreichische Galerie Belvedere, Landessammlungen Niederösterreich, Lentsch Kunstmuseum Linz auf der Ausstellerliste. Ob auf der viennacontemporary 2015 der Rubbel rollt, steht allerdings auch in den Sternen. Der von Skaterschikov ins Leben gerufene Kunstfonds „Art Vectors Investment Partnership“ ist jedenfalls sang- und klanglos von der Bildfläche verschwunden.

Dmitry Aksenov musste zur Kenntnis nehmen, dass sich in Wien der Return on Investment nicht so schnell einstellt wie bei seinen Immobilienprojekten in Moskau und hat jede überflüssige Kostenstelle gestrichen, so auch die zweite Direktorin.

Der Standard zitierte 2013 die damalige Co-Direktorin Vita Zaman: „Wir wollten etwas gegen die

Gesetze des Kunstbetriebs machen. Kunst mache glücklich, so die These, ob nun an der eigenen Wand, im Museum oder in der Messekoje betrachtet: Kunstkauf ist nachrangig. Die Viennafair als Event kollektiven Beisammenseins.“ Da hat sich Aksenov wohl gewundert, dass seine Direktorin öffentlich gegen die Interessen des Investors und gegen die Interessen von 127 Ausstellern auftritt.

#### Die Artvista hat unrecht

Weltweit ist die Anzahl der Kunstmessen in den vergangenen fünfzehn Jahren massiv gestiegen. Der auf Kunstmessen spezialisierte Informationsdienst ArtVista listet für 2014 insgesamt 197 Kunstmessen auf, doch das sind bei Weitem nicht alle Kunstmessen. In Wien finden laut ArtVista nur die Art Austria und die Viennafair statt. Nicht erwähnt werden die zahlreichen Kunst- und Antiquitäten-



**Selbstbild II** „Die viennacontemporary ist mit 99 teilnehmenden Galerien aus 25 Ländern stärker denn je.“

## Kunstmessen & Termine in Wien

### Überblick 2015/2016

- Parallel Vienna  
23.–27. September 2015  
[www.parallelvienna.com](http://www.parallelvienna.com)
- viennacontemporary  
24.–27. September 2015  
[www.viennacontemporary.at](http://www.viennacontemporary.at)
- Parallelaktion Kunst  
4.–31. Oktober 2015  
[www.kunstsammler.at](http://www.kunstsammler.at)
- Viennafair  
8.–11. Oktober 2015  
[www.viennafair.at](http://www.viennafair.at)
- Wikam im Palais Ferstel und Palais NÖ  
6.–15. November 2015  
[www.wikam.at](http://www.wikam.at)
- Art&Antique (Hofburg)  
7.–15. November 2015  
[www.artantique-hofburg.at](http://www.artantique-hofburg.at)
- Vienna Art Week  
16.–22. November 2015  
[www.viennaartweek.at](http://www.viennaartweek.at)
- WIKAM – Wiener Internationale Kunst & Antiquitätenmesse, Künstlerhaus  
27. Februar–6. März 2016  
[www.wikam.at](http://www.wikam.at)
- Art Austria  
10.–13. März 2016  
[www.art-austria.info](http://www.art-austria.info)
- Niederösterreichische Kunst & Antiquitätenmesse, Schloss Laxenburg  
9.–17. April 2016  
[www.wikam.at](http://www.wikam.at)

Messen, die vermehrt auch zeitgenössische Kunst ins Programm nehmen. Allein die Wikam steigt drei Mal jährlich in den Ring: im Frühjahr im Künstlerhaus und im Schloss Laxenburg, im Herbst im Palais Ferstel. Nicht zuletzt setzt die ehrwürdige „Hofburgmesse“ Art&Antique auf bewährte Namen und mehr und mehr auch auf Zeitgenössisches. Dazu kommen die Satelliten-Messen wie die „Parallel“ und (organisatorisch völlig unabhängig davon) die „Parallelaktion Kunst“. Und zum Saison-Ausklang rufen die Galerien mit den staatlichen Kunstinstitutionen nochmals zum Schaulauf auf die Vienna Art Week (16.–22.11.2015).

Dass die wachsende Anzahl der Messen zu wachsenden Verkaufserfolgen der einzelnen Aussteller führt, wird wohl niemand behaupten – ganz im Gegenteil. Aussteller, die im Frühjahr auf der Art Austria und danach auch auf der Wikam

anzutreffen waren, beklagten den schwachen Zustrom und die kurzen Zeitabstände zwischen den beiden Messen. Horst Szaal, Obmann des Wiener Landesgremiums des Kunst- und Antiquitätenhandels und Mitorganisator der Wikam, ist zwar von Berufs wegen optimistisch, bringt aber auch ernüchternde Fakten: Käufer sind und bleiben die 60- bis 80-Jährigen!

Die Wikam hat diese Zahlen bei einer Befragung vor 35 Jahren erhoben; die Widerholung der Befragung 2008 hat die gleichen Ergebnisse gebracht.

**Das junge Publikum bleibt aus**  
Trotz zahlreicher Versuche, junges Publikum für die Kunst zu begeistern, trotz Blockbuster-Ausstellungen der Museen, die breite Bevölkerungsschichten locken, kommt im Kunstmarkt wenig davon an.  
2012 hatte die Viennafair noch 17.000 Besucher, im Vorjahr jubelte

der damalige Veranstalter mit einer Erfolgszahl von 25.000 Besuchern, doch ist die Anzahl der Aussteller um 30 auf unter 100 gesunken. PR-Profis haben diesen Verlust natürlich als Maßnahme verkauft, die Qualität der Messe zu heben – und die meisten Medien haben ihnen diesen PR-Schmäh auch abgekauft.

Schon 2014 waren Sparmaßnahmen bei der Ausstattung der Messestände sichtbar. Und der Messekatalog, der auf allen Messen direkt beim Verkauf aufliegt, wurde nur nach explizitem Verlangen verstohlen auf einem abgelegenen Infostand verkauft. Der war nämlich so mickrig, dass darin nicht mal Abbildungen von Kunstwerken Platz gefunden haben. Das war auch ein Ergebnis des geschäftstüchtigen Managements.

2013 erklärte Vita Zaman (laut *Die Presse*): „Die letzte Messe (Viennafair) hat gezeigt, dass es in Österreich zwar einige etablierte Samm-

**Selbstbild I**  
„Die Viennafair wird sich als ‚Viennafair Masters‘ auch als Messe für Kunsthändler positionieren.“

ler gibt, sonst aber eher Zurückhaltung herrscht. Das unterscheidet die hiesige Situation von anderen Ländern. Kunst zu sammeln wird hier nicht als Selbstverständlichkeit gesehen. Die junge Generation setzt andere Prioritäten: Familie, Freizeit, Wohnen usw. Wir wollen zeigen, dass sich Dinge nicht ausschließen. Auch Kunstsammeln ist ein nettes Hobby, Teil der Kultur.“ Nettet Hobby! Das wars dann wohl mit dem Kunstmarkt in Wien, der sich seit 35 Jahren offenbar nicht vom Fleck bewegt.

Wien ist eben tatsächlich anders; insofern sind die 25.000 Kunstinteressierten, die die Viennafair im Vorjahr bündeln konnte, meiner Einschätzung nach das gesamte Marktvolumen der fast-zwei-Millionenstadt Wien.

**Hubert Thurnhofer** ist Autor von „*Die Kunstmarkt-Formel*“  
[www.thurnhofer.cc](http://www.thurnhofer.cc)

**BAUHERRENMODELLE****Steuerreform und Immobilien**

WIEN. Anlässlich der Steuerreform 2016 und ihrer einschneidenden Auswirkungen für die Weitergabe von Immobilien innerhalb der Familie sowie für Besitzer von Vorsorgewohnungen, Zinshäusern und Bauherrenmodellen ab 2016 organisiert die NWT Necas Wirtschaftsprüfung & Steuerberatung GmbH eine Fachveranstaltung.

Der Event ist kostenlos und findet am 6.10. ab 18 Uhr in den Sophiensälen statt. Begrenzte Teilnehmeranzahl, verbindliche Anmeldung bis 25.9. an sabine.muschik@nwt.at

**LIFE AWARD GALA****Barrierefreiheit und Begegnung**

INNSBRUCK. Der life award zeichnet am 4. Oktober europäische Organisationen und deren Repräsentanten aus, die sich durch innovative Ideen, kreative Lösungen und vorbildhafte Initiativen dem Thema der nachhaltigen Umsetzung von Barrierefreiheit verdient gemacht haben.

Der life award wurde 2001 von Ingrid und Rudolf Larese gegründet, die im eigenen Familienkreis erkennen mussten, vor welchen Problemen behinderte Menschen in der Gesellschaft nach wie vor stehen. Mit den Erlösen des life awards konnten seit 2005 mehr als 280.000 € (u.a. an „Licht ins Dunkel“) weitergeleitet und in konkrete Projekte im Sinne der Barrierefreiheit investiert werden. [www.lifeaward.at](http://www.lifeaward.at)

**12. UND 13. NOVEMBER****Kongress der Innovationen**

VILLACH. Noch mehr Praxisbeispiele und Erfolgsstories von Unternehmen unterschiedlichster Größe samt wertvollen Anregungen, Tipps und Handlungseitfäden für die Praxis bietet der 7. Innovationskongress in Villach.

Als Referenten bzw. Keynote-speaker agieren John und Doris Naisbitt, Ernst Ulrich von Weizsäcker, Hans Peter Haselsteiner, Stephan Rammel, Kurt Matzler, Harald Rätzsch, Paul Jeremaes, Soulaima Gourani, Jon Sass, Klaus Grewe u.a.

Darüber hinaus wird das im Vorjahr mit großem Erfolg eingeführte Format der „InnovationAcademies“ weiter ausgebaut: Hochkarätige Vortragende aus Wirtschaft und Forschung kreieren interaktive Workshops und begleiten die Teilnehmer themenspezifisch und hautnah auf dem Weg von Wissenschaft zur Wirtschaft.

Themenvertiefungen, Diskussionen, die Möglichkeit zu spezifischen Fragestellungen sowie die vor Ort lukrierten Ideen und Lösungsansätze bieten den Teilnehmern besondere Vorteile auf ihrem Weg zu Innovationen und Erfolg.

[www.innovationskongress.at](http://www.innovationskongress.at)



© Thomas Lerch, Astrid Bittl



Die Consulting-Anbieter: Roman F. Szeliga (l.) lockt ins Humorlabor, Alfred Harl lädt zum 13. Österreichischen IT- und Beratertag.

## Jede Menge neue Denkanstöße

Der IT- und Beratertag will „zurück an die Spitze führen“ und Ressourcen für Wettbewerbsfähigkeit und Wachstum mobilisieren – Roman Szeliga nimmt mit Humor.

**••• Von Paul Christian Jezek**

WIEN. Der Österreichische IT- und Beratertag gilt als *der Treffpunkt für Österreichs Entscheidungsträger und das „Who is Who“ der heimischen Wirtschaftsszene*.

Der ganztägige Branchenevent des Fachverbandes Unternehmensberatung, Buchhaltung und IT (UBIT) der Wirtschaftskammer Österreich „kommt“ als glanzvolle Abschlussveranstaltung der Austrian Consultants' Days, die mit mehr als 2.000 Teilnehmern europaweit die größte einschlägige Branchenveranstaltung darstellen.

In seiner 13. Auflage am 26.11. widmet sich der IT-Beratertag der Mobilisierung von Österreichs Ressourcen, um die Wirtschaft wieder zurück an die Spitze zu führen. Die mehr als 1.800 (!) erwarteten Teilnehmer werden Impulse zur „True Economy“ erfahren und die Diskussion zu „Old Economy“ und „New Economy“ vertiefen.

**Bestandteile der Denkfabrik**

„Wir laden unser Publikum ein, aktiver Bestandteil der Denkfabrik am Beratertag zu werden“, sagt Alfred Harl, Veranstalter und UBIT-Obmann. „Gibt es eine besse-

re Motivation als den Erfolg? Wir fördern unternehmerisches Denken und setzen uns dafür ein, die notwendigen Rahmenbedingungen für erfolgreiches Arbeiten bereitzustellen. Dem Spirit des Unternehmertums wollen wir Raum geben. Der diesjährige IT- und Beratertag soll Impuls- und Raumgeber zugleich sein.“

In hochkarätig besetzten Diskussionen und Vorträgen werden u.a. Staatssekretär Harald Mahrer, Finanzamt-Vorstand Werner Löffler, Alexander Petsche, Partner bei Baker & McKenzie, WKO-Vizepräsidentin Angelika Sery-Froschauer,

Burkhard Feurstein (Managing Partner GCP Gamma Capital Partner), Christian Keuschnigg (Uni St. Gallen) und Innenministerin Johanna Mikl-Leitner diverse Züge diskutieren.

Ein Vortrag über „Mentale Ressourcen/Hirnforschung“ im Rahmen der Abendgala gibt der Veranstaltung einen thematisch würdigen Abschlusspunkt.  
[www.beratertag.at](http://www.beratertag.at)

**Hinein ins Humorlabor**

Business braucht aber auch Humor – und wie man diesen charmant als Erfolgsfaktor im Geschäfts- und Privatleben einsetzt, weiß Roman F. Szeliga. Er ist Arzt, Kommunikationsfachmann und der österreichische Experte für „Humor im Business“. Als Top-Keynote-Speaker begeistert er mit seinen Vorträgen und Workshops jährlich mehr als 70.000 Menschen.

Nun wird der kreative Kopf dieses Wissen in einem interaktiven Erlebnisseminar am 2.10. von 8:30 bis 18:30 Uhr an der Wiener WU weitergeben: ein Feuerwerk an frischen Ideen und neuen Perspektiven für alle, die ihre persönlichen und beruflichen Ziele mit der Kraft des Humors effizienter und kreativer erreichen möchten.

Die Teilnehmer erwarten kurzweilige Fachvorträge von den Besten der Kommunikationsbranche sowie eine Auswahl an spannenden Workshops zu Themen wie „Powerfaktor Humor“, „Souveränes Aufreten“ und „Kreative Potenzialentwicklung“.

Motivieren und die Workshop-Teilnehmer mit positiven Impulsen in diesen 480 Minuten anstecken möchten Kabarettist und Medizin-journalist Ronny Tekal sowie der Charisma-Macher Georg Wawschinek. Weiters besteht die Speaker-Riege aus dem kreativen Business-Wortakrobaten Axel Ebert, seines Zeichens Initiator der wortwelt, Persönlichkeitstrainerin Sigrid Tschiedl und extra aus Deutschland der vielgebüchte Regisseur, TV- und Sprechcoach Michael Rossie. [www.roman-szeliga.com](http://www.roman-szeliga.com)

## Verantwortung am Tisch

Am 23. September können Sie bei einer respACT-Veranstaltung praxisnah das Neueste über nachhaltigen Büroeinkauf erfahren.

**••• Von Paul Christian Jezek**

WIEN. Jedes Büro bietet enormes Potenzial, um Nachhaltigkeit im Unternehmen lebendig werden zu lassen. Dies gilt für große Firmen ebenso wie für KMU. Dafür ist umweltfreundlicher Energie- und Papierverbrauch ebenso wichtig wie der verantwortungsvolle Einkauf von Büroartikeln, Green IT und Reinigungsmitteln. Eine ganzheitlich nachhaltige Atmosphäre macht für die Mitarbeiter das nachhaltige Engagement des Unternehmens direkt sicht- und damit greifbar.

Ein verändertes Bewusstsein der Mitarbeiter in Richtung nachhaltiger Büroalltag ist eine der wesentlichen Aufgaben, um als Unternehmen verantwortungsvoll zu wirtschaften. Ob Strom, Wär-



Schwerpunktthemen Büromaterialien, Reinigungsmittel und Merchandising.

me, Wasser, Tonerkästen, Papier oder Reisekilometer – mit den richtigen Strategien ist der erste Schritt ganz einfach.

Laut Österreichischem Aktionsplan definiert sich nachhaltige Beschaffung als sparsam, wirtschaftlich und zweckmäßig; sie berück-

sichtigt die Umweltfreundlichkeit der Produkte und Leistungen sowie die Sozialstandards während der Herstellung entlang der Lieferkette.

**Nachhaltige Beschaffung**

Verantwortungsbewusster Einkauf bedeutet auch, Umwelt-, Gesundheits- und Sicherheitsanforderungen der Mitarbeiter in den Fokus zu stellen. So sollten z.B. Kleber und Tinten für Marker und Korrektursysteme garantiert ohne Lösungsmittel sein, oder Bürogeräte wie Kopierer und Drucker nur bei garantierter geringer Innenraumluftbelastung und Geräuschemission direkt neben den Büroarbeitsplätzen zum Einsatz kommen. Darüber hinaus sollten Bürogeräte eine lange Lebensdauer versprechen.

Diese Themen werden bei der Veranstaltung von respACT und der OeKB zum Thema „Kleber, Block & Co – nachhaltiger Einkauf fürs Büro“ mit den Schwerpunkt-themen Büromaterialien, Reinigungsmittel und Merchandising am 23.9. von 9:30 bis 12:45 Uhr in der Strauchgasse 1–3, 1010 Wien, von Experten praxisnah bearbeitet. *Der Eintritt ist frei!*

# Was tun, damit die GPLA „passt“?

Die Gemeinsame Prüfung aller Lohnabhängigen Abgaben der Unternehmen wird durch die Gebietskrankenkassen und die Finanzämter durchgeführt. Worauf ist dabei zu achten?

••• Von Paul Christian Jezek

WIEN. Die aktuellen Vorschriften zum Lohn- und Sozialdumping sowie über die Arbeitszeitaufzeichnungen bereiten KMUs verschiedenster Branchen Probleme. (medianet wurde speziell von einigen Apotheken auf die Problematik aufmerksam gemacht.)

Laut unseren Recherchen ist es vielen Firmen noch nicht bewusst, was eine GPLA für sie bedeuten könnte – und nicht jede Software-Lösung entspricht den Anforderungen der Finanz. medianet hat dazu mit dem Experten Thomas Kallinger (Moore Stephens) ein Exklusiv-interview geführt.

**medianet:** Wie soll sich ein Unternehmen auf die GPLA vorbereiten?  
**Thomas Kallinger:** Die Vorbereitung auf die GPLA kann nicht erst vor Prüfungsbeginn stattfinden, nötig ist vielmehr ein laufender Entwicklungs- und Evaluierungsprozess zu Kollektivvertrag, Arbeitszeitgesetz, AVRAG, LSDB-G, Ausfalls- und Anspruchsprinzip, Lohnsteuerrichtlinien und Sozialversicherungsrecht.

**medianet:** Welche Bedeutung haben dabei Aufzeichnungen für das Unternehmen?

**Kallinger:** Vor allem sind genaue und lückenlose Arbeitszeitaufzeichnungen im Hinblick auf die ständig verschärfsten Gesetze und Strafen unabdingbar. Dienstverträge oder Dienstzettel, Reisekostenaufzeichnungen, Fahrtenbücher sind ebenfalls ein Must-have.

**medianet:** Wird dabei in vielen heimischen Firmen „geschlampt“?  
**Kallinger:** Die Umsetzung vor allem der Arbeitszeitaufzeichnungen ist teilweise noch nicht abgeschlossen. Man muss aber auch sagen, dass vor allem KMU mit dem Wust an Verpflichtungen schlachtweg überfordert sind und sich quasi im Würgegriff der Verwaltung winden. Über weite Strecken liegt auch schlachtweg Unwissenheit vor. Als Schlampe würde ich das generell nicht empfinden, die vielzitierten „schwarzen Schafe“ ausgenommen.

**medianet:** In welchen Branchen besteht Nachholbedarf?

**Kallinger:** Das lässt sich nicht an Branchen festmachen, am ehesten gibt es aber im Bau- und Baubewerbe sowie in der Gastronomie Probleme. Vor allem im Vorhinein nicht immer planbare Arbeitszeiten bereiten in der Dienstleistung Schwierigkeiten.

**medianet:** Sind z.B. Apotheken besonders „gefährdet“ und wenn ja, warum?

**Kallinger:** Aufgrund der fixen Öffnungszeiten nehme ich hier grundsätzlich keine größeren Probleme wahr. Schwieriger wird die Situation jedoch bei Teildiensten, Nachtdiensten und Dienstverschiebungen. Aufgrund der komplexen Bestimmungen im Kollektivvertrag

ist hier eine genaue Zeiterfassung von besonderer Bedeutung.

**medianet:** Wird aus Ihrer Sicht derzeit strenger bzw. mehr geprüft?

**Kallinger:** Die Einführung des Lohn- und Sozialdumping-Bekämpfungsgesetzes per 1.1.2015 mit

starken Ausweiterungen der Strafbestimmungen gibt schon bei laufenden Prüfungen einiges aufzulösen, die Gangart wurde noch verschärft. Der Erlass zum Gsetz umfasst ca. 100 Seiten und die Aktivitäten der FINPOL wurden ausgeweitet.

[www.skz-moorestephens.at](http://www.skz-moorestephens.at)



© Moore Stephens  
Th. Kallinger, Fachmann für die Gemeinsame Prüfung aller Lohnabhängigen Abgaben.

**HR  
INSIDE  
SUMMIT  
2015**

**23. - 24.  
SEPTEMBER 2015**

**HOFBURG WIEN**

[www.hrsummit.at ➤](http://www.hrsummit.at)



**SIEMER-SIEGL-FÜREDER & PARTNER RA***Helvetia neu am Markt*

Anton Fischer (li.) und Hannes Füreder.

WIEN. Per Ende August wurden zwei renommierter Versicherungsdienstleister im Rahmen eines Up-streams in die Helvetia Versicherungen AG als übernehmender Gesellschaft verschmolzen.

Rund ein Jahr nach deren Erwerb sämtlicher Anteile an der vormals unter dem Namen „Basler Versicherungen Aktiengesellschaft in Österreich“ firmierenden Helvetia Versicherungen Österreich AG mit Versicherungsnehmern großteils in Österreich, Deutschland und Slowenien konnte damit abgeschlossen werden.

Hannes Füreder und Anton Fischer von ssfp betreuten die Verschmelzung und berieten in sämtlichen sich im Umfeld des Neuordnungsvorgangs ergebenden rechtlichen Fragestellungen. Die Gesellschafts- und Transaktionsrechtsexperten konnten hierbei vor allem auf das eingespielte Inhouse-Team und die Zusammenarbeit mit den Entscheidungsträgern der Versicherungen in Österreich und die Kooperation mit den Führungspersonen der Helvetiagruppe in der Schweiz zählen. Das langjährige Vertrauen von Helvetia in die Erfahrung und Expertise der Kanzlei im gesellschafts- und transaktionsrechtlichen Bereich freut die mittelständische Sozietät besonders. Füreder: „Hervorzuheben ist, dass die Zusammenarbeit mit den Aufsichtsbehörden bzw. Regulatoren wie FMA, etc. sehr gut funktioniert hat – was nicht selbstverständlich ist ...“

**CMS BERÄT BEIM VENTREX-VERKAUF***Transaktion in Rekordzeit*

Johannes Trenkwalder, Partner von CMS Wien.

GRAZ. Der Kauf der Ventrex Automotive GmbH durch den holländischen Konzern Aalberts Industries konnte dank der umfassenden Beratung von CMS Reich-Rohrwig Hainz RA innerhalb von drei Monaten abgewickelt werden. Das vierköpfige CMS-Team übernahm die Transaktionsplanung und war für die gesamte Vertragsdokumentation verantwortlich. Der steirische Ventilhersteller ist in allen Geschäftsbereichen Welt- oder Europa-marktführer und wird von Aalberts zu 100% übernommen.

Mit dem Abschluss der Ventrex-Übernahme wurde bewiesen, dass Transaktionen dieser Dimension innerhalb eines kurzen Zeitrahmens erfolgreich über die Bühne gebracht werden können. Die AMCS Industriebeteiligungs GmbH, Muttergesellschaft der Ventrex, wurde vom CMS-Team mit Johannes Trenkwalder (Lead-Partner), Rainer Wachter (Partner), Lisa Oberlechner (Rechtsanwältin) und Ulrich Weinstich (Associate) beraten.

„Dass ein Deal dieser Größenordnung – Ventrex beschäftigt 145 Mitarbeiter, hat 2014 einen Umsatz von knapp 55 Millionen € sowie ein steiles organisches Wachstum vorzuweisen – derart schnell und den Bedürfnissen beider Parteien entsprechend abgeschlossen werden kann, ist bemerkenswert“, kommentiert Johannes Trenkwalder.



Offene Verwaltungsdaten bilden die Basis für nachvollziehbare Entscheidungen und ermöglichen es der Öffentlichkeit, ihre Kontrollfunktion wahrzunehmen.

# Eindeutige Kennung

Die GLN der öffentlichen Verwaltung dient als eindeutiges Merkmal für sämtliche juristische Personen.

••• Von Johann Höchtl

WIEN. Neben gesteigerter Transparenz erfüllen offene Verwaltungsdaten noch eine weitere, zunehmend wichtige Funktion als Ausgangsbasis einer datengetriebenen Ökonomie: Daten und darin schlummernde Erkenntnisse bergen das Potenzial für 415 Mrd. (!) € jährliche, zusätzliche Wirtschaftsleistung und Hunderttausende neue Arbeitsplätze in der EU.

**Ein kurzer Blick zurück**

Die ersten Datenportale waren gekennzeichnet von einer Goldgräbermentalität: Erfahrungswerte gab es wenige, dabei sein war vieles. Die sprichwörtlichen „niedrig hängenden Früchte“ wurden ohne wesentliche Nachhaltigkeits- oder Governancestrategie gerntet.

Diese Zeiten sind vorbei. Mit den ersten Start-ups, die ihr Geschäft auf frei verfügbare Daten ausrichten, wurden Fragen nach der Datenqualität laut. Die auftretenden Probleme sind dabei keineswegs neu, und Datenintegratoren bestens bekannt: veraltete Datensätze, unzureichende Beschreibungen oder Probleme beim Abgleich von Datensätzen. International gibt es bereits eine Reihe von Initiativen, die Erfahrungswissen sammeln und auf den Anwendungsfall offener Daten umlegen, um der öffentlichen Verwaltung Leitfäden zur qualitätsvollen Veröffentlichung von Daten in die Hand zu geben.

2014 wurde die Sub-Arbeitsgruppe Qualitätssicherung auf Open Data-Portalen der Cooperation OGD Österreich gegründet. Sie will die Arbeit der Datenbereitsteller vereinfachen, eine messbar höhere Datenqualität erzielen und international als Vorbild agieren. Ein häufig auftretendes Problem betrifft die Verwendung eindeutiger Kennzei-



**Johann Höchtl**  
ist wissenschaftlicher Mitarbeiter im Zentrum für E-Governance an der Donau-Universität Krems.

“

*Verwaltungsdaten müssen mit eindeutigen Kennungen versehen werden.*

“

chen: Die ersten auf Datenportalen veröffentlichten Datensätze waren häufig Daten, die bereits auf Verwaltungswebseiten veröffentlicht wurden. Daten auf Webseiten sind für die „Verarbeitung“ durch den Menschen gedacht: Er liest die Informationen und interpretiert diese. Für die maschinelle Verarbeitung sind solche Informationen nur bedingt geeignet. Werden solche Daten gemäß eines vordefinierten Zyklus (wöchentlich, monatlich) geändert, ist es für einen Datenverarbeiter sehr aufwendig, geänderte Datensätze von neuen oder geänderten zu unterscheiden. Wesentlich einfacher wäre es dabei, jeden Datensatz mit einer eindeutigen Kennung (ID) zu versehen, die Teil des Datensatzes ist. Derart ausgezeichnete Daten können wesentlich einfacher mit bestehenden Datensätzen von Dienstleistungsanbietern abgeglichen werden und erhöhen die Treffsicherheit bei Datenabgleich und damit die Verwendbarkeit und Datenqualität entscheidend.

**Hoffnungsvoller Blick nach vorn**  
Es ist eine ausgesprochene Forderung von Verwendern offener Verwaltungsdaten, dass Datenbereitsteller ihre Daten mit eindeutigen Kennungen versehen, um Dateninkonsistenzen zu vermeiden und den Abgleichsaufwand zu vermindern. Für Daten einer nicht natürlichen Person ist mit der GLN (Global Location Number) der öffentlichen Verwaltung eine Kennung vorhanden, die von den Behörden untereinander verwendet wird (z.B. Ergänzungsregister sonstiger Betroffener, Abfallwirtschaft) und andererseits in Wirtschaft und Öffentlichkeit seit 40 Jahren etabliert ist und verwendet wird.

Die durchgängige Ausstattung von eindeutigen Verwaltungsdaten mit der GLN, durchgeführt von der Statistik Austria, möglich durch eine Lizenzvereinbarung der Republik Österreich mit GS1 Austria, würde eine wesentliche Wertsteigerung der veröffentlichten Daten bedeuten: Fehleranfällige Datenabgleiche entfallen, und Services können schneller und interoperabler angeboten werden. Je einfacher und sicherer die Verwendung von offenen Verwaltungsdaten erfolgt, umso schneller wird Österreich ein florierendes Datenökosystem aufbauen und die Vorteile von Daten als weiteren Produktionsfaktor für zusätzliche Wertschöpfung nutzen können; die GLN hilft dabei.



# alkoholfreie getränke & bier



## Bilanz nach heißem Sommer

Während der Fruchtsaft-, Limonade- und Mineralwasser-Absatz in Österreich weiter zurückgeht, freuen sich fast alle heimischen Brauereien über ein Umsatzplus.

Coca-Cola und die Dynamische Welle sind eingetragene Schutzmarken der The Coca-Cola Company.



## Unsere geheime Formel für mehr Lebensfreude: Mehr Bewegung.

Seit Jahrzehnten unterstützt Coca-Cola nicht nur sportliche Großereignisse wie die Olympischen Spiele und Fußballmeisterschaften, sondern setzt sich auch mit aller Kraft und starken Partnern für den Breitensport ein. Denn Bewegung macht einfach Freude.

Deshalb engagiert sich Coca-Cola umso mehr, Menschen dazu zu inspirieren, glücklicher zu leben, indem sie sich öfter und mehr bewegen. Unter dem Motto „Get active. Movement is Happiness“ fördern wir weiterhin viele Sportveranstaltungen wie den Vienna City Marathon, den Salzburg Marathon und andere Laufevents, veranstalten heuer bereits zum 11. Mal den Coca-Cola CUP und motivieren Groß und Klein zu mehr Freude an der Bewegung im Alltag.

Weitere Infos: [www.get-active.at](http://www.get-active.at)



**Leitender Redakteur**  
Paul Christian Jezek  
[\[p.jezek@medianet.at\]](mailto:[p.jezek@medianet.at])

# Editorial

## Innovationen gefragt

### Liebe Leserinnen und Leser!

Die Absatzzahlen für alkoholfreie Getränke gehen in Österreich generell zurück: Der Mineralwassermarkt hat „nur“ -2,0% zu beklagen, bei Limonaden sind es -5,7%, und im Fruchtsaftmarkt gar -6,0% im Vergleich zum Vorjahr.

Natürlich betrifft dieser Umstand nicht alle Produktgruppen – so sind Energy Drinks nach wie vor im Aufwind – und schon gar nicht alle Hersteller bzw. Abfüller.

Ein weiteres „g'schmackiges“ Erfolgsrezept für die nahe Zukunft dürfte jedenfalls in umfassender Innovations-Power bestehen. Selten zuvor wurden derartig viele neue Getränke-Ideen marktauglich gemacht wie in diesen Monaten – von Kaahée über Omi's Apfelstrudel bis

hin zu nahezu unzähligen weiteren Geschmacksideen renommierter Produzenten.

Und dass es sogar „Hightech“ sein darf, beweist Benjamin Greimel: Der Student der Linzer Kunstuhr lässt Industrieroboter faszinierende und neuartige Cocktail-Kreationen mixen und nutzt dafür das eigens entwickelte 3D-Druckverfahren „Print a Drink“. Dabei werden einzelne Öltropfen in eine verdickte Flüssigkeit injiziert; das Ergebnis sind faszinierende trinkbare Cocktails, also „personalisierte Drinks“.

Für den Biermarkt gibt es das (noch) nicht – aber dem geht's sowieso besser, wie Kollegin Nataša Nikolic recherchiert hat ...

Paul Christian Jezek

### 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

**Chefredakteur/Redaktionsleitung:**  
Mag. Sabine Bretschneider, Stv.: Dinko Fejzuli

#### Kontakt:

Tel.: +43-1/919 20-0  
[office@medianet.at](mailto:office@medianet.at) | Fax: +43-1/298 20 2231  
**Fotoredaktion:** [fotored@medianet.at](mailto:fotored@medianet.at)

**medianet specials/alkoholfreie getränke/bier**  
**Chefredakteur:** Christian Novacek (nov)

**Leitende Redakteure dieser Ausgabe:**  
Nataša Nikolic (nn), Paul Christian Jezek (pj),  
Judith Prugger (jp)

**Lektorat:** Mag. Christoph Strolz **Grafisches Konzept:** Verena Govoni

**Grafik/Produktion:** Raimund Appl, Peter Farkas **Lithografie:** Beate Schmid, Berat Qelaj **Anzeigenproduktion:**

Aleksandar Milenkovic **Druck:** Herold Druck und Verlag AG, 1030 Wien **Vertrieb:** Post.at & >redmail Logistik & Zustellservice GMBH, Service-Hotline: 795 00-60, servicecenter-wien@redmail.at

**Erscheinungsweise:** wöchentlich (Fr)  
**Erscheinungsort:** Wien. 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/>



**Abo, Zustellungs- und Adressänderungswünsche:**

[abo@medianet.at](mailto:abo@medianet.at)  
oder Tel. 01/919 20-2100

# Inhalt



Alkoholfreie  
Getränke und Bier  
18. September 2015

- 4 Weiter gut trinkbar  
*Rauch hat mehr als 800 Mio. € umgesetzt, Pfanner investiert*
- 14 Rekordsommer 2015  
*Österreichs Brauereien rechnen mit einem Umsatzplus*
- 18 Egger reüssiert  
*Bernhard Prosser zieht Bilanz im medianet-Gespräch*
- 20 Mittagsbier pausentauglich?  
*Gösser erschafft eine kleine Mittagsoase in der Donaupol*
- 21 Kärntens kleinste Brauerei  
*Rudolf Malle braut auf 8,3 m<sup>2</sup> 10 Biersorten im Jahr*
- 6 Mehr Cola-Getränke  
*Auch im Limonadenmarkt gibt es „boomende“ Segmente*
- 8 Die Limos von morgen  
*Frische Getränkeideen braucht das Land*
- 10 Prickeln oder lieber still?  
*Der österreichische Mineralwassermarkt im Überblick*



© Rauch



© www.fotodus.at

# Nicht sehr fruchtig

Der heimische Fruchtsaftmarkt muss wieder einen Absatzrückgang (von 6,0% gegenüber dem Vorjahr) „schlucken“.

••• Von Paul Christian Jezek

RANKWEIL. Den Marktführer gibt es seit 1919. Unmittelbar nach dem Ende des Ersten Weltkriegs gründete Franz Joseph Rauch 1919 in Vorarlberg eine kleine Lohnmosterei für die Bauern der Umgebung.

1960 schrieb das Familienunternehmen Jahresumsätze von etwa zwölf Millionen – natürlich Schilling. Damals begannen die Rauchs mit der industriellen Produktion von Fruchtsäften – und mit dem Export. In den 70er-Jahren folgte ein weiterer Meilenstein mit der erstmaligen Abfüllung von Fruchtsäften in Tetra-Pak in Österreich. Vorher gab es Fruchtsäfte nur in Glasflaschen – heute ist die Kartonverpackung nicht mehr aus den Regalen der Supermärkte wegzudenken.

## 60% Exportanteil

Heute ist die Rauch Gruppe mit einem Umsatz von zuletzt 809 Mio. € mit Abstand größter Fruchtsaft- (und Teegetränke-) Produzent in Österreich und nimmt auch international eine beachtliche Rolle ein.

Insgesamt beschäftigt Rauch gemeinsam mit der 1998 übernommenen Brauerei Fohrenburg mehr als 1.600 Mitarbeiter und exportiert weltweit in über 90 Länder. Der Exportanteil von über 59,8% (exklusive Brauerei Fohrenburg) unterstreicht die Positionierung als internationales Markenartikelunternehmen.

## Es wird weiter investiert

Vorarlberg ist ein guter Boden für die Fruchtsaftproduzenten, denn auch die Pfanner Austria Hermann Pfanner Getränke GmbH residiert hier (genau: in Lauterach). Pfanner kommt auf ein knappes Drittel des Rauch-Umsatzes und damit immerhin auf zuletzt 246 Mio. €, was einem Rückgang von ca. 3,5% gegenüber 2013 (255



© Pfanner (2)

Mio. €) entspricht. „Es herrscht weiterhin starker Gegenwind am Getränkemarkt“, bilanziert Peter Pfanner, geschäftsführender Gesellschafter, das vergangene Geschäftsjahr, in dem erstmals seit 2009 der Umsatz nicht gesteigert werden konnte; eine allgemein rückläufige Marktentwicklung habe in Kombination mit ungünstigen Witterungsverhältnissen zum Umsatzminus geführt.

„Zwar konnten bei Pfanner-Markenprodukten sowohl Umsatz als auch Volumen gesteigert werden, den deutlichen Einbruch im Handelsmarkengeschäft konnte dies jedoch nicht kompensieren“, berichtet Pfanner.

In den Kernmärkten Deutschland, Österreich, Italien und Tschechien gab es 2014 eine positive Entwicklung, nach wie vor leicht negativ ist jedoch die Absatzsituation in Süd- und Osteuropa. Die Exportquote liegt kontinuierlich bei rund 80%. Dennoch investiert die Firma – auch bei Pfanner hat die Familie das Sagen – auch 2015 kräftig: Für den Bau eines

**Fruchtsäfte**  
bestehen zu 100% aus Fruchtfleisch oder -saft, im Nektar sind zwischen 25 und 50% Früchte, bei Fruchtsaftgetränken ist der Fruchteinhalt am niedrigsten.

vollautomatischen Palettenlagers in Lauterach wurde ein Investitionspaket von zehn Mio. € budgetiert. Darüber hinaus wird für heuer auch wieder eine Umsatzsteigerung erwartet – besonders aufgrund von innovativen Neuprodukten.

**Pago wurde integriert**  
Auf starke Marken wie hohes C, FruchtTiger oder obi setzt Eckes-Granini Austria mit Standort St. Florian als 100%-ige Tochter der Eckes-Granini



© Spitz  
Auch Spitz kann große Erfolge im Export verzeichnen.



**Peter Pfanner**  
„Mit dem Ausbau unserer Lagerkapazitäten bekennen wir uns zum Standort Lauterach und stellen entscheidende Weichen für die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens.“

„

*Fruchtsäfte wiesen 2014 ein Minus von 6,8% aus, Nektare von 6,1%, Fruchtsaftgetränke von 0,4% und gespritzte Säfte gar von 9%.*

**Alfred Hudler**  
Obmann  
Getränkeverband

“



© Eckes-Granini

Gruppe und sieht sich damit auf Platz 2 im heimischen Markt. Außerdem war 2014 das erste operative Jahr von Pago innerhalb der Gruppe; Synergien konnte man insbesondere durch die Verlagerung der Produktion für sämtliche Märkte außerhalb Österreichs ins französische Werk in Mâcon sowie durch die Zusammenführung und Verschmelzung der operativen Gesellschaften in Österreich, Frankreich und Spanien erzielen. „Darüber hinaus haben wir in allen Bereichen Kostensenkungsprogramme durchgeführt“, konstatiert der Vorsitzende der Geschäftsführungen, Thomas Hinderer.

Erwähnenswert sind die Aktivitäten im sozialen Bereich wie die Unterstützung bedürftiger Familien oder die Kooperation mit dem internationalen Hilfswerk World Vision, die im Mai 2015 gestartet wurde.

#### Sehr vielseitig

Wie Eckes-Granini Austria hat auch Spitz die Zentrale in Oberösterreich, und zwar in Attnang-Puchheim. Mittlerweile

**Markt-Player**  
Mitglieder beim Verband der Fruchtsaft- und Fruchtsirup-industrie sind Darbo, Austria Juice, Brau Union, Coca-Cola, Drapal, Eckes-Granini, Gerald Fischer, Grünewald Fruchtsaft, Hermann Pfanner, Hipp, Kärntnerfrucht, Mautner Markthof Feinkost, Meinl, Rauch, Spitz, Starzinger und Unterweger Früchteküche.

haben Fruchtsäfte wie Goal als Exportschlager die halbe Welt erobert und sind vor allem im Mittleren Osten heiß begehrt.

Für die Fruchtsaftherstellung hat Spitz im Sommer 2013 in eine Ultrafiltrationsanlage investiert. Die Membrantechnik dieser hochmodernen Anlage ermöglicht die natürliche Klärung von diversen Säften wie z.B. Apfelsaft und es kann damit auf den Einsatz von Hilfsstoffen verzichtet werden.

Wie bei zahlreichen anderen Anbietern – wie etwa Coca-Cola oder Starzinger – agiert auch dieses 1857 (von Salomon Spitz) gegründete Unternehmen genreübergreifend und ohne Scheuklappen.

Mit Gasteiner zählt eine der bekanntesten heimischen Mineralwassermarken zur Gruppe, darüber hinaus erzeugt man aber auch z.B. Frizzante, Senf oder Spirituosen und ist auch (seit der Übernahme der Auer-Blaschke GmbH & Co KG) in Sachen Kokoskuppeln und mit der BioWärme Attnang-Puchheim GmbH sogar mit einem Biomasse-Kraftwerk aktiv.

## Der Fruchtsaftmarkt in Österreich

Fruchtarzt	2014 in hl	Veränd.	2013 in hl
Ananas	28.337	+49,1%	19.000
Apfel	330.295	-10,4%	368.837
Birne	14.659	-5,5%	15.513
Sonstige Zitrusfrüchte	12.532	+1,9%	12.302
Grapefruit	11.953	-5,8%	12.692
Mischprodukte *	96.605	-11,0%	108.516
Multivitamin	141.356	-10,4%	157.837
Orange	477.362	-4,4%	499.199
Fruchtsaftmarkt ges.	1.113.202	-6,8%	1.193.896

\* inklusive Marille, sonstige Beeren, sonstiges Steinobst und Trauben rot und weiß; Pfirsich und Sauerkirsche (Weichsel) sind mengenmäßig zu vernachlässigen

## Der Nektarmarkt in Österreich

Fruchtarzt	2014 in hl	Veränd.	2013 in hl
Apfel	70.004	+8,3%	76.354
Johannisbeere (schwarz)	68.611	-5,7%	72.758
Marille	37.009	+1,2%	36.579
Mischprodukte *	68.544	+12,2%	61.108
Multivitamin	31.899	-14,9%	37.482
Orange	202.865	-10,4%	226.324
Pfirsich	16.738	+1,3%	16.524
Sauerkirsche (Weichsel)	7.658	-4,4%	8.331
Sonstige Beeren	44.087	-2,5%	45.220
Nektarmarkt ges.	558.537	-6,1%	594.689

\* inklusive Banane, Heidelbeere, Mango, sonstiges Steinobst und Trauben weiß; Ananas, Birne, Grapefruit, Zitrusfrüchte und Trauben (rot) sind mengenmäßig zu vernachlässigen

## Fruchtsaftgetränke in Österreich

Fruchtarzt	2014 in hl	Veränd.	2013 in hl
Apfel	11.741	-1,6%	11.931
Sonstige Beeren	9.930	+0,7%	9.859
Mischprodukte *	141.737	-10,9%	159.033
Multivitamin	166.820	+6,4%	156.821
Orange	7.456	+41,6%	5.266
Pfirsich	2.263	+9,8%	2.061
Sauerkirsche (Weichsel)	23.368	+15,1%	20.309
Sonstiges Steinobst	1.408	+0,06%	889
„Getränke“ ges.	365.342	-0,4%	366.902

\* inklusive Erdbeere, Heidelbeere, Mango, Marille, sonstige Zitrusfrüchte und Trauben rot; Ananas und Birne sind mengenmäßig zu vernachlässigen

## „Fruchtsäfte gespritzt“ in Österreich

Getränk	2014 in hl	Veränd.	2013 in hl
Apfel	202.490	-8,5%	221.204
Sonstige *	92.758	-10,3%	103.357
„Fruchts. gespritzt“ ges.	295.248	-6,0%	324.560

\* inklusive Birne, Johannisbeere schwarz, sonstige Beeren, sonstiges Steinobst, Orange, Mango, Marille, Multivitamin und Mischprodukte

Gesamtmarkt	2.332.329	-6,0%	2.840.046
-------------	-----------	-------	-----------

Quelle: Verband der Getränkehersteller Österreichs

# Die Limo stagniert

Auch der österreichische Limonadenmarkt (bei CO<sub>2</sub>-hältigen und „Stillen“) ging zuletzt um fast 6% zurück.

••• Von Paul Christian Jezek

WIEN. Wenigstens Cola-Getränke werden hierzulande immer mehr getrunken. Und weil Sieger gern zusammen feiern, gratulierte Coca-Cola dem ÖFB-Team nach dem fulminanten 4:1-Erfolg in Schweden auf besonderem Wege.

„Wir wollten die ersten sein, die dem heimkehrenden Team gratulieren“, erklärt Unternehmenssprecher Philipp Bodzenta. Deshalb ließ Coca-Cola gleich nach dem Schlusspfiff den Tower am Wiener Flughafen mit einer Gratulation erstrahlen und bescherte Alaba, Harnik & Co. damit einen gebührenden Empfang. Bodzenta: „Das war sogar vom Flugzeug aus zu sehen!“

## Volkswirtschaftlich relevant

Mit geschätzten 55% Marktanteil liegt Coca-Cola klar vor Pepsi und anderen kleineren Anbietern. Mehr als 40 Liter Cola trinkt eine österreichische Familie durchschnittlich im Jahr, 556 Mio. € Steueraufkommen sind jährlich entlang der Wertschöpfungskette mit Coca-Cola verbunden, rund 13.700 Jobs werden von der Produktion über die Zulieferung bis zur persönlichen Erfrischung von Coca-Cola Österreich in Gang gesetzt. Zur „Familie“ gehören

### Imma wieda

Für eine Woche gratulierte Coca-Cola als Partner des ÖFB dem Team zum Sieg in Schweden und zur Qualifikation für die Euro 2016.



© Coca-Cola/GEPA

neben „light“ und „zero“ u.a. auch noch Sprite, Fanta und Cappy.

### Red Bull verleiht Flügel

Neben den Cola-Getränken haben auch die Energy Drinks hierzulande zugelegt.

Hier sticht natürlich eine österreichische Weltmarke hervor: Red Bull ist bereits

in mehr als 167 Ländern verfügbar, und es wurden global schon mehr als 50 Milliarden Dosen konsumiert. Allein im Jahr 2014 hat das Unternehmen weltweit 5,612 Milliarden Dosen verkauft, das bedeutet ein Plus von 4,2% gegenüber 2013.

Der Unternehmensumsatz stieg währungsbedingt um 1,4% von 5,04 auf 5,11 Mrd. €. Hauptgründe für diese Zahlen sind die Absatzentwicklung in den Red Bull-Märkten Türkei (+33%), Indien (+32%), Südafrika (+31%), Russland (+18%) sowie Japan (+11%), konsequentes Kostenmanagement und die Fortführung entsprechender Markeninvestitionen.

### Grenzenlos trinkbar

Als österreichischer Export-schlager hat sich auch Almdudler erwiesen.

Wurde früher eine Mischung aus Wein und „Kracherl“ (Limo-

nade) als „Almdudler“ bezeichnet, begann 1957 der Wiener Sodawasser- und Limonadenhersteller Erwin Klein mit der Herstellung einer Kräuterlimonade, an deren Rezept er drei Jahre lang gearbeitet hatte. In weiterer Folge erteilte Klein Hunderten anderen Abfüllern gegen Zahlung von Lizenzgebühren das Recht, Almdudler zu produzieren.

Die „Almdudler Limonade“ A. & S. Klein GmbH & Co KG ist Franchisegeber der Limonade – bis 1973 wurde die eigene Produktion von Sodawasser und Limonaden durchgeführt, seitdem agiert das Unternehmen „nur“ noch als Lizenzgeber. Pro Jahr werden über 80 Millionen Liter Almdudler produziert; beachtliche 20% (Stand 2014) des Gesamtumsatzes werden in Auslandsmärkten abgefüllt und vertrieben.

### Inlandsmarkt schrumpft

Dem heimischen Limonadenmarkt fehlt allgemein hingegen derzeit eindeutig die Frische: 2014 musste für Österreich bei CO<sub>2</sub>-hältigen und stillen Limonaden ein Absatzverlust von 371.300 hl oder -5,7 % registriert werden. Zu den Verlierern gehörten insbesondere Wellnessgetränke, Zitrus, Kräuter und Bitter.

## Mehr Cola-Getränke

Kategorie	2014	2013	+/- in hl	+/- in %
<b>CO<sub>2</sub> und Stille</b>	<b>7.201,6</b>	<b>7.567,9</b>	<b>-366,3</b>	<b>-4,8%</b>
Export	1.044,0	1.039,0	+5	+0,5%
Inland	6.157,5	6.528,8	-371,3	-5,7%
<b>CO<sub>2</sub></b>	<b>7.061,1</b>	<b>7.413,6</b>	<b>-352,6</b>	<b>-4,8%</b>
Export	962,7	963,9	-1,2	-0,1%
Inland	6.098,3	6.449,7	-351,4	-5,4%
<b>Stille</b>	<b>140,5</b>	<b>154,3</b>	<b>-13,8</b>	<b>-8,9%</b>
Export	81,3	75,1	+6,2%	+8,2%
Inland	59,2	79,2	-19,9	-25,2%

Anteile nach Sorten (Inland) bei CO<sub>2</sub>-Getränken in %  
Quelle: Getränkeverband

Quelle: Getränkeverband

~~Fantastisch~~  
~~Bombe~~



Österreichs Bombenerfrischung.  
[schartnerbombe.at](http://schartnerbombe.at)



# Limos von morgen

Neue Getränkeideen braucht das Land – vom City Jodler über den Algendrink bis hin zum ewig jungen Traubisoda.

## TRAUBISODA

### Ewig junge Kult-Limo

*Die prickelnde Idee hatte im Jahre 1930 Lenz Moser, einer der innovativsten Winzer Österreichs: nicht alle Trauben für Wein zu verwenden, sondern eine gesunde Alternative zu kreieren. Sein Rezept: Trauben + Soda. Traubisoda war geboren.*

*Ab den sechziger Jahren eroberte Traubisoda auch die arabischen Länder und brachte den Geschmack der Trauben in die traditionell alkoholfreie Kultur.*

*Nach einer – wörtlichen – „Durststrecke“ kaufte 1998 der Handelsmanager Herbert Kasper die Markenrechte und ließ Traubisoda in der Piestinger Brauerei abfüllen.*

*2004 sicherte sich die Kobsdorfer Waldquelle die Markenrechte und leitete das erfolgreiche österreichweite Traubisoda-Comeback ein. Vor Kurzem kam die Geschmacksvariante „Traubisoda Rosé“ in den heimischen Handel.*



Original Kellerkalt seit 1930

1957 wurde die Marke auch international eingetragen.

© Traubisoda

© Höflinger & Maller evasis edibles



#### ••• Von Paul Christian Jezek

YBBS/BERNDORF. Dass man aus der Not auch eine Tugend machen kann, beweist die Höflinger & Maller Ges.m.b.H aus Ybbs. Mit der Lizenzabfüllung der Almdudler Limonade seit 1964 betraut, wurde ihr Lizenzvertrag gekündigt – die Reaktion von Wolfgang Höflinger und Gerhard Maller war die Erweiterung ihres Eigenlimonaden-Sortiments um die Kräuterlimonade City Jodler.

Das Rezept dafür verrät der Firmenchef freilich nicht. Jedenfalls enthält der City Jodler u.a. Holunderblüte, Koriander, Arnikawurzel und Rathaniawurzel und wird der Umwelt zuliebe in Literflaschen und in 0,33 Liter-Portionsglasflaschen abgefüllt.

Mit 30 Mitarbeitern erwirtschaftet Höflinger & Maller an den Standorten Ybbs und Amstetten einen Jahresumsatz von rund 5 Mio. €. An die 40.000 Hektoliter Getränke verlassen

pro Jahr den Betrieb. Das Sortiment umfasst 500 Sorten und reicht vom Mineralwasser, Bier und Wein bis zu weiteren alkoholfreien Getränken. Abnehmer sind überwiegend die regionale Gastronomie sowie Privathaushalte.

„Wir wissen, dass die Umsätze in unserer Branche eher stagnieren“, meint Höflinger. „Wir sind aber bemüht und zuversichtlich, dass wir unsere Umsatzzahlen halten können.“

#### Süßige Algen

2014 wurde die Idee zum erfrischenden und gesunden Getränk mit dem Riz Genius Ideenpreis ausgezeichnet, nun startete das in Berndorf neu gegründete Unternehmen evasis edibles GmbH mit der Abfüllung und Verteilung der ersten Flaschen.

„‘Helga’ ist ein auf dem österreichischen Markt vollkommen neues, gesundes Erfrischungsgetränk mit Algen“, erklärt evasis-Co-Gründerin Ute Petzelt.

**Höflinger & Maller** haben die Kräuterlimonade City Jodler entwickelt, evasis edibles setzt auf die „Algen-Limo“ Helga.



ritsch das Konzept. Der Name leitet sich von „healthy algae“ – gesunde Alge – ab. Petritsch: „Wir arbeiten gerade an Kooperationen mit Gastronomie-Betrieben, Wellnesshotels, Reformhäusern und Bioläden.“

Algen sind weltweit am Vormarsch, nicht nur im Hinblick auf alternative Energie, sondern auch in ihrer Bedeutung für die Ernährung der Menschheit. Sie sind proteinreich, besitzen essenzielle Omega-3-Fettsäuren, Vitamine und Mineralstoffe und wirken im menschlichen Körper als Radikalfänger.

Bereits seit 2014 arbeitete Petritsch gemeinsam mit Algenexpertin Anneliese Niederl-Schmidinger und Projektmanagerin Renate Steger an der Umsetzung ihrer Idee. „Helga ist eine gesunde und eiweißbasierte Alternative zu zuckerlastigen Limonaden und schmeckt auch ausgezeichnet“, lobt Riz-Geschäftsführerin Petra Patzelt.

*Neue  
Sorte!*

*Ein Sommer wie  
damals.*



[www.radlberger.at](http://www.radlberger.at)



# Weniger Wasser

Der österreichische Mineralwassermarkt ging im Jahr 2014 um 2,0 % gegenüber dem Vorjahr zurück.

••• Von Paul Christian Jezek

WIEN. Das Lieblingsmineralwasser der Österreicher ist Vöslauer mit einem Umsatz von 96,5 Mio. € (2014).

„Natürlich sind wir stolz darauf, dass wir an Spitzentagen bis zu zwei Millionen Liter Vöslauer Mineralwasser ausliefern und mit einem Anteil von über 40 Prozent (bei Mineralwasser) klar Marktführer in Österreich sind“, sagt Vöslauer-Chef Alfred Hudler. „Viel wichtiger ist uns aber, uns nicht auf diesem Erfolg auszuruhen, sondern jeden Tag darüber nachzudenken, wie wir in Zukunft unsere Produkte innovativer, unsere Produktion umweltschonender und unseren Service kundenfreundlicher machen können.“

## Die Verfolger

Römerquelle konnte zuletzt den Marktanteil ausbauen und ist in der Gastronomie die am weitesten verbreitete Mineralwassermarke. Mit der auffallenden Römerquelle Designflasche und dem Römerquelle Designglas wird für die Gäste ein stimmiges Trinkerlebnis geschaffen; zusätzlich kurbeln Programme wie Römerquelle und Kaffee sowie Römerquelle und Wein die Umsätze der Gastronomie treibenden an.

„Der Römerquelle Relaunch ist der Start für die erfolgreiche Umsetzung unserer Ziele, die wir uns für die kommenden Jahre gesteckt haben“, erklärt Barbara Tönz, Commercial Director Coca-Cola Hellenic. „Wir wollen weiterhin ein beliebtestes Mineralwasser in der Gastronomie bleiben, als Premium-Produkt wahrgenommen werden und langfristig unsere Marktanteile weiter ausbauen.“

Neben der verstärkten Positionierung der Römerquelle als Premium-Marke werden mit Römerquelle Blutorange und Zitrone auch Marktlücken



© Vöslauer/www.petengau.com

**Gasteiner**  
kommt aus der  
hochalpinen  
Bergwelt der  
Hohen Tauern.



© Gasteiner

geschlossen. Die kalorienfreien Mineralwässer mit einem Hauch Geschmack richten sich vor allem an gesundheitsbewusste Konsumenten, die nicht auf den Fruchtgeschmack verzichten wollen.

## Der Zitrus-Trend

Auch Waldquelle hat vor Kurzem das Angebot mit den neuen Sorten „Zitrone naturtrüb“ und „Grapefruit naturtrüb“ in grünen 1-Liter-PET-Flaschen erweitert.

„Waldquelle Frucht setzt bewusst auf vertraute und zugleich trendige Obstsorten, die ein breites Publikum ansprechen“, erläutert Verkaufs- und Marketingleiter Thomas Schmidt die Sortenstrategie. „Der Geschmack von Zitronen- und Grapefruitsaft zählt ja wirklich zu den ewig jungen Klassikern bei den alkoholfreien Getränken.“ Die neue Limited Edition ergänzt somit die bisherigen acht Waldquelle Frucht-Geschmacksrichtungen

**Im Detail**  
Wässer mit  
CO<sub>2</sub> verloren im  
Vorjahr 3,4%,  
und Wässer  
mit wenig CO<sub>2</sub>  
verzeichneten  
ein Minus von  
3,0% gegenüber  
dem Vorjahr.



© Römerquelle

Apfel-Melisse, Birne-Holunder, Waldbeere, Heidelbeer & Veilchen, Ribisel, Pfirsich & Malve, Weiße Traube und Himbeere.

Wenig Kalorien und der Verzicht auf künstliche Süßstoffe sind bei figurbewussten Verbrauchern stark gefragt, und (auch) in dieser Hinsicht machen die beiden Neuen aus Kobersdorf eine blendende Figur: Mit nur 15 Kalorien schlägt sich ein Liter Waldquelle Frucht Zitrone naturtrüb zu Buche, bei der Grapefruit-Variante sind es nur 17,5 Kalorien pro Liter. Waldquelle achte auch auf schlanke Preise: Abwechslungsreicher Mineralwasser-Genuss – egal, ob pur oder mit Fruchtgeschmack – zu leistbaren Preisen für die ganze Familie ist dem Kobersdorfer Mineralwasserbrunnen ein wichtiges Anliegen.

## Systemübergreifend

Als „Wanderer zwischen den Welten“ agiert (auch) die Getränkegruppe Starzinger, die im Mineralwassermarkt mit Frankenmarkter, Juvina und Long Life punktet.

Das Unternehmen agiert „systemübergreifend“ als Spezialist für die Abfüllung von Getränken aller Art nicht „nur“ für das eigene Markensortiment (zu dem auch Schartner Bombe und Bräu am Berg gehören), sondern auch für rund 600 (!)

Relaunch der Traditionsmarke Römerquelle im Frühjahr.

“

*Als rein österreichisches Familienunternehmen legen wir großen Wert auf verantwortungsvolles Handeln mit Weitblick.*

**Ludmilla Starzinger**  
Getränkegruppe  
Starzinger

“

© Karin Lohberger



Artikel internationaler „Private Labelling“-Klienten. Das Traditionssunternehmen ist nach dem „International Food Standard – Higher Level“ zertifiziert und zum österreichischen Leitbetrieb ernannt worden. Jährlich werden mehr als 300 Mio. Dosen und 150 Mio. Flaschen abgefüllt, der Gesamtumsatz lag zuletzt bei 64 Mio. Euro und wird von rund 250 Mitarbeitern erwirtschaftet.

Nun will Starzinger noch weiter in die Zukunft investieren: Nachdem 700.000 € in die

#### **Ludmilla Starzinger**

– hier mit ihren Söhnen Victor und August jun. – hat es geschafft, den Familienbetrieb in wenigen Jahren erfolgreich auszubauen.

Revision des Standorts Bad Radkersburg geflossen sind, werden aktuell zwei neue Lagerhallen am Hauptstandort in Frankenmarkt errichtet. Bei einem Investitionsvolumen von acht Mio. € entstehen rund 12.000 m<sup>2</sup> Lagerfläche.

Geplant wird auch eine neue Hauptverwaltungszentrale in Frankenmarkt: Vier Mio. € sollen in das hochmoderne Gebäude fließen, von wo aus die nationalen und weltweiten Aktivitäten gesteuert werden. 1,5 Mio. € Investitionsvolumen

gelten den neuen, modernen Maschinen.

Generell achtet Starzinger besonders auf die unternehmensinternen Nachhaltigkeitsrichtlinien: Die Wärmeversorgung für alle Neubauten erfolgt durch die Tunnelpastore der Dosenanlagen, auf den Hallendächern sollen Photovoltaik-Anlagen errichtet werden und auch ein eigenes Wasserkraftwerk wird betrieben.

Darüber hinaus ist Starzinger Haupteigentümer eines Biomassekraftwerks.

## Das Auf und Ab beim Mineralwassermarkt

Jahr	Inlandsabsatz in 1.000 hl	Index	Pro-Kopf-Verbrauch	Index
2014	6.719	107,8	90,5 l	107,1
2013	6.853	110,0	91,7 l	108,5
2012	6.660	106,9	91,3 l	108,0
2011	6.471	103,9	89,2 l	105,6
2010	6.389	102,6	89,4 l	105,8
2009	6.242	100,2	89,2 l	105,6
2006	6.070	97,4	85,8 l	101,5
2004	6.443	103,4	88,8 l	105,1
2001	6.230	100	84,5 l	100

Der Pro-Kopf-Verbrauch ging von 91,7 Liter im Jahr 2013 auf zuletzt 90,5 Liter zurück.

## Prickelnd oder doch nicht? (in 1.000 hl)

Jahr	mit CO <sub>2</sub>	wenig CO <sub>2</sub>	ohne CO <sub>2</sub>
2014	4.050,2	1.644,5	1.024,3
2013	4.193,8	1.695,5	963,3
2012	4.058,9	1.685,2	915,9
2011	3.977,7	1.605,1	888,1
2010	4.046,4	1.524,9	817,3
2007	4.083,5	1.510,1	685,0
2006	3.993,7	1.449,7	626,5
2003	4.993,3	1.659,0	436,3
2001	4.823,7	1.125,1	281,4

Quelle: Verband der Getränkehersteller Österreichs

# Trend-Barometer

Neue Getränke, noch mehr Gesundheit oder das genaue Gegenteil davon ...

••• Von Paul Christian Jezek



## Zitronen-Radler

Nach Mineralwasser und Fruchtsäften trinken 53,7% der Österreicher laut einer neuen Marketagent.com-Umfrage am liebsten Radler, um sich zu erfrischen. Vorzugweise in den Sorten Zitrone (65%) und Limette (46%) und meist auch von denselben Marken. (nn)



## Pure Bio Energy Drink

Der natürliche Energiedrink „Made in Austria“ aus reinstem Alpenquellwasser ist weltweit der erste Energy Drink, der die überaus strengen Bio-Kriterien des Japanischen Ministeriums für Land-, Forstwirtschaft und Fischfang zur Erlangung des begehrten Japanese Agricultural Standard erfüllt hat.



## Trend zur Natürlichkeit

Die „Anuga Drinks“ in Köln zeigt im Oktober eine breite, internationale Getränkevielfalt. Aktuelle Marktdaten zeigen, dass Neueinführungen mit natürlicher Positionierung in den vergangenen Jahren weltweit gestiegen sind. Damit wächst auch die Nachfrage nach Clean-Label-Produkten, also nach Getränken, die weitgehend oder vollständig auf Zusatzstoffe verzichten.



## Es muss ein Craft sein!

Noch ein kurzer Schwenk zum Bier: Entstanden ist der Trend zum Craft bereits in den 1980ern in den USA, als einige Bierliebhaber (gelangweilt von der Bierauswahl am Markt) beschlossen, ihr eigenes Bier zu brauen. Die Biere haben einen individuellen und interessanten Geschmack und finden immer mehr Anhänger. Mittlerweile gibt es auch zahlreiche Feste und Messen, bei denen die (zumeist Hobby-)Brauer ihre Craft-Biere dem Publikum präsentieren. (nn)



## Anti-Hangover-Drink

Kaahée bietet eine lifestyliche und hippe Alternative zum Rollmops oder zur Röllschmerztablette an. Gründer Julian Juen konnte bei der Puls 4 Start-up-Show „2 Minuten 2 Millionen“ u.a. den ehemaligen Strabag-Chef Hans Peter Haselsteiner, den Müsliriegel-Unternehmer Heinrich Prokop und „Business Angel of the Year 2014“, Michael Altrichter, für Kaahée begeistern. Die Crowd-Investing-Kampagne danach entwickelte sich zur bis zu diesem Zeitpunkt erfolgreichsten, die Österreich jemals gesehen hatte.

## Neu: Almdudler 0,5 l-Dose

Seit dem 31.8. ist im österreichischen Lebensmittelhandel auch eine 0,5 l-Dose mit Original Almdudler (in 24er-Trays) erhältlich. Im Regal präsentiert sich die neue Dose im auffälligen Almdudler-Rot mit dem beliebten Trachtenpärchen.

## Konstant: Dreh und Trink

In Gutenstein – einer 1.300 Einwohner-Gemeinde in der Schneeberg-Region – produziert das Familienunternehmen Klosterquell Hofer jährlich mehr als 50 Millionen Flaschen des bekanntesten Kindergetränks Österreichs.

## Frische Kräfte bei Spitz

Per Anfang September haben wieder zehn Lehrlinge ihre Berufsausbildung bei Spitz gestartet. Ihre Aussichten sind süffig: Eine Ausbildung – speziell beim Beruf Lebensmitteltechniker – kommt einer Jobgarantie gleich.

## Omi's Apfelstrudel

Apfel und Zimt in inniger Umarmung: ein Apfelstrudel – allerdings in flüssiger Form. „Omi's Apfelstrudel“ nennt sich das steirische Getränk, das Fred Kendlbacher, Philipp Maier und Mike Reiter seit Kurzem in die Flasche zaubern.

## Magnesium-Wasser

café+co und BWT Best Water Technology punkten mit Aquapush: Dreifach gefiltertes Leitungswasser wird um bis zu 60 mg Magnesium pro l Trinkwasser angereichert und ist damit besonders gesund, sauber und wohlschmeckend.

## Schwere Zeiten für die Kohlensäure

Es gibt Menschen, die Kohlensäure nicht besonders gut vertragen. CO<sub>2</sub> ist in den meisten natürlichen Mineralwässern enthalten und war auch lange Zeit die einzige Möglichkeit, Mineralwasser haltbar zu machen. Mittlerweile ist die Hygiene der Abfüllung so gestiegen, dass diese ohne CO<sub>2</sub> möglich ist. Die meisten Abfüller bieten Mineralwasser mit viel (ca. 5 g/l), wenig (3 g/l) oder ohne CO<sub>2</sub> an. Die letzten beiden Segmente erfreuen sich wachsender Beliebtheit.

## US-Werbeindustrie am Pranger

Afroamerikanische und hispanoamerikanische Kinder haben in den USA besonders oft mit Übergewicht zu kämpfen – kein Wunder, denn die dortige Werbeindustrie nimmt sie mit ungesunden Produkten zielgenau ins Visier. „Schwarze Kinder und Teenager sehen zumindest doppelt so viele Werbeanzeigen für Softdrinks und andere gesüßte Getränke als weiße Kinder und Teenager“, kritisieren die Experten.

## Pepsi-Cola verliert – in den Vereinigten Staaten

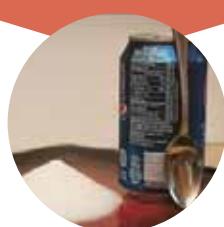
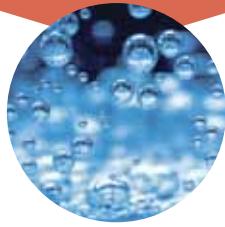
Laut dem Marktforschungsunternehmen Beverage-Digest hatte Pepsi-Cola 2014 einen Anteil von 8,7% im Markt für Erfrischungsgetränke in den USA – drei Jahre zuvor waren es noch 10%. Allerdings profitiert Pepsi gleichzeitig von den Zuwächsen beim Sportgetränk Gatorade, das ebenfalls zum Konzern gehört.

## 184.000 Tote pro Jahr

Zuckerhaltige Getränke sind weltweit gesehen die Ursache für 184.000 Todesfälle pro Jahr. Allein in den USA fallen jährlich laut Friedman School of Nutrition Science and Policy der Tufts University in Massachusetts rund 25.000 Menschen pro Jahr den süßen Versuchungen zum Opfer.

## Besonders out

Die „Gebrüder“ sind den Absatzzahlen des Getränkeverbandes zufolge die größten Verlierer im Markt der alkoholfreien Getränke in Österreich: Gebrüder Säfte mussten zuletzt einen Rückgang von sattem 9 % verzeichnen.



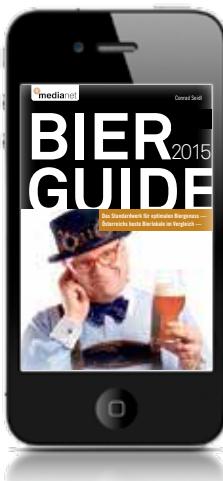
# WENN BIER DEINE WELT IST, IST DAS DEIN GUIDE.

Die PREMIUM GUIDES von



Man muss nicht alles wissen.  
Man muss nur wissen,  
wo man nachschauen kann.

Weitere Informationen & Bestellung  
unter [www.bier-guide.net](http://www.bier-guide.net)



**GRATIS  
DOWNLOAD**  
App für Android  
und iOS

# Bier-Sommer 2015

Die österreichischen Brauereien erwarten angesichts des Rekordsommers allesamt ein Gesamtumsatzplus.

••• Von Nataša Nikolic

WIEN. Das Wetter hat es im Sommer letzten Jahres nicht so gut mit den Brauereien gemeint: Viele Regentage und niedrige Temperaturen sorgte bei für sinkende Umsätze. Gegenüber 2013 sank der Gesamtausstoß um 1,2% auf 8,29 Mio. Hektoliter. Der Pro Kopf-Konsum lag bei 105 Liter (zum Vergleich 2013: 106,4 Liter). Ein gutes Exportgeschäft von Plus acht Prozent minimierte den wetterbedingten Schaden.

Dass es heuer ganz anders wird, liegt angesichts des rekordverdächtig heißen Sommers auf der Hand. medianet hat sich bei einigen führenden Brauereien erkundigt und nachgefragt, welche Auswirkungen dieser Sommer auf den Bierverkauf hatte und wie die Umsatzerwartungen für das Gesamtjahr sind.

## Gesteigerter Bierdurst

Bei sommerlichen Temperaturen boomen die Gastgärten, und Wirt und Brauerei freuen sich. Dass sich die Hitze aber nicht zwangsläufig positiv auf den Bierkonsum auswirkt, weiß Gabriela Straka (Konzernsprecherin der Brau Union Österreich): „Eine alte Brauerregel besagt, dass die optimalen Temperaturverhältnisse für den Bierabsatz zwischen 28 und 33 Grad liegen. Wenn es noch heißer wird, wie bei uns in den letzten Wochen, greifen die Menschen oft zu Wasser, um sich zu erfrischen.“ Dennoch war es ein gutes Jahr für den österreichischen Marktführer (mit einem Anteil von rund 50%). Der Mai lag deutlich über, der Juni knapp unter dem Vorjahr. Vergleichen ließen sich die beiden Juni-Monate aber wegen der Fußball-WM im letzten Jahr jedoch nicht, erinnert Straka. Erfreulich war vor allem der heiße Juli, der das Geschäft



© panthermedia.net/Nik Frey

## Biertemperatur

Laut Deutschem Brauer-Bund liegt die optimale Lagertemperatur (daheim) von Bier bei 4 bis 7 Grad; die optimale Trinktemperatur ist zwischen 5 und 8 Grad Celsius.

ankurbelte und gute Umsätze brachte. „In den ersten sieben Monaten lagen die Bierverkäufe insgesamt um 1,3 Prozent über dem Vorjahr. Dazu trägt auch das deutlich zweistellige Wachstum im Exportbereich bei“, so Straka.

Der Ausblick fürs Jahresende ist bei der Brau Union daher „leicht positiv“. Auch Konkurrent Ottakringer blickt entspannt auf das erste Halbjahr zurück; wieso auch nicht, bei einer Absatzsteigerung von 5,3 Prozent. „Die heißen Temperaturen haben den Bierkonsum definitiv angekurbelt, und die Verkaufszahlen waren sehr erfreulich“, resümiert Ottakringer-Chef Matthias Ortner und gibt an, dass die Umsatzerwartung über dem Vorjahr liegt. Dem Umsatz dürften auch die diesjährigen Braukultur-Wochen in die Hände gespielt haben (mehr dazu auf Seite 16).

Durstig war heuer auch das Salzkammergut. In der oberösterreichischen Brauerei Schloss Eggenberg hat man auch Grund zur Freude, wegen des guten Umsatzes „vor allem in den Tourismusregionen im Salzkammergut“, sagt Ge-

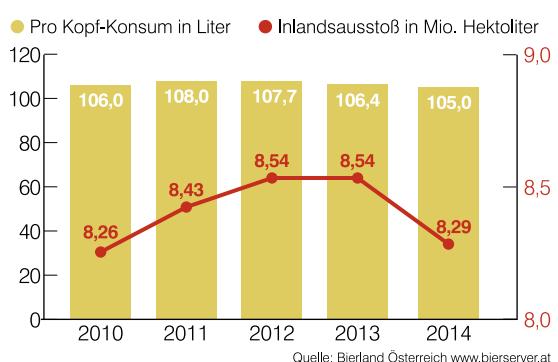
schäftsführer Hubert Stöhr. Für den Gesamtumsatz erwartet Stöhr „ein stabiles Plus im einstelligen Prozentbereich“. Der Supersommer konnte in einem Bereich offenbar nicht weiterhelfen: „Fassbier bleibt trotz dem schönen Wetter leider die spannendste Herausforderung für Brauereien“, konstatiert Stöhr. Währenddessen entwickelten sich die Spezialbiertsorten, Saisonbiere und das neue Bio-Bier von Schloss Eggenberg aber „überdurchschnittlich positiv“.

## Zurückhaltend positiv

„Der heurige Sommer bot richtiges Bierwetter“, findet auch Geschäftsführer der Brauerei Stiegl, Robert Schraml. In der Salzburger Privatbrauerei freut man sich, dass die Absätze quer durch das gesamte Sortiment „recht erfreulich“ sind. Die Stiegl Top-Erfrischer in diesem Sommer waren der Stiegl-Weisse, die Stiegl-Radler und das Goldbräu. Eine konkrete Umsatzerwartung wollte Schraml nicht nennen, er sei jedoch zuversichtlich was das Jahresende angeht. „Es wäre unseriös, Umsatzerwartungen für diese Zeitspanne zu machen“, findet auch Reinhard Hämmeler, Vertriebsleiter bei Vorarlbergs

(Fortsetzung auf Seite 16)

## Bierkonsum in Österreich



A woman with dark hair, smiling, is holding a clear glass with a black star logo on it. She is wearing a light-colored blazer over a colorful patterned shirt. In the background, there is a large green advertisement for Heineken Lager Beer. The ad features a large green triangle at the top, followed by a circular logo with a red star and the words "HEINEKEN LAGER BEER". Below this is a larger circular logo with the word "HEINEKEN" in white, surrounded by "ORIGINAL RECIPE", "1873", and "PREMIUM QUALITY". The bottom part of the ad shows a green field with a path leading to a building. The overall background of the image is green.

“

*Eine alte Bauernregel  
besagt, dass die optimalen  
Temperaturverhältnisse für  
den Bierabsatz zwischen  
28 und 33 Grad liegen.*

Gabriela Straka  
Brau Union Österreich

“

“

*Sorten- und Geschmacksvielfalt ist bei Brauereien wie auch bei Bierliebhabern ein gleichermaßen Riesen-Thema.*

**Matthias Ortner**  
Ottakringer Brauerei

“

© Brau Union Österreich



Nummer eins, der Mohrenbrauerei. Denn das Geschäft mit den Getränken würde zu sehr vom Wetter abhängen. „Der Juli wurde zum umsatzstärksten Monat der Firmengeschichte. Damit konnte ein Großteil des verhaltenen Frühjahrs, das aufgrund des verspäteten Saisonstarts in den Skigebieten relativ schwach begann, aufgeholt werden.“ Große Marktgewinne seien aber auch angesichts dieser guten Zahlen nicht realistisch, da die Mohrenbrauerei als regionaler Marktführer auf Kunden in Vorarlberg und im Tiroler Oberland konzentrierte, sagt Hämmerle. Nach einem durchwachsenen vergangenem Jahr kann auch die Privatbrauerei Egger aufatmen. Gegenüber dem Vorjahr konnte im Juli und August ein zweistelliges Umsatzplus erreicht werden. (Mehr dazu auf Seite 18–19.)

#### Umsatzturbo: Festival

Diesen Sommer brachten aber nicht nur volle Gastgärten gute Bier-Umsätze, sondern auch Festivals und Outdoor-Veranstaltungen, die 2014 wetterbe-

dingt nicht die erhofften Umsätze brachten. Für Brauereien sind sie eine ideale Möglichkeit, sich zu positionieren und die Markenbekanntheit zu steigern. Eine, die das ganz gut macht und heuer profitieren konnte, ist die Ottakringer Brauerei. Allein die Braukultur-Wochen, die vom 2. Juli bis 2. September am Brauereigelände stattfanden, hatten 20% mehr Besucher als im Vorjahr (rd. 63.000). Zudem war man u.a. am Donauinsel-fest, dem Nova Rock, am Film Festival am Rathausplatz und beim Urban Art Forms präsent und zapfte insgesamt 482.000 Hektoliter bzw. und 1,5 Mio. Seidl Ottakringer Bier.

#### Auswahl

Österreicher trinken Radler bevorzugt Zu Hause (69,1%). Die größte Radler-Auswahl finden sie bei Stiegl (37,5%), Gösser (32,5%), Beck's (31,3) und Zipfer (30,1%).

**Bierspezialitäten sind gefragt**  
Alle befragten Bier-Experten waren sich in Sachen Trends einig. Diese gehen nämlich eindeutig in Richtung Craft Bier, also handwerklich gebrautem Bier, und Biermischgetränke. Laut Hämmerle (Mohrenbrauerei) begünstigen vor allem Temperaturen über 30 Grad den Radler-Konsum. „Was in diesem Rekordsommer ganz

**Markentreue**  
69% der von Marketagent.com Befragten trinken (fast) immer Radler von der/den gleichen Marke(n).



klar zu sehen war, ist die starke Nachfrage nach Saurem Radler“ (Anm.: Bier, gemischt mit Mineralwasser/Soda). Dass alkoholfreie Biere sowie alkoholfreie Radler im Aufwind sind, findet auch Matthias Ortner, allerdings sieht er bei Bier-Radlern eine Stagnation. Robert Schraml sieht ebenfalls Potenzial in Craft Bieren und sagt, dass Stiegl bereits vor über 20 Jahren „mit handwerklich gebrauten Bieren aus besonderen Zutaten“ startete.

**Radler aus Konsumentensicht**  
Wie die Österreicher zu Radler stehen, untersuchte kürzlich Marketagent.com. Befragt wurden knapp 1.500 Personen zwischen 16 und 69 Jahren. Die wichtigsten Ergebnisse kurz zusammengefasst: 53,7% trinken gern Radler, bevorzugt in der Geschmackrichtung Zitrone (65%) und Limette (46%). Gösser-Radler genießen die höchsten Sympathiewerte, und Stiegl-Radler sind am vielfältigsten, während Karlskrone das beste Preis-Leistungsverhältnis bietet (24%).

# Brausilvester 2015

Zum Abschluss des Bierjahres sucht der Verband der Brauereien Österreichs die geschmackvollste Foodpairing-Kombination.

WIEN. Heute für viele unvorstellbar, war es vor rund 200 Jahren aber bittere Realität: ein Sommer ohne Bier. Schuld am Herstellungsverbot für Bier war die mangelnde Technik, denn damals gab es selbststrendend noch keine Kühlgeräte. Die Befürchtung war daher, dass die heißen Sommertemperaturen dem wärmeempfindlichen Bier stark zusetzen würden; die Biersaison erstreckte sich deshalb von 29. September bis 23. April. Mit Anfang Oktober konnten die Brauereien ihre Bierproduktion mit frisch geernteten Hopfen und Getreide aufnehmen, was mit einem großen Fest am letzten Septembertag – dem Brausilvester – einherging.

Auch heute noch bildet das Brausilvester am 30. September den Abschluss eines Braujahrs und wird traditionell von Bierliebhabern, Brauereien und Gastronomie gefeiert. Der Verband der Brauereien Österreichs stellt anlässlich der Festwochen der Biervielfalt, die vom 28. September bis 11. Oktober stattfinden, den Gerstensaft in den Fokus. Höhepunkt der Festwochen ist traditionsgemäß der 30. September, an dem viele Brauereien ihre Pforten öffnen und neugierige Biergeiste zu sich einladen.

## Foodpairing

Anlässlich des heurigen Bierfests stellt der Brauereiverband den Genuss in den Vordergrund und vereint Bier und Essen. Unter dem Motto „Zu jedem Essen passt ein Bier“ stellt der Verband viele kulinarische Kombinationsmöglichkeiten vor, die nicht jedermann bekannt sein dürften, Stichwort Foodpairing. So wird der derzeitige Hype, bei dem verschiedene Aromen und Geschmacksnuancen miteinander verbunden werden, bezeichnet. Dazu gehört zum Beispiel ein vollmundiges hopfenbe-



© Verband der Brauereien Österreichs

## Rezeptidee

Zu einer Karotten-Ingwer-Suppe mit Zwiebeln und Knoblauch empfiehlt Biersommelier Andreas Urban ein kräftig gehopftes Zwinkel oder ein ordentlich gehopftes Leichtbier.

tontes Pils und Hähnerspieße in Basilikumblättern. Oder ein aromatisches Schwarzbier in Kombination mit einem Birnen-Kürbissalat oder auch ein India Pale Ale zu gegrilltem Gemüse und feurigem Tofu.

## Bierige Kochrezepte

Damit Foodpairing auch die Damenwelt bestmöglich erreicht, ist der Verband der Brauereien Österreichs eine Kooperation mit dem größten heimischen Online-Kulinari-Kanal ichkoche.at eingegangen. Seit 31. August und noch bis 10. Oktober gibt es exklusive Foodpairing-Beispiele auf der Website. Wem das noch nicht genug ist, der findet weitere Rezepte auf der Verbandswebsite bierserver.at, wo auch eine Neuerung wartet. Auch der Bierfächer wurde erstmals digitalisiert und bietet nun auch online interessante Bier- und Kulinarik-Kombinationsmöglichkeiten.

Zum Mitmachen bei der Foodpairing-Initiative soll die

Teilnehmer ein Gewinnspiel motivieren; Bierfans werden dazu aufgerufen, ihre geschmackvollste Foodpairing-Kombination, bestehend aus einem Gericht und der passenden bierigen Begleitung, einzusenden und mit der Community zu teilen. Alle Einreichungen werden auf ichkoche.at veröffentlicht und den Usern zur Abstimmung bereitgestellt. Den zehn Kombinationen mit den meisten Likes winken interessante Preise. Als Anregung und Lernhilfe für alle Teilnehmer hat Andreas Urban, Vorsitzender der Arbeitsgruppe „Bierspezifische Ausbildungen“, im Verband der Brauereien Österreichs, viele kulinarische Schmankerl auf ichkoche.at mit einer passenden Bierempfehlung versehen.

„Mit mehr als 1.000 verschiedenen, ausgezeichneten heimischen Bieren fällt es der Branche leicht, den neuen Trend des bierigen Foodpairings aufzunehmen und anlässlich des heurigen Brausilvesters stolz zu sagen: Zu jedem Essen passt ein Bier! Ich persönlich kann das nur bestätigen“, konstatiert Sigi Menz, Obmann des Brauereiverbands. (red)



Sigi Menz findet: „Zu jedem Essen passt ein Bier.“

# Egger reüssiert

GF für Verkauf & Marketing, Bernhard Prosser, blickt auf einen überaus erfolgreichen Sommer 2015 zurück.

UNTERRADLBERG. Eine der erfolgreichsten und modernsten Privatbrauereien Österreichs blickt dem Jahresende angesichts des Super-Sommers 2015 optimistisch entgegen und rechnet mit einem Umsatzplus von drei bis fünf Prozent. Die Rede ist von der niederösterreichischen Privatbrauerei Egger mit Sitz in Unterradlberg.

Dass 2015 ein gutes Jahr werden würde, ließen schon die sieben DLG-Goldmedaillen gleich zum Jahresaufkt erahnen. „2015 hatten wir mit den sieben DLG-Goldmedaillen einen ausgezeichneten Start. Unser Egger Märzen wurde zum sechsten Mal in Folge mit Gold prämiert, und unser Egger Zisch, das wir ja erst letztes Jahr eingeführt haben, wurde ebenfalls mit Gold ausgezeichnet“, freut sich der Geschäftsführer für Verkauf und Marketing, Bernhard Prosser, der die Brauerei gemeinsam mit Manfred Speiser (GF für Einkauf, Logistik & Qualitätssi-

“

*Im Vergleich zum Vorjahr haben wir heuer im Juli und August ein zweistelliges Umsatzplus.*

“

**Bernhard Prosser**  
GF Privatbrauerei Egger



© Privatbrauerei Egger (4)

## Export

Die Brauerei Egger erreicht eine Exportquote von ca. 20%. Neben dem Hauptexportmarkt Italien kommen auch noch China und Afrika auf den Geschmack von Egger Bier.

cherung) und Kurt Ziegleder (GF für Technik & kaufmännische Leitung) führt.

## 2014 war durchwachsen

Im Vergleich zum verregneten Sommer 2014, an den sich kaum ein Getränkeerzeuger gern zurückerinnert, war der Wettergott heuer viel gnädiger. So kam es, dass Egger sowohl im Juli als auch August ein zweistelliges Umsatzplus erreichen konnte. „In Österreich ist der Bierdurst nach wie vor ungebrochen, und der heiße Sommer hat uns hier natürlich geholfen“, sagt Prosser. Den Ausstoß von 811.000 Hektolitern Bier im Vorjahr (zum Vergleich: 2013 waren es 830.000 Hektoliter – bisheriger Rekord), kann Egger heuer erwartungsgemäß deutlich steigern.

Dazu trägt maßgeblich das Egger Märzen bei. Denn Märzenbier ist nach wie vor die beliebteste Biersorte der Österreicher, die allein im vergangenen Jahr rund 5,37 Mio. Hektoliter Märzenbier konsumierten.

Prosser über sein Zugpferd im Handel: „Unser Egger Märzen ist ein typisch heimisches Märzenbier: mild gehopft, hochvergoren, einzigartig süffig und ein guter Durstlöscher zu jeder Jahreszeit.“ In der Gastronomie sei hingegen vor allem das Egger Premium vom Fass besonders beliebt. Auch das Segment der alkoholfreien Biere und Radler entwickle sich „in die richtige Richtung“. Der klassische Radler mit Zitronenlimonade verkauft sich besonders gut: „2014 haben wir Qualität mit Qualität gemixt und unsere Radlberger Limonade mit unserem Egger Bier im Zitronenradler und Grapefruitradler vereint“, erzählt Prosser, der das erfolgreiche Radler Trio, bestehend aus naturtrübem Zitronenradler, Grapefruitradler und Apfelradler, hervorhebt. Letzterer war einige Zeit aus dem Sortiment verschwunden und aufgrund der großen Nachfrage wieder aufgenommen.

## Privatbrauerei

Egger ist die zweitgrößte Privatbrauerei Österreichs und nach wie vor in Familienbesitz. Das moderne Egger-Sudhaus wurde 2009 errichtet.

**Aufwärtstrend bei AF-Bier**  
Großes Potenzial sieht Prosser im alkoholfreien Biersegment. Das bestätigt u.a. die Investition in Höhe von 3,5 Mio. €, die das Unternehmen 2014 in die Modernisierung durch eine neue Abtankanlage und in die Aufrüstung der Technik zur



“

*In Österreich ist der Bierdurst nach wie vor ungebrochen, und der heiße Sommer 2015 hat uns hier natürlich geholfen.*

**Bernhard Prosser**  
Egger-Bierexperte

“



Produktion von alkoholfreiem Bier, locker machen. „Meiner Meinung nach hat alkoholfreies Bier viel Potenzial – zu Mittag trinkt kaum wer ein Bier mit Alkohol, und auch abends kann man es sich nicht immer leisten, mit Alkohol unterwegs zu sein.“ Letztes Jahr kam die Egger Unternehmensgruppe der steigenden Nachfrage nach alkoholfreiem Bier nach, indem sie das isotonische Egger Zisch auf den Markt brachte. Auch Prosser ist auf den Geschmack gekommen, was alkoholfreies Bier angeht. „Ich trinke gern Bier, weil es ein tolles Produkt ist. Ein Tag ohne Bier ist kein guter Tag“, scherzt er und fügt hinzu: „Prinzipiell trinke ich am liebsten Märzenbier, ich greife aber immer öfter auch zu alkoholfreiem Bier.“ Wenn sich seine Mitarbeiter in der Mittagspause ein alkoholfreies Egger Zisch genehmigen, hat er nichts einzuwenden. „Ab und zu gönnen sich die Mitarbeiter nach Arbeitsende auch ein Egger Märzen als Feierabendbier“.

#### Investitionen

2014 flossen knapp 1,5 Mio. € allein in die Aufrüstung der Technik für die Produktion von alkoholfreiem Bier.

#### Geschäftsfelder

Einen nicht zu vernachlässigenden Teil seines Umsatzes macht das Unternehmen, zu dem auch Radlberger Getränke gehört, mit der Lohnabfüllungen für andere Getränkehersteller sowie mit der Abfüllung von zahlreichen Handelsmarken. Zu den Kunden und Partnern der Brauerei gehören viele große Händler. „Wir füllen für viele namhafte Getränkeproduzenten

#### Tradition

Die Privatbrauerei Egger braut ausschließlich nach dem Reinheitsgebot von 1516.

im In- und Ausland ab. So werden Getränke neben Österreich nach Deutschland, Tschechien, Schweiz, Dänemark und in die Slowakei geliefert.“ Dabei arbeiten Eggers moderne Flaschenanlagen auf Hochturen und befüllen pro Stunde 30.000 Flaschen; die Dosenanlagen kommen stündlich gar auf 30.000 bis 50.000 Dosen.

**Unterschiedliche Rezeptur**  
Hinter welchen Handelsmarken Egger-Bier steckt, wollte Prosser nicht verraten. Hinsichtlich der Qualitätsunterschiede zwischen Handelsmarken und Egger-Bier, sagt Prosser: „Wir achten sowohl bei der eigenen Marke Egger als auch bei den Handelsmarken auf Qualität, Verlässlichkeit und Kontinuität. Der Unterschied ist, dass die Originalrezeptur von Egger auch nur in Egger Bier enthalten ist. Die Handelsmarken haben eigene Rezepturen beziehungsweise eigene Geschmacksrichtungen.“ (red)



**O'ZAPFT IS!***Das Oktoberfest  
in Zahlen*

MÜNCHEN. Morgen startet das 182. Oktoberfest auf der 42 Hektar großen Theresienwiese in München. Insgesamt 95 Gastronomiebetriebe sind auf dem Fest vertreten. 35 der Betriebe haben insgesamt 107.000 Sitzplätze in 14 großen und 21 kleinen Zelten, wovon die meisten schon Wochen vor dem Fest reserviert sind. 2014 zählte das Oktoberfest 6,3 Mio. Besucher, die zusammen 6,5 Mio. Liter Bier konsumiert haben. Zum Vergleich: 1980 waren es 5,1 Mio. Besucher und 3,8 Mio. Liter Bier. Eine Maß Bier kostet heuer zum ersten Mal mindestens 10 €.

**WIENER WIESN***Wiens kleines  
Oktoberfest*

WIEN. Das Münchner Oktoberfest wird in vielen Teilen der Welt kopiert: von San Francisco und Cincinnati bis nach Qingdao und Windhoek. Seit einigen Jahren haben auch die Wiener einen Grund, die Tracht aus dem Kleiderschrank zu holen, wenn die Wiener Wiesn am 24. September startet – größtmäßig mit dem Original nicht annähernd vergleichbar, aber dennoch eine nette Abwechslung. Wer sich ein Bild machen will, kann bis 11. Oktober einen Abstecher auf die Kai-serviese im Wiener Prater machen. (red)



© Brauunion Österreich

**Mittagsoase**

Zwischen den Geschäftsgebäuden der Donaucity entstand eine schöne Oase für die Mittagspause, bierige Erfrischung und Brezel inklusive.

# Setzt sich das Mittagsbier durch?

Gösser will das Mittagsbier etablieren und überrascht mit einer Oase mitten in der Donaucity.

WIEN. Alkoholfreie Biere erfreuen sich nach anfänglichen Schwierigkeiten seit einigen Jahren zunehmender Beliebtheit. Dennoch konnten sie sich bisher nicht als Mittagsbiere etablieren. Die Brau Union versucht, das mithilfe Österreichs beliebtester Biermarke Gösser und dem Gösser NaturGold nun zu ändern.

auf ein alkoholfreies Bier samt Bierbrezel eingeladen. Gösser NaturGold hat mit dieser Aktion rund 1.500 Menschen eine Freude bereitet und ihre Mittagspause noch schöner gemacht“, erzählt Andreas Stieber, Geschäftsführer Marketing bei der Brau Union. „Gösser NaturGold wurde sehr gut angenommen und in kürzester

Zeit Österreichs beliebtestes alkoholfreies Bier“, sagt Konzernsprecherin Gabriela Straka, die einen Trend in Richtung alkoholfreies bzw. -reduziertes Bier sieht. Das liege vor allem an den neuen alkoholfreien Sorten, die geschmacklich zu einer „neuen Generation“ gehören und besonders bierig schmecken, weiß Straka. (red)

**Eine Oase in der City**

Passanten und Angestellte der Donaucity staunten nicht schlecht, als zwischen den Bürogebäuden quasi über Nacht eine kleine Mittagsoase aufgestellt wurde, die die sonst eher unspektakuläre Mittagspause mit dem alkoholfreien, isotonischen Durstlöscher Gösser NaturGold versüßt.

„Wer freut sich nicht bei sommerlichen Temperaturen in der Stadt über eine kühle Erfrischung? In einer tollen grünen Oase hat Gösser alle Besucher



© Brauunion Österreich

Eine Mittagspause, die die Donaucity so schnell nicht vergessen wird.

# Malle Bier: klein, aber fein

Craft Bier: Kärntens kleinste Brauerei braut auf nur 8,3 m<sup>2</sup> bis zu 10 Biersorten jährlich.

**OBERWOLLANIG.** Die kleinste Brauerei Kärntens befindet sich in Oberwollanig bei Villach und misst bescheidene 8,3 Quadratmeter. Dort hat aber alles, was der Hobbybrauer und Bierkenner, Rudolf Malle, für sein handgemachtes Bier braucht, ausreichend Platz. Mit dem Bierbrauen hat der Grafiker vor zehn Jahren begonnen – bisher allerdings nur als Hobby. Im März 2014 wurde es ernst: Seitdem braut Malle auch gewerblich und vertreibt sein Bier in einigen Villacher Gaststätten und im Fachhandel (Sabbier).

Im Winter braut die kleine Brauerei untergärtige Biere und im Sommer obergärtige Biere.

„Das schont die Umwelt, weil untergärtige Biere bei fünf bis zehn Grad vergären und obergärtige bei ca. 20 Grad. So kann man Energie sparen und muss nicht im Sommer auf zehn Grad herunterkühlen und im Winter auf 20 Grad aufheizen“, sagt Rudolf Malle.

## 10 verschiedene Sorten

Über das Jahr verteilt, braut er zehn verschiedene Biersorten; dabei reicht die Palette vom „Münchner Hellen über zu India Pale Ale bis hin zum Xmas Ginger Ale“. Da immer mehr Menschen handgemachtes Bier zu schätzen wissen, und Rudolf Malle sein Bier-Wissen

**Rudolf Malle**  
braut hand-  
gemachtes Bier  
aus Leiden-  
schaft und hat  
sich seinen  
Traum von einer  
eigenen Braue-  
rei erfüllt.

gern weitergibt, organisiert er immer wieder Bierbrauseminare. Dass bei seinen Workshops das Probieren im Vordergrund steht, ist selbstredend. Auf



© www.fotoquadr.at

[www.selbstgebrautes.at](http://www.selbstgebrautes.at) können sich Bierliebhaber für die Seminare anmelden und von einem echten Bierexperten lernen. (red)

*Besonders beim Trinken  
empfiehlt es sich,  
auf die Etikette zu achten.*

DIE KUNST, DAS LEBEN ZU GENIESSEN:

STIEGL-PILS.

Stiegl ist Mitglied von:



BRAUKUNST AUF HÖCHSTER STUFE.



[www.facebook.com/stieglbrauerei](http://www.facebook.com/stieglbrauerei)



© panthermedia.net/clav Mach

**BIER-NEWS****Gerichts-Entscheid**

**RAVENSBURG.** Das Ravensburger Landgericht hat entschieden, dass Bier nicht mehr als „bekömmlich“ beworben werden darf. In der Begründung heißt es: Eine solche Werbung verstöße gegen eine Verordnung der Europäischen Gemeinschaft, die gesundheitsbezogene Angaben zu Bier verbietet. Die Brauerei Härle (Baden-Württemberg) hatte einige ihrer Biersorten mit dem Begriff „bekömmlich“ angepriesen, was den Berliner Verband Sozialer Wettbewerb (VSW) zu einer einstweiligen Verfügung bewegt hatte. (APA)

**Ausnahmejahr**

**WOLNZACH.** Der Rekord-Sommer 2015 brachte den Brauereien zwar gute Umsätze, den Bauern aber so ziemlich das Gegenteil. Die Trockenheit und Hitze des nun schon vergangenen Sommers lässt deutsche Bauern um ihre Ernte zittern; man spricht sogar von der schlechtesten Hopfenernte seit 2003. Der Verband deutscher Hopfenpflanzer schätzt den Ernteertrag 2015 auf 23.500 Tonnen. Die schlechte Hopfenernte sollte allerdings keine Auswirkungen auf die Bierpreise haben. (APA)

# News & Events, Pflichttermine



© BeerKeeper

## 2. Craft Beer Summit wieder in Salzburg

Zum zweiten Mal findet im Rahmen der Messe „Alles für den Gast Herbst“ vom 7. bis 11. November das Craft-Beer-Summit for Professionals statt. Organisator ist Sepp Wejwar (Biersepp) vom Institut für Bierkultur, im Auftrag der Reed Messe Salzburg. Craft-Breweries stellen ihre Produkte auf eigenen Ständen vor, andere, wie Schnaitl, Raschhofer oder Stiegl, nutzen die BeerKeeper Mainstage, wo auch der neue Kaleda Craft Beer Calendar vorgestellt wird. Fach-Vortragsreihe zum Einsatz von Craft Beer im Gastro-Alltag inklusive.

**BIERIGER EVENT****Ottakringer Braukulturwochen**

**PROST.** „Als wir mit den Überlegungen zu den Braukultur-Wochen begonnen haben, konnten wir noch nicht ahnen, wie erfolgreich sie sein würden“, sagt Ottakringer-Vorstand Matthias Ortner. Wie erfolgreich das Bierfest heuer war, sieht man am besten anhand der Besucherzahlen: 63.000 Gäste aus dem In- und Ausland kamen zwischen 2. Juli und 2. September aufs Ottakringer Gelände, um sich ein Krügerl frischgezapftes Bier zu gönnen. Gegenüber dem (verregneten) Vorjahr bedeutet dies ein Besucherplus von 20%. Sportliche Unterstützung bekam Ottakringer von Spielern der UPC Vienna Capitals und Rapid Wien, worüber sich insbesondere die Fans freuten. „Mit beiden Sportclubs verbindet uns eine langjährige Partnerschaft, die wir auf diese Weise auch mit unseren Gästen bei den Braukultur-Wochen teilen. An beiden Tagen im August hatten wir sehr gute Besucherzahlen und beste Stimmung am Gelände“, freut sich Ortner.



1



2

© Ottakringer Brauerei (2)

**Gut besucht** 1. Gastgeber Matthias Ortner lud Rapid-Kicker Philipp Prosenik zum Meet-and-Greet nach Ottakring; 2. Die Braukultur-Wochen hatten heuer insgesamt 63.000 Besucher.

## TERMINES

**2. Festival der Biervielfalt** Die 20 Brauereien laden in die Rieder Bauernmarkthalle zur Biermesse. **24. und 24. Oktober, 14–1 Uhr** Messegelände 4910 Ried im Innkreis [www.ried.com](http://www.ried.com)

**Craft Bier Fest** Zum zweiten Mal findet das Fest in der Anker-Expedithalle (früher Brotfabrik) statt. **20. und 21. November 2015** Absberggasse 27, 1100 Wien [www.craftbierfest.at](http://www.craftbierfest.at)

**Vienna Beer Week** Die Hauptstadt steht eine Woche lang ganz im Zeichen der Bierkultur. **16.–22. November 2015** Diverse Locations in ganz Wien

**Wiener Wiesn** Die Mini-Version des Münchner Oktoberfests lädt Bierfans in den Wiener Prater. **24. September–11. Oktober 2015** 1020 Wien, Pratergelände [www.wienerwiesnfest.at](http://www.wienerwiesnfest.at)



© Harald Klemm

## Hirter Bierathek ist jetzt online

Die Hirter Bierathek ist mit einer Gesamtverkaufsfläche von über 300 m<sup>2</sup> der größte Brauereishop Österreichs. Die Kärntner Brauer gehen jetzt den nächsten Schritt: Unter [www.bierathek.at](http://www.bierathek.at) kann man ab sofort auch online einkaufen – 24 Stunden täglich und versandkostenfrei ab 50 €. Das Sortiment umfasst die gesamte Produktpalette der Privatbrauerei Hirt.

[www.bierathek.at](http://www.bierathek.at)



© Brauerei Schloss Eggenberg

## Das Wildschütz ist zurück

Zeitgerecht zum Sommerende und Herbstbeginn präsentiert die Brauerei Schloss Eggenberg wieder ihr beliebtes Wildschütz-Bier, das speziell für die Herbstzeit entwickelte wurde. Das Amber Lager mit 5,0 Vol. % Alk. präsentiert sich in einer außergewöhnlichen, kupfernen Farbe. Diese wurde durch den Einsatz von speziell gerösteten Gerstenmalzsorten, allesamt aus österreichischem Anbau, erzielt, welche dem Bier ein schönes, feinmalziges Aroma verleihen.

[www.schloss-eggenberg.at](http://www.schloss-eggenberg.at)



© www.bierathek.at

## Wieselburgers neues Schwarzbier

Die niederösterreichische Brauerei Wieselburg präsentiert zum Ende des Sommers eine bierige Überraschung für Schwarzbierfans: Das tiefdunkle Bier mit leicht kaffeetönem Schaum, dezenten Röstmalaromen und einer feinen Hopfennote erweitert seit Anfang September das Wieselburger Sortiment.

### Leicht im Geschmack

„Unser Wieselburger Schwarzbier sehen wir als eine Bier-Spezialität, die leicht trinkbar ist – man könnte sagen, das perfekte Schwarzbier für Einsteiger: nicht bitter, sondern voller angenehmer Malz- und Röstaromen“, schwärmt Braumeister Christian Huber über den Neuling mit einer Stammwürze von 11,6 Grad und einem Alkoholgehalt von 4,8 Prozent. „Es wird bei Bierliebhabern für Genuss und Abwechslung sorgen“, ist sich Huber sicher. Eine Trinktemperatur von 8 bis 10 Grad lässt den Genießer die komplexen Geschmacksnoten am besten schmecken. Die neueste Spezialität aus Wieselburg ist in der typischen Wieselburger 0,5 Liter Bügelverschlussflasche erhältlich, wobei im

Lebensmittelhandel 20er-Kisten und 4er-Träger verfügbar sind.

### Weg vom Durchschnitt

Dass Konsumenten auch beim Bier immer wieder das Besondere und Einzigartige suchen, wissen die Experten der Wieselburg Brauerei: „Feine Biere abseits des Durchschnittsgeschmacks finden immer mehr Anhänger – wie man auch am fast weltweiten Trend ‚Craft Beer‘ sieht“, erklärt Huber. [www.wieselburger.at](http://www.wieselburger.at)



© Brau Union Österreich

# Jetzt gewinnen!



## Wiener Original Sight Drinking Tour

Näheres am  
Etikett und auf  
[www.ottakringer.at](http://www.ottakringer.at)  
**Kronenkorken  
öffnen &  
gewinnen!**



Ottakringer  
1837  
BRAUEREI - WIEN



Jede Ottakringer Wiener Original Flasche  
ist eine Gewinn-Chance!  
Näheres auf [www.ottakringer.at](http://www.ottakringer.at)

Wäre HEROLD MDOonline ein Auto,  
würde es so aussehen.



ICH  
BIN  
DER  
HEROLD!

**HEROLD dialog**

Extreme Leistung – und das zum kleinen Preis: **MDOonline (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

# BESSER



ENTERTAINMENT & LIFESTYLE

04/15

MARCEL KOLLER  
WIE ER DAS TEAM  
ZUR TOP-ELF  
FORMTE

WEINHERBST  
GEWINNEN SIE  
VIER NÄCHTE IM  
LUXUSHOTEL

GRAZ RUFT  
DAS GROSSE  
FEST DER  
BERGFILME

## DIE KÖNIGIN VON HOLLYWOOD

*Meryl Streep – immer beeindruckend, immer großartig. In ihrem neuen Film rockt sie die Leinwand. BESSER traf sie in New York*

# For all Sons of Anarchy: Wir verlosen eine Mash 500 Von Dutch!



**BESSER und s.Oliver verlosen ein  
exklusives Motorrad in limitierter Auflage**

- Handbemalte und nummerierte Tanks von Dutch
- Offroad-Vorder- und -Hinterreifen
- Vintage-Chromlenker
- Vintage-Handgriffe
- Verstellbarer Frontfender
- Von namhaftem Sattler gefertigt: Sitz und Armaturenverkleidung



Mash 500 zu  
gewinnen\*



SMS mit dem  
Kennwort  
„MASH“  
an  
0664/660 33 555  
schicken und  
Daumen drücken  
oder bmag.at/  
50419

s.Oliver

**Mash 500 Von Dutch: exklusiv und individuell.** Von der Mash 500 Von Dutch werden exklusiv 100 Stück in Frankreich angeboten. Die anderen 100 werden in den europäischen Märkten verteilt – in Österreich wurden heuer nur drei Stück verkauft! Dieses Motorrad ist mit einem höhenverstellbaren Frontfender und an der Rückseite mit einem versenkbar Fender ausgestattet. Somit entspricht es auch den gesetzlichen Vorgaben. Alle Umbauteile dieser 200 exklusiven Einheiten sind französischer oder europäischer Herkunft; diese Motorräder werden bei Sima in Frankreich von Hand veredelt.

#### Acht Styles – ein Preis

Dieses exklusive und eindrucksvolle Gefährt erfordert einen Fahrer mit würdigem Outfit! Gut, dass s.Oliver jetzt gleich ganz verschiedene, coole Styles anbietet: Im September dreht sich bei s.Oliver alles um Hosen. Eine Palette von je vier Hosen für weibliche und männliche Fashionliebhaber bietet unterschiedliche Kombinationsmöglichkeiten zum Preis von

nur 49,99 Euro. Dank unterschiedlicher Styles, Farben und Passformen findet hier garantiert jeder sein Lieblingsstück: Kleidet eure Beine, jetzt – so lange der Vorrat reicht! Ab jetzt in allen s.Oliver-Stores in Österreich und online unter [www.soliver.com](http://www.soliver.com) erhältlich.

Für SMS fallen die tarifmäßigen Kosten Ihres Netzbetreibers an. Teilnahmeberechtigt sind Personen ab dem 18. Lebensjahr. Teilnahmebedingungen unter [sky.at/teilnahme](http://sky.at/teilnahme). **Datenverwendung:** Der Teilnehmer erklärt sich damit einverstanden, dass die Sky Österreich Fernsehen GmbH, Handelskai 92, Gate 1, 1200 Wien, seine angegebenen Daten (z.B. Name, Adresse, Telefonnummer) bis zu seinem Widerruf zu Marketing-, Analyse- und Marktforschungszwecken nutzen und ihn zu diesen Zwecken per Post, E-Mail, Telefon oder SMS kontaktieren kann, um ihn über aktuelle Angebote aus dem Bereich Pay TV zu informieren. Der Teilnehmer kann diese Einwilligung gegenüber Sky bzw. dem jeweiligen Gewinnspielpartner jederzeit, auch teilweise, widerrufen (u.a. per Post an die jeweiligen Adressen). Gewinner werden telefonisch oder per E-Mail verständigt. **Teilnahmeschluss:** 30.9.2015.

**6****MERYL STREEP**

19 Mal für den Oscar nominiert, 29 Mal für den Golden Globe – keine andere hat das geschafft. In ihrem neuen Film spielt Meryl Streep eine Rocksängerin

**12****BESSER SURFEN**

Was für eine lustige und todtraurige, verrückte und erfreulich normale Welt: Die neuesten Nachrichten aus dem Showbiz – online auf besser-magazin.at

**16****DIE BERGE RUFEN**

Das Mountainfilm-Festival lockt jedes Jahr tausende Gipfelstürmer nach Graz – organisiert wird es seit Jahren von Everest-Bezwinger Robert Schauer

**18****DOMINIC THIEM**

Der Niederösterreicher (21) ist Österreichs aktuell bester Tennisspieler und die große Hoffnung auf einen Sieg bei den anstehenden Heimevents

**22****MARCEL KOLLER**

Erfolgreich, unverblümt, geradlinig: BESSER hat den Teamchef des Österreichischen Fußball-Nationalteams zum Gespräch getroffen

**25****SKY AUF ABRUF**

Das Leben verlangt immer mehr Flexibilität, und der Alltag hält sich dabei nicht ans Fernsehprogramm. Mit Sky entscheiden Sie, was Sie wann sehen wollen

**26****JAMES BOND**

Bond-Fans aufgepasst! Der Geheimagent, den Männer beneiden und Frauen anhimmeln, bekommt einen eigenen Sender! Sky zeigt alle Bonds auf Sky 007 HD

**28****JOHANNES KRISCH**

1994 erhängte sich Jack Unterweger in seiner Zelle. Schauspieler Johannes Krisch spielt in einem neuen Film den mutmaßlichen Serienkiller – das Interview

**30****WEINHERBST IN DER STEIERMARK**

Eine neue Winzergeneration rockt die Wandergegend nahe der slowenischen Grenze. BESSER verrät, wie man die Südsteiermark diesen Herbst neu entdecken kann

**34****DAS SCHMECKT BESSER**

Man sitzt auf Barriquefässern, lehnt an der Muschelkalkbar und knabbert Mangalitzaspeck – das ist steirische Tapaskultur à la Albert Kriwetz

**GOSSIP 4**  
**SKY FILME 10**  
**SKY SERIEN 14**  
**MUST-HAVES 36**  
**TV-KOLUMNE 37**  
**OUTRO 38**

**Die Großartige**

Gerade nachgesehen, wie alt Meryl Streep ist, und jetzt kann ich es nicht glauben: Sie ist 66. 66!

Unweigerlich denke ich an Udo Jürgens und summe in Gedanken „Mit 66 Jahren, da fängt das Leben an...“ Was natürlich blander Unsinn ist, insbesondere, wenn es um Meryl Streep geht. Streep hat bereits ein ganz wunderbares Leben gelebt. Zumal gefühlt hat sie in allen Filmen mitgespielt, die ich großartig finde. War immer da, immer präsent – und nie, nie und nimmer langweilig, eine großartige Aktrice, ungeheuer wandlungsfähig, in allen Genres daheim, in allen Fällen anbetungswürdig. In ihrem neuen Film

„Ricki – wie Familie so ist“ spielt sie eine Rockgitarristin (und sie wird großartig sein). Und ich summe weiter: „Mit 66 Jahren, da hat man Spaß daran...“

Andreas Stöger



SCHAUSPIELEN  
IST MEDIZIN", SAGT  
MERYL STREEP IM  
GROSSEN  
BESSER-INTERVIEW



Überall, wo Sie dieses  
Symbol im Heft finden,  
locken Gewinnspiele.  
Ein SMS genügt.

Bild: Brigitte Lacombe

**So sichern Sie sich jede Ausgabe von BESSER**

JETZT KÖNNEN SIE BESSER AUCH  
ABONNIEREN, UND ZWAR GRATIS!

→ besser-magazin.at/gratisabo



Verbreitete Auflage Jahresschnitt 2014:  
811.441, ÖAK geprüft, 2. Halbjahr 2014

**Gewinnspiel – Teilnahmebedingungen:** Für die SMS fallen die tarifmäßigen Kosten Ihres Netzbetreibers an. Teilnahmeberechtigt sind Personen ab dem 18. Lebensjahr. Teilnahmebedingungen unter sky.at/teilnahme. **Datenverwendung:** Der Teilnehmer erklärt sich damit einverstanden, dass die Sky Österreich Fernsehen GmbH, Handelskai 92, Gate 1, 1200 Wien, und der jeweilige Gewinnspielpartner (FMTG Services GmbH, Columbusplatz 7-8, 1100 Wien sowie allen von ihr gemanagten Hotels bzw. KIA Motors Austria, Sverigestraße 5, 1220 Wien) seine angegebenen Daten (z.B. Name, Adresse, Telefonnummer) bis zu seinem Widerruf zu Marketing-, Analyse und Marktforschungszwecken nutzen und ihn zu diesen Zwecken per Post, E-Mail, Telefon oder SMS kontaktieren, um ihn über aktuelle Angebote aus dem Bereich Pay TV, der Hotelbranche bzw. der Automobilbranche zu informieren. Der Teilnehmer kann diese Einwilligung gegenüber Sky bzw. dem jeweiligen Gewinnspielpartner (FMTG sowie allen von ihr gemanagten Hotels bzw. KIA) jederzeit, auch teilweise, widerrufen (u.a. per Post an die jeweiligen Adressen). Gewinner werden telefonisch oder per E-Mail verständigt. **Teilnahmeschluss:** 23.10.2015

**Impressum – Medieninhaber/Hersteller/Herausgeber:** Sky Österreich Fernsehen GmbH, FN 303804x, Handelskai 92, Rivergate, Gate 1, 1200 Wien **Verlags- und Herstellungsstadt:** Wien  
**Offenlegung gemäß 25 Mediengesetz:** www.besser-magazin.at/offenlegung **Leserservice:** leserservice@besser-magazin.at **Redaktion:** Mag. (FH) Andreas Stöger, Dr. Wolfgang Wieser, Mag. (FH) Doris Thanner, Mag. Florian Offner, Judith Tockner, Lisa Vesely, E-Mail: redaktion@besser-magazin.at **Anzeigen:** anzeigenleitung@diepresse.com **Art-Direktorin:** Patricia Varga **Fotoredaktion:** Mag. Barbara Zach  
**Druck:** Appl Druck GmbH, Senefelderstraße 3-11, 86650 Wemding **Hinweis:** Für unverlangt eingereichtes Material (Bilder, Manuskripte etc.) wird keine Haftung übernommen. Nachdruck von Berichten und Bildern, auch auszugsweise, nur mit vorheriger Genehmigung des Medieninhabers. Die Urheberrechte der von uns konzipierten Anzeigen liegen beim Medieninhaber.



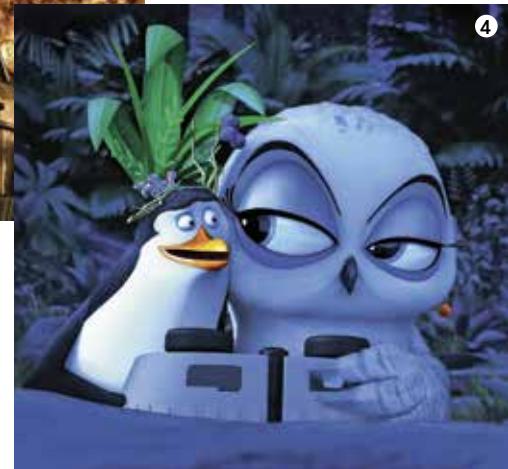
1



2



3



4

## TRATSCH & KLATSCH AUS DER FILMWELT: BEN AFFLECK LEIDET UNTER EHE-AUS, TOM HARDY KOMMT GLEICH IM DOPPELPACK, DIE SCHÖNE KARIN DOR IST WIEDER DA, & CONCHITA WURST MUTIERT ZUR SCHNEEEULE – MIT RUSSISCHEM AKZENT



### Filme auf Sky

Einfach QR-Code mit Ihrem Handy scannen und Trailer genießen oder [bmag.at/50408](http://bmag.at/50408)

**Sehvergnügen.** Sie war eine der schönsten Schauspielerinnen, als Film und Fernsehen trotz der Schwarz-Weiß-Bilder noch ungeheure Strahlkraft hatten, zum Beispiel in den Edgar-Wallace-Filmen. Jetzt hat die große Karin Dor, 77, ein erstaunliches Comeback gefeiert, und zwar als demente alte Dame in Margarethe von Trottas „Die abhandene Welt“. Wir freuen uns über ein Wiedersehen (so oder so).

**Actionvergnügen.** In „Mad Max: Fury Road“ erwies sich Tom Hardy, am 15. September frische 38, als eher wortkarg. In seinem aktuellen Streifen, „Legend“, darf er dafür den allfällig aufgestauten Wortstrom fließen lassen. Er spielt in dem Gangsterthriller gleich eine Doppelrolle: nämlich ein verbrecherisches Zwillingsspaar, das in den 1950er- und 1960er-Jahren London regiert.

**Missvergnügen.** Das Ehe-Aus soll Ben Affleck, 43, schwer zu schaffen machen. Auch, wenn seine Beziehung zu Jennifer Garner, mit der er drei Kinder hat, nicht annähernd so heftig wie die zu Rosamunde Pike im spannenden Thriller „Gone Girl – Das perfekte Opfer“ war. Laut jüngsten Meldungen bauen Affleck und Garner nun ihr Anwesen so um, dass sie auch getrennt weiter auf dem Grundstück wohnen können.

**Hörvergnügen.** Die Pinguine aus Madagascar – vier Helden, an denen wir uns einfach nicht sattsehen können. In der deutschen Synchronisation leihen die Fantastischen Vier Skipper, Kowalski, Private und Rico ihre Stimmen. Aufgepasst: Die kleine Schneeeule wird von Conchita Wurst gesprochen. Nicht irritieren lassen – sie spricht mit russischem Akzent.

**1 Edgar Wallace**  
Karin Dor: eine der großen Schönheiten des Schwarz-Weiß-Kinos

**2 Mad Max: Fury Road**  
Tom Hardy geht durchs Feuer, in diesem Actionhit, aber eher wortkarg

**3 Gone Girl – Das perfekte Opfer**  
Spannender Thriller mit Ben Affleck (Bild)

**4 Die Pinguine aus Madagascar**  
Sprechen Deutsch – dank der Fantastischen Vier

Edgar-Wallace-Woche  
→  
**von 21. 9. bis 27. 9. rund um die Uhr auf Sky Nostalgie**

Mad Max: Fury Road  
→  
**ab 17. 9., auf Sky Select/HD**

Gone Girl – Das perfekte Opfer  
→  
**20. 9., 20.15 Uhr, Sky Cinema/HD**

Die Pinguine aus Madagascar  
→  
**27. 9., 20.15 Uhr, Sky Cinema/HD**



KILIMANJARO  
ADVENTURE

### SOFTSHELLJACKE IDAHOE & ALASKA

Für Damen und Herren | windabweisend und wassererdicht | angenehmer Tragekomfort | in verschiedenen Farben erhältlich

STATT 79.99\*

39.99

STATT 99.99\*

79.99

KILIMANJARO  
TREK & TRAVEL

### WOLLJACKE LAPPI

Für Damen und Herren | windabweisend, weich und angenehm | mit Kapuze | Wuschfleece innen | Logo Leder Patch

STATT 89.99\*

69.99

KILIMANJARO  
ADVENTURE

### HIKINGSCHUH PATHFINDER

Für Damen und Herren | atmungsaktives und strapazierfähiges Obermaterial | griffige und rutschfeste Gummisohe

STATT 74.99\*

39.99

KILIMANJARO  
ADVENTURE

### ZIPP-OFF WANDERHOSE URAL

Für Damen und Herren | schnell trocknend und atmungsaktiv | pflegeleicht | zur Wandershorts abzippbar

STATT 34.99\*

19.99

KILIMANJARO  
ADVENTURE

KILIMANJARO  
ADVENTURE

### BERG- & WANDERRUCKSACK RAINBOW 28

Sport-, Wander- und Freizeitrucksack mit 2 seitlichen Netztaschen | Deckeltasche | Brust- und Hüftgurt und gepolstertes Rückensystem | Volumen: 28 L

Angebote gültig von 09. bis 30.09.2015 bzw. solange der Vorrat reicht.

\*Stattpreis = vom Lieferanten/Hersteller unverbindlich empfohlener Verkaufspreis. Irrtümer, Satz- und Druckfehler vorbehalten. Nicht mit anderen Rabatten kombinierbar.

Über 90x in Österreich und auf [www.hervis.at](http://www.hervis.at)

## Meryl Streep

# BEI DER KÖNIGIN VON HOLLYWOOD

19 Mal für den Oscar nominiert, 29 Mal für den Golden Globe – keine andere hat das geschafft. In ihrem neuen Film spielt Streep eine Rocksängerin

**BESSER-Interview im Ritz Carlton in New York**

Text: Barbara Gasser / Bilder: Brigitte Lacombe

# M

eryl Streep ist unbestritten die beste Schauspielerin ihrer Generation. Seit ihrem Fernseh- und Kinodebüt 1977 („The Deadliest Season“ und „Julia“) hat Meryl Streep drei Oscars und neun Golden Globes gewonnen, mit 19 Oscar- und 29 Golden-Globe-Nominierungen ist die Schauspielerin die unanfechtbare Königin Hollywoods. In ihren Rollen ist sie wie ein Chamäleon, brilliert als Komödiantin in „Kramer gegen Kramer“, verhext im Musical „Into the Woods“ und beeindruckt als britische Premierministerin Margaret Thatcher in „Die Eiserne Lady“. „Nur dass ich mit 66 eine Rockerin spiele, übersteigt selbst meine Vorstellungskraft.“ Doch für das „BESSER“-Interview im Ritz Carlton in New York entscheidet sich Meryl Streep nicht für Lederkluft, sondern für ein klassisches Sommerkleid von Derek Lam. Ihre Rolle in „Ricki – wie Familie so ist“ beschreibt das Allroundtalent folgendermaßen: „Ricki verlässt ihre Familie, um sich ihren Lebenstraum, Rockstar zu werden, zu erfüllen. Bis zur dramatischen Scheidung ihrer Tochter pflegt die Bar-musikerin keinerlei Kontakt zur Familie. Und die unerwartete Familienzusammenführung bricht alte Wunden auf.“ Den Part der Tochter übernimmt Streeps eigene Tochter, Mamie Gummer. Damit das Spannungsverhältnis zwischen Mutter und Tochter nicht an Dynamik verliert, unterband Regisseur Jonathan Demme die Kommunikation zwischen Streep und Gummer. Eine Anweisung, die Streep „etwas eigenartig“ empfand. In unserem Gespräch spricht Streep darüber, wie sie Beruf und Familie jongliert, warum sie für halbe-halbe eintritt, und sie erinnert sich an ihr erstes Beatles-Konzert.

**In „Ricki – wie Familie so ist“ sehen wir eine Frau, die ihre Familie verlässt, um Rockstar zu werden. Hätten Sie als Künstlerin Ihre Familie der Karriere zuliebe geopfert?** Meiner Meinung nach sind zu viele Fragen offen, um Ricki zu verurteilen. Wir erfahren nichts über die Hintergründe, warum sie Mann und Familie verlässt. Ebenso

wenig wissen wir, warum sie überhaupt davon träumt, Rockstar zu werden. Mir gefällt Ricki, weil sie eine Frau ist, die ihre Träume verwirklicht. Auch wenn ihr großer Lebenstraum unerfüllt bleibt. Was mich betrifft, so war und ist die Familie meine Priorität. Allerdings habe ich auf dem harten Weg gelernt, meine Forderungen schriftlich zu vereinbaren. In jungen Jahren akzeptierte ich Rollenangebote, für die die Dreharbeiten keine zwei Wochen überschritten. Das war meine persönliche Schmerzgrenze, was die Trennung von meiner Familie betraf. Dieses Zeitfenster wurde mir auch seitens der Produktionsfirma vor den Dreharbeiten zu „Dancing at Lughnasa“ (Anm.: 1998, die Rolle brachte Streep eine Nominierung bei den Irish Film and Television Awards als beste Hauptdarstellerin ein) mündlich zugesichert. Dann geschah, womit ich nicht gerechnet hatte. Die Dreharbeiten zogen sich hinaus. Zuerst um eine Woche, dann um zwei. Ich konnte nicht zu meiner Familie zurückkehren. Schließlich blieb mir nichts anderes übrig, als sie nach Irland zu holen. Ich war empört und außer mir, dass sich die Produktionsfirma nicht an unsere Vereinbarung hielt. Was ich aus dieser Erfahrung für mich gelernt habe? Verlass dich nie auf mündliche Versprechen, denn bei Geld hört die Freundschaft auf.

**Berufstätige Frauen fühlen sich oftmals schuldig, nicht hundertprozentig für die Familie da sein zu können. Ergeht es Ihnen ähnlich?** Natürlich kann ich dieses Gefühl nachvollziehen. Wenn man täglich von neun bis 17 Uhr arbeitet und nur zwei Wochen Urlaubsanspruch hat, bleibt nicht viel Zeit für die Familie. Als Schauspielerin bin ich jedoch in einer ganz anderen Position; unsere Arbeitszeiten sind flexibel. Und wie erwähnt, habe ich auch aus meinen Fehlern gelernt. Meine Faustregel ist: sechs Monate Dreharbeit, sechs Monate Auszeit, sprich Zeit für die Familie. Ich bin ein Verfechter von



**Trailer**  
Einfach QR-Code mit Ihrem Handy scannen und Trailer genießen oder  
[bmag.at/50404](http://bmag.at/50404)



## sky

**Im August in Osage County**  
→ 19.9., 18.10 Uhr,  
Sky Cinema/HD

**Von Löwen und Lämmern**  
→ 11.10., 17.05  
Uhr, MGM/HD

**The Hours**  
→ 21.9.,  
16.35 Uhr, auf  
Sky Emotion

**Die Brücken am Fluss**  
→ 25.9.,  
21.55 Uhr, auf  
Sky Emotion

**Grüße aus Hollywood**  
→ 9.10.,  
21.55 Uhr, auf  
Sky Emotion

halbe-halbe. Denn ich finde, Vätern sollten auch flexiblere Arbeitszeiten zustehen, damit sie dementsprechend Zeit mit der Familie verbringen können.

**„Ricki – wie Familie so ist“ stammt aus der Feder von Diablo Cody, einer der erfolgreichsten Drehbuchautorinnen in Hollywood. Sehen Sie in Bezug auf weibliche Autorinnen eine Trendwende in Hollywood?**

Im vergangenen Jahr nahm ich an einem Mittagessen teil, das das American Film Institute für die nominierten Filme und TV-Serien veranstaltet. Die TV-Liste war von der Dramaserie „Orange Is the New Black“ dominiert, in der Frauen die Protagonistinnen sind. Die Filmkategorie wies nur einen Film mit einer weiblichen Protagonistin in ihren Top Ten auf. Film hinkt TV nach – TV liefert, was das Publikum wünscht. Filme dagegen sind eine andere Welt. Da dreht sich alles um Spielzeug und Game Franchise. Dazu kommt: Wer stimmt ab, worüber berichten die Medien, wessen Stimme ist am lautesten und als Erstes draußen? Und das sind in der Regel nicht die weiblichen Stimmen.

**Bei der Oscar-Verleihung im Februar gaben Sie Patricia Arquette eine Standing Ovation für ihre Ansprache. Sie haben sich in der Vergangenheit für Frauenrechte engagiert. Wie sehen Sie dahingehend die Erfolge?** Ich glaube, die Welt wäre besser manegbar, wäre sie in diesem Punkt im Lot bzw. in Balance. Nehmen wir nur Nationen her, in denen Frauen in ihren Menschenrechten beschnitten sind, das sind arme Länder, wo Stammesrivalität dominiert. Aber wenn der Frauenanteil an z. B. Entscheidungen dem Männeranteil angeglichen ist, sehe ich eine bessere Welt. Ich betone, nicht wenn er darüberliegt, sondern in einem gleichen Verhältnis. Dann muss niemand mehr unter den Entscheidungen des inneren Zirkels der Machträger leiden.

**In „Ricki – wie Familie so ist“ wird Ihre Filmtochter verlassen. Ihre Tochter Mamie Gummer wurde ebenso nach nur wenigen Ehejahren von ihrem Mann, Schauspieler Ben Walker, verlassen. Wie hat sich dies auf Ihre Mutter-Tochter Beziehung ausgewirkt?** Die ganze Familie hat mit Mamie mitgelitten, und wir haben uns alle gefragt, warum das passieren musste. Was meiner Tochter in dieser schwierigen Lebensphase geholfen hat, war sicherlich die Familie, ganz besonders ihre beiden Schwestern. Die drei sind Tag und Nacht zusammengesteckt und haben sich gegenseitig ausgeweint. Im Stillen habe ich meine Töchter bewundert, denn ich bin mit zwei Brüdern aufgewachsen, und zwischen Bruder und Schwester ist die Kommunikation einfach nicht dieselbe wie unter Schwestern. Im Nachhinein war die Trennung auch das Beste, was unter den Umständen passieren konnte. Mamie ist gereift und gestärkt. Sie hat auch Glück, Schauspielerin zu sein. Schauspielen ist Medizin – weil man die eigenen Gefühle, seine Verletzbarkeit, Aufgewühltheit, Verunsicherung und Depression in einer fiktiven Person auslebt.

**Haben Sie Mamie als Ihre Filmtochter vorgeschlagen?** Nein, Mark Platt hat Mamie vorgeschlagen. Selbst wenn ich im Geheimen gedacht hätte, Mamie wäre ideal für diese Rolle, nie und nimmer hätte ich diesen Gedanken geäußert.

**Sie sind seit 1978 mit Ihrem Mann, Bildhauer Don Gummer, verheiratet. Was ist Ihr Geheimnis für eine dauerhafte Ehe?** Es gibt weder ein Geheimnis noch ein Rezept. In meinem Bekanntenkreis sind Paare, die vier Jahrzehnte verheiratet sind, keine Seltenheit. Mein Glück war, einen guten Mann zu finden. Don war geschieden, seine erste Ehe schloss er mit 21. Ein Jahr später war die Ehe geschieden. Jeder bringt in eine Beziehung seine eigene Geschichte mit.

**Rick Springfield ist Ihr musikalischer Partner und Lebensmensch in „Ricki – wie Familie so ist“. Wie ist die Wahl auf Rick Springfield gefallen, und kennen Sie seinen Hit „Jessie's Girl“?** Und ob! „Jessie's Girls“ habe ich rauf- und runtergespielt. Perfekt zum Mitsingen beim Autofahren. Die Besetzung der Rolle von Rickis Gitarrist gestaltete sich insofern schwierig, als wir entweder Musiker fanden, die als Schauspieler nicht überzeugten, oder Schauspieler, die nicht Gitarre spielen und singen konnten. Die Bandauftritte in



## Mutter, Tochter.

Nicht nur im neuen Film „Ricki“ verwandelt: Mamie Gummer (links) ist auch im wahren Leben die Tochter von Meryl Streep.

der Bar sind nämlich alle live, Regisseur Jonathan Demme lehnte Play-back ab. Durch Rick Springfield wird unsere Performance als Band glaubwürdig, und schauspielerisch impo-niert mir seine Sensibilität.

**Wie viel Mitspracherecht hatten Sie bei der Auswahl der Songs?** Den Song „My Love Will Not Let You Down“ von Bruce Springsteen schlug ich vor. Ich hörte ihn im Auto und dachte, thematisch perfekt. Die restlichen Lieder wählten wir gemeinsam aus. Sie repräsentieren jene Hits der Goldenen Rock'n'Roll-Ära, die auch heute in Lokalen gespielt werden.

**Im Musical „Mama Mia“ interpretieren Sie Abba, als Ricki singen Sie die Hits der Sechzigerjahre. Was war für Sie schwieriger?** Man kann die beiden deshalb nicht vergleichen, weil in „Mama Mia“ die Herausforderung war, den legendären Sound von Benny und Björn zu interpretieren. Ricki dagegen muss den Hits, die sie in ihrem Repertoire bietet, ihren eigenen Stempel aufdrücken.

**Erinnern Sie sich an Ihr erstes Rockkonzert?** Das waren die Beatles, 1965 im Shea, Queens, ich war 16 Jahre alt. Eines der sensationellsten Konzerte. So weit ich es in Erinnerung habe, waren die Beatles die erste Band überhaupt, die in einem Stadion auftraten. Die Promoter waren davon ausgegangen, dass keine Musikgruppe eine Sportarena mit 70.000 Leuten in meinem Alter füllen könnte. Die Stimmung war sagenhaft, und das Konzert war der Anfang der Rock'n'Roll-Ära in den USA. Ich habe sie alle live miterlebt: Bob Dylan in Newport, New Jersey, und die Rolling Stones – von denen es damals hieß, das ist auch eine englische Band, aber sie ist nicht so gut wie die Beatles. Woran ich mich ganz deutlich erinnere, ist, dass die Band zuerst auf die Bühne kam, wir waren total aus dem Häuschen. Plötzlich schritt jemand singend in einem roten Satinkleid den Gang entlang. Wir waren sprachlos. Ist das Mick Jagger? Ein Mann in einem Kleid? Oder ist es doch eine Frau? Das war 1965, und ich hatte noch nie von Transvestiten gehört.

**Ihr nächster Film hat ebenso mit Musik zu tun: Sie spielen die Amateursopranistin Florence Foster Jenkins.**

Ich spiele eine schlechte Opernsängerin. Die Rolle konnte ich unmöglich ablehnen, weil es eine berührende wie wahre Geschichte ist. Florence Foster Jenkins gehörte zum wohlhabenden Damenzirkel der New Yorker Gesellschaft. Ihre Leidenschaft galt der Oper, allerdings hatte sie selbst überhaupt kein musikalisches Talent. Was sie trotzdem nicht davon abhielt, jahrelang private Liederabende zu veranstalten. 1944 ging ihr größter Wunsch in Erfüllung: ein Liederabend in der ausverkauften Carnegie Hall. Die Kritiken fielen dermaßen vernichtet aus, dass Florence Foster Jenkins kurze Zeit später an gebrochenem Herzen starb. ←



## MERYL STREEP

### **Biografisches**

Geboren am 22. Juni 1949 in New Jersey, wuchs sie mit zwei jüngeren Brüdern (ihre Urgroßeltern väterlicherseits waren übrigens Deutsche!) als Tochter eines Pharmakonzernmitarbeiters und einer Grafikerin auf.

### **Privates**

Gemeinsam mit dem Bildhauer Don Gummer, mit dem sie seit September 1978 verheiratet ist, hat Meryl Streep vier Kinder: Henry Wolfe, Mary „Mamie“ Willa, Grace Jane und die jüngste Tochter, Louisa Jacobson.

### **Filmisches**

Streep studierte Drama am Vassar College in New York (Masterabschluss an der Universität Yale) und begann ihre Filmkarriere bereits 1977. Für das Scheidungsdrama „Kramer gegen Kramer“ erhielt sie ihren ersten Oscar. Zwei weitere sollten folgen.



### **1 „Ricki – wie Familie so ist“**

Dass sie mit 66 Jahren einen Rockstar spielt, kann Streep selbst kaum fassen

### **2 Barbara Gasser mit Meryl Streep**

BESSER-Hollywood-Korrespondentin Gasser beim Interview mit dem Star

### **3 Junges Mutterglück**

Die Schauspielerin mit ihrem Sohn, Henry Wolfe Gummer, 1980

### **4 Selten in Hollywood**

Liebesglück: Bereits seit 1978 ist sie mit Bildhauer Don Gummer verheiratet

### **5 Filmszene aus „Ricki“**

Streep im Film mit ihrer Tochter und Band-Kollege Greg (Rick Springfield)



## SKY FILM HIGHLIGHTS *im September & Oktober*



Cinderella

### „MÄRCHENHAFT“

Eines der Märchen, die wohl jeder kennt, verfilmte Regisseur Kenneth Branagh dieses Jahr. In der Hauptrolle entführt uns Schauspielerin Lily James als Cinderella in eine märchenhafte Welt, die optisch stark an den Disney-Zeichentrickfilm der 1950er-Jahre erinnert. Die schöne Cate Blanchett überzeugt in dem Disneyfilm als die Stiefmutter Lady Tremaine.

→  
**sky ab 10.9.,  
auf Sky Select/HD**



Who Am I? Kein System ist sicher

### „SÜNDHAFT“

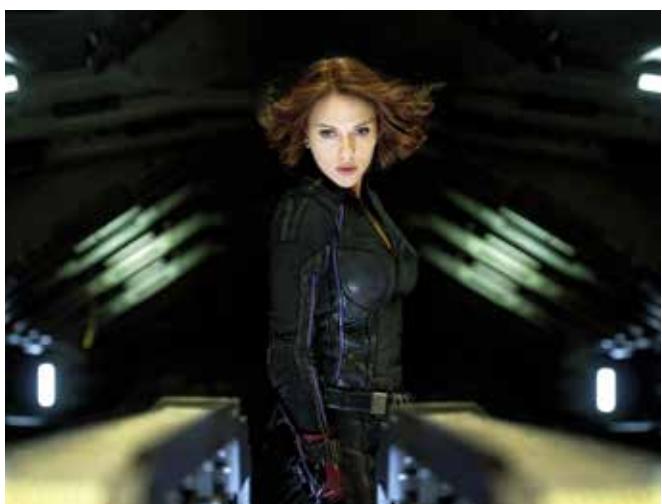
Benjamin (Tom Schilling) ist ein Niemand. Doch als er Max (Elias M'Barek) kennenlernt, wird er Teil von Bedeutendem: Mit dem impulsiven Stephan und dem paranoiden Paul gründen sie die erfolgreiche Hackergruppe Clay. Doch dann hat die Gruppe plötzlich das BKA und Europol an den Fersen. Benjamin ist nun einer der meistgesuchten Hacker der Welt...

→  
**sky am 22.9. um 20.15 Uhr,  
auf Sky Cinema/HD**



#### Filme auf Sky

Einfach QR-Code mit Ihrem Handy scannen und Trailer genießen oder [bmag.at/50418](http://bmag.at/50418)



Avengers: Age of Ultron

### „HELDENHAFT“

Auch die Fortsetzung der Comicverfilmung „Marvel's The Avengers“ (aus dem Jahr 2012) besticht wieder mit einem Cast, der sich sehen lassen kann: Robert Downey Jr., Chris Evans, Chris Hemsworth, Scarlett Johansson (Bild), Jeremy Renner und Mark Ruffalo kämpfen als Avengers in dem actiongeladenen Filmspektakel.

→  
**sky ab 24.9.,  
auf Sky Select/HD**



Die Entdeckung der Unendlichkeit

### „HERZHAFT“

Cambridge, 1963: Der junge Physiker Stephen Hawking (E. Redmayne) verliebt sich in Studentin Jane (F. Jones). Doch er erhält eine schreckliche Diagnose: ALS – eine fortschreitende Nervenkrankheit. Wahrscheinlich hat er nur noch zwei Jahre zu leben. Jane entscheidet sich, gemeinsam mit ihm zu kämpfen. Oscarprämiertes, berührendes Biopic.

→  
**sky am 6.10. um 20.15 Uhr,  
auf Sky Cinema/HD**



# INTERSTELLAR

Der oscarprämierte Science-Fiction-Knaller fasziniert nicht nur Fans des Genres. Sky zeigt das packende Szenario rund um die Zukunftsbedrohung der gesamten Menschheit

**Die Christopher-Nolan-Produktion auf Sky**

Text: Klara Vorderdörfler

**Die Erde ist in naher Zukunft zu einem** lebensfeindlichen Planeten verkommen. Ex-NASA-Pilot Cooper lebt mit seinen Kindern auf einer abgelegenen Farm – bis er auf das geheime NASA-Projekt seines alten Mentors Dr. Brand stößt: Ein Wurmloch in der Nähe des Saturns könnte als Tor zu einer anderen Galaxie die Chance eröffnen, einen neuen Planeten zu besiedeln. Gemeinsam mit Brands Tochter soll Cooper ins All fliegen, um ein neues Zuhause für die Menschheit zu finden.

Der Cast für „Interstellar“ kann sich neben der aufregenden Handlung sehen lassen: Matthew McConaughey als Cooper, Anne Hathaway als Dr. Amelia Brand, Matt Damon als Dr. Mann, Michael Caine als Professor Brand, Jessica Chastain und viele mehr. Doch die hervorragende Besetzung alleine ist es nicht, die den Science-Fiction-Film von Christopher Nolan (der auch für „Inception“ Regie führte und das Drehbuch mit seinem Brudern Jonathan schrieb) ausmacht. Viel eher ist es das perfekte Zusammenspiel zwischen dem Staraufgebot, dem Drehbuch und den visuellen Effekten. Für diese wurde der Film heuer übrigens mit dem Oscar ausgezeichnet. Nominiert war der 165 Millionen Dollar teure Film außerdem in den Kategorien „Beste Filmmusik“ für Hans Zimmer, „Bestes Szenenbild“ für Nathan Crowley und Gary Fettis, „Bester Ton“ und „Bester Tonschnitt“ für Richard King. ←

**sky**

**Interstellar**

→ am 4.10. um  
20.15 Uhr auf  
Sky Cinema/HD,  
Sky Go und  
Sky Anytime

**myAustrian**  
austrian.com

Light  
Classic  
Flex

**Umbuchen  
ohne Gebühr**

**my FREIHEIT**

Für Europaflüge bietet mir myAustrian neue Tickets nach Wahl. Wie zum Beispiel das Flex Ticket für alle, die es nicht erwarten können, früher nach Hause zu fliegen – gebührenfreies Umbuchen und viele weitere Vorteile inklusive.

the charming way to fly

A STAR ALLIANCE MEMBER Lufthansa Group

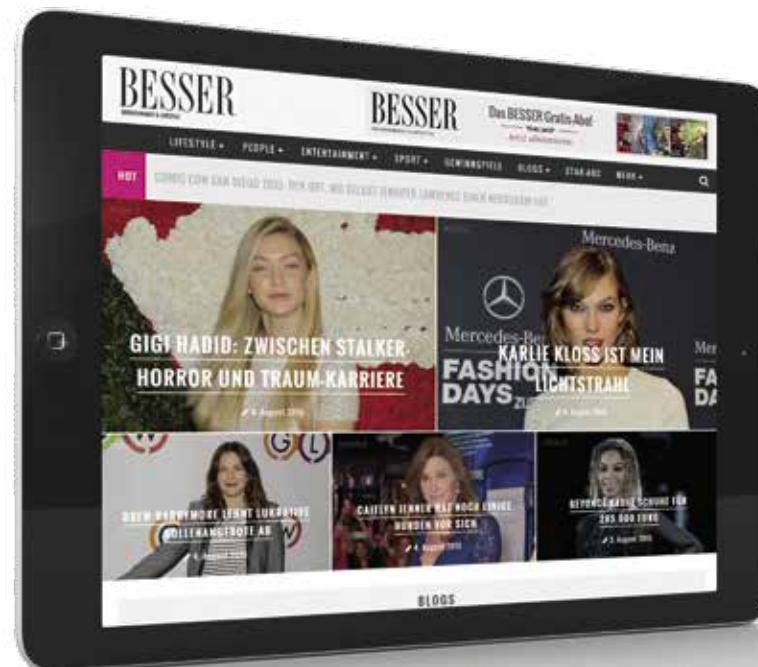
## TÄGLICHE NEWS AUS HOLLYWOOD ONLINE

# DEN STARS GANZ NAH

Was für eine lustige und todtraurige, verrückte und erfreulich normale Welt! Die neuesten Nachrichten aus dem Showbiz in Echtzeit – BESSER hat sie: auf besser-magazin.at

**Top News, Lifestyle, Entertainment & Gewinnspiele**

Text: Wolfgang Wieser



E

in ganz normaler Tag im August, ein witziger, spannender und, ja, auch erschütternder Tag in der Welt der Stars. Wir werfen einen Blick in eine Welt, in der Kate Moss versucht, ihre Ehe zu retten: „Kates Freunde sind besorgt, dass die Brüche in der Beziehung (zum Ehemann Jamie Hince, Anm.) nicht reparabel sind“, erzählt ein Insider. Einer der Gründe für das drohende Ehe-Aus: Hinces Freunde, die Kate nicht ausstehen kann. Wir erfahren, dass Hugh „Wolverine“ Jackman seine Kinder, Oscar und Ava, keinesfalls verwöhnen will. Auf die Frage, ob es ihm schwerfalle, hin und wieder auch streng zu sein, sagt der Schauspieler: „Mir nicht. Mein Vater hat uns zu sehr viel Respekt erzogen, mit fünf Kindern war natürlich alles sehr reguliert. Wir machten alle unsere Hausarbeiten, kochten das Abendessen – damals war ich acht Jahre alt.“

Wir erfahren auch, warum Reese Witherspoon mit ihrer Marke Draper James Kleidung, Schmuck, Accessoires und Haushaltswaren anbietet – sie hat sich offenbar dazu entschlossen, ihrer Großmutter nachzueifern: „Sie verließ nie das Haus, ohne irgendwie herausgeputzt zu sein. Das heißt nicht, dass sie wie aus dem Ei gepellt aussah, aber sie hat sich aufgerafft und präsentierte sich der Welt so: ‚Ich habe alles im Griff.‘ Das ist eine gute Lektion für einen jungen Menschen: Es ist egal, was in deinem Leben gerade passiert, aber man muss der Welt die beste Version von sich selbst zeigen.“

Ein hehres Ziel, aber eines, das in besonders dramatischen Momenten – verständlicherweise – in weite Ferne rückt. Nach dem Tod von Whitney Houstons Tochter, der 22-jährigen Bobbi Kristina, kam es auf ihrem Begräbnis zum Eklat: Die beiden Tanten der Verstorbenen, Leolah Brown und Pat Houston, gerieten so heftig aneinander, dass Leolah Brown schließlich „entfernt“ wurde. Brown später: „Pat ist eine falsche Betrügerin.“ Mutmaßliche Ursache für den Krach: Es geht um die Erbschaft von rund 18 Millionen Euro, die Whitney Houston ihrer Tochter hinterlassen hat.

Erfrischend ehrlich (und ganz ohne böses Blut) die Jugenderinnerungen von Jason Segel mit der Neugier weckenden Schlagzeile: „Der Riese, der mit Puppen spielt“. In unserem Blog-Bereich widmet Kim Kopacka sich der Humorkanone (wir erinnern uns gern an „Nie wieder Sex mit der Ex“). Und was lesen wir dort? Als Kind war Jason ein Außenseiter, im Alter von zwölf Jahren ausgewachsen – also 1,93 Meter groß. Bis er zehn Jahre alt war, trug er einen Superman-Umhang unter seiner Kleidung. Nur für den Fall... Er hatte einen unsichtbaren Freund namens Gideon, der auf einem Einhorn ritt, und regelmäßig Albträume, in denen Dracula vorkam. Mit 13 oder 14 Jahren



**Jason Segel**

Mittlerweile ein sehr gefragter Schauspieler, früher war er tatsächlich Außenseiter

**Reese Witherspoon**  
Eifert ihrer Großmutter nach (unten). Rechts: Kate Moss versucht, ihre Ehe zu retten

**Bobbi Kristina Brown**

Erbschaftsstreitereien in der Familie von Houstons Tochter eskalierten beim Begräbnis



entwickelte er außerdem eine Vorliebe für Handpuppen. Ursprünglich brauchte er sie nur, weil er Kurzfilme drehen wollte und keine Schauspieler kannte. Doch es wurde mehr daraus. Irgendwann hatte er 25 Handpuppen zu Hause. Die Tatsache, dass er später das Drehbuch zum Film „Die Muppets“ schreiben würde, lässt das Ganze nicht ganz so gruselig erscheinen. Damals konnte dies aber niemand ahnen.“

Das Showbiz: eine Welt, durch die wir uns fasziniert bewegen. BESSER bewegt sich darin wie ein Fisch im Wasser. Informiert, dokumentiert und erklärt, wie sie funktioniert. Julide Tanriverdi etwa bloggt direkt aus New York für uns. Doch wir haben noch mehr zu bieten: Karten für die besten Kinopremieren, oder jetzt – ganz aktuell – verlosen wir gemeinsam mit s.Oliver ein absolutes Kultmotorrad, eine „Mash 500 Von Dutch“, von der es weltweit nur 200 Stück gibt. Und was wir auf keinen Fall vergessen wollen: Auf **besser-magazin.at** gibt es natürlich auch die Möglichkeit, Österreichs größtes Lifestyle- & Entertainment-Magazin gratis zu abonnieren – damit Sie keine Ausgabe mehr versäumen: **besser-magazin.at/gratisabo** ←

Bilder: Beigestellt, Getty Images (3), Getty / Dave M. Benett

## SKY SERIEN & DOKU HIGHLIGHTS

im September



Masters of Sex – Staffel drei

### SEXUELL

1966 – Beginn der sexuellen Revolution! Die Dreiecksbeziehung zwischen Sexualforscher William Masters (Michael Sheen), seiner Frau Libby und seiner Assistentin Virginia Johnson (Lizzy Caplan) entwickelt sich weiter, während die Öffentlichkeit auf Masters blickt, dank der Veröffentlichung seiner Studienergebnisse ... Deutschland-Premiere auf Sky!

→  
**sky ab 15.9. um 21.00 Uhr (auch in OV),  
auf Sky Atlantic/HD, Sky Anytime & Sky Go**



Tierische Freundschaften – Staffel vier

### INDIVIDUELL

Ein Chihuahua und ein Huhn, eine Katze und ein Kakadu, ein Orang-Utan und ein Hund oder wie hier ein Elefant mit einem Schaf? Ja, das gibt's im Reich der tierischen Freundschaften! Die Serie präsentiert in sechs Episoden tierische Verbindungen, bei denen sich Jäger und Gejagte ins Herz geschlossen haben – und damit Naturgesetze auf den Kopf stellen.

→  
**sky ab 23.9. um 21.00 Uhr,  
auf Nat Geo Wild/HD**



#### Serien auf Sky

Einfach QR-Code mit Ihrem Handy scannen und Trailer genießen oder [bmag.at/50410](http://bmag.at/50410)



Veep – Die Vizepräsidentin – Staffel vier

### HOCHOFFIZIELL

Die preisgekrönte Comedyserie geht in die vierte Staffel. Nachdem der US-Präsident sein Amt niedergelegt hat, ist Selinas (Julia Louis-Dreyfus) große Stunde gekommen. Doch für ihre erste Rede muss sie noch ein Problem lösen: Wie gelingt es, in der Ansprache zwei komplett gegensätzliche Statements abzugeben, ohne völlig unglaublich zu erscheinen?

→  
**sky seit 9.9. um 21.00 Uhr,  
auf Sky Atlantic/HD, Sky Anytime & Sky Go**



True Detective – Staffel zwei

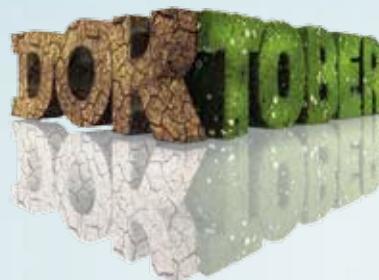
### SPEZIELL

Cop Paul Woodrugh (Taylor Kitsch) entdeckt die übel zugesetzte Leiche eines Politikers und löst damit eine Kette verhängnisvoller Ereignisse aus. Bald verstricken sich auch der korrupte Cop Ray Velcoro (Colin Farrell) und die idealistische Polizistin Ani Bezzerides (Rachel McAdams) in den Fall. Staffel zwei ist düster und besticht mit neuem großartigen Starcast.

→  
**sky ab 17.9. um 21.00 Uhr,  
auf Sky Atlantic/HD, Sky Anytime & Sky Go**



Bild: Spiegel Geschichte



Wie ist es um die Zukunft der Menschen bestellt? Werden künftige Generationen den Planeten noch lebenswert finden?

**Sky geht diesen und weiteren Fragen nach**

Text: Klara Vorderdörfler

**sky**

**Dok.tober**

→ auf A&E, Discovery Channel/HD, History Channel HD, Kinowelt TV, Motorvision TV, National Geographic Channel/HD, Nat Geo Wild/HD, RTL Living, Spiegel Geschichte/HD, TNT Glitz HD

**Ende dieses Jahrhunderts werden** 11,2 Milliarden Menschen auf der Erde leben, so eine Prognose der UNO. Die Menschheit muss jetzt die Weichen stellen, um künftigen Generationen einen lebenswerten Planeten zu hinterlassen. Das große Sonderprogramm Dok.tober präsentiert kreative Ideen für eine nachhaltige Ernährung und Nahrungsproduktion, innovative grüne Technologien und außergewöhnliche Umweltschutzprojekte. Im Oktober erwartet Sie also täglich um 22.00 Uhr eine Dokumentation.

**Zu sehen sind etwa** Dokumentationen wie „The World's best Diet“, in denen Jimmy Doherty und Kate Quilton den unterschiedlichen Diät-Gewohnheiten von Menschen aus der ganzen Welt nachgehen, oder die TV-Premiere des eigenproduzierten Dokumentarfilms „Abschied vom Sonntagsbraten – Der Siegeszug von Pizza, Döner und Sushi“. Außerdem zeigt Sky im Dok.tober u.a. Stephen Hawkings „Schöne neue Welt – Vorbild Natur“ und den Film „Green Tech – Intelligente Architektur“. Mit „Clothes to die for – Tödlich schick“ und der Eigenproduktion „Grüne Welle – Nachhaltigkeit in der Mobilität“ hat Sky zwei weitere TV-Premieren im Programm.

→ **Dok.tober vom 3. bis 22.10. täglich um 22.00 Uhr**

# Wir sind die Zukunft!

## Nur in TV DIGITAL:

**Kino, TV, Internet & Technik – alles über die Entertainment-Welt von morgen! Plus: riesiger Programmteil**

- **113 TV-Sender im Überblick**
- **täglich 12 Seiten Programm**
- **alle Highlights aus Free- und Pay-TV**



**TV DIGITAL Österreich jetzt abonnieren, Jahres-Vignette 2016 sichern und dabei über 30 Euro sparen bei einem Vorzugspreis von 115 Euro statt 145,50 Euro!**  
Gleich bestellen unter [www.tvdigital.de/at-abo](http://www.tvdigital.de/at-abo)

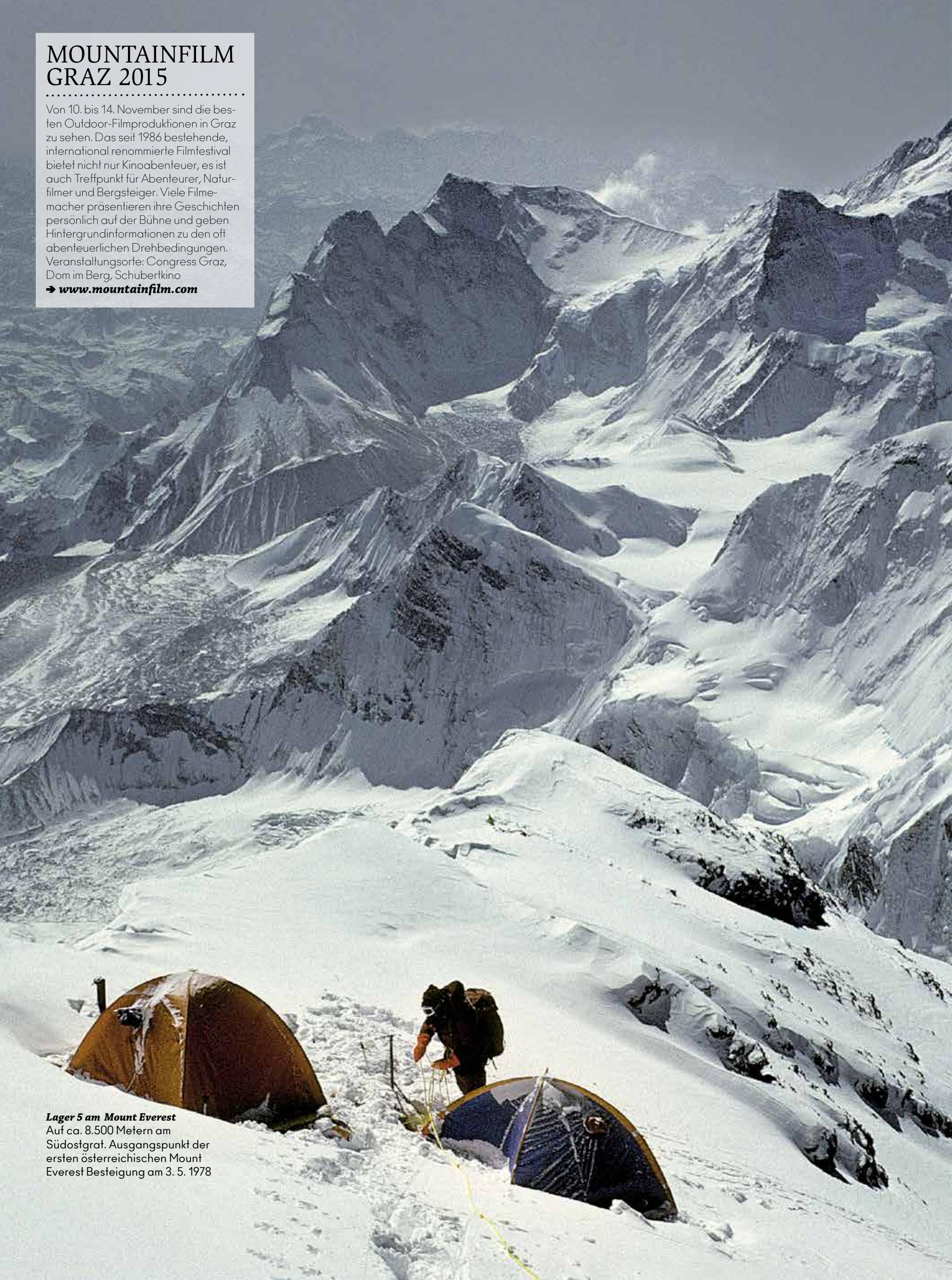
Die Zustellung der Vignette erfolgt ab Dezember 2015 eingeschrieben per Post und nach verbuchtem Zahlungseingang (zzgl. Versandspesen). Die Zahlung von 59,80 Euro für das Jahres-Abo wird per Rechnung oder Bankeinzug an TV DIGITAL entrichtet. Bei Bankeinzug werden zusätzlich zwei Ausgaben kostenlos geliefert. Der Restbetrag von 55,20 Euro ist mit Zustellung der Vignette direkt bei Auslieferung zu leisten. Die Mindestlaufzeit des TV DIGITAL Abonnements beträgt ein Jahr. Danach kann es jederzeit beendet werden. Angebot nicht auf bestehende Abos anrechenbar und nur solange der Vorrat reicht.



# MOUNTAINFILM GRAZ 2015

Von 10. bis 14. November sind die besten Outdoor-Filmproduktionen in Graz zu sehen. Das seit 1986 bestehende, international renommierte Filmfestival bietet nicht nur Kinoabenteuer, es ist auch Treffpunkt für Abenteurer, Naturfilmer und Bergsteiger. Viele Filmemacher präsentieren ihre Geschichten persönlich auf der Bühne und geben Hintergrundinformationen zu den oft abenteuerlichen Drehbedingungen. Veranstaltungsorte: Congress Graz, Dom im Berg, Schubertkino

→ [www.mountainfilm.com](http://www.mountainfilm.com)



## Lager 5 am Mount Everest

Auf ca. 8.500 Metern am Südostgrat. Ausgangspunkt der ersten österreichischen Mount Everest Besteigung am 3. 5. 1978

ROBERT SCHAUER

# AUF DEM BERG HAB ICH ATMEN KÖNNEN

Das Mountainfilm-Festival lockt jedes Jahr tausende Gipfelstürmer ins Land der Berge. Organisiert von Robert Schauer, selbst Mount-Everest-Bezwinger

**Der Bergsteiger im BESSER-Gespräch**

Interview: Wolfgang Wieser / Fotos: Robert Schauer

E

in zaundürrer Bub war er, zu schwach, um mehr als zehn Meter zu laufen. Bis er sich die Seele aus dem Leib blies, wieder und wieder einen Fußball nur mit der Kraft seiner Lungen aufpumpte. Wenige Jahre später, auf Schuhgröße 44 angewachsen, bestieg er seinen ersten Berg, den Großen Priel und irgendwann auch den Mount Everest. Heute ist Robert Schauer, 62, einer der bekanntesten Bergsteiger des Landes und Organisator des weit über die Landesgrenzen hinaus bekannten Mountainfilm-Festivals in Graz.



**Sie wurden im Jahr der Erstbesteigung des Mount Everest geboren – ein Omen, oder dürfen Bergsteiger nicht abergläubisch sein?** Natürlich sind Bergsteiger auch abergläubisch. Ich selbst habe über die Jahre ein Bauchgefühl entwickelt, wann etwas geht und wann nicht. Auch diese Geschichten erzählen wir bei unserem Filmfestival.

**Woher kam die Idee dafür?** Als junger Extremalpinist war ich im Montblanc-Gebiet unterwegs. Französische Bergsteigerfreunde haben in einem Café 16-mm-Streifen von ihren Touren gezeigt – das hat mich ungeheuer fasziniert. Daraus ist die Idee entstanden, ein entsprechendes Festival zu organisieren.

**Zuerst im Zweijahresrhythmus.** Genau, glücklicherweise hat es immer mehr Strahlkraft bekommen, seit 1992 gibt es uns deshalb jährlich. Heuer wurden 235 Filme aus 23 Ländern eingereicht; wird sind gerade dabei, rund 90 Filme für die fünfköpfige internationale Jury auszuwählen.

**Was macht einen guten Bergfilm aus?** Er muss wie jeder andere Film auch eine gute Geschichte erzählen. Und er muss von der Dramaturgie der Kameraführung und von der Schnitttechnik her hervorragend sein.

**Wie sind Sie zum Klettern gekommen?** Ich hatte große Furcht vor dem Meer, in Jugendjahren wäre ich zweimal fast ertrunken. Irgendwann war mir klar, Wasser ist nichts für mich, an den Bergen kann man sich wenigstens anhalten (lacht).

Begonnen hat es damit, dass ich mich schon immer für fremde Kulturen und die damit verbundenen Abenteuer interessiert habe. Mit 14 habe ich den Großen Priel bestiegen, das war eine Initialzündung, und auf dem Berg hab ich endlich atmen können...

**Ein schöner Satz.** Ja, das war wie ein Abstreifen von Fußfesseln. Ich war als Kind schwerer Bronchialasthmatiker, konnte kaum mehr als zehn Meter laufen, ohne außer Atem zu kommen. Ich war zaundürr, nur Haut und Knochen. Ich war mehrmals auf der Stolzalpe, weil vermutet wurde, dass ich Tuberkulose haben könnte. Zwecks Therapie musste ich dort eine Fußballseele, also den Innenteil einer Lederwuchtel, aufblasen, um meine Lungenkapazität zu verbessern. Und irgendwann hat sich rausgestellt, dass ich weiter als zehn Meter rennen kann.

**Bergsteigen ist gerade extrem angesagt – freut Sie das, oder machen Sie sich Sorgen um die Bergwelt?** Es freut mich, weil es eine wunderschöne Möglichkeit ist, unsere Natur, Freunde und sich selbst kennenzulernen. Wir dürfen nur nicht vergessen, allem mit gebührendem Respekt zu begegnen.

**Warum sind Berge so faszinierend?** Im Buddhismus gelten sie als der Thronraum der Götter, sie sind bedrohlich und lebenspendend zugleich, und sie haben etwas ungeheuer Archaisches.

**Zurück zum Mount Everest. Sie waren 1996 dabei, als 30 Bergsteiger von einem Wetterumschwung überrascht wurden, acht starben damals – Szenen davon sind im IMAX-Hit „Everest“ zu sehen gewesen.** Ich war auf 6500 Metern in einem Hochlager, als es passiert ist. Ohne es zu wissen, haben wir einen Teil des dramatischen Geschehens mit unseren langen Fernrohren verfolgt. Natürlich waren auch Menschen dabei, die zu wenig Erfahrung hatten, eine Japanerin zum Beispiel, die nicht wirklich mit Steigeseisen umgehen konnte. Ein Erlebnis, das mich sehr geprägt hat. Viele glauben auch heute noch, dass man Abenteuer kaufen kann. Aber Abenteuer ohne Risiko kann man nicht kaufen. ←



**Trailer**  
Einfach QR-Code mit Ihrem Handy scannen und Trailer genießen oder [bmag.at/](http://bmag.at/) 50406

**sky**

**The Asgard Project – 12 Tage in der Steilwand**  
→ am 26.9. um 21.05 Uhr auf RTL Living

**Erdbeben am Mount Everest**  
→ 20.9., 21.00 Uhr (deutsche Erstausstrahlung im Zweikanalton) im Zweikanalton auf Nat Geo/HD

**Sekunden vor dem Unglück: Todeskampf am Mount Everest**  
→ 20.9., 21.50 Uhr auf Nat Geo/HD

Dominic Thiem

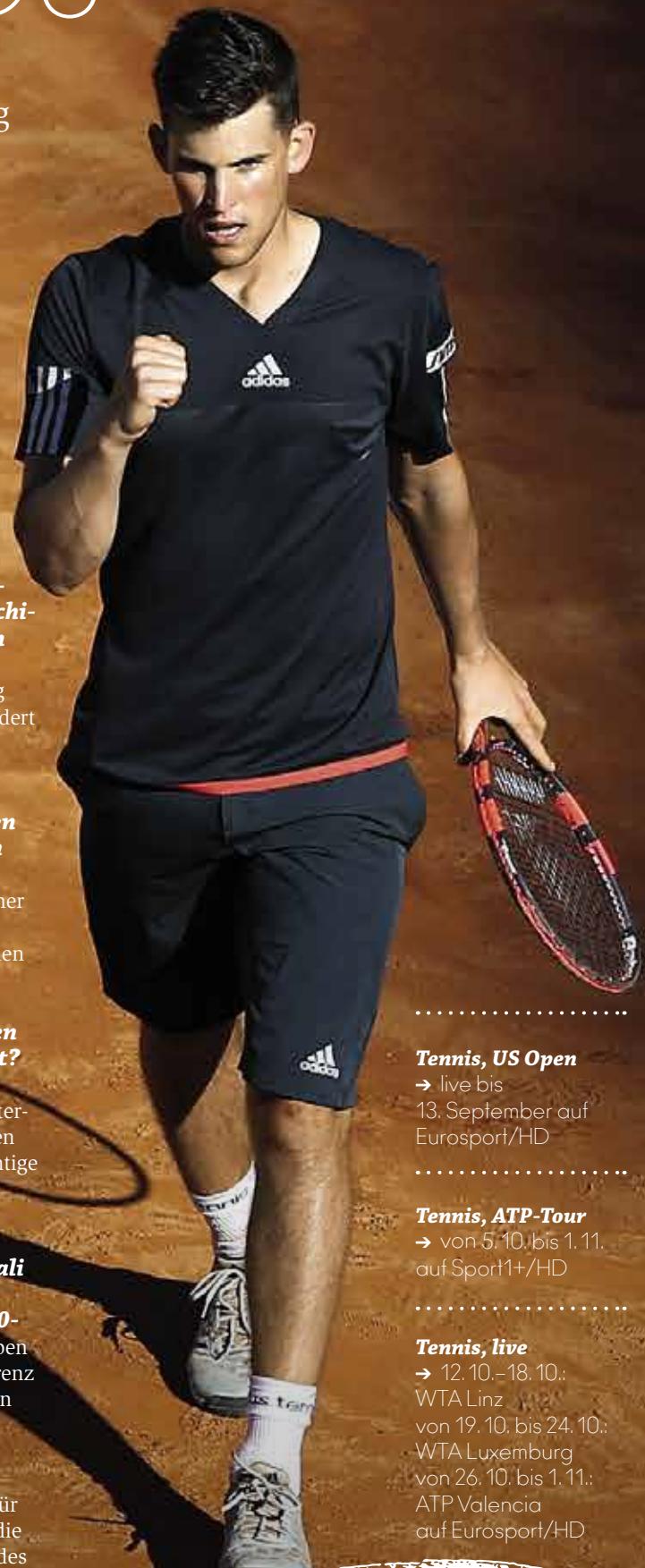
# MIT WIEN VON ANFANG AN „PER DU“

Der Niederösterreicher (21) ist Österreichs aktuell bester Tennisspieler und die große Hoffnung auf einen Sieg bei den anstehenden Heimevents

BESSER verlost mit KIA VIP-Tickets fürs Erste Bank Open

Interview: Fritz Hutter

\*  
VIP-Tickets fürs  
Erste Bank Open  
zu gewinnen\*



P

**rofitennis ist ein Sport, der von seinen Protagonisten ständige Weiterentwicklung und Verbesserung in technischen wie physischen und psychischen Belangen fordert. Was konntest du in den vergangenen Monaten optimieren?** Ich bin insgesamt erwachsener geworden. Und das bringt auch mit sich, dass ich heute in allen Bereichen noch seriöser arbeite und das Training dadurch insgesamt an Qualität gewonnen hat. Ich versuche, in jeder Einheit hundert Prozent zu geben. Und das zahlt sich aus.

**2014 war dein erstes volles Jahr bei der „großen“ ATP-Tour, und du konntest einige Topstars mit deiner Spielweise und der Power in deinen Schlägen überraschen. Heuer kennt man dich bereits. Macht das einen Unterschied?** Klar, ich war noch unbekannt, aber andererseits war auch ich davor kaum noch gegen einen der Topspieler im Matcheinsatz. Das hat sich meiner Meinung nach also ausgeglichen. Genau wie es sich heuer ausgleicht, dass man mich jetzt besser kennt, aber auch ich schon einige Erfahrungen mit verschiedenen Gegnern sammeln konnte.

**Man sagt, dass der allererste Titel aus manchem Profi einen ganz neuen Spieler macht. Wie hat sich deine Premiere im Mai in Nizza ausgewirkt?** Der Turniersieg hat mir extrem viel Selbstvertrauen gegeben. Vor allem, dass er schon relativ früh in meiner Karriere passiert ist und ich ihm nicht jahrelang hinterherrennen musste. Es ist großartig, wenn ein Traum, den du fast ein ganzes Leben lang geträumt hast, plötzlich in Erfüllung geht. Eine riesige Bestätigung, das Richtige zu tun.

**Sehr speziell wäre natürlich auch der erste Heimsieg. Nach dem Finaleinzug im Vorjahr in Kitzbühel kehrst du Anfang August zu den Generali Open zurück. Auch der Start bei den Erste Bank Open in der Wiener Stadthalle ist fix. Was sagst du zur Aufwertung von Wien zum ATP-500-Event?** Das ist sensationell! Dass die Aufwertung nun Realität geworden ist, haben sich die Veranstalter und die Stadt Wien wirklich verdient. Und dass die Konkurrenz dadurch noch größer geworden ist, bedeutet für mich einen zusätzlichen Ansporn und auch eine Ehre, Teil eines starken Teilnehmerfeldes sein zu dürfen.

**Was ist das Besondere für dich am Indoor-Klassiker von Wien?** Ich war schon als kleiner Bub immer zuschauen und habe mit 17 meine erste Wildcard für die Qualifikation bekommen. Seit damals war ich jedes Jahr am Start und finde die Atmosphäre auf diesem Centre-Court einfach geil! Auch als man etwa die Farbe des Platzes von Rot auf Blau getauscht hat, war mir das egal. Das ist nicht in jedem Stadion so, und manche Profis haben auch in Wien so ihre Probleme. Ich dagegen war mit der Wiener Stadthalle von Anfang an per Du. ↪

\*3x2 VIP-Tickets für das Erste Bank Open (Finaltag: Samstag 24.10.15 und Sonntag 25.10.15) gewinnen\*



SMS mit dem Kennwort „Tennis“ an 0664/660 33 555 schicken und Daumen drücken oder bmag.at/ 50417

\*Infos zum Datenschutz, Teilnahmebedingungen und Durchführungsbedingungen auf Seite 3.

Tennis, US Open  
→ live bis 13. September auf Eurosport/HD

Tennis, ATP-Tour  
→ von 5.10. bis 1.11. auf Sport1+/HD

Tennis, live  
→ 12.10.–18.10.: WTA Linz  
von 19.10. bis 24.10.: WTA Luxemburg  
von 26.10. bis 1.11.: ATP Valencia  
auf Eurosport/HD

Bilder: Getty Images

Dominic  
**THIEM**  
powered by **KIA**

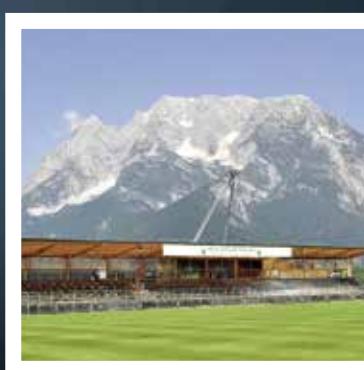
## Das Spiel des Lebens

# „WIR SIND ÜBERWÄLTIGT“

Die Spieler des ATV Irdning konnten es bis zum Schluss kaum glauben: Ihr Spiel gegen den FC Schladming wurde live auf Sky übertragen

**Sky Sport Austria HD zeigte Amateur-Meisterschaftsspiel live**

Text: Klara Vorderdörfler



**Ort des Geschehens**  
Die ATV Riesnalm Arena in Irdning

**Glückliche Gewinner**  
Die Mannschaft des ATV Irdning hat mit ihrem Video das „Spiel des Lebens“ gewonnen



**Tolles Team**  
Sky-Experte Hans Krankl, FC Schladming Trainer Andreas Schmid, ATV Irdning Trainer Herwig Burgsteiner, Sky-Experte Heribert Weber und Director Marketing Sky Österreich Walter Fink

# W

ir sind überwältigt, dass wir mit unserem Video das diesjährige „Sky Spiel des Lebens“ gewonnen haben. Es wird ein unvergesslicher Tag für die Spieler, für den Verein und für die Fans“, sagte Christian Ruhdorfer, Spieler beim ATV Irdning, vor der Ausstrahlung ihres Meisterschaftsspiels live auf Bundesliga-Niveau auf Sky Sport Austria HD.

Teilnehmen konnten alle Amateurvereine bis zur Ersten Landesliga. Die Mannschaft mit der kreativsten Choreografie zum Thema „Jubelt euch zum Spiel des Lebens“ konnte sich auch dieses Jahr wieder wie in der Profi Liga fühlen. Ganz Irdning bereitete sich den Sommer lang auf das Großereignis vor. Die gesamte Region half bei den Vorbereitungen mit, war es doch für ihren Verein eine einzigartige Möglichkeit,



Profiluft zu schnuppern. Das Match des ATV Irdning der steirischen Oberliga Nord gegen den FC Schladming wurde im September live auf Sky Sport Austria HD übertragen, inklusive Vor-Ort-Berichterstattung, Interviews, Sky-Kommentatoren und Sky-Experten von Hans Krankl bis Heribert Weber. Sky rückte mit der gesamten Bundesliga-Produktion an: Dazu gehören auch der 40-Tonnen Übertragungs-Wagen sowie rund 60 Mitarbeiter. Im November fliegt die Mannschaft des ATV Irdning dazu noch mit den ehemaligen Profis und Fanreisen24 nach Barcelona.

**Den Gewinnerjubel, das Spielergebnis samt Match-Galerie und welcher Mannschaftsjubel live auf Sendung war finden Sie auf [sky.at/spieldeslebens](http://sky.at/spieldeslebens) ←**



**Mehr Infos**  
Einfach QR-Code mit Ihrem Handy scannen oder [bmag.at/50402](http://bmag.at/50402)

# Holen Sie sich topaktuelle Filme und Serien nach Hause.

Die neuesten Kinofilme sowie die besten Serien, zeitgleich mit US-Start, als Erster sehen. Einfach auf Abruf – ob zu Hause oder unterwegs.



Abbildungsbeispiel



## 24 Monate Sky genießen

- Sky Welt Paket:** Entertainment-Vielfalt für die ganze Familie
- Film Paket:** Filme und Serien als Erster sehen
- Sky HD:** Brillantes Entertainment verdient das schärfste Bild

Inklusive:



Ihr Sky Programm, egal wo.  
Live und auf Abruf.



Erleben Sie mit dem Sky+  
HD-Festplattenleihreceiver  
Fernsehen zur besten Zeit:  
Ihrer Zeit.

Zum Vorteilspreis  
**24,99**  
€ mtl.\*  
in den ersten 24 Monaten  
danach € 35,99 mtl.

## Jetzt Sky-Abo holen:

📞 01 49 166 756

💻 [sky.at/highlight](http://sky.at/highlight)

🏡 Fachhandel



Für UPC-Kunden: [sky.at/upc](http://sky.at/upc)  
oder 0800 700 707

Für A1 TV Plus-Kunden: [sky.at/A1TV](http://sky.at/A1TV)  
oder 01 49 166 555



\*Mindestvertragslaufzeit 24 Monate (23 Monate zzgl. (anteilig) Monat der Freischaltung), zzgl. € 49 Aktivierungsgebühr und € 12,90 Logistikpauschale. In den ersten 24 Monaten bezahlen Sie € 24,99 mtl., ab dem 13. Monat sind Abgebüren iHv. € 35,99 mtl. zu entrichten. Die jeweils passenden HD-Sender sind in den ersten 24 Monaten kostenlos freigeschaltet; die Freischaltung endet automatisch. Bei Buchung der HD-Sender bei Aboabschluss sind ab dem 25. Monat € 10 mtl. zu zahlen. Der Festplatten-Leihreceiver bleibt im Eigentum von Sky. Angebot gültig bis 30.9.2015, nicht verfügbar bei UPC, variiert bei Kabelnetzen (Programmangebot, Empfangbarkeit) und Liwest und A1 (kein Hardwareversand). Mit Sky Go können Kunden (ausgenommen gewerbliche Abonnementverträge) einzelne Inhalte ihres Abonnements auf ausgewählten mobilen Geräten empfangen und abrufen – Internetverbindung erforderlich. Weitere Infos: [skygo.sky.at/faq](http://skygo.sky.at/faq). Empfang nur in Österreich und Deutschland. © 2015 Home Box Office, Inc. All rights reserved. HBO® and all related programs are the property of Home Box Office, Inc. © 2014 Twentieth Century Fox Film Corporation. All rights reserved. © 2014 DreamWorks Animation LLC.



## Marcel Koller

# FUSSBALL OHNE LIMITS

Er hat als Teamchef des Nationalteams die Limits nach oben aufgehoben. Unter ihm hat sich Österreich wieder zur Klassemannschaft entwickelt

**BESSER hat den Teamchef Marcel Koller in Wien getroffen**

Text: Johannes Hofer

# W



**Trailer**  
Einfach QR-Code mit Ihrem Handy scannen und Trailer genießen oder [bmag.at/50415](http://bmag.at/50415)

ien, Alte Donau, blauer Himmel, der Teamchef ist gut drauf: „Wenn man sieht, wie die österreichischen Fußballfans mit dabei sind, wie viel Euphorie im Land herrscht – dann ist alles eitel Sonnenschein, so wie das Wetter gerade.“ Ein stilles Wasser. Marcel Koller nimmt einen Schluck. Er ist kein Mann der großen Töne: „Überheblichkeit und Hochnäsigkeit können wir nicht brauchen.“ Trotzdem gibt sich der Teamchef offener als in der Vergangenheit. Ein schelmisches Grinsen da, ein Schmäh dort. Kein Wunder, wer Österreich von Platz 71 der Weltrangliste auf Platz 14 führt, hat allen Grund zur Lockerheit. Mit seiner Mannschaft hat er das Fundament von etwas Großem geschaffen. Die bisher beste Platzierung und die bei nahe fixe EM-Qualifikation sind Balsam für die österreichische Fußballseele. Trotzdem bleibt Koller knallharter Realist ohne Hang zur Träumerei. „Wir sind auf einem sehr guten Weg. Man merkt, dass sich die lange Zusammenarbeit lohnt. Ich bin selten zufrieden, möchte weiter nach vorn.“

Er hat sich geöffnet, das Schutzschild vor der Öffentlichkeit abgelegt, sich mit Österreich arrangiert. Der Erfolg gibt ihm recht. Vom medialen Gegenwind zu Beginn seiner Amtszeit ist wenig über. Der Schweizer hat diesen Konflikt auch nie gesucht. Zumaldest öffentlich ließ er sich nichts anmerken. Er hat von Beginn an kein Naheverhältnis zu Medien zugelassen, sondern lieber in Ruhe gearbeitet. Mittlerweile ist aus dem Arbeiten auch ein Leben geworden. Koller fühlt sich in Österreich wohl. Wien, seit bald vier Jahren sein Lebensmittelpunkt, schätzt er. Sein Blick wandert vom Wasser hinauf zum Kahlenberg: „Gut zum Radfahren, aber sehr steil.“ Wenn Marcel Koller spricht, glaubt man ihm. Er formuliert unverblümt ehrlich, kommt auf den Punkt.

Die österreichische Mentalität, für Koller anfangs gewöhnungsbedürftig. Das Raunzen war ihm von Beginn an zuwider: „Da habe ich bewusst dagegengearbeitet. Nach einem Jahr war Schluss damit. Mittlerweile gibt es noch ein paar wenige Sportraunzer, die das brauchen. Aber das ist kein Problem. Wichtig ist, dass man sich immer selbst hinterfragt, sich ständig analysiert.“ Die aktuelle Euphorie um sein Team versteht der 54-

Jährige, mahnt aber zugleich: „Die Euphorie im Land soll erhalten bleiben, aber die Mannschaft muss demütig bleiben. Wenn du denkst, es kann dir gar nichts mehr passieren, bist du schnell wieder am Boden.“

Koller hat dem Nationalteam Konstanz verliehen. Er hat an seinem Mannschaftsstamm festgehalten. Als etwa die beiden Kapitäne Christian Fuchs und Marc Janko in ihren Vereinen keine Spielzeit bekommen haben, hat der Teamchef trotzdem auf sie gesetzt. Die Routiniers haben das Vertrauen mit guten Leistungen zurückbezahlt. Auffällig dabei: Die stetige Demut und Dankbarkeit auf beiden Seiten. Das beste Beispiel dafür ist wohl Marko Arnautovic. Koller hat immer auf ihn gesetzt und massiv dazu beigetragen, dass der Stürmer vom egoistischen Rüpel zum Teamplayer geworden ist. Man vertraut sich, ist eng zusammengewachsen. Kein Wunder also, dass Martin Harnik vom zuletzt abstiegsbedrohten VfB Stuttgart das Nationalteam als „Wohlfühlloase“ bezeichnet.

Unter dem Züricher hat die Mannschaft ein neues Selbstverständnis entwickelt und erarbeitet. Sebastian Prödl meinte nach dem 1:0-Sieg über Russland im Juni: „In der Momentaufnahme sind wir eine Spaltenmannschaft.“ Koller: „Unser Selbstvertrauen ist gestiegen. Es ist immer wichtig, zuerst auf dem Platz zu zeigen, was man draufhat, und nicht vorher große Sprüche zu machen, ohne die Dinge umsetzen zu können.“

Die starken Leistungen resultieren laut Koller aus einem Gesamtpaket: „Es hat nicht nur mit Selbstvertrauen zu tun, sondern auch mit Arbeit, Bewusstsein, Konsequenz.“

Genau diese drei Attribute impft er seiner Mannschaft ein. Lehrgang für Lehrgang. Denn verändern, so der Coach, könne man in der kurzen Zeit des Beisammenseins ohnehin nicht viel. Die Devise: Gemeinsam Geschaffenes weiterentwickeln. Denn: „Limit soll es keines geben. Wenn die Spieler bereit sind, den Weg mitzugehen und nicht hochnäsig oder unzufrieden sind, dann setze ich keine Grenzen“, sagt er und ergänzt: „Wir sind noch nicht für die EM qualifiziert.“ Er ist eben kein Mann für große Töne. ←

**sky**

**1. Spieltag  
UEFA Champions League**  
→ 15./16.9 auf Sky Sport/HD

**1. Spieltag  
UEFA Europa League,**  
→ 17.9. auf Sky Sport/HD

**8. Spieltag  
Deutsche Bundesliga, u.a.  
Bayern-Dortmund**  
→ 2. bis 4.10., Sky Bundesliga/HD

**13. Runde der tipico Bundesliga, u.a. 315.  
Wiener Derby Rapid-Austria**  
→ 24./25.10. auf Sky Sport Austria/HD

## MARCEL KOLLER

### **Biografisches**

Marcel Koller wurde am 11.11.1960 in Zürich geboren. Als Spieler war der Schweizer eine treue Seele, spielte seine gesamte Karriere nur für die Grasshoppers Zürich, deren Kapitän er auch lange Zeit war. Mit seinem Stammverein wurde er als Spieler und als Trainer insgesamt acht Mal Schweizer Meister. Krönender Abschluss seiner aktiven Laufbahn war die Teilnahme an der Europameisterschaft 1996 in England. Im Trikot der Schweizer Nationalmannschaft kam er auf 55 Länderspiele. Als Trainer schaffte er mit dem VfL Bochum den Aufstieg in die deutsche Bundesliga. Koller gilt als Entdecker und Förderer von Lukas Podolski, der unter ihm beim 1. FC Köln den Sprung in den Profikader geschafft hat. Seit November 2011 ist Koller Trainer des österreichischen Nationalteams.



### **Qualifikationspiel gegen Irland**

Christoph Leitgeb, Marko Arnautovic und David Alaba mit ihrem Teamchef nach dem gewonnenen Match



### **Herr der Lage**

Koller links: Qualifikationsspiel Österreich versus Deutschland zum Fifa Worldcup 2014



### **Teamchef**

Oben: Koller mit David Alaba; unten: Große Freude nach dem Sieg gegen Irland im Ernst-Happel-Stadion

## Sky auf Abruf

# DIE TOTALE FREIHEIT

Das Leben verlangt immer mehr Flexibilität und der Alltag hält sich dabei nicht ans Fernsehprogramm. Mit Sky entscheiden jetzt Sie, was Sie wann sehen wollen

**Die neue Art der Unterhaltung – flexibel fernsehen**

Text: Lisa Vesely



D

ie totale Unabhängigkeit? Völlige Freiheit? Uneingeschränkte Flexibilität? Gibt's nicht, sagen Sie? Gibt's doch, und zwar mit Sky. Dank der Abrufservices von Sky entscheiden nämlich Sie, was Sie wann und vor allem wo sehen wollen. Wie oft haben wir schon einen Film verpasst, weil die Sitzung im Büro viel länger gedauert hat? Wie oft haben wir Serienfolgen nicht gesehen, weil anderes wichtiger war? Mit den Abrufservices von Sky bleiben einem diese Ärgernisse erspart. Sie sehen den Film, auf den Sie sich seit Wochen freuen trotzdem, und auch bei Ihrer Lieblingsserie können Sie trotz verpasster Folge mitreden: Denn Sie entscheiden, wann der neue Blockbuster, Ihre Lieblingsserie oder die preisgekrönte Dokumentation losgeht.

Und dabei entscheiden Sie jetzt übrigens auch, wann sie endet. Einfach per Knopfdruck, wann es Ihnen gerade passt.

**Fernsehen für unterwegs.** Aktuelle Kinofilme, internationale Serien zeitgleich mit dem US-Start, den besten Live-Sport, und altersgerechtes Kinderprogramm sehen Sie mit Sky jederzeit – ohne Werbeunterbrechung. Dabei entscheiden Sie auch, wo Sie Ihr Programm sehen: Beim Grillen auf der Terrasse, im Schwimmbad oder beim Camping sehen Sie mit Sky Ihre Highlights online mit dem Laptop, auf dem iPad, iPhone oder iPod touch, der Xbox 360 oder auch auf vielen Android-Geräten. Mit Sky haben Sie das beste Fernsehen immer mit dabei. ←



**Mehr Infos**  
Einfach QR-Code mit Ihrem Handy scannen oder [bmag.at/](http://bmag.at/) 50403

sky 007 HD

# JAMES BOND AUF SKY

Bond-Fans aufgepasst! Der Geheimagent, den Männer beneiden und Frauen anhimmeln, bekommt einen eigenen Sender auf Sky

**Alle Bond Missionen auf Sky 007 HD**

Text: Klara Vorderdörfler

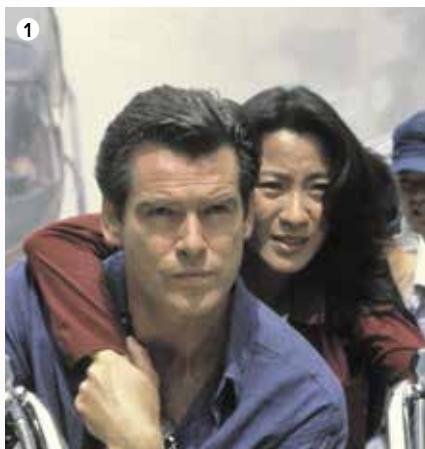


**Mehr Infos**  
Einfach QR-Code mit Ihrem Handy scannen und mehr erfahren oder  
[bmag.at/  
50413](http://bmag.at/50413)

# D

**ie Lizenz zum Töten** hat der Geheimagent seit exakt 53 Jahren. Über ein halbes Jahrhundert nach der Premiere des ersten James-Bond-Films „James Bond jagt Dr. No“, in dem Sean Connery (im Bild als Agent im vierten Film der Reihe „Feuerball“ aus dem Jahr 1965) den allerersten Bond spielte, und einen Monat vor Start des heißersehnten neuesten Bond-Streifens „Spectre“ präsentiert Sky das Kult-Franchise jetzt auf einem eigenen Sender: Auf Sky 007 HD sind dann erstmals in der Geschichte des deutschsprachigen Fernsehens alle 23 Bond-Missionen zu sehen – und zwar jeder Film ohne Werbeunterbrechung, in brillantem HD und noch dazu optional in Originalversion. **Der neue Pop-up-Channel Sky 007 HD startet am 5. Oktober und wird bis inklusive 6. Dezember den Sender Sky Hits ersetzen.** Sky Abonnenten mit Sky Film Paket haben dann die einzigartige Möglichkeit, sowohl alle EON-Produktionen – von „Dr. No“ bis „Skyfall“ – als auch die beiden nicht von EON produzierten Filme – die 1967er-Version von „Casino Royale“ und „Sag niemals nie“ – zu sehen. Alle Bonds sind zudem über Sky Go und Sky Anytime abrufbar.

**Den neuen Bond als TV-Premiere** gibt's dann auch auf Sky zu sehen. „Spectre“, der 24. Film der Kultreihe, welcher zum Teil auch in Österreich gedreht wurde, wird seine deutsche TV-Premiere auf Sky Cinema HD und on demand auf Sky Go und Sky Anytime 2016 feiern. In „Spectre“ sehen wir Bond Daniel Craig konzentriert und motiviert. Er trifft dabei auf Franz Oberhauser (Christoph Waltz). Auch Monica Bellucci gibt sich in dem Agententhriller (Regie führte: Sam Mendes, Drehbuch schrieben: John Logan, Neal Purvis und Robert Wade) die Ehre. Gary Davey, Programmchef Sky Deutschland und Österreich, ist davon begeistert: „Unsere Mission bei der Planung von Sky 007 HD war es, unseren Zuschauern James Bond so zu präsentieren, wie sie ihn noch nie gesehen haben. Ob linear oder auf Abruf: alle Bonds non-stop, in bester Bildqualität und wahlweise im Original – das kann nur Sky“, sagt er. Für eingefleischte Bond-Fans bleibt da wahrlich nur mehr eine Frage offen: geschüttelt oder doch lieber gerührt? ↵



## JAMES BOND

### **Wissenswertes**

Der Geheimagent James Bond alias Agent 007 wurde von Ian Fleming erfunden. In „Casino Royale“ hatte Herr Bond bereits 1953 seinen ersten Auftritt und zwar in Romanform. Neben zahlreichen Kurzgeschichten rund um den Agenten hat Fleming insgesamt zwölf Romane bis zum Jahr 1964 über Bond geschrieben. Es gibt aber doppelt so viele Verfilmungen – andere Autoren hatten dafür die 007-Geschichten geschrieben.

### **24 Filme – Erraten Sie noch alle?**

Viele davon haben Sie gesehen, vielleicht sogar alle, doch könnten Sie noch alle Filmmamen nennen und sie vor allem auch zeitlich zuordnen? Wir haben den Überblick für Sie:

- 1962 – James Bond jagt Dr. No
- 1963 – Liebesgrüße aus Moskau
- 1964 – Goldfinger
- 1965 – Feuerball
- 1967 – Man lebt nur zweimal
- 1969 – Im Geheimdienst ihrer Majestät
- 1971 – Diamantenfieber
- 1973 – Leben und sterben lassen
- 1974 – Der Mann mit dem goldenen Colt (3)
- 1977 – Der Spion, der mich liebte
- 1979 – Moonraker – Streng geheim
- 1981 – In tödlicher Mission
- 1983 – Octopussy
- 1985 – Im Angesicht des Todes
- 1987 – Der Hauch des Todes (2)
- 1989 – Lizenz zum Töten
- 1995 – Golden Eye
- 1997 – Der Morgen stirbt nie (1)
- 1999 – Die Welt ist nicht genug
- 2002 – Stirb an einem anderen Tag
- 2006 – Casino Royale (4)
- 2008 – Ein Quantum Trost
- 2012 – Skyfall
- 2015 – Spectre

**KARTE DIEM**  
JCB BALANCE  
BY CARD COMPLETE

Für all die Dinge, die Ihr Leben in Balance halten  
Die Zeit kann man nicht anhalten. Deshalb ist es umso wichtiger, jede Sekunde zu genießen. Carpe Diem, oder besser gesagt: Karte Diem. Mit der neuen JCB Balance Kreditkarte.

Jetzt bestellen auf [www.jcbbalance.com](http://www.jcbbalance.com)

powered by  
**card complete**

Johannes Krisch

# „ICH VERRATE MEINE FIGUR NICHT“

1994 erhängte sich Jack Unterweger in seiner Zelle. Ob als Schuldiger, das lässt ein neuer Spielfilm offen. Ein Schwieriger ist er in Johannes Krischs Darstellung aber allemal

Der Schauspieler im BESSER-Interview

Text: Martin Thomas Pesl/Fotos: Marco Rossi

A



**Mehr Infos**  
Einfach QR-Code mit Ihrem Handy scannen und Trailer genießen oder [bmag.at/50411](http://bmag.at/50411)

ls Johannes Krisch Anfang der Neunziger als frisches Burgtheater-Ensemblemitglied gerade mal eine Handvoll Stücke gespielt hatte und verfolgte, wie ein haftentlassener Mörder als Dichter von der Wiener Kulturszene hofiert wurde, hätte er nicht gedacht, dass dieser Mann in wenigen Jahren wegen neun Morden verurteilt und tot, er selbst jedoch auf dem Höhepunkt seiner Karriere sein und ebendiesem Unterweger in einem neuen Film verkörpern würde. „Jack“ von Elisabeth Scharang zeigt die glamouröse Seite des Häfenpoeten und Womaniizers und wirft die Frage auf, ob der mythisch-mysteriöse Jack Unterweger all diese Prostituierten vielleicht gar nicht umgebracht hat. Johannes Krisch hält sich bedeckt, was die Frage aller Fragen betrifft.

**War er's?** Ich werde den Teufel tun, diese Frage zu beantworten, weil es mir nicht zusteht. Als Schauspieler habe ich natürlich eine Entscheidung getroffen, sonst hätte ich ihn nicht spielen können, aber ich werde meine Figur nicht verraten.

**Ist „Jack“ ein Film, den Jack gern gesehen hätte?** Das hoffe ich, und ich kann es mir auch vorstellen, weil es ein Film über ihn ist, und das hätte ihm sehr geschmeichelt.

**Wie sehr waren Sie selbst Anfang der Neunziger Teil der Kulturszene, die Unterweger so umarmt hat?** Gera-de mal mit einem Theaterstück. Ich habe niemanden umarmt, sondern versucht, Fuß zu fassen. Aber über die Zeitungsse-chichten und „Club 2“ habe ich natürlich alles mitbekommen.

**Könnte es eine so ambivalente Figur im heutigen Internetzeitalter noch geben?** Heute sogar schneller als damals. Die Bereitschaft, jemanden sternschnuppenartig in die Höhe zu katapultieren, weil er einer Sache dient. Man fand ihn damals ja nur faszinierend, weil die Resozialisie-rung politisch so ein Thema war. Sonst hätte kein Hahn danach gekräht.

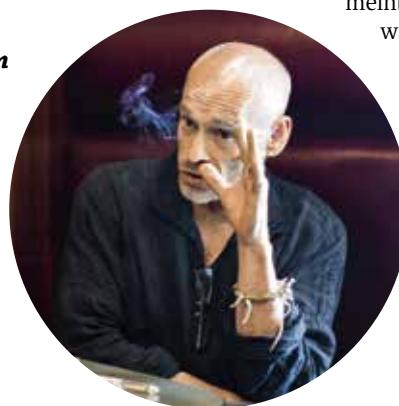
**Er war also kein besonders guter Schriftsteller?** Er hat sicher einiges geschrieben, was sehr berührend ist. Aber ich glaube nicht, dass man in 150 Jahren diese Gedichte vortragen wird. Das wird kein Klassiker.

**In „Jack“ wird der extravagante, der Lifestyle-Unterweger gezeigt, als wäre er der Falco unter den Serienkillern.** Er war sehr extravagant, weil er es genossen hat, so aufzutreten. Durch die lange Zeit im Gefängnis hatte er viel aufzuholen. Da greift man gern ins Volle, besonders wenn man plötzlich die Taschen voller Geld hat. Und apropos Falco: Der zitiert ihn ja in seinem „Jeanny 2“-Video. Er tritt ganz in Weiß auf, und die wenigsten wissen, dass damit der Unterweger gemeint ist.

**Können Sie verstehen, dass die Frauen so auf ihn abgeföhren sind?** Ja, denn es waren ja nur gewisse Schichten von Frauen. Es liegt, glaube ich, am Spiel mit dem Feuer, weil jemand gegenübersteht, der eine Grenze überschritten hat, was für viele sehr anziehend ist. Und er war ein großer Frauenversteher, weil er praktiziert hat, was die wenigsten können: Er hat zugehört.

**Haben Sie John Malkovich in „The Infernal Comedy“ gesehen?** Ja, hat aber mit unserer Geschichte nichts zu tun.

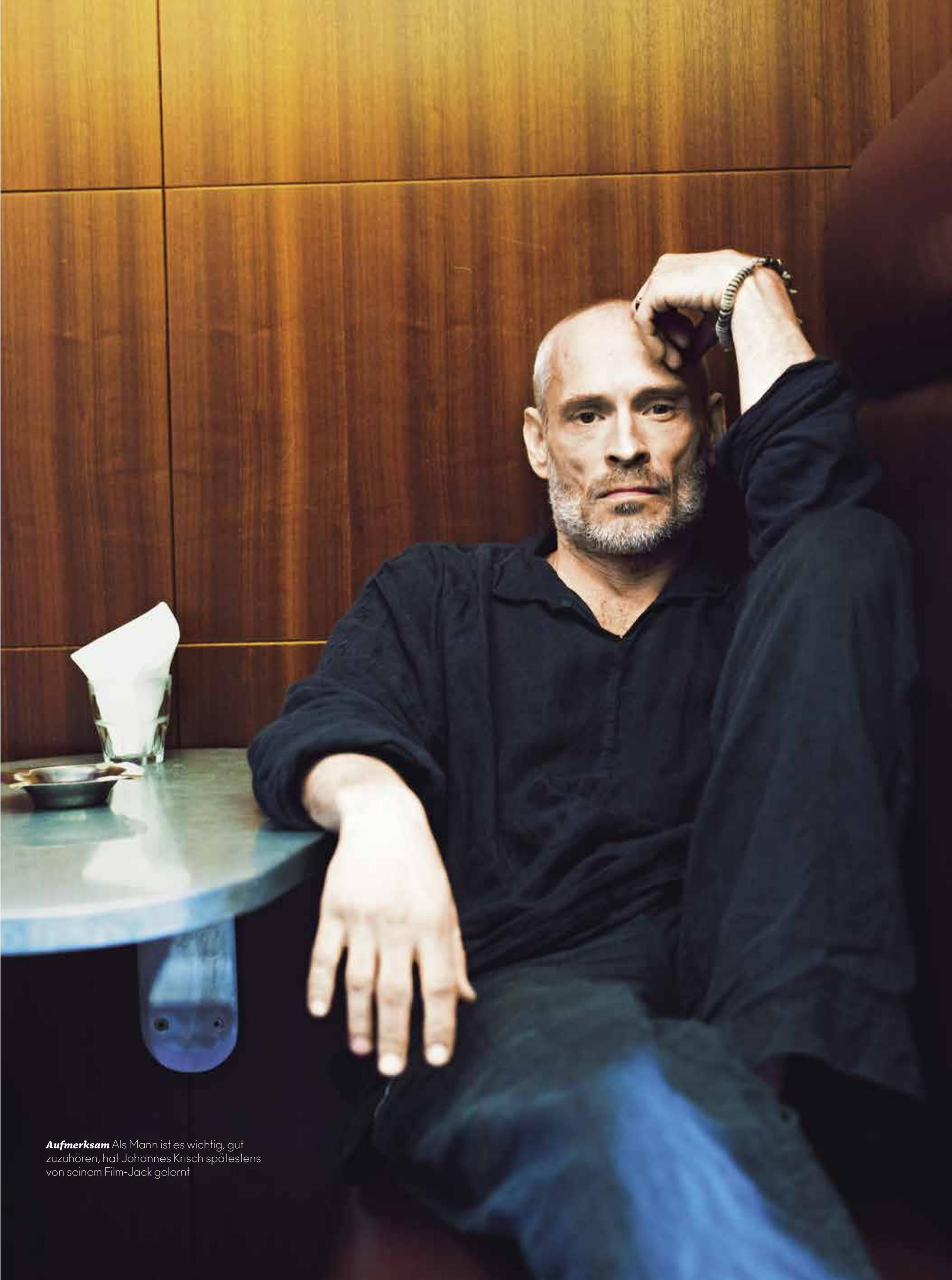
**Sie beide sehen ja auch Jack Unterweger nicht besonders ähnlich.** Darum war mir umso wichtiger, ihn zu begreifen und wenigstens sein Wesen zu erfassen. Es war eine sehr intensive Vorbereitung, weil du eine sehr große Verantwortung übernimmst, wenn du eine Person spielst, die gelebt hat. Man muss versuchen, sich dem Menschen so stark wie möglich anzunähern und ihn so weit wie möglich anzuziehen, dass es passt. Ganz Österreich kannte ihn und ist mit ihm vermeintlich in einer Zelle gesessen. Jeder hat mit ihm was erlebt. Deshalb hoffe ich auch, dass ganz Österreich den Film ansieht.



Johannes Krisch im Gespräch

2016 gibt es eine Neuproduktion am Burgtheater und einige Filmprojekte

**Sie sind vor zwei Jahren krankheitsbedingt länger ausgefallen. Was haben Sie in dieser Zeit gemacht?** Ich habe mich gesundheitlich wieder auf die Höhe gebracht. Das war körperlich und psychisch Aufwand genug! Deshalb macht mir Film zurzeit auch sehr große Freude, weil es ökonomisch weniger anstrengend ist als Theater. Da probierst du am Vormittag volle Kanne und spielst am Abend volle Kanne, und dazwischen liegst du im Koma. Jedenfalls werde ich sicher nie wieder so ein Workaholic sein wie vor meiner Pause. ←



**Aufmerksam** Als Mann ist es wichtig, gut zuzuhören, hat Johannes Krisch spätestens von seinem Film-Jack gelernt



**Typische Aussicht**  
Herbstliche Idylle im  
Weingebiet mit dem  
"Klapotetz" – eine  
im südsteirischen  
Weinland verbreitete  
Vogelscheuche

## Weinherbst

# DIE WINZER-ROCKER DER SÜDSTEIERMARK

Eine neue Winzergeneration rockt die Wandergegend nahe an der slowenischen Grenze. Basaltfässer, Stadl-Clubbings und eine Winzer-App: Wie man die Südsteiermark diesen Herbst ganz neu entdecken kann

**Es muss nicht immer Welschriesling sein**

Text: Roland Graf

## D

as ist jetzt unser 244. Jahrgang“, sagt Katharina Lackner-Tinnacher. Wer mit ihr auf die Lage Steinbach in Gamlitz schaut, erkennt sofort die beiden Gesichter des steirischen Weinbaus. Seit 1770 pflegt die Familie der jungen Winzerin diesen Fleck Erde. Grauburgunder und Sauvignon Blanc kann man hier auf modernen Sitzmöbeln mitten in der Riede beim Wachsen zusehen. Den Weg dorthin weist das Mobiltelefon. Auf dem Weingut werden die GPS-Koordinaten eingegeben, und die zwei Kilometer lange Runde „Terroir erleben“ beginnt – das ist das moderne Gesicht des Weinbaus im steirischen Süden.

Auch wenn Katharina Lackner-Tinnacher nicht neben den Wanderern steht, erzählt sie mittels Video von ihrer Leidenschaft für den Bioweinbau; gleich als sie vor drei Jahren von ihrem Vater die Leitung des Paradebetriebs mit den markanten Schmetterlingsetiketten übernahm, wurde auf ökologische Verarbeitung umgestellt.

**Kübelfleisch und reife Weine.** Auch Michael Gross hat seinen Auftritt in den Handyvideos. Der Ratscher Winzer erzählt über die Lagen, die das von Vater Alois Gross bekannt gemachte Haus prägen: Sulz, Perz und Nussberg. Da das Beschreiben allein nicht immer ausreicht, stellt das Duo (der zweite Sohn, Hannes, bearbeitet einstweilen die Reben im slowenischen Teil des Weinguts) einen Gelben Muskateller auf den Tisch, Jahrgang 2008. Etwas, was man auf der Weinkarte selbst kaum bestellt, eröffnet hier einen neuen Blick auf die angebliche „Dreh und Trink“-Sorte. Einen Eye-Opener würden das internationale Gäste wohl nennen. Und spätestens, wenn das Geheimrezept aus den Tagen der Gross'schen Buschenschänke unten im Ort gereicht wird, versteht man die Begeisterung der herbstlichen Stammgäste, die wie die Zugvögel den Winter nur mit einem Ausflug in den Süden beginnen können. In Verhackertem eingekochte Schweinswurst und das ähnlich mürb bis knapp vorm Zerfließen gelagerte Kübelfleisch betäuben die Sinne. Denn fast hätten wir jetzt auf den Schluck des 1997er-Sauvignon Blanc vergessen.

**Pst! Geheimtipp Südosten.** Nach wie vor eine ruhigere Ecke stellt das südoststeirische Weinland dar. Zumal denkt man das, bis einem vom Hof Simon Engels die bekannten Elektroklänge von Deladap! entgegenschallen. Vier Tage vorher hat er selbst noch im Hof der Winzerkollegin Sigrid Sorger zur Super-Soul-Partyband aus Graz getanzt, während Muskatellerspritzer und „South East“-Cider zum Schwammerlgulasch

**Vulkanische Rarität**  
Sein Riesling mit mineralischer Wucht hat den Südoststeirer Simon Engel bekannt gemacht



**Beständig neu**  
Die Jugend kelterte den 244. Jahrgang des Hauses: Katharina Lackner-Tinnacher in Gamlitz



**Ratscher Hausstil**  
Michael Gross führt die Weinlinie seines Vaters, Alois, weiter: intensiv und langlebig

gereicht wurden. Es geht also durchaus rund in Tieschen, doch die meisten Betriebe sind zu klein, um auch bundesweit wahrgenommen zu werden. Mit gemeinsamen Auftritten – Sigrid Sorgers Winzerkolleginnen agieren etwa als die Weinblüten – will man das Gebiet ein wenig bekannter machen. Der „Tau“, eine weitere Gemeinschaftsproduktion, hat seinen Namen vom alten Franziskanerkloster und dem Kreuz des heiligen Franziskus. „Der Name steht aber auch für Tieschen“, so Winzer Engel, der die ursprünglich 0,5 Hektar des Vaters zu einem beachtlichen Weinbaubetrieb erweitert hat. Beim vinophilen Chill-out, seinem jährlichen Weinfestival auf dem Hof, gibt es weitere „Talentproben“ zu kosten. Etwa seine Version der aktuell so modernen Orange Wines, einen auf der Maische vergorenen Traminer oder die homöopathische Menge seines Süßweins.

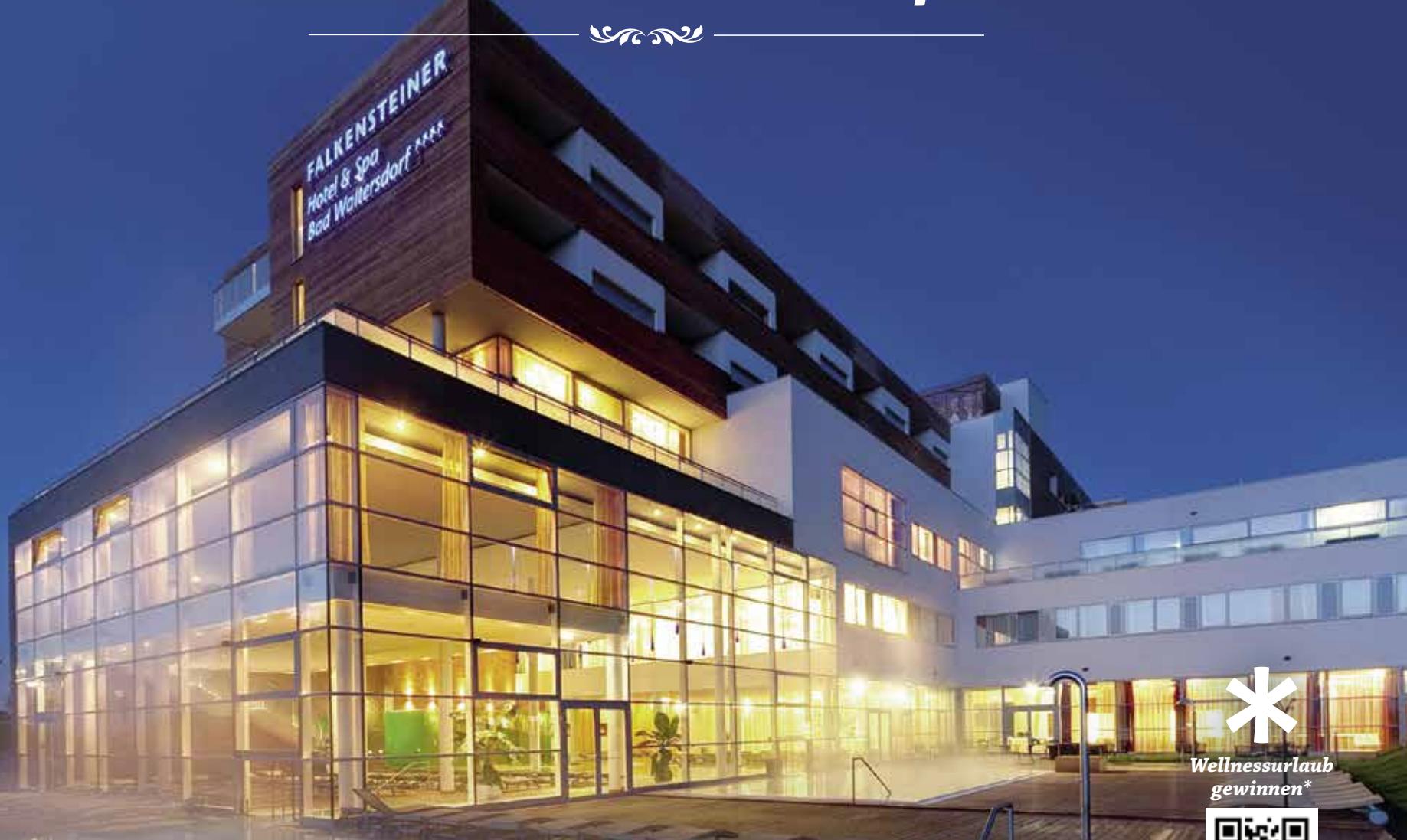
**Vulkan-Riesling und Sarkophage.** Denn die Qualität, die auf den ehemaligen Vulkanen wie dem Königsberg wächst, ist beachtlich. Simon Engels „Riesling-Selektion“ reiht sich in die besten Weine der Sorte ein, auch wenn er hier gar nicht dazugehören scheint. Für die Bekanntheit sind solche Aushängeschilder ideal, vor allem aber schnell ausverkauft. Ein paar Kilometer weiter in Hof bei Straden erzählt Stefan Krispel die gleiche Geschichte. Sein einzigartiger „B2“ reifte im 1500 Kilo schweren Basalttrog. Die fast vor tropischen Aromen berstende Sauvignon-Grauburgunder-Mischung, die aus dem Stein kam, riss man ihm trotz des Preises von 42 Euro aus der Hand. „Ich

habe gleich acht weitere Basaltfässer bestellt“, sagt Krispel, dessen Familie auch den Neusetzer Speck produziert. Der „B2“-Keller sieht dann vermutlich wie eine Gruft der Weinsarkophage aus. Aber so geht eben der steirische Brauch: Immer für eine Überraschung gut! ←

## GENUSS-TIPPS

- Kernöl und Weine bietet das Genussregal in Vogau unter einem Dach (genussregal.at, täglich geöffnet).
  - Den besten Überblick über die Weine der Region bietet die Verkostung der Steirischen Terroir- und Klassikweingüter (STK) am 21. November. Auf Schloss Kapfenstein präsentieren die zehn Winzer je zwei Lageweine im Jahrgangsvergleich. Der Eintritt beträgt 25 Euro, Anmeldung unter: 03157/300 300 (winklerhermadden.at).
  - Neben großen Weingütern laden Buschenschänken ein, besonders urig: Tamara Kögls Hof in Ratsch (weingut-koegl.com).
- Die jungen Winzeradressen: [tinnacher.at](http://tinnacher.at), [gross.at](http://gross.at), [weinhof-sorger.at](http://weinhof-sorger.at), [engelweine.at](http://engelweine.at), [krispel.at](http://krispel.at)

# Gewinnen Sie vier Nächte für zwei in der Falkensteiner Golfsuite



Wellnessurlaub  
gewinnen\*



SMS mit dem  
Kennwort  
„Falkensteiner“  
an  
0664/660 33 555  
schicken und  
Daumen drücken  
oder [bmag.at/  
50405](http://bmag.at/50405)



Sicher, das Thermenland Steiermark ist ein Paradies für Wellnessurlauber und Golffans. Doch sollte man die zentrale Lage zu den Sehenswürdigkeiten und Genüssen der Steiermark nicht vergessen. Vom Falkensteiner Therme & Golf Hotel Bad Waltersdorf sind es etwa nur 25 Minuten zur markanten Riegersburg und zu Cheese Artist Bernhard Gruber, dem neuen Nachbarn von Chocolatier Sepp Zotter. Auch die Vulcanschinkenmanufaktur oder die Essigbrauerei von Alois Gölls liegt nur einen Katzensprung vom Vier-Sterne-Superior-Hotel entfernt.

Ebenfalls leicht erreichbar ist die Südoststeiermark, in der die Bioweine des Schlosses Kapfenstein ebenso locken wie die mit drei Hauben gekrönte Küche des Shootingstars Harald Irka auf dem Weingut Neumeister in Straden. Egal, wohin es geht: Dass man im Falkensteiner Therme & Golf Hotel Bad Waltersdorf davor und danach Kraft tankt, ist ein Muss. Der 2500m<sup>2</sup> große Wellnessbereich des Acquapura SPA spielt schließlich alle Stückerln: 5 Pools mit einer ausgedehnten Saunaland-

schaft inklusive Erlebnissaunaufgüsse und Steirischer Naturwellness. Auch die Kulinarik vom regionalen Pfirsichsaft beim Frühstück bis zum saftigen Steak verstärkt das steirische Wohlfühlgefühl.

→ [badwaltersdorf.falkensteiner.com](http://badwaltersdorf.falkensteiner.com)

## Details zum Gewinnspiel:

Gewinnen Sie Ihren Wellnessurlaub! Auf [bmag.at/50405](http://bmag.at/50405)

gehen und mitmachen, QR-Code scannen oder SMS schreiben:

- 4 Nächte in der 80 m<sup>2</sup> großen Golfsuite inklusive Gourmethalbpension
- Freie Nutzung des 2500 m<sup>2</sup> großen Acquapura SPA
- 2 Aromatherapiemassagen nach Steirischer Naturwellness
- 2 Greenfees auf der nahegelegenen Golfanlage Bad Waltersdorf

Gültig bis 31.8.2016 – einlösbar auf Anfrage und Verfügbarkeit mit Anreise am So, Mo, Di, exklusive Feiertagsperioden, keine Barab löse möglich.

\*Infos zum Datenschutz, Teilnahmebedingungen und Durchführungsbedingungen auf Seite 3.



### Tiefenentspannung

Freuen Sie sich auf eine ausgiebige, 60-minütige Aromatherapiemassage in entspannter Atmosphäre



### Zur Ruhe kommen

Im 2500 m<sup>2</sup> großen Wellnessbereich ist für jeden Guest je nach Geschmack das Passende dabei



### Platz genug

In den 45 - 80 m<sup>2</sup> Suiten bietet das Hotel genügend Platz, um sich auch im Zimmer voll entfalten zu können



**Angekommen**

Albert Kriwetz:  
Frischgebacke-  
ner Barbesitzer  
und Winzer ohne  
Weingut mit dem  
Vinum Albert

## Alberts Achterln

# DER WEIN-BOTSCHAFTER

Man sitzt auf Barrique-Fässern, lehnt an der Muschelkalk-Bar und knabbert Mangalitzaspeck zum Muskateller. Das ist steirische Tapaskultur beim Albert

**Die südlichste Bar von Graz**

Text: Roland Graf / Bilder: Homolka und Fotoatelier Robert Frankl



**Ambiente** Stahl, Muschelkalk und Barrique Holz, warme Farben und eine schlichte, aber dennoch gemütliche Atmosphäre. Eine Bar zum Wohlfühlen

W

o früher edle Taschen verkauft wurden, blitzt in der Grazer Herrengasse jetzt die schwarze Berkell-Aufschlittmaschine. „Rot war immer die für die Gastronomie, gelb die für die Greißler“, zeigt sich Albert Kriwetz sattelfest im Detail. Denn er schneidet die besten Gourmandisen der Steiermark nach Deka auf. Antipasti-Portionen, die zu groß oder zu mickrig ausfallen, gibt es nicht. Willkommen in der Bar Albert! Der Grazer Genusskosmos hat vom Fleck weg sein Publikum gefunden.

Der lockere Zugang des Sommeliers, der sich unter anderem in der ausschließlichen Verwendung der stiellosen Riedel „O“-Gläser äußert, und die Lage gegenüber dem Landhaus sind zwei Gründe dafür. Dazu kommen die gut 300 Positionen der Weinkarte, „wobei der Winzer nicht immer so wichtig ist“. Lieber schreibt Kriwetz einfach die Rebsorten auf die Tafel. „Diese Basic-Gläserln sind immer das Beste eines Hauses bei uns“, so ließe sich auch kleinen Winzern, die sonst schwer in die Gastronomie finden, eine Bühne bieten.

Und was für eine! Man sitzt in der Herrengasse 11 auf Barrique-Fässern, die der deutsche Designer Magnus Mewes zu stylischen Hockern veredelt hat. Die Lampen wirken wie Weintrauben, und die Bar ist aus Muschelkalk, auf dem in der Südsteiermark und der anschließenden slowenischen Štajerska die besten Lagenweine wachsen. Das Achterl Colles von Hannes Gross oder der Hochgrasnitzberg der Gebrüder Polz kommt

auf der Bar also wieder auf ihrem Boden zu stehen – eine schöne Symbolik.

**Vinum Albert – der eigene Wein.** Und dann gibt es noch den Spezial-Weinraum im ersten Stock. Denn Kriwetz' Leidenschaft endet nicht beim Ausschenken seiner Lieblingsweine. Seit vier Jahren ist der Grazer Négociant. Négo... – was? Wie früher in Frankreich üblich, macht er als Winzer ohne Weinberg seine eigenen Weine. Vinum Albert, so der Name des Projekts, wurde mit Heribert und Patrick Bayer, den bekanntesten Négociant (In Signo Leonis, Neckenmarkt), gestartet. Aktuell ist der Vinum Albert Cuvée 2, die gemeinsame Abfüllung mit Manfred Tement, erhältlich. Im Keller reift bereits das Lesegut des nächsten steirischen Paradewinzers, Willi Sattler.

Doch wer die Bar Albert lediglich auf die Weine reduziert, begibt einen Fehler. Aus der Mirage-Veloce-Espressomaschine, die wie ein Motorrad wirkt, kommt der Kubik Caffé aus Triest, frische Säfte aus Obst und Gemüse („was der Markt am Kaiser-Josef-Platz saisonal hergibt“) sind auch zum Mitnehmen der Renner. Edelstes „Dosenfutter“, wie Kriwetz die Meeresfrüchte-Konserven aus Apulien scherhaft nennt, kommt zwischen 10 und 22 Uhr ebenso auf den Tisch wie der Hauschampagner Roederer. Und natürlich wird auch ganz bodenständig Speck und Käse gereicht, „wenn ein Gast Schwammerl gefunden hat, bereiten wir auch die gern zu“. ↪



### Weitere Infos

Einfach QR-Code mit Ihrem Handy scannen und nähere Infos holen oder [bmag.at/50409](http://bmag.at/50409)

# MUST HAVE S

Text: Lisa Vesely



## Farbe bekennen

Versace setzt diesen Herbst auf kraftvolle Silhouetten in Grundfarben wie hier in Rot mit klassischem Schwarz.

→ versace.com



3



1



2



4



5



9



8



6

## 1. Hingucker

Vergoldete Ohrringe in Münzoptik  
→ 79 Euro, cadenzza.at

## 2. Gut geschützt

Eye-Catcher in Rot aus Acetat  
→ 85 Euro, vogue-eyewear.com

## 3. Red Beauty

Jerseykleid von Even & Odd  
→ ca. 17 Euro über zalando.at

## 4. Warm halten

Das schwarze Cape von s.Oliver hält auch an kühleren Herbsttagen warm  
→ ca. 40 Euro, über zalando.at

## 5. Augenaufschlag

Dank der Grandiose Mascara von Lancôme sind unsere Wimpern jetzt unser aufregendstes Accessoire. Limited Edition in tiefem Marineblau  
→ ca. 32 Euro, im Fachhandel

## 6. Treuer Begleiter

Passt nicht nur zu Rot: Tasche aus hochwertigem Leder mit einer abnehmbaren, goldenen Kette  
→ 499 Euro, windsor.de/at

## 7. Schöne Rundungen

Der rote, verspielte Armreif mit Goldelementen rundet das Outfit im wahrsten Sinne des Wortes ab  
→ 79 Euro, fossil.at

## 8. Kraftvoll

„Totem Orange“ von Kenzo symbolisiert Energie: Blumiges Aroma verbindet sich harmonisch mit holzigen Noten  
→ 30ml EdT ca. 35 Euro, marionnaud.at

## 9. Guter Auftritt

Mit diesen schwarzen Stiefeletten ist Frau auch für unliebsames Herbstwetter immer bestens gerüstet  
→ 150 Euro, geox.com

## Die TV-Kolumne

# VON LUST UND LAST

Nachts von Sender zu Sender zu wandern ist ein außerordentliches Vergnügen. Für BESSER geht Wolfgang Wieser auf Entdeckungsreise

### Warum Lisa Kudrow gern ein Kotzbrocken ist

Text: Wolfgang Wieser

.....  
**sky**

#### **The Comeback**

→ Marathon (Staffel 1): 17./18.10., jeweils ab 22.00 Uhr auf Sky Atlantic, Marathon (Staffel 2): 24./25.10., jeweils ab 22.00 Uhr, Sky Atlantic/HD

#### **Moby Dick**

→ 23.9., 11.45 Uhr auf MGM/HD

#### **Dr. Schiwago**

→ 1.10., 20.15 Uhr auf Sky Hits/HD

#### **Das erstaunliche Leben des Walter Mitty**

→ 3.10., 20.15 Uhr auf Sky Hits/HD



#### **Lisa Kudrow als Kotzbrocken**

Der „Friends“-Star mokiert sich in „The Comeback“ über Realityshows – und auch über sich selbst

er berühmt ist, will es bleiben. Wobei eigentlich nicht klar ist, warum. Denn egal, ob man jedermanns Darling oder jedermanns Fußabstreifer ist, auf der Wohlbefindlichkeitsskala scheint dies nur unwesentlich unterschiedliche Ergebnisse zu zeitigen. Im Grunde genommen gewinnt man bei der Prominentenbetrachtung regelmäßig den Eindruck, dass Berühmtsein etwas außerordentlich Gräßliches ist – also Strafe statt Vergnügen. Zur Überprüfung dieser Behauptung betrachten wir Lisa Kudrows Serie *The Comeback* (auf Sky Atlantic).

Lisa Kudrow, 52, einst die nervige Phoebe in *Friends*, gibt darin eine in die Jahre gekommene Sitcom-Darstellerin, die mit einer Realityshow, für die sie rund um die Uhr von zwei Kamerateams verfolgt wird, zurück ins Rampenlicht will. Was sie nicht ahnt: Ihr Leben als Valerie Cherish wird in unappetitliche Häppchen zerschnitten, übrig bleibt ein Kotzbrocken (und das nicht nur in übertragenem Sinn, um Ihre Neugierde ein wenig anzustacheln). Gerade dafür wird Valerie aber plötzlich geliebt. Und sie stammelt – zwischen Abscheu und Begeisterung schwankend: „Endlich haben wir einmal Glück.“

Glück im Valerie'schen Sinn, also auf Pech basierend, ist es, beim nächtlichen Spaziergang durch die TV-Landschaft zumindest drei großartige Filme zu entdecken, konkret: *Moby Dick* (auf MGM HD), *Dr. Schiwago* (auf Sky Nostalgie) und *Das erstaunliche Leben des Walter Mitty* (auf Sky Emotion). Entschieden habe ich mich u.a. deshalb für Herrn Mitty, weil es in diesem Streifen diese wunderbare Szene gibt, in der er in Island auf einem Longboard durch langgezogene Kurven cruiset. Anzufügen erlaube ich mir, dass Ben Stiller bis zu diesem Zeitpunkt einer der von mir meistgehassten Schauspieler war. Zumindest als Walter Mitty aber hat er mich restlos überzeugt; der Streifen zählt neben *Lachsfischen in Jemen* und *Madame Mallory und der Duft von Curry* zu meinen aktuell liebsten Filmen.

Ähnlich wie Ben Stiller als Herr Mitty zappe ich mich durch die Welt und lande über *Die sieben Samurai* (mit bellenden Japanern und deutschen Untertiteln auf Arte HD) bei *Aesthetica of a Rogue Hero* (auf Animax). Ich staune nicht nur über typische, riesige Heidi-Kinderkulleraugen der gezeichneten Damen, sondern auch über eine unerwartete Entsprechung selbiger in deren Dekolletés, beschließe aber rasch, dass mich gezeichnete Üppigkeit nicht interessiert, und erfreue mich kurz darauf an natürlicher Erotik – soweit man eine Inszenierung à la Sugababes eben als natürlich bezeichnen kann: Auf Juxbox trällern die drei Damen ihren Hit „Push the Button“ mit der rühmenswerten Poptextperle „My sexy ass has got him in a new dimension“.

Danach singt Annie Lennox den großartigen Eurythmics-Hit „Sweet Dreams“: „Manche wollen dich benutzen“, heißt es darin, „manche wollen benutzt werden.“ Und jeder ist auf der Suche – nach irgendetwas. Ob Last oder Lust (und damit sind wir wieder bei Lisa Kudrows Comeback), ist nicht wichtig, wichtig ist nur, dass die Leere gefüllt wird. ←



#### **BESSER-Kolumnist**

Wolfgang Wieser spaziert durch die Fernsehwelt

# DIE SCHRÄGE WELT DER GELBEN HELDEN

Sie sind gelb, ein- oder zweiäugig, sehen aus wie Zylinder auf Storchenbeinen und kennen nur ein Ziel: Schurken zu dienen (das ist aber gar nicht so einfach)

## **Die Minions als unwiderstehliche Erfolgsfiguren**

Text: Joseph Park

### Gauner Grus seltsame Helfer

→ **Spin-off von „Ich – Einfach unverbesserlich“**

In dem wundervollen Animationshit „Ich – Einfach unverbesserlich“ wuselten die kleinen gelben Männ-, äh, Minions ständig um Gauner Gru herum, der nichts anderes im Sinn hatte, als den Mond zu stehlen, um endlich als größter Verbrecher aller Zeiten anerkannt zu werden. Und genau darauf stehen die kleinen Helferleins. Denn sie haben nichts anderes im Sinn, als dem irdischen Oberschurken zu dienen. Aus einem einfachen Grund: Es ist ihnen seit Urbeginn in ihre DNS geschrieben. Und da uns das so gefallen hat, hat Illumination Entertainment ein Spin-off produziert, das, wie in solchen Fällen durchaus üblich, vor der Zeit Grus spielt (dem aber ein späterer Auftritt in jugendlichem Alter gegönnt wird), der für das weitere Schicksal der Minions entscheidend ist. ←



### Die Suche nach einem Schurken

→ **Die Minions leiden an Depressionen**

Sie haben T-Rex auf dem Gewissen, Dschingis Khan ins Jenseits befördert und Dracula den Garaus gemacht. Einfach, weil sie Pech hatten. Denn das einzige Ziel der Minions, die seit Urzeiten existieren, ist es, im Sold eines Schurken zu stehen. Nachdem sie aber sämtliche Meister, wie sie die Obergaunder nennen, aus Missgeschick ins Jenseits befördert haben (dazu zählen übrigens auch ein Steinzeitcapo, ein wilder Ritter und Napoleon Bonaparte), haben sie sich in die die Antarktis zurückgezogen, wo sie eine Depression kalt erwischt hat. Doch Kevin, Stuart und Bob geben nicht auf und beschließen, nach Florida zu einer Verbrechermesse zu reisen, um sich einem neuen Herrn anzudienen. Was folgt, ist eine turbulente Jagd nach London, bei der Minion-Kind Bob kurzfristig sogar zum rechtmäßigen König von England gekrönt wird. ←

+++ DIE „MINIONS“ SPIELTEN AM ERSTEN WOCHEHENDE IN DEN USA MEHR ALS 100 MILLIONEN EURO EIN: DER BESTE START FÜR EINEN TRICKFILM NACH „SHREK 3“ +++ REGISSEUR PIERRE COFFIN LEIHT IN DER ORIGINALFASSUNG DREI MINIONS SEINE STIMME, NÄMLICH KEVIN, BOB UND STUART +++ DIE MINIONS-SPRACHE WEIST EINFLÜSSE AUS DEM ENGLISCHEN, ITALIENISCHEN UND JAPANISCHEN AUF – FÜR ESSEN GIBT ES NUR EIN WORT: BANANA +++

# RAUS AUS DER FERNSEH- STEINZEIT!



Ohne HD Austria zeigt Ihr HD-Fernseher nicht alles in HD.  
**Erst mit HD Austria sehen Sie wirklich all Ihre Lieblingssender in HD:**



Sehen Sie Ihre Lieblingssender in HD und genießen Sie **Blockbuster, Dokumentationen** und die **Sporthighlights des Jahres** in 5x schärferer Bildqualität! So einfach geht's:



Als Sky-Kunde können Sie HD Austria telefonisch unter **01 49 166 200** freischalten.

AS461



Als Besitzer einer ORF DIGITAL-SAT-Karte aktivieren Sie HD Austria einfach auf [www.hdaustria.at](http://www.hdaustria.at)



## Topaktuelle Filme und Serien – wann und wo ich will.

Die neuesten Kinofilme sowie die besten Serien, zeitgleich mit US-Start, als Erster sehen. Einfach auf Abruf – ob zu Hause oder unterwegs. Natürlich in bester HD-Qualität und wahlweise in Originalfassung.

Nähtere Infos auf [sky.at/OnDemand](http://sky.at/OnDemand)  
oder im Fachhandel.

**sky**